

KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

ISSN: 2146-3417 / E-ISSN: 2587-2052



**KIRKLARELİ
UNIVERSITY**
Journal of the Faculty
of Economics and
Administrative Sciences

Cilt/Volume 6, Sayı/Number 5, Aralık/December 2017

KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

ISSN: 2146-3417

E-ISSN: 2587-2052

YIL: 2017

CİLT: 6

SAYI: 5

Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, sosyal bilimler alanında özgün araştırma makaleleri, derlemeler, araştırma notları, teknik notlar, kitap eleştirileri ve bilimsel nitelikli editöre mektupları yayınlayan ulusal (ASOS, SOBİAD, Arastirmax) ve uluslararası endekslerce (DRJI, CiteFactor, Index Copernicus, Academic Keys, ResearchBib, Sindex) taranan bir dergidir. Dergi Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere yılda iki kez yayınlanır. Yayınlanmak üzere gönderilen eserlerin başka bir yerde yayınlanmamış veya yayınlanmak üzere gönderilmemiş olması gerekmektedir. Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir. Dergide yayınlanacak eserlerin her türlü sorumluluğu yazara/yazarlarına aittir. Makaleler, Dergipark sistemi üzerinden gönderilmelidir. Makalenin hakem incelemesi için kabul edilmesi durumunda, **Telif Hakkı Devir Formu** tüm yazarlarca imzalanarak editörlüğe gönderilmelidir.

Dergiye gönderilen makaleler, öncelikle Editörler Kurulu tarafından bilimsel içerik ve şekil bakımından ön incelemeye tabi tutulur. Editörler Kurulu, yayınlanabilecek nitelikte bulmadığı veya yazım kurallarına uygun hazırlanmayan makaleleri hakemlere göndermeden ret kararı verme hakkına sahiptir. Değerlendirmeye alınabilecek olan makaleler, incelenmek üzere iki ayrı hakeme (kör hakem) gönderilir. Editörler Kurulu, hakem raporlarını dikkate alarak makalelerin yayınlanmak üzere kabul edilip edilmemesine karar verir.

KIRKLARELI UNIVERSITY

JOURNAL OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE
SCIENCES (KLUJFEAS)

ISSN: 2146-3417

E-ISSN: 2587-2052

YEAR: 2017

VOLUME: 6

NO: 5

Kirklareli University Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences (KLUJFEAS) is a national (ASOS, SOBİAD, Arastirmax) and international (DRJI, CiteFactor, Index Copernicus, Academic Keys, ResearchBib, Sindex) indexed journal, welcoming papers for publications as original research papers, research notes, technical notes, book reviews and scientific letters to editors. The journal is published twice per year in June and December. Manuscripts submitted to the journal are only accepted if they have not been or will not be published and should not be under review elsewhere. Manuscript's language is Turkish and English. All responsibility of the studies belongs to the author(s). Studies should be prepared in accordance with international scientific ethics rules. Studies must be sent via Dergipark website. For the studies accepted for publication in our journal, signed **Copyright Transfer Form** must be sent to the journal editorial.

Papers are firstly checked for their eligibility for technical and journal's style. The manuscripts that do not suit journal's standards or not suitably correspond to the scope journal are refused with unexplained reason. Manuscripts that are found suitable for peer review will be assigned to two expert reviewers (blind review). The final decision to accept or reject a manuscript will be made by the Editorial Boards. After the review process, the Editorial Boards will inform the authors of acceptance, rejection or necessity of revision of the manuscript.

ÖNSÖZ

Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bünyesinde hazırladığımız dergimizin 2017 Aralık sayısı ile karşınızda olmaktan büyük mutluluk duyuyoruz.

2012 yılında yayın hayatına başlayan dergimiz, Sosyal Bilimler alanındaki güncel tartışmaları takip eden eserleri yayınlamayı hedeflemektedir.

Dergimizin 2017 Aralık sayısı için 30 eser başvuruda bulunmuş, 19 eser editörler kurulu ve hakemler tarafından yeterli bulunarak yayına kabul edilmiştir.

Dergimizin sürekliliğini sağlamak için kalitesinden ödün vermeden okuyucu ve yazar kitlesini tutabilmenin zorluğunun bilincinde olarak büyük ümitlerle çıktığımız bu yolda desteklerini esirgemeyen üniversite rektörlüğümüze, fakülte dekanlığımıza, editörlerimize, yazarlarımıza ve hakemlik yapan araştırmacılarımıza teşekkürlerimizi ve saygılarımızı sunarız.

Kırklareli Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

Editörler Kurulu

PREFACE

We are very glad to present the December 2017 issue of Kirklareli University Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences (KLUJFEAS).

Our Journal, which started broadcasting in 2012, aimed to publish researches following the current debates in the field of Social Sciences.

For the December 2017 issue of our Journal, 19 out of 30 articles were found acceptable by the editorial board and referees.

KLUJFEAS aims to continue to broadcast without sacrificing its scientific quality with an awareness of the difficulties such as being accepted as a reputational journal by authors and audience. KLUJFEAS presents great thanks to Kirklareli University Rectorate, faculty dean, editorial board, authors and referees for their invaluable support.

Kirklareli University

Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences

Editorial Board

KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

YAYIN KURULU

SAHİBİ

Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Adına

Prof. Dr. Gülnur ETİ İÇLİ

EDİTÖR

Yrd. Doç. Dr. Oğuz BAŞOL

YARDIMCI EDİTÖR

Dr. Günay KURTULDU

Dr. Muhammed TIRAŞOĞLU

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Gülnur ETİ İÇLİ	Yrd. Doç. Dr. Oğuz KAAN
Prof. Dr. Ünal ÇAĞLAR	Yrd. Doç. Dr. İskender GÜMÜŞ
Doç. Dr. Rengin AK	Yrd. Doç. Dr. Sezin İBA GÜRSOY
Doç. Dr. Nezaha MUSAOĞLU	Yrd. Doç. Dr. Caner DEMİR
Doç. Dr. Murat ÖZTÜRK	Yrd. Doç. Dr. Erkan ÖZTÜRK
Doç. Dr. Bora YENİHAN	Yrd. Doç. Dr. Özge SİĞİRCİ
Yrd. Doç. Dr. Esin Cumhuri YALÇIN	Yrd. Doç. Dr. Raif CERGİBOZAN

KIRKLARELI UNIVERSITY
JOURNAL OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE
SCIENCES (KLUJFEAS)
SCIENTIFIC COMMITTEE

OWNER

On behalf of Kirklareli University Faculty of Economics and Administrative Sciences

Prof. Dr. Gülnur ETİ İÇLİ

EDITOR

Asst. Prof. Dr. Oğuz BAŞOL

VICE-EDITOR

Dr. Günay KURTULDU

Dr. Muhammed TIRAŞOĞLU

SCIENTIFIC COMMITTEE

Prof. Dr. Gülnur ETİ İÇLİ	Asst. Prof. Dr. Oğuz KAAAN
Prof. Dr. Ünal ÇAĞLAR	Asst. Prof. Dr. İskender GÜMÜŞ
Assoc. Prof. Dr. Rengin AK	Asst. Prof. Dr. Sezin İBA GÜRİSOY
Assoc. Prof. Dr. Neziha MUSAOĞLU	Asst. Prof. Dr. Caner DEMİR
Assoc. Prof. Dr. Murat ÖZTÜRK	Asst. Prof. Dr. Erkan ÖZTÜRK
Assoc. Prof. Dr. Bora YENİHAN	Asst. Prof. Dr. Özge SİĞİRCİ
Asst. Prof. Dr. Esin Cumhuri YALÇIN	Asst. Prof. Dr. Raif CERGİBOZAN

İÇİNDEKİLER

1.	THE ROLE AND IMPORTANCE OF CONTINUING EDUCATION CENTERS IN TURKEY ON LIFELONG LEARNING	
	Hanife CANDIR ŞİMŞEK – Emel İSLAMOĞLU – Sinem YILDIRIMALP	1-10
2.	TÜRK BANKACILIĞINDA KRİZLER VE ÇIKARILAN DERSLER	
	Süleyman KALE – Mehmet Hasan EKEN	11-23
3.	SAĞLIK ÖRGÜTLERİNDE İNOVASYON	
	Pınar AVCI	24-36
4.	BEZDİRİ İLE MÜCADELEDE DURKHEIM'IN AHLAK EĞİTİMİ MODELİ	
	Ramazan TİYEK	37-49
5.	GENÇ İŞSİZLİĞİ, SUÇ, GÖÇ, İNTİHAR VE BOŞANMA DÜZEYLERİ İLE İLİŞKİLİ MİDİR? TÜRKİYE'DEN AMPİRİK BİR KANIT	
	Ufuk ÖZER – Mehmet Hanefi TOPAL	50-63
6.	DÜNYA UYGULAMALARI PERSPEKTİFİNDE OBEZİTE VERGİLERİNİN UYGULANABİLİRLİĞİ	
	Alper DOĞAN – Melih KABAYEL	64-71
7.	AKADEMİSYENLERİN ÖRGÜTSEL SESSİZLİK ALGILARI: KONUYA İLİŞKİN BİR UYGULAMA	
	Betül BALKAN AKAN – Feyza Çağla ORAN	72-90
8.	İZMİR İKTİSAT KONGRESİ'NİN TÜRK DIŞ POLİTİKASININ İNŞASINDAKİ ROLÜ	
	İhsan Ömer ATAGENÇ	91-101
9.	TÜRKİYE'DE SİYASİ PARTİLERİN KAPATILMASI REJİMİNDE SON DÖNEMDE YAŞANAN GELİŞMELER	
	Hakan Sabri ÇELİKAY – Rengül EKİZCELEROĞLU	102-109
10.	KIRILGAN SEKİZLİ ÜLKELERİNİN ORTA GELİR TUZAĞINA UZAKLIĞININ ÖLÇÜLMESİ: KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ	
	Furkan YILDIZ – Yüksel BAYRAKTAR	110-128

11.	KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ'NDEKİ KOBİLERİN E-PAZARLAMA UYGULAMALARI	Hasan GEDİK	129-149
12.	ORGAN BAĞIŞINDA KAMU SPOTU ETKİSİNİN NİTEL TERCİH MODELLERİ İLE ANALİZİ	Kevser TÜTER – Esin Cumhur YALÇIN	150-159
13.	PERAKENDECİLER VE TÜKETİCİLER AÇISINDAN PERAKENDECİ MARKALAR: KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE	Mehmet Zahid ECEVİT – Ulun AKTURAN	160-171
14.	KAR PAYI BİLMECESİNİN ARAŞTIRILMASI: BİST TEMETTÜ 25 ENDEKSİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA	Feyyaz ZEREN	172-183
15.	SOSYAL POLİTİKA AÇISINDAN VERGİ ADALETİ: KURAMSAL BİR TARTIŞMA	Tarkan PERAN – İskender GÜMÜŞ	184-191
16.	LİSANS SEVİYESİNDE İKTİSAT EĞİTİMİNDE TEMEL SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	Süleyman Emre ÖZCAN – Özer ÖZÇELİK	192-202
17.	TÜRKİYE'DE COĞRAFİ İŞARET KAVRAMINA GENEL BAKIŞ	Suzan KANTARCI SAVAŞ	203-210
18.	TURİZMDE İŞKOLİKLİK DAVRANIŞI, İŞ TATMİNİ İLE İŞLETME PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ANALİZİ VE ÖRGÜTE DUYGUSAL BAĞLILIĞIN ARACI ROLÜ: ANTALYA'DA BULUNAN BEŞ YILDIZLI KONAKLAMA İŞLETMELERİNDEKİ YÖNETİCİLER ÖRNEĞİ	Pelin ARSEZEN	211-227
19.	DUVAR: TARİH GERİ DÖNÜYOR - DENİZ ÜLKE ARIBOĞAN (KİTAP İNCELEMESİ)	Sezin İBA GÜRSOY	228-229
	2017 YILI HAKEM LİSTESİ		230-232

CONTENT

1.	TÜRKİYE'DE HAYAT BOYU ÖĞRENMEDE SÜREKLİ EĞİTİM MERKEZLERİNİN ROLÜ VE ÖNEMİ	
	Hanife CANDIR ŞİMŞEK – Emel İSLAMOĞLU – Sinem YILDIRIMALP	1-10
2.	TURKISH BANKING CRISIS AND INFERENCES	
	Süleyman KALE – Mehmet Hasan EKEN	11-23
3.	INNOVATION IN HEALTH ORGANIZATIONS	
	Pınar AVCI	24-36
4.	DURKHEIM'S MORAL EDUCATION MODEL IN THE COMBATING AGAINST MOBBING	
	Ramazan TİYEK	37-49
5.	IS YOUTH UNEMPLOYMENT ASSOCIATED WITH THE LEVEL OF CRIME, MIGRATION, SUICIDE AND DIVORCE? AN EMPIRICAL EVIDENCE FROM TURKEY	
	Ufuk ÖZER – Mehmet Hanefi TOPAL	50-63
6.	APPLICABILITY OF OBESITY TAXES IN PERSPECTIVE OF WORLD PRACTICES	
	Alper DOĞAN – Melih KABAYEL	64-71
7.	PERCEPTIONS OF ACADEMICIANS' ORGANIZATIONAL SILENCE: A RESEARCH ON THE SUBJECT	
	Betül BALKAN AKAN – Feyza Çağla ORAN	72-90
8.	ROLE OF İZMİR ECONOMIC CONGRESS IN CONSTRUCTION OF TURKISH FOREIGN POLICY	
	İhsan Ömer ATAGENÇ	91-101
9.	RECENT DEVELOPMENTS IN THE REGIME OF DISSOLUTION OF POLITICAL PARTIES IN TURKEY	
	Hakan Sabri ÇELİKİYAY – Rengül EKİZCELEROĞLU	102-109
10.	MEASURING THE RANGE OF FRAGILE EIGHT COUNTRIES TO THE MIDDLE-INCOME TRAP: A COMPARATIVE ANALYSIS	
	Furkan YILDIZ – Yüksel BAYRAKTAR	110-128

11.	E-MARKETING APPLICATIONS OF SMEs IN KONYA INDUSTRIAL ZONE	
	Hasan GEDİK	129-149
12.	ANALYSIS OF PUBLIC SPOT EFFECT WITH QUALITATIVE CHOICE MODELS ON ORGAN DONATION	
	Kevser TÜTER – Esin Cumhur YALÇIN	150-159
13.	EXAMINATION OF RETAILER BRANDS WITH CONSUMERS' AND RETAILERS' PERSPECTIVE: A THEORETICAL FRAMEWORK	
	Mehmet Zahid ECEVİT – Ulun AKTURAN	160-171
14.	THE INVESTIGATION OF DIVIDEND PUZZLE: AN APPLICATION ON BIST DIVIDENT 25 INDICES	
	Feyyaz ZEREN	172-183
15.	TAX JUSTICE AS A MATTER OF SOCIAL POLICY: A THEORETICAL DEBATE	
	Tarkan PERAN – İskender GÜMÜŞ	184-191
16.	THE BASIC PROBLEMS AND SOLUTION OF THE PROPOSALS ON UNDERGRADUATE ECONOMICS EDUCATION	
	Süleyman Emre ÖZCAN – Özer ÖZÇELİK	192-202
17.	OVERVIEW OF THE CONCEPT OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS ON TURKEY	
	Suzan KANTARCI SAVAŞ	203-210
18.	THE ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN BUSINESS SATISFACTION AND BUSINESS PERFORMANCE OF FIVE STAR ACCOMMODATION ADMINISTRATORS AND THE ROLE OF INTERMEDIATE SITUATION IN THE ORGANIZATION: THE ANTALYA SAMPLE	
	Pelin ARSEZEN	211-227
19.	DUVAR: TARİH GERİ DÖNÜYOR - DENİZ ÜLKE ARIBOĞAN (BOOK REVIEW)	
	Sezin İBA GÜRSOY	228-229
	REVIEWER LIST 2017	230-232

THE ROLE AND IMPORTANCE OF CONTINUING EDUCATION CENTERS IN TURKEY ON LIFELONG LEARNING

Hanife CANDIR ŞİMŞEK

Öğr. Gör., Doğu Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu Öğretim Görevlisi, hanfrican@hotmail.com

Emel İSLAMOĞLU

Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, S.B.F., Ç.E.E.İ. Bölümü, emelc@sakarya.edu.tr

Sinem YILDIRIMALP

Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi, S.B.F., Ç.E.E.İ. Bölümü, ssac@sakarya.edu.tr

Abstract

Objectives: In today's, society where innovations and changes are experienced very fast, the concept of lifelong learning guides the education policies of the countries and the practices are implemented by means of various institutions. Importance of continuing education centers, one of the lifelong learning practitioners and operating within the universities, have increased gradually. These centers offer training opportunities to individuals and institutions in various fields. In this study, it is aimed to present comparatively the role and importance of continuous education centers in Turkey in state and foundation universities on lifelong learning.

Method: For this purpose, web sites of continuous training centers in Turkey was examined by content analysis method.

Results: At the end of the study; it was determined that the education programs opened in the CECs at foundation universities were more than the state universities. It has also been found that the general tendency of CECs in foundation universities is towards more markets than CECs in state universities, and that the concept of lifelong learning meet needs of the market focusing on vocational education. When the numbers of the education programs, where opened, are taken into consideration; It is concluded that the CECs in the foundation universities are more active.

Keywords: Lifelong Learning, Continuing Education Centers, Turkey

Acknowledgement: An earlier version of this paper was presented at The 3rd International Conference on Lifelong Education and Leadership for All and was published as an abstract (12-14 September 2017, Porto-PORTUGAL).

TÜRKİYE'DE HAYAT BOYU ÖĞRENMEDE SÜREKLİ EĞİTİM MERKEZLERİNİN ROLÜ VE ÖNEMİ

Özet

Amaç: Yenilik ve değişimlerin çok hızlı yaşandığı günümüz toplumlarında hayat boyu öğrenme anlayışı ülkelerin eğitim politikalarına yön vermekte ve çeşitli kurumlar aracılığıyla uygulamalar hayata geçirilmektedir. Hayat boyu öğrenme uygulayıcılarından biri olan ve üniversiteler bünyesinde faaliyet gösteren sürekli eğitim merkezlerinin önemi giderek artmaktadır. Bu merkezler birey ve kurumlara çeşitli alanlarda eğitim imkânları sunmaktadırlar. Bu çalışma ile Türkiye'de devlet ve vakıf üniversitelerindeki sürekli eğitim merkezlerinin hayat boyu öğrenmedeki rolü ve önemini karşılaştırmalı bir biçimde ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Yöntem: Bu amaçla Türkiye'deki sürekli eğitim merkezlerinin web siteleri içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir.

Bulgular: Çalışmanın sonucunda; Türkiye'de gerek vakıf gerekse devlet üniversitelerindeki SEM'lerin hayat boyu öğrenmedeki rolü konusunda farklılıklar bulunduğu tespit edilmiştir. Vakıf üniversitelerindeki SEM'lerin sayılarının daha az olmasına rağmen daha aktif oldukları ve verdikleri eğitimlerin piyasaların ihtiyaçlarına cevap verdiği görülmüştür. Ancak gerek devlet ve gerekse vakıf üniversitelerindeki SEM'lerde hayat boyu öğrenmenin yalnızca mesleki bilgi ve becerilerin geliştirilmesi olarak algılandığı ve kişisel ve sosyal gelişme ile toplumsal bütünlüğü sağlama boyutu konusunda eksiklikler yaşandığı ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hayat Boyu Öğrenme, Sürekli Eğitim Merkezleri, Türkiye

Introduction

At the present time, lifelong learning, revived by UNESCO and the OECD in the 1970s, is a popular application of the "education from the cradle to the grave" concept, which has actually taken place in the knowledge of every society. Learning don't take place only with the education which teach in the schools. Besides, learning is lifelong because the individual can be involved in learning activity in all areas of life.

Societies are constantly in state of flux and it is important to adopt the concept of lifelong learning to meet their future needs. Today, knowledge, which is the most precious capital in the development of societies, has become a quality that can be acquired at all times and everywhere, apart from traditional methods, with the concept of lifelong learning. In this respect, it is not possible to see universities as places where only formal learning programs are offered. University continuing education centers are the main units that play a role in the fulfillment of universities in the policies and practices of lifelong learning.

Today, nearly within every university in Turkey, a lifelong learning center has given service with a different name and content. In addition to the training programs generally that are for gaining vocational knowledge and skills in continuing education centers, there are also various educational programs aiming at personal development, social fulfillment and free time evaluation as general learning activities. The Turkish Universities Continuous Education Centers (TÜSEM) Council was established in 2010 to provide a coordination between the continuous training centers in our country and to achieve international standardization. There are 104 continuing education centers that are members of this structure. Of 104 continuing education centers that are members of this structure, 26 of these are foundation universities operating as continuing education centers. With this study, it is aimed to conduct an analysis study on the training programs offered by the continuous training centers in Turkey. Purpose of the study is to put forth comparatively the role and importance of continuous education centers in state and foundation universities in lifelong learning in Turkey by determining the educational programs of content and qualities that these continuous education centers present. In this study, trainings which have given at continuous training centers are classified and profiled. Today, the knowledge, which is the most important capital, is being put into by countries. Thereby, education is being put into. In this sense, the concept of lifelong learning needs to be popularized.

Increasing the quality of continuing education centers, which provide universities for lifelong learning, involves the development of national and international standards and the positive development of market needs. In this context, study is important in that it attracts notice the needs of the continuing education centers. Scope of study is composed of continuing education centers of state and foundation universities that are members of TÜSEM. The web sites of the continuing training centers in Turkey will be examined by content analysis method.

1. Literature Review

Lifelong learning is a concept supported by UNESCO to utilization from the end of the 1960s (Borg and Mayo, 2002: 4). "Learning to Be" (also known as the Faure Report, prepared by UNESCO) is effective in becoming important in the international arena. Report expresses that countries should base on lifelong learning concept educational policies because of the growing need for education in developed and developing countries after World War II. According to the report, education is a universal phenomenon and should continue throughout the life of the individual (Biçerli, 2016: 89-90). Lifelong learning, which has been in the literature for more than thirty years, has recently been welcomed warmly as if lifelong learning is newly discovered (Aksoy, 2013: 28). There are undoubtedly many factors in this regard. These factors are attributed to the rapid development of technology, the change of population structure in developed countries, the phenomenon of globalization and the increasing needs of the individual by Biçerli (2016: 96-102). Today, learning don't take place only with the education which teach in the schools. Because the individual can be involved in learning activities in all areas of life, learning is lifelong (Büyüktanır, al., 2006: 5). Rather than being a part of the education system, it is more accurate to regard lifelong learning as a general principle that directs and guides to education (Bağcı, 2011: 144). The concept of lifelong learning, which is presented in a wide range of contexts, includes formal and informal learning, courses that provide to is get technical training and skills, professional skills acquired in the workplace, knowledge, understanding and skills acquired in all other areas of life (Büyüktanır, al., 2006: 13). Aspin and Chapman point to the triple nature of lifelong learning as follows (Aspin and Chapman, 2001: 3):

- Economic progress and development
- Completion of personal development
- The existence of social institutions in terms of development and social inclusion of democratic structures and activities, and a policy structure involving more democracy

One of the institutions that provide lifelong learning services is the universities. Universities have implemented lifelong learning policies and practices through continuing education centers (CEC). Universities offer vocational and personal development training to individuals (Karadağ, 2010: 17). On the other hand, the practices that are implemented in the universities do not only cover courses for individuals. However, there are a wide range of services and regional development activities, including research and consultancy for public and private companies, organizations and businesses (Mark, 2006). The continuing education centers which provide the meeting of universities with the trade and production sectors and which are active units in the continuation of this positive interaction have carried on the activities since the 1990's (Çetin, 2010: 14). However, it is discussed that content of polity related to HBÖ change from university to university and that each university has its own policies. But, in essence, there are certain issues that are discussed in most policy documents. Today, almost in every university in Turkey, a lifelong learning center provide service with different content and arrangements. The trainings that have been given in such these institutions which have been increasing in number recently, are mostly active in highly demanded areas such as foreign language education. However, it also is contradictive how the trainings which are discussed, are towards needs (Şen, 2012: 21).

Problems such as the lack of coordination between continuing education centers and the lack of a legal framework for the general framework of establishment and working patterns lead to waywardly working by each center. At the simplest level, it is not possible to cooperate on the names of the centers. It is observed that the units operating in the field of lifelong education are established with various names such as continuous education center, life-long education center, continuous education research and application center. However, there is no agreement on the duration of the training activities which carried out and the documentation which given at the end of the trainings. Therefore, it is inevitable that the documents and certificates obtained at the end of the training are sometimes ordinary paper. Thereby, it is important to introduce standards for the trainings which have been given in continuing education centers in accordance with the criteria of the European Union Bologna Process across the country. Lifelong learning has become more important in Turkey with the Bologna process initiated to provide compatibility in formal and non-formal education. Turkey's EU membership and Bologna process that Turkey is included require a standard at the national and international level in the field of lifelong learning. It is important that standardization is provided in continuous training centers especially in universities (Gülşen, 2012: 77-85).

With the Bologna process, transparency in education have increased and an easily understandable and comparable academic degree system and the recognition of diplomas and study periods have been ensured. On the other hand, national and international recognition is strengthened thanks to the standardization in the field of lifelong learning. As a result of these practices, it will be possible to establish international competition and to and provide quality in continuous trainings. Standards and cooperation between centers will be established by fulfilling the requirements of the process thus, adaptation will be provided in such as issue, how many hours each activity will be, which criteria should be provided and the characteristics of the documents which will be given. After each training, it will not be necessary to investigate the qualifications of the trainees and to question the validity of the given documents (Gülşen, 2012: 86). One of the steps taken in this direction is carried into effect Turkey the Council of Universities Continuous Education Centers (TÜSEM). TÜSEM was established in 2010 with the aim of establishing a coordination among the continuous training centers in Turkey and achieving international standardization. 104 universities CEC are members of the Council that is membership European Union Continuing Education Centers.

There are a number of studies which are made towards CEC in Turkey. According to a study conducted by Doğan and Varank (2014), the most preferred programs for lifelong learning were; foreign language, information technology, horticulture, sports, craft technology, family and consumer sciences, music and performing arts, and personal development. With the same study, it was concluded that the attendance was not only limited to the courses organized by the Ministry of National Education, but also the municipal vocational training courses, special courses, classrooms, universities and trainings given in the work place (Doğan and Varank, 2014). In study that Yelken, Kamışlı ve Özönur (2010) conducted to revealing the

situations of CECs and by determining their problems to proposing a solution, they concluded that among the trainings given by the CECs were more certificates, foreign languages, personal development programs, artistic activities and computer programs. These activities aim to contribute to the professional and personal development of the people and to help them to get a job (www.pegem.net, 2017). Another study, similar to the results of the study, was conducted by Kılıklı in 2008. Among the results, the most organized activities in CEC's are listed. Accordingly, certified trainings, courses and corporate trainings are at the foremost. It is stated that the courses which are for generally individuals have different contents for the purpose of acquiring knowledge and skills and getting profession (Kılıklı, 2008). As to, in the study named "University Continuous Education Units for Local Development: Instance of ODTÜ CEC Example" made by Çelik (2007), the result was that CECs did not succeed in establishing a relationship between the university and society and in serving local development (Çelik, 2007).

2. Purpose and Method of the Research

This study aims to present comparatively the role and importance of continuing education centers in state and foundation universities in Turkey in lifelong learning. For this purpose, content and qualifications of the educational programs that continuing education centers present, will be determined. The method of study is based on qualitative research. The data obtained by examining the websites of the member CECs of TÜCEC will be analyzed using the content analysis method. In this context, the scope of the study compose of the continuous training centers (CEC) which are members of TÜCEC. Although there are 104 universities CEC that are members of TÜCEC, the total number of CECs that can be accessed through web sites during the study are 98. Of these, 72 are state university CECs and 26 are foundation CECs. 72 CEC of these are state university CECs and 26 are foundation CECs. There was a difficulty in classifying the trainings reached from the web sites. In this, it was effective that each university designate its training programs independently and sometimes that a training is listed under a different program title in another CEC.

3. Findings of the Research

In this section, firstly, state and foundation university CECs that are members of TÜSEM, will be profiled according to the regions and cities. Then, the trainings given will be examined comparatively.

Table 1: CECs that are Members of TÜSEM

CEC	Number	Percent
State	78	75.0
Foundation	26	25.0
Total	104	100

When examined, according to the state and foundation universities, the proportions of CECs that are members of TÜSEM, while CECs in state universities have a share of 75.0% , CECs in foundation universities have a share of 25.0%. In the foundation universities, these structures are named with different names such as Continuous Education Center (69.2%) and Continuous Education Research and Application Center, Lifelong Education and Research Center and Continuous Education and Development Center (30.7%). As to state universities, these structures that are called Continuous Education Centers, are more than with a proportion of %52.5, in the same way. %47.4 of these structures were named as Continuous Education Research and Application Center, Lifelong Learning Application and Research Center, Lifelong Learning Center, Lifelong Education Application and Research Center (with different names).

Table 2: According to the Cities, Foundation University CECs that are Members of TÜSEM

City	CECs at Foundation Universities	Percent
İstanbul	18	69.2
Ankara	4	15.3
İzmir	2	7.6
Mersin	1	3.8
Antalya	1	3.8
Total	26	100

CECs in foundation universities with membership to TÜSEM are mostly in Istanbul and Ankara. This is because the founding universities are more established in the big cities. Istanbul has almost 70% of the CECs in foundation universities.

Table 3: According to the Regions, State University CECs that are Members of TÜSEM

Regions	Number of CECs	Yüzde
Mediterranean	9	11.5
Aegean	10	12.8
Marmara	12	15.3
Black Sea	13	16.6
Central Anatolia	17	21.7
Eastern Anatolia	11	14.1
Southeastern Anatolia	6	7.6
Total	78	100

Note: There are 7 in Istanbul, 5 in Ankara, 4 in İzmir, 2 in Adana, 2 in Eskişehir and 1 state university CEC in other universities.

The CECs in state universities that are members of TÜSEM are proportionately the most in Central Anatolia. However, when considering the geographical size of the region, in this, it was effective that the number of cities / universities, contained, are more. In this respect, on the basis of cities, Istanbul and Ankara have more numbers in CECs in state universities.

Table 4: The Trainings That Have Been Given in CECs

Training Programs	Foundation University		State University	
	Number	Percent	Number	Percent
Law Training	20	76.9	18	25.0
Personal Development, Culture Arts and Sports Training	18	69.2	47	65.2
Management, R&D, and Business Training	18	69.2	28	38.8
Language Training	17	65.3	49	68.0
Examination Training	17	65.3	40	55.5
Retail, Marketing and Sales Training	17	65.3	20	27.7
Digital, Technology and Computer Training	17	65.3	46	63.8
Human Resources Training	16	61.5	22	30.5
Training for Trainers	15	57.6	20	27.7
Public Relations and Communication Training	13	50.0	29	40.2
Psychology and Guidance Training	13	50.0	32	44.4
Health Training	13	50.0	25	34.7
Economics, Finance and Accounting Training	11	42.3	18	25.0
Food and Culinary Training	6	23.0	7	9.7
Technical Training	7	26.9	23	31.9
Leadership and Coaching Training	10	38.4	19	26.3
Occupational Health and Safety	8	30.7	25	34.7
Agricultural Training	-	0	18	25.0

Research Methods and Statistics Training	6	23.0	24	33.3
Foreign Trade, Logistics and Purchasing Training	8	30.7	13	18.0
Training for Children	5	19.2	16	22.2
Project Management Training	5	19.2	13	18.0
Other Trainings	18	69.2	24	33.3

In Table 4 which the education given in CECs in state and foundation universities is classified, it is seen that the trainings which given at most in CECs in foundation university are law (76.9%), management, r&d, and business (69.2%), personal development, culture, arts and sports (% 69.2%), languages and exams (65.3%), retail, marketing and sales (65.3%), digital technology and computer (65.3%), human resources trainings (61.5%) and trainings for trainers (57.6%). On the other hand, public relations and communication, psychology and guidance training and health education are among the trainings given by CECs at the most foundation universities with a ratio of 50.0%. In return, as for the trainings given by CECs in the state universities, mostly trainings are are the language (68.0%), personal development, culture, arts and sports (65.2%, digital, technology and computer (63.8%) and examination trainings (55.5%). From this point of view, it can be said that more than half of CECs in foundations and state universities concurrently gain importance in language education, examination training, digital, technology and computer education with culture, arts and sports education programs. When examined Table 4 in general, it is seen that the training given to the market in CECs at foundation universities is more intensive than the CECs in state universities. It is possible to say here that the general character of the CECs at foundation universities is towards the market and that lifelong learning is concentrated on the vocational training part. On the other hand, in general, it is seen that any given field of training is opened by more universities in CECs at foundation universities. For this reason, CECs in foundation universities have proportionally a higher share than CECs in state universities, on most areas. From this, it can be stated that CECs in foundation universities are more active. Many factors are influential in the identification of these training programs opened by CECs. As a result of the interviews that Çelik (2007) made with CEC managers, it is stated that to be opened courses are realized with institutional demand, individual demand and determination of the center. In addition to the programs that are needed and developed by CEC management, similar trainings given in different institutions or abroad are also played in determining the programs. On the other hand, by observing the market, the training towards demand for the business world and the trainings needed for the public are also determinants (Kılıklı, 2008: 82-85).

In Table 4, it can be seen that the law training was given at a fairly high rate in the foundation university CECs. In the field of law, the most education provided in CECs in foundation universities is mediation training (42.3%). In this case, it is thought that those are effective; the lawsuits are replaced by mediators (milliyet.com.tr, 2017) and that CECs act in accordance with this need. The CECs in state and foundation universities have a wide range of courses in different branches and contents about personal development, culture arts and sports training. The most popular among these is the music and instrument training. On the other hand, photography, painting, speed reading courses and various sports branches are seen as the most intensive courses. Similarly, Akçay and Yıldırım (2013) reported that music training in personal development is the most preferred course by individuals. Similarly, Akçay and Yıldırım (2013) reported that music education in personal development is the most preferred course by individuals. In the same study, the majority of the CECs (82%) who participated in the question of whether the CECs directly or indirectly included the HBÖ in their goals did not include the concept of lifelong learning (Akçay, Yıldırım, 2013: 1760-1761).

Whenas, in the HBÖ, in having be to critical view which develop interest for learning by individual, effort of beneficial, libertarian, questioning and (Kaya, 2014: 86) effective citize the personal development trainings also are as important as the vocational training purpose. In this respect, it is possible to say that there is a shortage of the effectiveness of CECs in "the training of active citizens and personal development in the democratic society" (Coşkun, Demirel, 2012: 111), which is one of the four main objectives of the universities mentioned by the Council of Europe. The business world has expectations for the lifelong learning activities of universities. In this context, as a issuer, CECs should be units that emphasize the training of qualified staff who will meet the needs of the market, as well as being a income channel to the university. Today, the business world has goals such as establishing closer relations with universities, integrating vocational education and

HBÖ and being market-oriented (Şen, 2012: 21-23). Here, it is seen in Table 4 that the training for the needs of the labor market take place especially in the foundation university CECs. Management, R&D and Business Training, Retail, Marketing and Sales Training and Human Resources Training are among the programs that are opened intensively in the foundation university CECs.

In the Management, R & D and Business, Entrepreneurship; in the Retail, Marketing and Sales Training, Digital Marketing; in the Human Resources Training Human Resources Management and Specialization Certificate Programs are the most popular trainings. The fact that the concept of entrepreneurship, which has become increasingly important in the business world, is being given training in CECs can be seen as a step towards strengthening the links between the university and the business world. Likewise, while Human Resources education is a step towards the need for qualified personnel, it is thought that digital marketing in the field of marketing is among the most courses opened by the foundation CEC of the university, moving towards the expectations and needs of the related market. On the other hand, in the study which mentioned training are evaluated within vocational development, conducted by Akçay and Yıldırım (2013), it was found that these training programs were mostly requested by the companies or organizations for their employees (Akçay, Yıldırım, 2013: 1761). The trainings given in Table 4 for language and examinations draw attention as intensive courses in both CECs. About language, the English training is given by almost half of both the state CECs and the state. In the sequel, most of the language courses opened by CEC are Arabic, Ottoman, German and Russian. The demand of participants in the opening of mentioned courses is decisive. But, the intensity of such courses for centralized exams can lead to the adoption of CECs as a classroom in social and individual terms and a different identity unlike the content of lifelong learning (Kılıklı, 2008: 97). In the field of lifelong learning, to achieve, universities should take into consideration the market conditions and needs and meet the changes and trends of the times. Today, technology is one of the elements that shape and change both the personal and professional life of the individuals. Technological developments have happened rapidly and spread to every area of life. From this point of view, in Table 4, it is seen that Digital, Technology and Computer Training are among the more educated in state and foundation university CECs than the others. More than half of the CECs open programs for this area. Especially in state university, among these, CECs Autocad, Solidworks, 3Dmax, Photoshop, Web Design, Graphic Design courses are abounding. In table 4, it is drawn attention that the most training programs opened by CEC are Training for Trainers, Public Relations and Communication Training, Psychology and Guidance Training and Health Training. However, these programs are fewer in public university CECs than in foundation CECs. On the other hand, Agricultural Training is not so much in state university CECs, but we see that there is no training program in this area in foundation university CECs. In the title of Other Education, which is also included in the table, the majority of the ratio of foundation university CECs attract the attention. Here, the trainings which each CEC developed (distinctive) and which are not in the other CEC, are classified. This situation reveals that there is a discrepancy and inconsistency in the trainings given among the CECs affiliated to TÜSEM. This inconsistency between training and documentation leads to the lack of qualifications and standards in the trainings given in CECs and the use of different programs, different methods and techniques for certificates and document which are similar purposeful, in the same areas (Arslan, 2014: 58). In this context, Vocational Qualifications Authority (VQA) is important. MYK which determined the vision as to develop labor force and to be recognized internationally, by proving adaptation of employment and training, on behalf of having to quality and mobility that can compete on a global scale, of Turkish labor force, is implemented with the Vocational Qualifications Authority Law numbered 5544 in 2006 (www.myk.gov.tr, 2017). VQA is seeking to be comply with between European Qualifications Framework (EQF) and the National Qualification Framework (NQF). The EQF is a lifelong learning policy tool developed to be understand and be compare qualification.

The EYC opens the way for use sufficiency of employees and learner, by providing to be better understood by employers, individuals and institutions, and serves as abenchmarking tool that links the qualifications systems of the countries to each other (www.myk.gov.tr, 2017). On the other hand, the National Vocational Qualifications System (NVQS) is implemented in VQA. With this system, national vocational standards are established, vocational and technical training is prepared according to these standards and vocational qualifications are certified through theoretical / practical exams done by the institutions authorized by the VQA. Thus, vocational qualifications become accredited and made comparable in the national and international arena (www.myk.gov.tr, 2017).

There are a total of 7 university CECs among the Certification Institutions accredited by VQA. One of which is a foundation university CEC, total 6 CEC is a member of TÜSEM. The National Qualifications awarded to these

university CECs are more active in information and communication technologies, business and management, construction, metal industry and tourism, accommodation, food and beverage services. Some of them are among the professions covered by the document requirement. Those who succeed in the exams are awarded the VQA Professional Qualification Certificate. However, there are 4 state university CECs which are certified by the Turkish Accreditation Agency (TAA) within the scope of accreditation and are members of TÜSEM. As one of the lifelong learning practitioners, it is seen that the number of these institutions is very small when the CECs are assessed by the VQA or the TAA. On the other hand, it is expected that CECs will take an active role in the national qualification system and provide examination and certification services as an authorized certification body (www.myk.gov.tr, 2017) and this area will be an example to other organizations.

Results and Suggestions

In the age when innovation and change are experiencing very rapidly, information is an important resource to meet the needs of the communities and to secure their future. In this context, understanding of lifelong learning take turn to the education policies of the countries and the practices are passed through various institutions. CECs, one of the lifelong learning practitioners and operating within the universities, offer personal development, vocational and technical education opportunities to individuals and institutions in various fields. The CECs, which have been operating for the last 30 years, increase the numbers with different educational contents and regulations in every university and the importance of CECs have increased. With this study, comparative analyzes of the trainings given in the CECs at the foundation and state universities were made. In the findings which are gotten, it is seen that the majority of the universities that are members of TÜCEC are state universities. When the features and contents of the trainings given are examined; It has been determined that the education programs opened at the CECs at foundation universities are higher than the state universities. When the contents of the given trainings are examined, it is determined that the trainings opened in the CECs at the foundation universities are mostly towards the market. In this context, it is seen that the most opened programs in CECs in foundation universities are law, management, R&D, business, retail, marketing and sales, digital, technology and computer, human resources training, public relations and communication, psychology and guidance training and health training. Personal development, culture, arts and sports trainings are also among the training programs offered by CECs at foundation universities. In the CECs in state universities, it was determined that the trainings given most frequently are language, personal development, culture, art and sports, digital, technology, computer and exam trainings. These results show that at the foundation universities the general tendency of CECs is towards more market than CECs in state universities and that concept of lifelong learning fullfil the needs of markets, by focusing on part of vocational training. Also, when the numbers of the education programs opened are taken into account; It is concluded that the CECs in the foundation universities are more active. The factors that influence the opening of mentioned training programs by the CECs have been seen to be the demands of the participants, the needs emerging in the public, the expectations of the business world and the decisions of the continuous education center itself.

Consequently, it is noteworthy that there are differences and inconsistencies in the trainings given among the CECs affiliated to TÜCEC. This situation shows first in the way in which the names given to the institutions are different from each other. However, there are problems such as lack of qualifications and standards in the trainings provided and the use of different programs, different methods and techniques for certificates and documents for similar purposes in the same area. On the other hand, the certificates or participation documents don't accurately and reliably reflect the occupational qualifications of the person. In this regard, among the institutions authorized by the Vocational Qualifications Authority (VQA) and the Turkish Accreditation Agency (TAA), the low number of CECs attracts attention. In order to successfully implement lifelong learning in Turkey, it is important that CECs are become specimen. Therefore, in addition to the quantitative increase in CECs, the need to increase their qualifications, to develop coordination between centers, to provide national and international standards in certificates and documents should be met. It is found necessary that membership for TÜSEM made real by all universities in Turkey and to are gather under a single roof for coordination.

References

Akçay C. R.- Yıldırım, R. (2013). Evaluating The Continuing Education Centers In Terms of Life Long Learning, *5th World Conference on Educational Sciences - WCES 2013, Procedia* –

- Aksoy, M. (2013). Kavram Olarak Hayat Boyu Öğrenme ve Hayat Boyu Öğrenmenin Avrupa Birliği Serüveni. *Bilig*, 64 (Kış), 23-48.
- Arslan, K. (2014). Mesleki Yeterlilik Sistemi Çerçevesinde Türkiye’de Kurulan Personel Belgelendirme Merkezlerinin Sürdürülebilirliğinin Sağlanmasında Tanıtım Çabalarının Rolü ve Önemi, *İş, Güç Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 16 (2), 40-63.
- Aspin, D.- Chapman, J. (2001). “Lifelong Learning: Concepts, Theories and Values”, Paper presented at SCUTREA, 31st Annual Conference, University of East London
- Bağcı, E. (2011). Avrupa Birliği’ne Üyellik Sürecinde Türkiye’de Yaşam Boyu Eğitim Politikaları, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30,(2).
- Bıçerli, M.K. (2016). Sosyal Dışlanmayla Mücadelede Hayat Boyu Öğrenme, İstanbul: Beta Basım. 1.Baskı.
- Borg, C.- Mayo, P. (2002). “The Eu Memorandum On Lifelong Learning. Diluted Old Wine In New Bottles ?” By Paper Presented at the 2002 BAICE Conference Lifelong Learning and the Building of Human and Social Capital, 1-41, University of Nottingham.
- Büyüktanır, D.- Duke, C.- Karasar, N.- Tileylioğlu, A. – Toth, J. (2006). *Türkiye’nin Başarısı İçin İtici Güç Hayat Boyu Öğrenme Politika Belgesi Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi*, Ankara.
- Coşkun, Y. D.- Demirel, M. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 42, 108-120.
- Çelik, G. (2007). Yerel Kalkınma İçin Üniversite Sürekli Eğitim Birimleri: Odtü CEC Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kentsel Politika Planlaması ve Yerel Yönetimler Anabilim Dalı, Ankara.
- Çetin, M. O. (2010).” Sürekli Eğitim Merkezlerinin İllerimizdeki Hizmet Sektörü ve Yerel Ekonomilerin Gelişimine Etkileri”, Ulusal Sürekli Eğitim Merkezleri Toplantısı, 30 Nisan – 1 Mayıs 2010, İzmir.
- Doğan S. - Varank, İ. (2014). Türkiye Yetişkin Öğrenme Profilinin Politika Analizi Kapsamında Değerlendirilmesi, T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü.
- Gülşen, C. (2012). “Avrupa Birliği Sürecinde Yaşam Boyu Eğitim: Standardizasyon ve İşbirliği”, 1. Ulusal Sürekli Eğitim Kongresi, 77-88, 19-21 Nisan 2012, Kuşadası.
- Karadağ, A. (2010). “Sürekli Eğitim Merkezlerinin Toplum Eğitimi ve Bilinçlenmesine Katkıları: EGECEC Örneği”, Ulusal Sürekli Eğitim Merkezleri Toplantısı Bildiri Kitabı, Ulusal Sürekli Eğitim Merkezleri Toplantısı, 30 Nisan – 1 Mayıs 2010, İzmir.
- Kaya E. H. (2014). Lifelong Learning and Turkey, Ankara University, *Journal of Faculty of Educational Sciences*, 47(1), 81-102.
- Kılıklı, M. (2008). Türkiye Üniversitelerindeki Sürekli Eğitim Merkezlerinin Yapısı Ve İşleyişi, Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Eğitim Yönetimi Teftişi Planlaması Ve Ekonomisi Bilim Dalı, Muğla.

Mark, R. (2006). "Looking to the Future: Universities and Lifelong Learning in the New Europe",

(Ed. R. Mark, V. Mitchell, F. Moe, D. Rutkauskiene, H. Urponen) European University Lifelong Learning: The Managers' Handbook , , European University Lifelong Learning Network.

Şen A. T. (2012). "İş Dünyası Bakış açısıyla Yaşam Boyu Öğrenmeden Beklentiler", 1. Ulusal Sürekli Eğitim Kongresi, 20-23, 19-21 Nisan 2012, Kuşadası.

Turan, S. (2005). Öğrenen Toplumlara Doğru Avrupa Birliği Eğitim Politikalarında Yaşam Boyu Öğrenme, *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 5 (1), 87-98.

http://www.pegem.net/Akademi/kongre_detay.aspx?id=116956, Erişim Tarihi: 28.06.2017.

<http://www.myk.gov.tr/index.php/tr/haberler/36-departman3/2513-myk-tuerkiye-universiteler-suerekli-eitim-merkezleri-konseyninde-bilgilendirme-yapt>, Erişim Tarihi: 20.07.2017

<http://www.myk.gov.tr/index.php/tr/kurumsal/tarihce>, Erişim Tarihi: 26.06.2017.

<http://m.milliyet.com.tr/yazarlar/prof-dr-erol-ulusoy/arabuluculuk-davalarin-yerini-2473929/>
Erişim Tarihi: 12.07.2017

TÜRK BANKACILIĞINDA KRİZLER VE ÇIKARILAN DERSLER

Süleyman KALE

Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, UBYO Bankacılık ve Finans Bölümü, Lüleburgaz, Kırklareli
suleymankale@klu.edu.tr

Mehmet Hasan EKEN

Prof. Dr., Kırklareli Üniversitesi, UBYO Bankacılık ve Finans Bölümü, Lüleburgaz, Kırklareli
mehmethasan.eken@klu.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışmada 1980'den sonra yaşanan bankacılık krizleri, nedenleri ve sonuçları ile analiz edilmektedir. Bir taraftan krizlerin ekonomi üzerindeki maliyeti değerlendirilirken, diğer taraftan risk yönetimi bağlamında bankaların krizden çıkardıkları dersler ele alınmaktadır.

Yöntem: Literatür ışığında, kavramsal olarak krizlerin genel çerçevesi ortaya konduktan sonra, Dünya ve Türkiye deneyimlerine dayalı olarak bankacılık krizlerinin sebep ve sonuçları irdelenmektedir.

Bulgular: 1980'lerle birlikte özellikle ABD ve İngiltere ile paralel olarak Türk finans piyasaları da daha liberal bir yapıya kavuşmuştur. 1990'larla birlikte uluslararası sermaye hareketleri serbestleşmiş, Türk Lirası konvertibl hale getirilmiştir. Bu değişimler bütün dünyayı tek bir global piyasa haline getirmiş, yapılandırılmış finansal araçların da yardımıyla sermaye hareketleri tahmin edilemeyecek boyutta artmıştır. Kimi zaman globalleşmenin sonucu olarak, kimi zaman kendi ekonomik ve finansal sistemimizde yaşanan sorunlar nedeniyle, Türk bankacılığı her on yılda bir büyük bir krizle karşı karşıya gelmiştir.

Anahtar kelimeler: Türk bankacılık sektörü, kriz, risk

TURKISH BANKING CRISIS AND INFERENCES

Abstract

Objectives: This study handles the crisis in Turkish banking since 1980, with their reasons and consequences. In addition to the cost of crisis to the economy, the inferences of banks from crisis are handled in the context of risk management.

Methods: In the light of literature analysis, after overviewing the theoretical framework of crisis, based on World and Turkish experience the reasons and results of banking crisis are discussed.

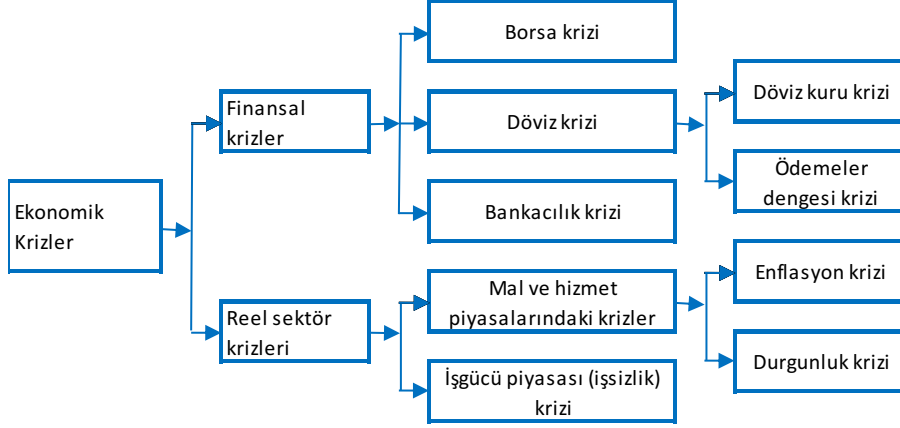
Results: In parallel to USA and UK, Turkish financial markets were also deregulated and gained a more liberal structure after 1980s. Starting from 1990s, international capital movement get liberalized and Turkish Lira become convertible. Whole World become a single global market, capital movement reached to an unexpected high level. As a result of sometimes globalization and sometimes its own vulnerabilities, Turkish banking sector experienced huge financial crisis almost repetitively at each ten years.

Keyword: Turkish banking sector, crisis, risk

Giriş

Ekonomik kriz, ekonomideki herhangi bir göstergenin kabul edilebilir sınırların ötesinde, şiddetli bir biçimde düşmesi veya yükselmesi demektir. Elbette bu değişim beraberinde ekonomide olumsuz sonuçlar meydana getirmektedir. Kabul edilebilir sınırların ötesindeki şiddetli değişim mal veya hizmet üretiminde, üretim faktörlerinin istihdamında, enflasyonda, döviz kurlarında, faiz oranlarında, enflasyonda, sahip olunan varlıkların fiyat veya değerlerinde olabilir. Bu göstergeler reel sektörle daha yakından ilgiliyse kriz, reel sektör krizi; finans sektörü ile daha yakından ilgiliyse finansal kriz olarak tanımlanmaktadır. Kriz zamanlarında tek bir gösterge değil bazen birkaç, bazen de bütün göstergeler olumsuz etkilenebilmektedir. Dolayısıyla ortaya çıkan ekonomik krizde, farklı boyutlarda da olsa bütün parametreler bozulmaktadır. Yine de krizleri Şekil 1'deki gibi sınıflandırmak mümkündür (Kibritçioğlu, 2001).

Şekil 1: Krizlerin Sınıflandırılması



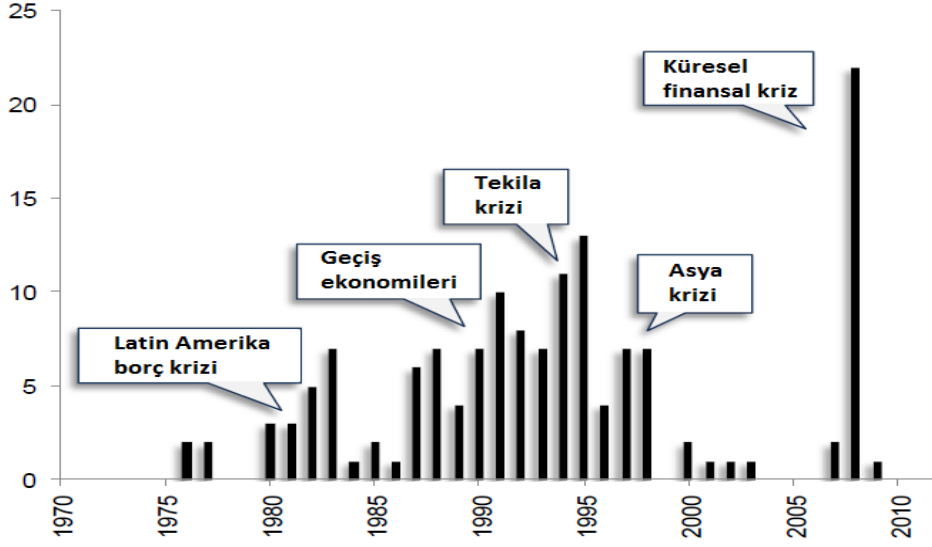
Reel sektördeki krizler, üretimin azalması, işsizlik veya enflasyon, bazen hem enflasyon hem durgunluk olarak kendini gösterir. Finansal krizler ise faiz oranı, döviz kuru, borsa endeksi gibi finansal göstergelerdeki aşırı dalgalanma olarak tanımlanabilir. Finansal krizler sırasında piyasalarda önemli derecede dalgalanma vardır ve varlıkların nakde çevrilmesinde sıkıntı mevcuttur. Eğer ciddi boyutta geri dönmeyen kredilere dönüşüyorsa, bankaların varlıklarında ciddi azalmaya neden oluyorsa ve/veya bankaların likidite gibi yükümlülüklerini karşılayamama sonucunu doğuruyorsa, bu dalgalanmalar bankacılık krizi olarak adlandırılır. Bankacılık krizi, bankaların öz kaynaklarının tamamının veya bir kısmının kaybına neden olan finansal dalgalanma olarak da açıklanabilir. Döviz krizi ise döviz kuru sisteminin değişmesine neden olan ve/veya döviz kurlarının zorunlu olarak büyük oranda değişmesine neden olan finansal sıkıntıdır. Bankacılık ve döviz krizinin bir arada olması ikiz kriz olarak değerlendirilir.

Krizler yüzyıllardır toplum hayatında görülmekte (Şekil 2) (Laeven & Valencia, 2012), çoğunlukla herhangi bir uyarı vermeksizin ortaya çıkmakta ve derin yaralar bırakmaktadır. Krizler sadece gelişmekte olan ülkelerde değil gelişmiş ülkelerde de görülür. Ancak son yıllarda, bankacılık veya ikiz krizlerle daha sık karşılaşılmaktadır. Ayrıca bankacılık krizleri veya ikiz krizler daha uzun sürmekte ve daha büyük kayıpla sonuçlanmaktadır. Durgunlukla birleşen bankacılık krizlerinin ortaya çıkardığı tahribat daha ağır olmaktadır (Allen & Gale, 2007; Bordo, Eichengreen, Klingebiel, Martinez-Peria, & Rose, 2001).

1980 sonrası Türkiye'yi de etkileyen veya benzer uluslararası dinamiklerle meydana gelen Dünyadaki belli başlı bankacılık krizleri aşağıdaki gibi listelenebilir:

- 1994 Meksika (Tekila)
- 1997 Asya
- 1998 Rusya
- 1998 Türkiye
- 1999 Brezilya
- 2001 Arjantin
- 2000-2001 Türkiye
- 2008 Küresel finans kriz

Şekil 2: Dünyada Bankacılık Krizleri Sayısı



Kaynak: (Laeven & Valencia, 2012)

Krizler, genel olarak, ev fiyatlarında altı yıla yayılan %35 reel fiyat düşüşü, üç buçuk yıla yayılan %55 hisse senedi fiyatı azalması, iki yıla yayılan %9 GSYH kaybı, dört yıla yayılan %7 işsizlik yükselmesi ve %86 civarında kamu borç artışı ile sonuçlanmaktadır (Reinhart & Rogoff, 2009).

Bu çalışmada Türk bankacılık sektörünün 1980 yılından sonra yaşadığı krizlerin, dünyadaki diğer finansal krizler eşliğinde ele alınması, irdelenmesi, sebep ve sonuçlarının ortaya konması amaçlanmıştır. Öncelikle genel olarak finansal krizlerin nedenleri ve kriz modelleri ortaya konduktan sonra, Türk bankacılığının geçirdiği önemli dalgalanmalardan bankerler, 1994, 1998-1999, 2000-2001 krizleri araştırılacaktır.

1. Finansal Krizlerin Nedenleri

Finansal krizleri tek bir faktöre bağlamak doğru olmaz. Kimi zaman krizi tetikleyen bir olay olsa da esasında yangının çıkmasına hazır bir altyapının da bulunduğunu kabul etmek gerekir. Krizin oluşmasına uygun altyapı hazırlayan faktörlerden bir kısmı aşağıdaki gibi listelenebilir (Dalyancı, 2010; Jones, 2009; Özatay, 2009):

- İster finansal kurum, ister şirket, ister hane halkı olsun, varlık-borç-öz kaynak yapısının sorunlu olması.
- Bankaların herhangi bir sorunda varlıklarını kolayca paraya çevirmemesi (likidite sorunu).
- Ekonomik sistemdeki konjonktürel dalgalanmalar
- Yapısal ekonomik sorunlar
- Kamunun ve özel sektörün finansman açığı, aşırı borçlanması, varlıklarına oranla borçlarının fazla olması ve verimsiz yatırımları
- Sağlıksız finansal serbestleşme ve sermaye akımları
- Para ve maliye politikalarındaki başarısızlıklar
- Ahlaki riziko, ters seçim ve buna neden olan ekonomik kararlar
- Yıkıcı spekülasyonlar ve manipülasyonlar
- Finansal balonlar. Yapılan çalışmalar bankacılık krizlerinin, çoğunlukla, kredilerdeki aşırı genişlemenin ve varlık fiyatlarındaki balonun arkasından geldiğini göstermektedir.
- Reel ve finansal sektörün bilançolarının sağlıklı olmaması
- Kritik makroekonomik değişkenlerin kabul edilebilir sınırların dışına çıkması

Krizi çözmek için uygulanmakta olan politikalar, ülkeden ülkeye farklı boyutlarda olmakla birlikte, 1) likidite desteği, 2) sermayelerinin güçlendirilmesi, 3) kamulaştırma, 4) mevduat gibi yükümlülüklerin garanti altına alınması, 5) mevduatın dondurulması, 6) genişletici para politikası ve 7) genişletici maliye politikası olarak listelenebilir (Laeven & Valencia, 2012).

2. Finansal Kriz Modelleri

Finansal krizlerin temel nedenlerini, karakteristik özelliklerini ve oluş biçimlerini açıklamak üzere bazı modeller geliştirilmiştir. Bu modeller birinci, ikinci ve üçüncü nesil kriz modelleri olarak sınıflandırılmaktadır. Birinci nesil kriz modellerine göre, uygulanan kur rejimi ile para politikası arasında uyumsuzluk vardır. Bir taraftan sabit kur sistemi uygulanırken veya ülkenin parası başka bir ülkenin para birimine endekslenirken, diğer taraftan gevşek para politikası uygulanmaktadır. Yeteri kadar sıkı olmayan para politikası, yurtiçine giren yabancı sermaye tüketimi artırmakla enflasyonun da yükselmesine neden olmaktadır. Enflasyonun yükseldiği ve kurların sabit tutulduğu bir ortamda yerli para değerlenmekte, yerli paraya duyulan güven kaybolmakta, yabancı paraya talep artmaktadır. Merkez bankası rezerv kullanarak kurları sabit tutmaya çalışmakta, ancak rezervlerin erimesiyle bir noktadan sonra bunu başaramamakta, kurdaki hızlı değer kaybı krizle sonuçlanmaktadır. Birinci nesil kriz modellerinde, ekonomik göstergeler bozuk olduğundan, bunun sürdürülemez olduğu ve krizle sonuçlanacağı öngörülebilir olması gerekir. Türkiye'nin 2000-2001 krizleri, 1970 Latin Amerika krizi, 1998 Rusya krizi birinci nesil krizlere örnek olarak gösterilebilir.

Yukarıdaki çerçeve bazı krizleri açıklayamamaktadır. Bütçe açığı olmayan gelişmiş ülkelerde de finansal krizler görülmektedir. İkinci nesil krizler kendi kendini doğrulayan beklentilere dayanmaktadır. Kurların gerçek seviyesinde olmadığını, merkez bankalarının bu seviyeleri koruyamayacağına inanan spekülasyonlar, ulusal para cinsinden ellerinde tuttukları varlıkları yabancı paraya çevirerek atağa geçmektedir. Döviz talebi ülkeleri faiz artırma veya paralarını devalüe etme ikilemi ile karşı karşıya bırakmaktadır. Faiz artırmak, yatırımların durmasına ve işsizliğe neden olacağından, bir noktadan sonra devalüasyon kaçınılmaz olmaktadır. Dolayısıyla kriz, iktisadi bir tutarsızlıktan değil, spekülasyon saldırılarından kaynaklanmaktadır. 1992 Avrupa para krizi, 1992 İngiltere krizi, 1994 Meksika krizi ikinci nesil krizlere örnek olarak gösterilebilir.

1997 Asya krizi, krizlerde öncekilerden farklı dinamiklerin olabileceğini gösterdi. Bu ülkelerde birinci nesil krizlerde olduğu gibi bütçe açığı ve devletin borçlanma gereği gibi sorunlar yoktu. İkinci nesil krizlerde olduğu gibi işsizlik ve sabit kuru koruma ikilemi ile de karşı karşıya değildi. Ancak bu kez şirket ve banka bilançolarından kaynaklanan sorunlar vardı. Şirket ve bankaların döviz pozisyon açığı, aktif ve pasif arasındaki vade uyumsuzluğu, çoğunlukla inşaat-konut sektörüne verilmiş ve fiyatlarda balon oluşturmuş sorunlu krediler, yetersiz sermaye ve yüksek kaldıraç oranları (borçların öz kaynaklarla kıyaslandığında yüksek olması) söz konusuydu. Konut fiyatlarının düşmeye başlaması, kredi teminatlarının azalması, sorunlu kredilerin artması, faiz oranlarının yükselmesi, kaldıraç etkisiyle büyük zararlar oluşması, durgunluk, yurtdışına sermaye kaçıışı, kurların yükselmesi ve birbirini tetikleyen bir dizi olumsuzluğun baş göstermesiyle sonuçlandı. Bu tür krizler üçüncü nesil krizler olarak adlandırılmaktadır (Özaty, 2009; Yüksel, 2015)

3. Türk Bankacılık Sistemindeki Krizler

Türkiye ekonomisinin kuruluşundan 1980 yılına kadarki dönemi, karma ekonomik sistem olarak tanımlanabilir. Dönem dönem liberal, özel sektörü desteklemeye çalışan, devletçi, ithalatı kısıtlayıcı, ithal ikameci, planlamacı vs. tonlarından bazılarını daha yoğun uygulanmış olsa da ana politika değişmemiştir. 24 Ocak 1980 tarihinden sonrası ise serbest piyasa ekonomisinin uygulanmaya çalışıldığı dönemdir.

1980 öncesinde ekonomide sıkı kambiyo rejimi uygulanmakta, faiz oranları kontrol altında tutulmakta, gelişmemiş sermaye piyasaları kamu kâğıtları ekseninde dönmektedir. Bu dönemin temel sorunları olarak dış ticaret açığı, giderek artan dış borçlar, iç ve dış borçlanmada yaşanan sıkıntılar ve enflasyon öne çıkmaktadır. 24 Ocak 1980 kararları ile birlikte Türkiye, ekonomide makas değişikliğine gidecek, serbest piyasa ekonomisiyle dışa açılmayı ana hedef olarak belirlemiştir. Yeni dönem, yeni finansal kurumları, piyasaları, araçları beraberinde getirecektir. 24 Ocak kararlarıyla (Altınok, Eken, & Çankaya, 2011);

- Finansal piyasalarda serbest piyasa esasları geçerli hale getirilmeye başlanmıştır.
- %48,9 oranında devalüasyon yapılarak serbest kur sistemine doğru gidilmiştir.
- Kambiyo kontrol sistemi kademeli olarak kaldırılmış, kurlar serbest bırakılmıştır.
- Yabancı sermaye hareketlerine serbesti getirilmiştir.
- Sermaye Piyasası Kurulu ve diğer sermaye piyasası kurum ve kuruluşları oluşturulmuştur.
- Merkez Bankası bünyesinde "bankalar arası" piyasa oluşturulmuştur.
- Kamunun sahip olduğu şirketler için özelleştirme kararları alınmış, bu amaçla Kamu Ortaklığı İdaresi kurulmuştur.
- Dış ticaret serbestleştirilmiş, yabancı sermaye teşvik edilmiş, kar transferlerine kolaylık sağlanmıştır.
- Yurtdışı müteahhitlik hizmetleri desteklenmiştir.

- İthalat kademeli olarak serbest bırakılmış, ihracata teşvikler verilmiştir

Açıklanan kararlar ABD’de “Reaganomics”, İngiltere’de “Teatcherizm” denen liberalleşme politikalarının Türkiye’ye yansması; yeni dünya düzenine uyum süreci olarak da düşünülebilir. Aynı zamanda bu program, 1979 sonunda borç ödeyemez hale gelen Türkiye’nin, IMF, Dünya Bankası gibi kurumlar gözetiminde borç ödeme kapasitesini sürdürülebilir hale getirme programı olarak da değerlendirilebilir (Kazgan, 2012).

Cumhuriyet tarihi boyunca bankacılık sektörü, finans sektörünün ana gövdesini oluşturmuş, reel sektörün finansmanında önemli bir rol üstlenmiştir. Bu gün hala finans sektöründeki kurumların, aktif büyüklüğü bakımından %90’dan fazlasını bankacılık sektörü oluşturmaktadır. Serbest piyasa ekonomisi ve dışa açılmayla birlikte uygulanan politikalar pek çok badireyi de beraberinde getirmiştir. Ekonominin geçirdiği dönüşüm ve dalgalanmalar bankacılık sektörünü de yakından etkilemiş, kimi zaman yaşanan sıkıntılar kriz boyutuna ulaşmıştır.

Özellikle 1990’lı yıllarda sermayenin serbest dolaşımı ile birlikte, uluslararası portföy yatırımları krizin altyapısını hazırlamış, bir ülkeye girerken refah etkisi yaratsa da çıkarken yıkım getirmiştir. Bütün dünya tek bir piyasa haline geldiğinden, dünyanın bir tarafındaki ekonomik sıkıntılar, başka bir ülkenin ekonomisine de sirayet etmiştir. Bu nedenle burada, sadece Türkiye’de yaşanan krizlere değil, bir şekilde Türkiye’yi etkileyen veya Türkiye’nin etkilediği, ya da Türkiye ile çok benzer dinamiklerle oluşan krizlere de değinilecektir.

3.1. Bankerler Krizi

1980’de başlayan liberalleşme sürecinin ilk uygulaması olarak 1 Temmuz 1980’de kredi ve mevduat faizleri serbest bırakılmış, bankalara mevduat sertifikası çıkarma izni verilmiştir. Bu nedenle o dönemdeki bankacılık “Temmuz bankacılığı” olarak nitelendirilmiştir. Faizlerin serbest bırakılmasıyla oranlar yükselmiş, bankerler ve bankalar arasında faiz yarışı yaşanmış, mevduat ve kredi faizleri hızla yükselmiş, yıllık enflasyon %30-40 civarındayken, aylık %10-12 ile para toplanmıştır (Kocaimamoğlu, 2015). İnsanlar paralarını banka yerine “banker” denen, başlangıçta herhangi bir düzenlemeye tabi olmayan kişilere yatırmaya başlamıştır. Bankaların mevduat faizlerinin enflasyonun altında ve çok düşük kalması da insanları bankerlere yönlendirmiştir. Banker olmak için herhangi bir koşulun bulunmadığı sistemde, sayılarının 1000’e ulaştığı tahmin edilmektedir. Bazı bankalar, kaynak toplamak amacıyla mevduat sertifikası satmak için bankerleri aracı olarak kullanıp kaldırabileceklerinden daha fazla mevduat yükü altına girmiştir. Bankerler bankalardan iskontolu olarak aldıkları mevduat sertifikalarını kendi sertifikaları ile birlikte halka pazarlamaktaydı. Denetimsiz bir biçimde para toplanmakta, mevduat olarak toplanan paraların faizi ancak daha yüksek oranlarla borçlanılan yeni mevduatla ödenebilmekte ve toplanan paralar savurgan bir biçimde özel işlerde kullanılmaktaydı. Toplanan paraların daha yüksek getirilerle değerlendirilmesi mümkün değildi. Saadet zincirine benzeyen bu sistemin yürümeyeceği belliydi, sadece zamanı bilinmiyordu. Kamu idaresinin “vatandaşların kumar oynadıklarına” dair mesajlarıyla insanlar paralarını bankerlerden çekmeye başladı, banker iflasları beraberinde geldi, en büyük oyunculardan Banker Kastelli’nin 18 Haziran 1982’de batmasıyla kriz doruğa çıktı. Çok sayıda bankanın mali bünyesi de krizden zarar gördü.

Yaşanan kriz sonucunda bazı bankaların faaliyetleri durduruldu, beş küçük özel banka kapatıldı, kapatılan bankaların varlıklarının ve yükümlülüklerinin önemli bir kısmı kamu bankalarına devredildi (Turgut, 2006). Bankerlerde batan paranın belirli bir tutarının ödenmesini devlet üstlendi. 1983’den sonra 5 ve 1985’den sonra 2 olmak üzere toplam 7 banka kapandı, 5 banka yeniden yapılandırıldı, krizin maliyeti GSMH’nin %2,5’üne ulaştı (Coşkun, 2012). Sonraki süreçte 30.07.1981’de 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu yürürlüğe girdi. Krizin deneyimleri ışığında, bundan sonra benzer likidite sorunlarının oluşmaması ve mevduat yatırımcının korunması amacıyla, 1983 yılında Merkez Bankası nezdinde tasarruf mevduatı sigortası (TMSF) uygulamasına başlandı.

3.2. 1994 Türkiye Krizi

1980’den sonra serbest piyasa ekonomisine geçişle birlikte bütçe açıkları, iç borçlanma ve Merkez Bankasından avans alınması yoluyla finanse edilmiştir. Ancak 1990’dan sonra Dünya, küresel tek bir piyasaya dönüştü. Neoliberal yeni anlayış, ticarete serbestleşmenin yanı sıra, sermaye hareketlerinde de serbestleşmeyi öngörüyordu. Sermayenin serbestçe dolaşabilmesi için de o ülkenin parasının konvertibl olarak kabul edilmesi gerekiyordu. Gelişmekte olan 24 ülkeyle birlikte 1989’da Türk Lirası da konvertibl olarak kabul edildi. Dışardan sermaye girişlerinin kolay olması için, ülkelerin bir kredi notuna da ihtiyacı vardı (Kazgan, 2012). Türkiye, 1987 yılından itibaren uluslararası piyasalarda tahvil ihraç ederek borçlanırken, 1991 yılında ilk rating notunu aldı; Japonya ve ABD yabancı tahvil piyasalarından borçlanarak (Samurai bond,

Yankee bond) çeşitlilik sağladı. Sermaye hareketlerinin serbestleşmesi, bankaların da yurtdışından kaynak kullanımını kolaylaştırdı.

1990'lardan sonra uygulanan para politikası genel olarak Merkez Bankası bilanço büyüklüklerinin kontrol altında tutulması suretiyle enflasyonun düşürülmesini öngörüyordu. Faiz oranları, enflasyonun üzerinde ve yüksek tutularak, döviz kurlarının düşük tutulması ve yabancı para girişinin teşvik edilmesi amaçlanmaktaydı. Kurların düşük tutulması ithalatın artmasına, ihracatın azalmasına, dolayısıyla dış ticaret açığının da artmasına neden oldu. 1991 Körfez Krizinin de yaşandığı süreçte, makroekonomik göstergelerde istikrar sağlanamadı (Tablo 1).

Tablo 1: 1992-2001 Döneminde Bazı Ekonomik Göstergeler

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
GSYH Büyüme (%)	6.0	8.0	-5.5	7.2	7.0	7.5	3.1	-4.7	7.4	-7.5
Tüketici enf (%)	70.1	66.0	106.3	89.0	80.2	85.7	84.6	64.9	54.9	54.4
Hazine faizi (%)	86.5	86.7	158.0	123.2	134.2	124.5	115.5	105.6	36.2	99.6
Reel kur endeksi	109.9	122.9	92.3	100.0	102.7	109.4	118.5	123.1	136.5	112.5
Bütçe dengesi /GSYH (%)	-4.3	-6.8	-3.9	-4.1	-8.3	-7.8	-7.3.0	-11.7	-10.3	-17.7
Cari işlemler dengesi/GSYH	-0.6	-3.6	2.0	-1.4	-1.3	-1.4	1.0	-0.7	-4.9	2.4
Net sermaye akımları/GSYH	2.3	5.0	-3.0	2.9	3.0	3.8	-0.4	2.5	4.7	-9.7
KKBG /GSYH (%)	10.6	10.3	6.2	5.0	8.8	7.8	9.6	15.8	12.6	15.7
Kamu borcu /GSYH (%)	40.0	41.0	53.8	44.2	45.0	42.0	41.4	52.6	54.4	104.3

Kaynak: (Özatay, 2009) KKBG: Kamu kesimi borçlanma gereği

Tablo 1'e bakıldığında 1994'e girerken bütçenin açık verdiği ve açığın giderek arttığı, buna paralel olarak kamu kesimi borçlanma gereğinin (KKBG) yükseldiği, enflasyonun ve Hazine borçlanma faizlerinin de yüksek seyrettiği görülebilir. Bankalar, yurtdışından borçlanıp getirdikleri döviz TL'ye çevirip yüksek faizli kamu kâğıtlarında değerlendirmeydi. Diğer taraftan yüksek faizlerden yararlanmak isteyen yurtdışı yatırımcılar da getirdikleri döviz TL'ye çevirip yüksek faizlerden yararlanma yoluna gitmekteydi. Türkiye'ye yurtdışından gelen sermaye hareketlerinin büyük bölümü portföy yatırımları ve kısa vadeli sermaye hareketlerinden oluşmaktaydı. Yerli bankaların tüketimi finanse edecek biçimde bireysel kredi vermeleri döviz pozisyonu açıklarına neden olan bir başka faktör oldu. Esasında sıcak para dediğimiz "yüksek faiz düşük kur" şeklindeki bu olgu, sermaye hareketlerinin serbest olmasından da yararlanarak, kar gördükleri ekonomilere hisse senedi ve sabit getirili menkul kıymet yatırımı ile kısa vadeli olarak girmekte, bu durum beraberinde yerli paranın değerlenmesini de getirmektedir

1993 sonlarına gelindiğinde yüksek faizle borçlanmak istemeyen Hazine, ihalelerden borçlandığı tutarları azaltmaya başladı. Önceki dönemlerde ihalelere gelen tekliflerin %80'i karşılanırken, artık %20'si karşılanıyordu. Tahvil ve döviz varlıkları yeterli olmayan Merkez Bankası piyasada kalan likiditeyi çekmekte zorlanıyordu. Hazine nakit ihtiyacını Merkez Bankası avansı kullanılarak karşılamayı tercih etmeye başladı. Kasım-Aralık aylarında ihalelere gelen faiz teklifleri yüksek bulununca yedi ihale iptal edildi. İhalelere teklif gelmediğinden 20 ihalenin 6'sı iptal oldu. Ocak 1994'te Moody's Türkiye'nin kredi notunu düşürdü. Ayrıca Hazine kâğıtlarına stopaj getirildi. Faiz oranlarının yüksek olması gerekçe gösterilerek Merkez Bankasının açık piyasa işlemleri yoluyla likiditeyi çekmesi de engellendi. Alternatif piyasalar da fazla likiditeyi emecek kadar derin olmadığından, devalüasyon beklentisiyle ve açık pozisyonlarını kapatmak amacıyla bankalar

döviz yönelmeye başladı. Merkez Bankası döviz rezervleri de gelen talebi karşılayacak boyutta değildi. Kriz sürecinde TL %200 değer kaybetti, gecelik faizler %800 civarına yükseldi.

Nisan ayına gelindiğinde dönemin hükümeti havlu atmak zorunda kaldı. Krizin atlatılması için 5 Nisan Kararları olarak adlandırılan bir dizi karar alındı. Yeni programın temel amacı bütçe açığını azaltmak ve sıkı para politikası uygulamaktı. Kamu ürünlerine zam yapıldı; mevduata %10 güvence getirildi; Merkez Bankası bankalara döviz satarak açıklarının kapanmasını sağladı; 3 aylık bonolar %400 faiz oranıyla satılarak borçlanma mekanizmasına yeniden işlerlik kazandırmak amaçlandı. Döviz cinsinden borçlanan bireysel yatırımcıların mağdur olmaması için Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun çıkarıldı (Altınok et al., 2011); Hazinesinin Merkez Bankasından alabileceği avans sınırı biraz daha daraltıldı. Sonuç olarak ekonomi küçüldü, faiz ve enflasyon oranları yükseldi, reel ücretler düştü. Devlet iç borçlanma senetleri üzerindeki stopaj kaldırıldı. 8 Temmuz 1994'te IMF ile yeni bir stand-by anlaşması imzalandı.

Özetle, makroekonomik zayıflıklardan dolayı yabancı sermayeye ihtiyaç duyulması, para politikasının portföy yatırımlarını ve açık pozisyonu teşvik etmesi, TL'nin yabancı paralar karşısında değerli hale gelmesi, 1994 başında kredi notunun yatırım yapılamaz seviyeye indirilmesi, ihalelerin iptal edilerek faiz baskısı oluşturulması ve biriken risk algısıyla fazla likiditenin döviz yönelmesi, Merkez Bankasının döviz talebini karşılayacak rezerve sahip olmaması devalüasyonla ve krizle sonuçlandı. Krizle birlikte yeterli risk yönetimi anlayışına ve deneyimine sahip olmayan bankacılık sektörü de büyük kayıplar yaşadı. Marmarabank, TYT Bank ve İmpexbank iflas etti.

Aynı dönemde, yerli paradan döviz hücüm sonucu benzer bir döviz krizi de Meksika'da yaşandı, dolara karşı sabitlenen kur %50 devalüe edildi ve Tekila krizi olarak adlandırılan kriz, diğer Latin Amerika ülkelerine yayıldı.

3.3. 1997 Asya

Asya Kaplanları olarak da adlandırılan Güney Doğu Asya ülkeleri (Tayland, Endonezya, Malezya, Filipinler, Güney Kore), 1990 yılından itibaren IMF ve Dünya Bankası'nın da teşvikiyle finansal sistemlerini dışa açtı. Yerli kurumlar dışardan kaynak sağlama, yabancı yatırımcılar da içeriye yatırım yapma olanağına kavuştu. Sermaye akışları büyümeyi olumlu etkiledi, milli gelire kıyasla artan oranda yatırımlar gerçekleştirildi. Bu ülkeler 1990 yılından sonra ortalama %7 ile %11 arasında değişen genişlemeler sağladı. 1997'ye gelindiğinde işsizlik sorun olmaktan çıkıp %1.5-%4.5, enflasyon ise %0.9-%6.2 aralığına oturdu. Bütçeleri fazla vermekteydi. Enerjide dışa bağımlı olmaktan dolayı bazı ülkeler cari açık vermekteyse de yurtdışından akan sermayenin büyüklüğü karşısında, cari açık da bir sorun teşkil etmiyordu. Bu ülkelerin ekonomilerine tam bir güven söz konusuydu. İç piyasalardaki faiz oranlarının yüksek ve dış piyasalardaki koşulların uygun olmasından dolayı yerli şirketler de yurtdışından borçlanmayı tercih ediyordu. Öte yandan hızla büyümüş olan ve belirli bir sermaye birikimine kavuşan Japon şirketler de doygunluğa ulaşan ve genişletici para politikalarının uygulandığı ortamda, geleneksel piyasalara alternatif pazar arayışındaydı.

Uluslararası sermaye hisse senetlerine ve gayrimenkule yatırılınca fiyatlarda balon oluştu; iyi analiz edilmemiş krediler verildi ve zamanla karlılık giderek azaldı. Kurlar reel olarak değer kazandı. Çin 1994'te %50 devalüasyon yapınca bu ekonomilerin rekabet gücü giderek azaldı. 1997'ye gelindiğinde özel sektörde sıkıntılar baş göstermeye ve bankaların takipteki kredileri artmaya başladı. Döviz yönelik spekülasyon ataklar başladı. Tayland, Temmuz 1997'de parasını dalgalanmaya bırakmak zorunda kaldı ve yerli para %67 değer kaybetti. Bunu diğer ülkeler takip etti. Bütün ülkelerde borsalar düştü, faiz oranları yükseldi, iflaslar oldu. Ülkeler birkaç yıl büyümeye geçemedi (Acar, 2012; Bastı, 2004; İnan, 2002a; Özatay, 2009). Bir bölgesel kriz olan Asya Krizi daha sonra gelişmekte olan ülkeleri de etkiledi. Rusya, Türkiye ve Brezilya'da da sıkıntılar yaşandı.

Özetle, Asya krizinin sebepleri olarak 1) 1990'dan sonra serbestleşen ve giderek artan sermaye hareketleri, 2) kurların sabit tutulması ve reel olarak değerlendirilmesi, bunun giderek bir baskı unsuru oluşturması ve rekabet gücünü düşürmesi, 3) ihracat artışının yavaşlaması ve cari açığın artması, 4) banka kredilerinin artması, kredi kalitesinin düşmesi, 5) reel ve finansal kesimin döviz açıkları, 6) liberalleşmenin yol açtığı kar hırsı ve ahlaki riziko, 7) finansal kırılmanın giderek artması, 8) Çin ve Japon ekonomisindeki gelişmelerin etkisi sayılabilir. Ancak 9) IMF de krize neden olduğu, öngöremediği, önleyemediği, sonuçlarını derinleştirdiği ve yerel ekonomilerden çok uluslararası sermayeyi düşündüğü konusunda eleştiriler almıştır (Bastı, 2004).

3.4. 1998 Rusya Krizi

Rusya, 1991 yılında Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra, planlı ekonomiden serbest piyasa ekonomisine geçerken, makroekonomik dengeleri yerine oturtamamış, kayıt dışılığı önleyememiş, vergi toplayamamış, bütçe açığını giderememişti. Üretim sürekli düşmüş, enflasyon yükselmiş, iç ve dış piyasalardan borçlanmak zorunda kalmıştı. Finansal sistem yeteri kadar gelişmemişti. 2030 banka olmasına rağmen, bunların aktif toplamının GSYH'ye oranı %28 civarındaydı. Asya krizi sonucu petrol ve doğal kaynak fiyatları yarıya düşünce gelirleri daha da azaldı. Uluslararası sermayenin gelişmekte olan ülkelere yönelik risk algısı arttı. Faizlerin yükselmesiyle borçlanma maliyeti yükseldi, Rublenin devalüe edileceği beklentisi oluştu. 17 Ağustos 1998'de Rublenin dalgalanma bandı genişletildi ve 90 gün boyunca dış borçların ödenmeyeceğine dair moratoryum ilan edildi. Rubleye saldırılar durdurulmadığı için iki hafta sonra kurlar serbest bırakıldı. Bir ay içinde devalüasyon %100'e ulaştı (Bastı, 2004). Bazı bankalar battı, bir kısım büyük bankalar birleşerek krizi atlattı. Amerika'da dünyanın en büyük fonlarından biri olan ve en prestijli ekonomistlerin yönettiği, stratejisini Rusya faiz oranlarının düşeceği üzerine kuran Long Term Capital Management battı. 1998'de Rusya %5,3 küçülse de, sonraki yıllarda petrol fiyatlarının artmasıyla birlikte büyümeye geçti, enflasyonu düşürdü, makroekonomik göstergeleri düzeltti.

3.5. 1998 Türkiye Krizi

Asya ve Rusya krizleri meydana geldiğinde Türkiye'nin ekonomideki sorunları devam ediyordu. 1994'de uygulanmaya başlanan ekonomik program istenen sonuçları verememişti. Mevduatın tamamına güvence getirilmesi, denetimsizlik, ahlaki sorunlar, ahabap-çavuş kapitalizmi bankaların sorunlarının görülmesini engelledi. Enflasyon sorunu çözülememişti. Faizler yüksek seyretmeye devam ediyordu. Bütçe dengesi sağlanamıyor, kamu borcu artıyordu. Dış ticaret açığı ve cari açık sürüyordu (Tablo 1). Makroekonomik sorunların yanı sıra, bankacılık sektörü ciddi sahlilik, yönetim, denetim ve bilanço sorunlarını bünyesinde taşıyordu. Bütün bunlardan "daha elim ve daha vahim olmak üzere" bu sorunlarla baş edecek istikrarlı siyasi bir tablo da yoktu. Ülke sık sık değişen koalisyon hükümetleriyle yönetiliyordu.

Asya krizi ile birlikte gelişmekte olan ülkelerle ilgili risk algısı artmaya başlayınca, borçların sürdürülüp sürdürülemeyeceği konusundaki endişeler artmaya başladı. Rusya'nın içinde bulunduğu sıkıntılar bu ülkeye ihracatı azalttı. Yavaş yavaş başlayan sermaye çıkışları, 1998'in Temmuz-Eylül döneminde 11 Milyar Dolar ile zirveye çıktı. Takip eden süreçte ekonomi daraldı, bütçe açığı arttı. Ağustos 1999'da Marmara depremi yaşandı. Kamu borcu daha da yükseldi. Borçların sürdürülemeyeceğine dair algının artmasıyla Aralık 1999'da IMF ile yeni bir stand-by anlaşması imzalandı. 1997-1999 döneminde sekiz banka TMSF'ye devredildi.

3.6. 1999 Brezilya Krizi

Brezilya, 1980-1995 yılları arasında hiper-enflasyon sorununu yaşamıştı. Enflasyonu düşürmek için, 1994-1998 döneminde parasının dolara karşı belirli bir aralıkta dalgalanmasına izin veren, ülkeye giren yabancı sermayeyi çok yüksek faizli tahvil satarak sterilize eden, sıkı bir para politikası uygulamış, enflasyonu %3'lere düşürmeyi başarmıştı. IMF gözetimindeki politikalar, beraberinde yerli paranın değerlenmesini, dış ticarete rekabet gücünün kaybolmasını, büyümenin yavaşlamasını, işsizliğin artmasını, cari açık, dış ticaret açığı ve bütçe açığı verilmesini getirmişti. Rusya krizinin tetiklemesiyle Brezilya'da da dövize atak başladı. 1999 Ocak ve Şubat ayları arasında kur %100'den fazla değer kaybetti. IMF ile sıkı maliye politikası, enflasyon hedeflemesi ve dış mali desteğe dayanan yeni bir anlaşma yapıldı (Bastı, 2004; Yay, Yay, & Yılmaz, 2001)

3.7. 2001 Arjantin Krizi

1991 yılına kadar uyguladığı ekonomik programlar başarısız olan Arjantin, hiper enflasyon sorununu çözmek için 1991 yılında, Arjantin Pesosunu dolara sabitleyen (para kurulu), sadece uluslararası rezerv karşılığında yerli para basmaya izin veren, beraberinde sıkı maliye politikası ve özelleştirme öngören bir program uygulamaya başladı. Kısa süre içinde enflasyon düştü. 1998 yılına kadar ekonomi ortalama %6.7 büyüdü. Bütün bu süre boyunca dolara endekslenen kur değerlendirildi, sürekli cari açık verildi. Bütçe açığı giderilemedi. Bütçe açığı ve dış açık yabancı sermaye ile kapatıldı, ancak borç yükü yükseldi. Asya, Rusya ve Brezilya krizleri sonucu uluslararası tedirginliğin artması, Brezilya'nın devalüasyona gitmesi, sabit kur sisteminin biriktirdiği riskler, bankacılıktaki açık pozisyonlar ve kırılmalıklar, dış borcun artması, bütçe açıklarının giderilememesi kriz beklentisine yol açtı. Kriz, Kasım 2000'de sermayenin çıkmaya başlamasıyla kendini gösterdi. IMF ile yapılan anlaşmalar zaman kazandırsa da, istikrar bir türlü sağlanamadı. 2001 yılsonunda bankalardan mevduat çekilişi durdurulamayınca, çekilen paraya kısıtlama getirildi, halk ayaklandı. Borçların

ödenemeyeceği ilan edildi. 2002 yılı başında sabit kur sistemi çöktü (Bastı, 2004; İnan, 2002b; Turgut, 2006). Uzun süren bir küçülme dönemine girildi. 1998’de başlayan küçülme 2002’ye kadar devam etti.

3.8. 2000 -2001 Türkiye Krizleri

Aralık 1999’da IMF gözetiminde uygulanmaya başlanan ve üç yıl sürdürülmesi planlanan ekonomik programın temel amacı enflasyonun düşürmektir. Enflasyon düşürülerek, kamu açıkları kontrol altına alınarak reel faiz oranları da makul düzeye düşürülecek ve büyüme potansiyeli artırılacaktır. Yapılacak uygulamalar üç bölüme ayrılabilir: Birincisi, sıkı bir maliye politikası uygulayarak faiz dışı fazlanın artırılması, yapısal reformların gerçekleştirilmesi ve özelleştirmenin hızlandırılması. İkincisi, faiz dışı bütçe dengesinin artıya geçmesi. Üçüncüsü, döviz kuru ve para politikalarının yeniden belirlenmesi. Üçüncü bileşen, krizi hazırlayan para ve kur politikalarının ana dayanağını oluşturuyordu (Erçel, 1999). Buna göre günlük kurlar bir yıl önceden ilan edilecek, kurlar çapa olarak kullanılacaktır. Ayrıca Merkez Bankası sadece döviz alımı karşılığında parasal genişlemeye gidecekti. Portföy yatırımlarının kur riski tamamen ortadan kaldırılıyordu.

Döviz kuru önceden belli olduğundan, döviz TL’ye çevirip Hazine kâğıtlarına yatırmak bankalar için çok cazip bir strateji haline geldi. Ölçsüz bir döviz kuru riskine zemin hazırlanıyordu. Yine Hazine kâğıtlarının faizleri çok yüksek olduğundan, kısa vade ile borçlanıp Hazine kâğıdı almak bankalar için önemli bir kazanç kapısı haline geldi. Aynı şekilde bazı bankalar akıl almaz bir faiz oranı riski ile karşı karşıyaydı. Herhangi bir dalgalanma durumunda Hazine kâğıtlarının nakde çevrilememesi ve kısa vadeli yükümlülüklerin karşılanamaması da likidite krizine maruz kalmak anlamına geliyordu. Kamu bankaları Hazine adına sübvansiyon uygulamanın getirdiği görev zararlarını taşıdıkları için, kimi bankalar da yüksek faiz-düşük kur veya yüksek uzun vadeli faizi kısa vadeli daha düşük faizli borçlanma ile finanse ettikleri için çok büyük miktarlarda kısa vadeli (1-7 gün) borçlanmak durumundaydı. Örnek olarak aktif büyüklüğü bakımından onuncu sıradaki Demirbank, yasal sınırların da ötesine geçerek döviz pozisyon açığı olanaklarını sonuna kadar kullanıyor, tek başına bütün iç borcun %10’unu elinde bulunduruyor ve bunu kısa vadeyle çeviriyordu (örneğin reponun tahvil-bono portföyüne oranı 2000 yılında %70 ve repoyu büyük oranda diğer bankalarla yapmaktaydı). Vadeli mevduatın toplam pasifin ancak %1’iydi. Sistemdeki en küçük bir tıkanma bütün risklerin beraberinde realize olması, bankaların büyük zarar etmesi, yükümlülüklerini karşılayamaması, bunun diğer bankalara da sirayet etmesi anlamına geliyordu. Bu risklerin yanı sıra bankacılık sistemi, bir sonraki bölümde sayılan bütün zaafı ve kırılma noktaları da içinde barındırıyordu.

Döviz kurunun bazı belirsizlikleri ortadan kaldırması ve bir anlamda yukarıda anlatılan “arbitraja” olanak vermesi faiz oranlarının %105’den %36’ya düşmesine, reel faizlerin negatife geçmesine neden oldu. Düşen faizin kredi olanaklarını genişletmesi ve düşük faizlerden dolayı birikimlerin tüketime kanalize edilmesi talebi canlı tuttu. Öyle ki altı aylık tüketici kredisi artışı %200’ü geçmişti. Enflasyon istenildiği kadar düşürülemedi (Tablo 1). Kur reel olarak değer kazandı, ithalat daha cazip hale geldi, dış ticaret ve cari işlemler açığı verildi. İhracatın ithalatı karşılama oranı %65’lerden %50’lere düşmüştü. Tüketim ve sıcak paranın etkisiyle GSYH artmaya başladı. Bu arada yapısal reformlar da hayata geçirilmeye çalışılıyordu. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK) faaliyete başladı, SSK reformuyla emeklilik yaşı uzatıldı, büyük gelir getiren özelleştirmeler yapıldı (Bastı, 2004).

Reel kurun değerlenmesi, benzer IMF programlarının diğer ülkelerde başarısız olması, uygulanan politikaların cari işlemler açığını arttırması, Latin Amerika ülkelerinden gelen olumsuz haberler, bankacılık sisteminin taşıdığı riskler ve bur riskleri sürdürmeyeceklerine dair olumsuzlukların ortaya çıkması programın sürdürülemeyeceğine dair endişelerin artmasına neden oldu. Eylül 2000’den itibaren sermaye çıkışları görülmeye başladı.

Ekim sonunda Etibank TMSF’ye devredildi. Kasım ayı içinde birkaç bankanın Demirbank’ı riskli görerek artık gecelik borç vermemesi sonucu faiz oranları yükseldi. Diğer bankaların da satışa geçmesiyle tahvil-bono faizleri yükseldi. Tahvil ve bono piyasası likiditesini kaybetti, Hazine kâğıtlarının satacak bir ortam kalmadı. Hem sermaye çıkışı hem döviz açıklarını kapatmak isteyen bankalar yoğun olarak döviz talebinde bulundu. Dövizye yönelik atağı karşılamak ve kuru sabit tutmaya devam etmek için Merkez Bankası önemli oranda rezervini kullanmak zorunda kaldı. Öyle ki sadece 17 Kasım-5 Aralık 2000’se 7.4 milyar dolar satmak zorunda kaldı. İMKB çöktü, bir günde %26 değer kaybetti. 6 Aralık 2000’de Demirbank’a el kondu. Borçlanmak ve güveni yeniden tesis etmek için IMF ile yeniden anlaşma yapılmak zorunda kalındı. Ekonomik program daha önceden öngörüldüğü gibi devam etti, ancak hem bankacılık sektörü hem Merkez Bankası büyük bir erozyona uğradı.

1999-2000 yılları arasında 11 bankaya daha el kondu. Kasım krizinden sonra ekonomik programa olan güven hiçbir zaman tesis edilemedi. Şubat 2001'de Cumhurbaşkanı ile başbakan arasındaki siyasi kriz Türkiye'nin bu güne kadar gördüğü en büyük ekonomik krizi tetikledi. İMKB daha ilk günde %15 düştü. Gecelik faizler %7000'lere çıktı. Aynı gün tahvil-bono faizleri %60'tan %90'lara çıktı. İki gecede Merkez Bankası rezervi 5 milyar dolar azaldı. Döviz talebi karşısında çaresiz kalan Merkez Bankası 21 Şubat 2001'de kurları serbest bıraktı. Sekiz aylık süre içinde TL %250 civarında değer kaybetti. Ocak-Ekim 2000 döneminde 15.2 milyar dolar yabancı kökenli net sermaye girişi varken, Kasım 2000-Haziran 2001 döneminde 10.4 milyar dolar çıkış oldu (Boratav, 2001). Ekonomi %7.4 küçüldü. 2001-2003 arasında 11 banka daha Fon'a devredildi.

3 Mayıs 2001'de IMF ile yeni bir stand-by anlaşması imzalandı. Programın temel amacı, istikrarı yeniden sağlamak, enflasyonu düşürmek ve uzun vadede sürdürülebilir bir büyüme sağlamaktır. Yapılacaklar üç ana çerçeveye oturtulabilir. Bankacılık sektörünün yeniden yapılandırılmak, kamu maliyesini güçlendirmek ve yapısal reformları mümkün kılacak yasal düzenlemeleri yapmak.

15 Mayıs 2001'de Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı açıklandı. Programın amacı krizin bankacılık sektöründe yarattığı tahribatı gidermek, zayıf bankaları elimine etmek ve sağlam bir bankacılık sektörü oluşturmaktır. Bu amaçla yapılacak uygulamalar dört bölüme ayrılmaktadır (BDDK, 2009):

- Kamu bankalarını yeniden yapılandırılmak,
- TMSF'ye devredilmiş bankaları en kısa sürede çözüme kavuşturmak.
- Krizlerden olumsuz etkilenen özel bankaları sağlıklı bir yapıya kavuşturulmak.
- Sektörü rekabetçi, sağlıklı ve etkin yapıya kavuşturacak yasal düzenlemeleri yapmak.

2000-2001 krizinden sonra bankacılık sektöründe yapılan düzenlemeler, bankaları daha sağlam bir mali yapıya kavuşturdu. Daha etkin bir risk yönetimi ve iç denetim anlayışı getirdi. TMSF bünyesindeki bankalar satılarak, birleştirilerek veya tasfiye edilerek ayıklandı. Bu nedenle de 2008 küresel finansal kriz, belki de bankacılık sektörünü etkilemeden, daha kolay atlatılabildi (Altınok et al., 2011).

3.9. Fona Devredilen Bankalardaki Sorunlar

BDDK, Bakanlar Kurulu kararıyla Haziran 1999'de kuruldu, Eylül 2000'de faaliyete başladı. 21 Kasım 2000 tarihinde ise TMSF bünyesine alınmış batık bankaları tamamının tek elden yönetilmesi ve ekonomiye zarar vermeden satışı/birleştirilmesi/tasfiyesi için Fon Bankaları Ortak Yönetim Kurulu oluşturuldu. Bu Kurul'un bankaların neden battığını tespit etmeye yönelik çalışması aşağıdaki sorunları ortaya koymaktadır (Altınok et al., 2011). Elbette bir bankanın batmasında tek bir sorun değil, birkaç sorun bir arada etkili olmuş olabilir. Esasında bu tespitler serbest piyasa ekonomisine geçilen 1980'den, 2000-2001 krizine kadar geçen zamanda, bankacılık sektörünün maruz kaldığı sorunları ortaya koymaktadır. Bu sorunların bir kısmı ekonomiyle, bir kısmı bankaların kendi bünyesiyle, bir kısmı da düzenleyici ve denetleyici otoritelerin eksikliklerinden kaynaklanmaktadır.

- Özellikle 1990'dan sonra, ekonomideki bütün finansal kaynakları kamu kullandığı için, bir kısım işadamları kaynak bulmak için banka sahibi olmayı tercih etmiştir. Bir süre sonra, banka yoluyla temin edilen kaynaklar, bilerek veya bilmeyerek çok kötü kullanılmıştır.
- 1991'den sonra yetkili otoriteler tarafından bankacılık lisansları uygun olmayan kişilere gelişigüzel dağıtılmıştır. Mevduatın tamamına devlet güvencesi getirilmesiyle iyi banka-kötü banka ayrımı ortadan kalkmış, bir kısım bankalar akılcı olmayan uygulamalara imza atmıştır.
- Döviz pozisyon açığı, kısa süreli aşırı borçlanmanın ve uygun olmayan kredi kullandırmaları bilinmesine rağmen görmemezlikten gelinmiş, gerekli tedbirler alınmamıştır.
- TMSF'ye devredilen bankaların aktifte kredilerinin donuk, pasifte kaynak maliyetinin yüksek ve öz kaynaklarının yetersiz olduğu görülmüştür. Kredilerin ortaklara, ikili anlaşmalarla diğer bankaların ortaklarına, şahsi ilişkiler çerçevesinde uygun olmayan şirketlere usulsüz olarak verildiği; kredilerin donuk hale geldiği ve bunun görmemezlikten gelindiği tespit edilmiştir. Hakim ortaklar müşteri mevduatını kendi parası gibi görmeye başlamıştır.
- Risk yönetimi ve aktif-pasif yönetimi tamamen göz ardı edilmiştir. Taşınan kur riski, faiz riski, likidite riski bir kenara bırakılmıştır. Kimi zaman bu riskleri gizlemek için bilançolar olduğundan farklı gösterilmiştir.
- Enflasyon, yüksek faiz, bütçe açığı, cari açık, yüksek kamu borcundan kaynaklanan makroekonomik bozulma ve dalgalanmalar da sektörü olumsuz etkilemiştir.
- Bankaların yöneticileri ve sahipleri, kurum menfaatinden ziyade kendi çıkar ve hırslarını her şeyin önüne koyabilmiştir.

- Bankaların iç ve dış denetimi, bazı sorunları görmemezlikten gelmiş, tespit edilen sorunlarla ilgili de herhangi bir tedbir alınmamıştır.

3.10. 2008 Küresel Kriz ve Türkiye'ye Etkisi

Küresel finansal krizin altyapısı, ABD'de konut kredilerinin belirli bir eşğin altındaki tüketicilere de verilmesiyle hazırlanmıştır. Gerçekte krediyi alması uygun olmayanlara verilen konut kredileri, konut fiyatlarında meydana gelen balon, artan fiyatların yeni kredi kullanımına olanak vermesi, alınan kredilerin amacı dışında kullanımı, bu kredilerle bağlantılı finansal ürünler, bu ürünleri de içeren başka finansal türevler kâğıttan bir kule oluşturmuştu. Faiz oranlarının yükselmeye başlaması ve konut fiyatlarının durmasıyla ödemelerde sorunlar görülmeye başlandı. İlk olarak HSBC 7 Şubat 2007'de ABD konut kredilerinden zarar ettiğini açıkladı, 3 Nisan 2007'de ABD'de eşik altı kredilerde uzmanlaşan New Century Financial iflas başvurusunda bulundu. Arkasından olaylar domino taşları gibi gelmeye başladı ve 2009 yılına kadar sürdü. Kredilerle bağlantılı finansal ürünler değer kaybetti. Kaldıraçlı işlemlerden dolayı değer kaybı katlanarak arttı. Verilen kredilerin ve yapılandırılan finansal ürünlerin boyutu o kadar yüksekti ki, finansal kuruluşların öz kaynakları değer düşüşlerini karşılamakta yetersiz kaldı. ABD finans sisteminin bel kemiğini oluşturan dünya çapındaki finansal kuruluşlar teker teker batmaya başladı. Sorun dünyanın diğer ekonomilerine yansıdı ve küresel bir sorun haline geldi. Avrupa borç krizi tetiklendi. Hiçbir banka diğerine borç vermemeye başladı. Özellikle gelişmiş ekonomiler büyük durgunluk/gerileme yaşadı, enflasyon ve faiz oranları tarihi dip noktalarını (bazen negatif oranları) gördü. Merkez bankaları likidite sorununu çözmek ve ekonomiyi canlandırmak için tarihte görülmemiş bir parasal genişlemeye gitti.

Krizin nedenleri olarak 1) Konut fiyatlarında balon oluşumu, 2) hızlı kredi genişlemesi, 3) kredilerle bağlantılı mortgage piyasası, türev piyasası ve kaldıraçlı işlem hacminin kontrol edilemeyecek kadar büyümesi, 4) makroekonomik politika yönetimindeki başarısızlıklar, 5) finans kurumlarının aşırı kaldıraç kullanımı, 6) finans kurumlarının risk yönetiminde başarısız olmaları, 7) düzenleyici kurumların, finans kurumlarındaki ve sistemdeki risklerin gözetiminde başarısız kalması, 8) piyasa altyapısındaki başarısızlıklar, 9) finans kurumlarının kurumsal yönetimindeki zayıflıklar ve risk almayı özendirici ücret politikaları sayılabilir.

Küresel kriz Türkiye'yi de özellikle 2009 yılında olumsuz etkiledi. Ancak bu etki bankacılık krizi olarak tanımlanacak boyutta olmadı. İhracat bir önceki yıla göre %23 (ithalat %30) azaldı, yatırımlar düştü, beklentiler olumsuzla döndü. Ekonomi reel olarak, 2008 dördüncü çeyreğinde %13.5, 2009 birinci çeyreğinde %13.7, bütün 2009 yılı için %4.7 küçüldü. Dışardan gelen kaynaklar azaldı, içerde krediler düştü. İşsizlik %9'dan %15'lere yükseldi.

Sonuç

1980 ekonomik dönüşümü idari ve kanuni altyapısı kurulmadan, olası riskler hesaplanmadan salt ideolojik güdülerle yapılacak dönüşümlerin, mutlaka bir mali ve toplumsal maliyetle sonuçlanacağını ortaya koymaktadır. ABD ve İngiltere ile paralel olarak Türkiye'de de kendini gösteren regülasyonların gevşetilmesi şeklindeki faiz ve kur serbestisi, nasıl ABD'de pek çok bankanın batmasıyla sonuçlanmışsa, Türkiye'de de bankerler krizine neden olmuştur. Bankalar açısından rekabetin her zaman bir maliyet hesabı gözetilerek yapılması gerektiği, mali sistemin denetimsiz olamayacağını, tasarrufların hiç bir kontrol mekanizması olmayan frensiz oyuncuların eline bırakılmayacağını ortaya çıkarmıştır.

1990'larla başlayan konvertibilite ve sermaye hareketleri serbestisi, IMF gibi kurumlar gözetiminde global sermaye açısından önemli bir adım olmuştur. Tüm dünyadaki sermaye hareketleri, mal ve hizmet ticaretinin yüzlerce kat üzerinde olmuştur. Yapılandırılmış finansal enstrümanların gelişmesi, yeni ülkelerin sisteme dahil edilmesi, global piyasaların büyümesi, uluslararası sermaye akımlarının çok kolay hale gelmesi, Türkiye gibi göreceli sığ piyasaları küçük dalgalanmalar karşısında dahi korunaksız bırakmıştır. 1994 kriziyle birlikte Türk bankacılığı döviz ve faiz oranı riskini yönetmenin önemini görmüştür. Ancak makroekonomik istikrarsızlıklar, devletin borçlanma gereği ve yapısal dönüşümlerin yapılmaması, yüksek enflasyon ve yüksek faiz oranı şemsiyesi altında "vaat edilen" karların cazibesi, bir süre sonra eski oyunun sürdürülmesine neden olmuştur.

Ekonominin bir türlü istikrara kavuşmamasının sonucu olarak aynı kırılganlıklar 1998-1999 dönemde de devam etmiştir. Her büyük holdingin banka sahibi olma isteği ve banka mevduatını öz kaynağı gibi düşünmesi, hükümetlerin denetim ve gözetimde yeterli basireti gösterememesi sorunları büyütülmüştür. Tasarlanmış IMF programlarının da bütün dünyada beklenen sonuçları verememiş, varlık ve hisse senedi balonlarına neden olmuş, bu politikalar krizle sonuçlanmış, nispeten sağlıklı ekonomilere de sirayet etmiştir. Uluslararası

sermayenin kontrolsüzlüğü, kendi makroekonomik sorunlarımız ve IMF tasarımı program eşliğinde sürdürülen bankacılık, 2000-2001 krizini getirmiştir. Türk bankacılığı risk yönetiminin önemini çok büyük bedeller karşılığında kavramıştır. Yalnızca döviz kuru ve faiz oranı riski değil, likidite riskinin de sığılan piyasalarda önemli bir risk olduğu anlaşılmıştır. Nitekim bu gün hala bilanço içi açık pozisyonlar, bilanço dışı pozisyonlarla hedge edilerek risk yönetimi yapılmaya özen gösterilmektedir. Bankacılığın gözetimi ve denetimi de daha kurumsal bir yapıya kavuşturulmuştur.

Son küresel kriz, reel ve finansal sektörün bir bütün olduğunu, ülke ekonomisinin ayakta kalması ve toplumun refahı için sağlıklı bir bankacılık sektörünün şart olduğunu göstermiştir. Bankacılık sektörünün de toplumsal refahı ve uzun dönemli sürdürülebilirliği, kısa dönemli kar maksimizasyonu hedefinin önünde tutması gerekir.

Kaynakça

- Acar, O. (2012). *2001 Krizi Sonrası Yeniden Yapılandırılan Türk Bankacılığı'nın 2008 Küresel Krizinden Olumsuz Etkilenen Ülkelerden Ayrışması Üzerine Bir Model Önerisi*. (PhD), İstanbul Üniversitesi, unpublished.
- Allen, F., & Gale, D. M. (2007). An introduction to financial crises. In: Wharton Financial Institutions Center.
- Altınok, T., Eken, H., & Çankaya, S. (2011). *Küresel mali piyasalarda yeniden yapılanma ve Türkiye*: İstanbul Ticaret Odası.
- Bastı, E. (2004). *Kriz Teorileri Çerçevesinde 2001 Türkiye Finansal Krizi: Krizin Finans Sektörünün Verimliliğine Ve Etkinliğine Etkileri*. (PhD), İstanbul Üniversitesi, unpublished.
- BDDK. (2009). *Krizden İstikrara Türkiye Tecrübesi*. Retrieved from Ankara: https://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/Calisma_Raporlari/8676krizden_istikraratur_kiyetecrubesi_3uncu_baski.pdf
- Boratav, K. (2001). 2000-2001 krizinde sermaye hareketleri. *İktisat İşletme ve Finans*, 16(186), 7-17.
- Bordo, M., Eichengreen, B., Klingebiel, D., Martinez-Peria, M. S., & Rose, A. K. (2001). Is the Crisis Problem Growing More Severe? *Economic Policy*, 16(32), 53-82.
- Coşkun, Y. (2012). Repo ve Ters Repo Düzenlemeleri: Banker Krizi Sonrası Ortaya Çıkışı ve Finansal Başarısızlık Dersleri Işığında Politika Önerileri. *Business & Economics Research Journal*, 3(1).
- Dalyancı, H. L. (2010). *Finansal Kriz Teorileri ve Türkiye Ekonomisinde 1990 sonrası Finansal Krizlerin Ekonometrik Analizi*. (PhD), Marmara Üniversitesi, unpublished.
- Erçel, G. (1999). 2000 Yılı Enflasyonu Düşürme Programı: Kur ve Para Politikası Uygulaması. In. Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- İnan, E. A. (2002a). Finansal Krizler, Serbest Kur ve Ekonomik Büyüme. *Bankacılar Dergisi*(41), 51-66.
- İnan, E. A. (2002b). Arjantin Krizinin Sebepleri ve Gelişimi. *Bankacılar Dergisi*, 42, 57-74.
- Jones, C. I. (2009). *The global financial crisis: overview*. Retrieved from https://people.ucsc.edu/~kkletzer/CJones2009_financialcrisis.pdf
- Kazgan, G. (2012). *Türkiye Ekonomisinde Krizler (1929-2009), Ekonomi Politik Açısından Bir İnceleme* (3 ed.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Kibritçiöğlü, A. (2001). Türkiyede Ekonomik Krizler ve Hükümetler, 1969-2001. Retrieved from <http://80.251.40.59/politics.ankara.edu.tr/kibritci/ytd-kibritcioglu.pdf>
- Kocaimamoğlu, S. (2015). Banker Skandalı ve Türkiye. Retrieved from <http://cerideimulkiye.com/?p=39204>
- Laeven, L., & Valencia, F. (2012). *Systemic Banking Crises Database: An Update*. Retrieved from <https://www.imf.org/~media/Websites/IMF/imported-full-text-pdf/external/pubs/ft/wp/2012/wp12163.ashx>
- Özatay, F. (2009). *Finansal Krizler ve Türkiye*. İstanbul: Doğan Kitap.

Reinhart, C. M., & Rogoff, K. S. (2009). The aftermath of financial crises. *American Economic Review*, 99(2), 466-472.

Turgut, A. (2006). *Finansal Entegrasyon ve Finansal Krizler Türkiye Örneği (1994, 2000 ve 2001 Krizleri)*. (PhD), Selçuk Üniversitesi, unpublished.

Yay, T., Yay, G. G., & Yılmaz, E. (2001). *Küreselleşme Sürecinde Finansal Krizler ve Finansal Düzenlemeler*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.

Yüksel, S. (2015). *Bankacılık Krizlerinin Erken Uyarı Sinyalleri: Türkiye Üzerine Bir Uygulama*. (PhD), Marmara Üniversitesi, unpublished.

SAĞLIK ÖRGÜTLERİNDE İNOVASYON

Pınar AVCI

Öğretim Görevlisi, Namık Kemal Üniversitesi, Şarköy Meslek Yüksekokulu
pavci@nku.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacı, inovasyonu etkileyen faktörler belirlenerek, Tekirdağ – Şarköy ilçesindeki sağlık örgütleri olarak yer alan devlet hastanesi ve eczanelerdeki doktorlar, hemşireler, eczacılar, idari kadrolar ve diğer sağlık çalışanlarının inovasyon sürecine adaptasyonu, bu adaptasyona karşı tutumlarını analiz etmektir.

Yöntem: Anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Bu bağlamda anket aracılığıyla elde edilen veriler SPSS 20 veri analiz programı kullanılarak betimsel analiz (sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma), ki-kare testi, One-Way ANOVA ve korelasyon testleri ile analiz edilmiştir.

Bulgular: Çalışma sonucunda, inovasyonun sağlık örgütü çalışanların tutum ve davranışlarını olumlu yönde etkilediği ve farklı sağlık örgütlerinde çalışanlar arasında inovasyona ilişkin tutum ve davranışlarda farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, sağlık hizmetleri, sağlık örgütleri.

INNOVATION IN HEALTH ORGANIZATIONS

Abstract

Objectives: The aim of this study is to identify the factors which affect innovation and to analyze adaptation of doctors, nurses, pharmacists, administrative staff and other health care providers who work in health organizations such as public hospital and pharmacies in Tekirdağ-Şarköy to innovation and their attitudes towards adaptation of innovation.

Methods: Data was collected by questionnaire method. Within this perspective data gathered via the questionnaire were analyzed through statistical data analysis program (SPSS 20) and descriptive statistics (frequency, percentage, mean, standard deviation), chi square test, one-way ANOVA and correlation were conducted.

Results: According to results of the study it was revealed that innovation affected attitudes of health care providers positively and there were no changes among health care providers working different health organizations in terms of their attitudes towards innovation.

Key Words: Innovation, health services, health organizations

Giriş

Dünyada ekonomik sınırların ortadan kalması ve teknolojinin hızla gelişmesi ile birlikte tüm ülkeler ekonomik büyüme ve gelişme için inovasyon sürecine girmek zorundadır (Göker, 2003: 7). İnovasyon, ülkelerde yer alan firmaların kapasite ve verimliliklerinin, ulusal ve uluslararası rekabet gücünün arttırılmasına ve sürdürülebilir büyümeye etki eden belirleyici faktördür (Ökem, 2011: 43).

Ülkemizdeki tüm sektörlerin ekonomik büyüme sürecine girebilmesi için inovasyon çalışmalarında bulunması önemlidir. Özellikle dinamik bir yapıya sahip olan sağlık sektörü ve bu sektörde yer alan örgütler, kendilerini tehdit eden değişken ve belirsiz unsurları göz önünde bulundurarak inovasyon sürecine girmeleri gereklidir (Aksay ve Orhan, 2013: 11).

İnovasyon, sağlık sektöründe insan hayatını ve yaşam kalitesini etkileyen bir öneme sahiptir. Bunun en büyük nedeni dünyadaki nüfus artışıdır. Nüfus artışı ile birlikte hastalık yapısı değişmiş ve kronik hastalıklar ortaya çıkmıştır. Böylece artan hastalıklar sonucunda bakım ihtiyacı artmış ve bu da sağlık harcamalarının artmasına sebep olmuştur. Sağlık harcamaları da maliyet kontrolünü ve verimlilik anlayışını beraberinde getirmiştir. Sağlık sistemindeki inovasyon yani ilerleyen teknoloji yeni ürün ve hizmet verimliliğinin artmasını sağlamış ve maliyetlerin düşmesine yol açmıştır (Ökem, 2011: 43).

İnovasyon eşittir yenilik değildir bunun yanı sıra inovasyonun çeşitli özellikleri ya da anlamları bulunmaktadır. İnovasyon, yeni bir biçimde eski fikirlerin yeniden şekillendirilmesi, yeni bir süreç ya da ürün oluşturulması veya başka sektörde kullanılmayan ya da farklı bir biçimde organizasyonda kullanılan bir işlemin kullanılması ile sonuçlandırılabilir (Weberg, 2009: 231).

Sağlık ve inovasyon ile ilgili bugüne kadar birçok çalışma yapılmıştır (Plsek, 2003; Fleuren, Wiefferink ve Paulussen, 2004; Sibthorpe, Glasgow ve Wells, 2005; Önal, 2011).

Fleuren, Wiefferink ve Paulussen (2004) çalışmalarında, inovasyonu tanımlamadaki zorlukları veya kolaylıkları belirlemeye çalışmışlar. Bunun için sağlık hizmet örgütlerinde inovasyonu belirleyen faktörleri tanıtmak için literatür taraması ve Delphi çalışması yapmışlardır. Delphi çalışması literatür taramasında tanımlanan belirleyici faktörler üzerine uygulama yapan uzman grubu arasında ortak bir görüşü oluşturmak için tasarlanmıştır. Bu çalışmadaki bilgiler 1990-2000 yılları arasında yayımlanan 11 makaleden ve uzman kişilerden elde edilmiştir. Bu makaleleri seçerken, birincisi sağlık hizmetleri organizasyonlarında tanımlanan inovasyon süreci ve bunu belirleyen faktör çalışmalarından, ikincisi inovasyonun amacı sağlık profesyonellerin davranışlarını değiştirmesi ile ilgili çalışmalardan, üçüncüsü sağlık hizmet organizasyonlarının direkt hasta tedavisi geliştirmesi ile ilgili çalışmalardan ve dördüncüsü ise sadece amprik analiz içeren çalışmalardan yararlanılmıştır. Ayrıca delphi çalışmasına katılan 40 bilirkişi bulunmaktadır. Çalışma sonucunda, literatür taraması ile delphi çalışmasında bulunanlar eşleştirilmiş ve inovasyon süreci ile ilgili 50 potansiyel faktör tanımlanmıştır. Bu faktörlerden bazıları, hastanın inovasyonla işbirliği yapması için gönüllü olması, hastanın inovasyon faydalarının farkında olma derecesi, inovasyonun finansal sorumluluğu hastalara yüklenme derecesi, inovasyonu uygulayan departman veya organizasyondaki personelin kapasite derecesi gibi sayılabilmektedir.

Garica-Goni, Maroto ve Rubalcaba (2007) çalışmalarında kamu sağlık servislerindeki inovasyonlarda terfi, nüfusun sağlık durumunu arttırdığından bahsetmektedir. Çalışmanın amacı kamu sağlık servislerinde ön çalışanların ve yöneticilerin inovasyona adaptasyonda davranışlarında farklılıklar yaratıp yaratmadığını tespit etmektir. Bu çalışmada en önemli değişken ise ön çalışanlar ve yöneticiler arasında motivasyon farkıydı. Ön çalışanlar grubunu hemşireler, yardımcı işçiler (hasta bakıcılar gibi) ve idari kadro, yönetici grubunu ise ön çalışanları yöneten doktorlar ve hekimler oluşturmaktadır. Çalışmayı analiz etmek için altı Avrupa ülkesi etrafında kamu sağlık kurumlarındaki ön çalışanlara ve yöneticilere bir anket çalışması uygulanmıştır. Anket, inovasyona karşı tutum ve memnuniyet ile ilgili konuları içermektedir. Bu anket ile ön çalışanların ve yöneticilerin inovasyonla ilgili farklı davranışların varlığını analiz etmede çok terimli bir istatistiksel model hesaplanmış, varyans analizi ve düzenli bileşenlerin analizi yapılmıştır. Çalışma sonucunda, inovasyon algısı kamu sağlık kurumlarında ön çalışanlar ve yöneticiler için farklıdır. Ön çalışanların tutumları çoğunlukla kurumun performansına bağlıdır. Yöneticilerin de tutumları daha çok bireysel veya örgütsel inovasyon profiline bağlıdır. Ayrıca bu çalışmada ön çalışanlardan daha fazla motive edilen yöneticiler farklı bir şekilde motive edilmekte ve kamu sağlık kurumlarında farklı sağlık profesyonelleri inovasyona karşı farklı tutumlar göstermektedir. Bu da sağlık performansında ve inovasyon adaptasyonun da motivasyonun önemli olduğu ortaya çıkarmıştır.

Önal (2011) çalışmasında ise sağlık sektöründe görev yapan personelin inovasyon konusunda yaklaşımlarını değerlendirmek için İzmir’de kamu işletmesi olan Atatürk Eğitim ve Araştırma Hastanesinde ve özel işletme olan Özel Bornova Şifa Hastanesinde bulunan yöneticilere ve doktorlara anket uygulanmıştır. Çalışma sonucunda birincisi, inovasyon hakkında hastane personelinin eğitim ihtiyacının giderilmesi gerektiği ikincisi, inovasyon çalışmalarını doktor ve hastane yönetim personeli yeterli bulunmamakta ve hastane yönetimleri inovasyon uygulamalarına daha fazla önem verdiği ortaya çıkmıştır. Üçüncüsü ise inovasyon öncesinde ve sonrasında kamu ve devlet hastanelerinde doktor ve yönetici personelin inovasyon uygulamalarının sonucunda hastanede çalışma mekanı ve çalışma koşulları hasta/hasta yakını memnuniyeti personelin motivasyonu, hastane karlılığı, genel olarak hastane performansını arttırdığı ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak, yukarıda bahsedilen çalışmalarda kamu hastanelerinde ve özel hastanelerde çalışan doktorların, hemşirelerin, idari kadronun ve sağlık ve yardımcı işçilerin inovasyon sürecine karşı tutumları ve davranışlarındaki farklılıklar analiz edilmiştir. Fakat bu çalışmada ise inovasyonu belirleyen faktörlerden bahsederek bir ilçede yer alan devlet hastanesi ve eczaneler gibi tüm sağlık örgütlerinde inovasyon sürecine karşı adaptasyon, bu adaptasyona karşı tutum ve davranışların motive edilip edilmediği analiz edilecektir.

1. Teorik Çerçeve

1.1. İnovasyon ve Özellikleri

İnovasyon; elde edilen bir fikrin, pazarlaması yapılabilecek ürün veya hizmete dönüştürülmesi, yeni bir imalat veya dağıtım yöntemine ya da var olanı geliştirerek bir imalat veya dağıtım yöntemine dönüştürülmesi ya da yeni bir toplumsal hizmet yöntemine dönüştürülmesi olarak tanımlanmaktadır (Cebeci ve Alaca, 2007). Üretim süreçlerini yenileyen, pratik ürün tasarımlarını paraya çeviren ve usta firmalar tarafından ortaya konulan yeni üretim süreçlerine de inovasyon denilmektedir. İnovasyon, ulusal veya uluslararası bir firmanın kuruluş faktörlerini, politikalarını ve yeteneklerini etkilemektedir (Nelson, 1993).

İnovasyon terimi, bilim ve teknolojinin ekonomik ve toplumsal yarar sağlayacak şekilde yenilenmesi anlamına da gelmektedir. Ayrıca yenilenme sözcüğü inovasyonun bir kısmını tanımlamaktadır. İnovasyon da özellikle vurgulanan unsur elde edilen çıktının ekonomiye ve topluma fayda yaratmasıdır (Yamaç, 2001). İnovasyon, bireysel ve toplumsal ihtiyaçların en iyi düzeyde karşılanmasını sağlamaktadır. Her yeni girişim belli bir yenilik getirmeye yönelik olduğundan inovasyonda girişimcilik ruhu temel bir unsurdur. Çünkü ülkeler, sektörler rekabet güçlerini sürdürülebilmesi için yenilenmeye gereksinim duymaktadırlar (Göker, 2000).

Yönetim değişimleri üzerinde güçlü bir vurgu ve uygulama için çok yönlü yaklaşımlar yapısal, organizasyonel, finansal, klinik ve ilgili değişimleri içeren karmaşık bir inovasyonun başarılı bir uygulamasını gerektirmektedir (Atun ve Diğerleri, 2006: 89).

İnovasyonun adaptasyon derecesi, sosyal bir sistemin üyeleri tarafından göreceli bir unsurdur. İnovasyonun algılanılan özellikleri adaptasyon derecesini etkilemektedir. Ayrıca inovasyon karar çeşitleri, inovasyonun karar sürecinde çeşitli aşamalarda doğal iletişim kanalları ile yayılan inovasyon, sosyal sistemin doğallığı ve inovasyon yayılmasında değişen temsilcilerin çabaları adaptasyon derecesini etkilemektedir. İnovasyonun adaptasyon derecesi ile ilgili beş temel özelliği bulunmaktadır (Rogers, 1995: 250-251).

- **İlgili avantajlar:** İnovasyon ile ilgili avantajlar sosyal sistemin üyeleri tarafından algılanmalı ve bu algılama adaptasyon derecesine bağlıdır.
- **Uyumluluk:** Bir inovasyon var olan değerleri, geçmiş deneyimleri ve potansiyel benimseyicilerin gereksinimleri ile tutarlı olarak algılama derecesini göstermektedir. Bir inovasyonun uyumluluk derecesi adaptasyon derecesi ile ilgilidir.
- **Karmaşıklık:** İnovasyonun kullanma ve anlama zorluğunun algılanma derecesine karmaşıklık denir. İnovasyonun algılanılan karmaşıklığı adaptasyon derecesi ile negatif bir şekilde ilişkilidir.
- **Denenebilir:** Bir inovasyonun sınırlı temeller üzerinde denenmiş olma derecesini göstermektedir. Ayrıca denenebilir olma özelliği ile adaptasyon derecesi arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır.
- **Gözlenebilirlik:** Bir inovasyon sonuçları diğer unsurlar için görülebilir olma derecesini ifade etmektedir. İnovasyonun gözlenebilir olma özelliği ile adaptasyon derecesi arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

İnovasyon özelliklerinden biri de yayılımdır. Yayılma sürecini etkileyen inovasyon özellikleri klasik teorisinin temel bir parçası olduğu varsayılmaktadır (Greer, 1977: 528). Ayrıca inovasyonun yaygın özelliği potansiyel

kullanıcılarından gelen ilk dönütler ile faydalarının belirsiz olmasıdır. Çünkü hızlı adaptasyon ve yayılma mantıklı seçenekler tarafından gerçekleştirilebilir (Hendy ve Barlow, 2013: 217). Böylece örgütlerde inovasyonun yayılabilmesi için uygulanmaya karar verilmesi gerekmektedir. Bu karar verme sürecine aşağıda değinilmektedir.

1.2. İnovasyona Karar verme Süreci

Bazı inovasyonlar yayıldıkça sabittir ve gelişmez. Diğerleri ise daha da hızlı bir şekilde gelişir ve süreç boyunca kullanıcılar tarafından değiştirilir. İnovasyonu uygulamaya karar vermek zaman alır. Yeni denenmemiş alternatif fikirler için doğal belirsizlikler bulunmaktadır. Çünkü kişilerin yeni fikri değerlendirmesi ve bunun pratiğe dökülüp dökülmeyeceğine karar vermesi için yapması gereken adımlar bulunmaktadır (Cain ve Mittman, 2002: 17-18).

- **Bilgi:** İnovasyonun varlığı öğrenildiğinde ve nasıl işlendiği anlaşıldığında bilgi oluşmaktadır. Yani bilgi edinme, inovasyonun karar sürecinde oluşur.
- **İkna:** İnovasyonla ilgili olumlu ya da olumsuz karar oluştuğunda ikna oluşur. İkna karar verenin psikolojik olarak hazır olması ve inovasyonla ilgili bir şeyler hissetmeye başlamasıdır. Daha önceki bilgiler ve teknolojiye ilişkin eski deneyimler inovasyona karşı davranışları etkiler.
- **Karar:** İnovasyonu reddetme ya da kabul etme kararlarını etkileyecek seçime yol açan kısmi inovasyon süreci gibi aktivitelerde bulunulması kararı oluşturur.
- **Uygulama:** İnovasyonun uygulamaya koyulması ve belirgin davranış değişikliğinin oluşması uygulamayı meydana getirir. Yeni kullanıcı inovasyon hakkında bilgi edinme yolları arar, karşılaşılabilecek problemler hakkında düşünür ve inovasyonu uygulamaya koymak için destek arar.
- **Onaylama:** Karar verilen inovasyona ilişkin destek arama ya da önceki kararı kabul etme ya da inovasyona ilişkin karşıt fikirler oluşursa reddetme, onaylama sürecini oluşturur. Bu nokta da uyumsuzluk durumundan sakınma yolları aranır ya da uyumsuzluk oluşursa azaltılmaya çalışılır.

İnovasyon tüm örgütlerin performansını arttırmaktadır. İnovasyonların geliştirilmesi örgütlerin pazarlama, üretim gibi performansların da artmasını sağlamaktadır. Özellikle başarılı inovatif çalışmalar örgütün finansal performansının pozitif yönde arttığını göstermekte ama başarısız inovasyon çalışmaları ise örgütün yok olmasına dahi neden olabilmektedir (Yavuz 2010: 167). İnovasyon çalışmaları tüm örgütleri etkilediği gibi örgütün içindeki fonksiyonlarını da etkilemektedir.

Ayrıca inovasyon örgütlerin performansını iyileştirerek rekabet üstünlüğü, maliyet avantajı, daha fazla kazanç, talep artışı, piyasa payı artışı ve kar atışı sağlamaktadır (Önal, 2011: 24). İnovasyon tüm sektörlerde bazı avantajlar yaratırken, özellikle ilaç ve tedavi yöntemlerinin değiştiği sağlık sektöründe de avantajlar yaratmaktadır.

1.3. Sağlık ve İnovasyon

İnovasyon sağlık sektörü için yaşamsal bir öneme sahiptir. Sağlıkta inovasyonun nihai kullanıcısı insandır. Teknolojik ilerlemeler insanın hayatını ve yaşam kalitesini doğrudan etkilemektedir. Sağlık sektörü faaliyetleri toplumun sağlık düzeyini doğrudan ilgilendirdiğinden kamusal nitelik taşımaktadır. Bu yüzden sağlık sektöründe kamunun düzenleyici ve denetleyici rolü yüksektir. Yeni bir ilaç veya tedavi yönteminin kullanıma sunulabilmesi, yeni bir ürün veya hizmetle ilgili ruhsatlandırma, fiyatlandırma ve geri ödeme kararları, inovasyonun vatandaşa ulaşmasında belirleyicidir (Ökem, 2011: 43-44). Ayrıca sağlık sektöründe kullanılan tıbbi cihazlarda inovasyon çoğunlukla artırımda bulunulması gereken unsurlardır. Bu cihazlarda inovasyon arttıkça kullanımında faydasını da arttırmaktadır. Böylece inovasyonun önünü de açmaktadır (Önal, 2011: 56).

Sağlık hizmetleri inovasyonu kalite, güvenlik, çıktılar, verimlilik ve maliyeti düzeltmeyi amaçlayan uzun dönem hedefleriyle birlikte yeni bir konsept, fikir, hizmet, süreç ya da tedavi, teşhis, önlem, araştırma ve eğitim geliştirmeyi amaçlayan ürün olarak da tanımlanabilir. Sağlık inovasyonu ile ilgili bazı örnekler bulunmaktadır. Bunlar, kişisel bir elektronik sağlık kayıt çözümleri güvenli bir şekilde kendileri ile ilgili sağlık bilgilerini kaydetmek için tüketiciye imkan vermesi, elektronik bir klinik sağlık kayıtları, doktorlara bireysel hastalarla ilgili bilgileri güvenli bir şekilde koruma ve kaydetme imkanı vermesi ve yüksek tanımlı televizyon işaretleri ise safra kesesi hastalarında hastalığı gidermede, kolonoskobide veya mide tümörlerini araştırmada hastaların vücutlarında araştırma yapmak için ameliyat yapan doktorlar tarafından kameralar kullanılmasını sağlanması gibi sağlık inovasyonu örnekleridir (Omachonu ve Einspruch, 2010:5-7).

Sağlık hizmetlerinde inovasyonun belirleyici faktörleri araştırma ve geliştirme, finansal kaynak ve teşvikler, yatırım ve üretim kararları, patentler ve veri koruması, pazara erişim ve iç pazar ve uluslararası ticarettir (Öktem, 2011: 51-55).

İnovasyonun sağlam bir uygulama şartı, kapsamlı verilen bir inovasyonu uygulayanların ödüllendirilmesi, iyileştirilmesi ve teşvik edilmesi için belirlenmiş işçiler tarafından ve algılanan tutarlı uygulama politikalarının ve uygulamaların varlığı tarafından karakterize edilmiştir. Karakterize edilen unsurlardan birincisi, inovasyonu kullanmak için uygun yeteneklere sahip olduğuna emin olmak, ikincisi inovasyon kullanımı için gelişen teşvik edici unsurlar ve üçüncüsü ise inovasyon kullanımını zorlaştıran engelleri ortadan aldırma (West ve Sacramento, 2012: 377).

Akenroye (2012) çalışmasında sağlık sektöründe inovasyonun gerekli olduğundan bahsetmiştir. Bunun nedenleri;

- **Değişken işlem doğası**, hastanın değişen ihtiyaçlarına cevap verebilmek için çalışanların yeteneklerini ve becerilerini geliştirmesi gerektiği vurgulanmaktadır.
- **Teknolojik değişimler**, hasta ihtiyaçlarının karşılanmasında, sağlık sisteminin ve organizasyonların gelişmesi gerekmektedir.
- **Değişen hasta ihtiyaçları** ile hastanın güvenliği, sağlık hizmetleri kalitesi ve kapasitesi geliştirilmesi hedeflenmektedir.
- **Bütçesel kesintiler**, finansal zayıflamaların sağlık hizmetleri bütçesini doğrudan ve dolaylı etkilediğini ve hükümetler sağlık hizmetlerini zayıflatmadan bazı maliyet tasarrufları için yeni yöntemler aradığı vurgulanmaktadır.
- **Devamlı ve uzun dönemli sağlık problemleri**, bazı nadir hastalıklar için özelleştirilmiş servisler tedavi merkezleri kurulabileceği ve bu servislerin tedavi merkezleri kurabilmeleri için bir hasta kitlesine gereksinim duymaktadır. Böylece bu merkezler bölgesel ve ulusal görevlendirilmektedir.
- **Tedarik edilen zincirleme zorunluluklar**, inovasyonun farkında olarak yeni ürün ve servisler geliştirilmelidir.
- **Toplumsal endişeler**, ulusal sağlık hizmetleri servisi sağlık hizmetleri kalitesini geliştirmede sosyal bir sorumluluğa sahip bulunmaktadır. Ayrıca topluma bu faaliyetlerin etkilerini yerleştirmede bu sorumluluğa ihtiyaçları bulunduğu vurgulanmaktadır.
- **Sürdürülebilir çabalar**, dönemdeki sürdürülebilir inovasyon hem araştırmacıda hem de uygulamada tanınmıştır. İnovasyonların sürdürülebilmesi için yeni ürün ve hizmetler geliştirilmesi gerekmektedir.

Akenroye (2012) çalışmasına benzer olarak Herzlinger (2006) çalışmasında da Sağlık örgütlerinde inovasyona neden olan faktörlerden bahsetmiştir. Bunlar;

- **Oyuncular**: İnovasyonun başarı şansını güçlendiren ya da yok edebilen sağlık hizmetleri sisteminde yandaşlar ve gizlenmiş olan rakiplerdir.
- **Finanse Etme**: Gelir elde etme ve sermaye elde etme süreçleri, her ikisi de diğer sektörlerden farklıdır.
- **Politikalar**: Yeteneksiz ya da dolandırıcı tedarikçiler tarafından insanların düzeltilemeyecek bir şekilde zarar görmesine sebep olabileceğinden sektördeki düzenlemeler önemlidir.
- **Teknoloji**: Tedavideki avantajlar için daha etkin ve elverişli sağlık hizmetlerin yayılmasını sağlayan inovasyonlar temel esastır.
- **Tüketiciler**: Sağlık hizmetlerinin artan tüketicileri, pasif bir terim olan hasta kelimesi geçersizdir.
- **İzlenebilirlik**: Yenilikçi sağlık hizmeti ürünleri için ihtiyatlı tüketicilerden ve maliyet baskısını hisseden borçlulardan gelen talep sadece güvenli ve etkin olmamalı aynı zamanda rakip ürünlerle ilişkili maliyet etkinliği olmalıdır.

Sonuç olarak yukarıda bahsedildiği sağlık hizmetlerinde inovasyonu gerekli kılan bazı faktörler bulunmaktadır.

Sibthorpe, Glasgow ve Wells (2005) çalışmalarında, altı temel konuya (siyasal, kurumsal, finansal, ekonomik, müşteri ve işgücü) karşı özel sağlık hizmetleri inovasyonun sürdürülebilirliğine ilişkin beş takım çalışmasının (Ulusal Avustralya Üniversitesinde olan Avustralya özel sağlık araştırma enstitü öncelikli alanlardan birinde veya daha fazlasında var olan girişimleri incelemek için beş araştırma takımı finanse edilmiştir. Bu beş takımın yaptığı araştırmalarda konuşmacılar altı temel konuyla ilgili aynı düşünceye sahiptir.) bulgularını analiz ederek üç temel konuyu ortaya çıkarmıştır. Bu temel konulardan birincisi, sosyal ilişkinin, iletişim ağının ve galibiyetin önemi, ikincisi politikanın, finansın ve toplum güçlerinin etkisi ve üçüncüsü ise sistem

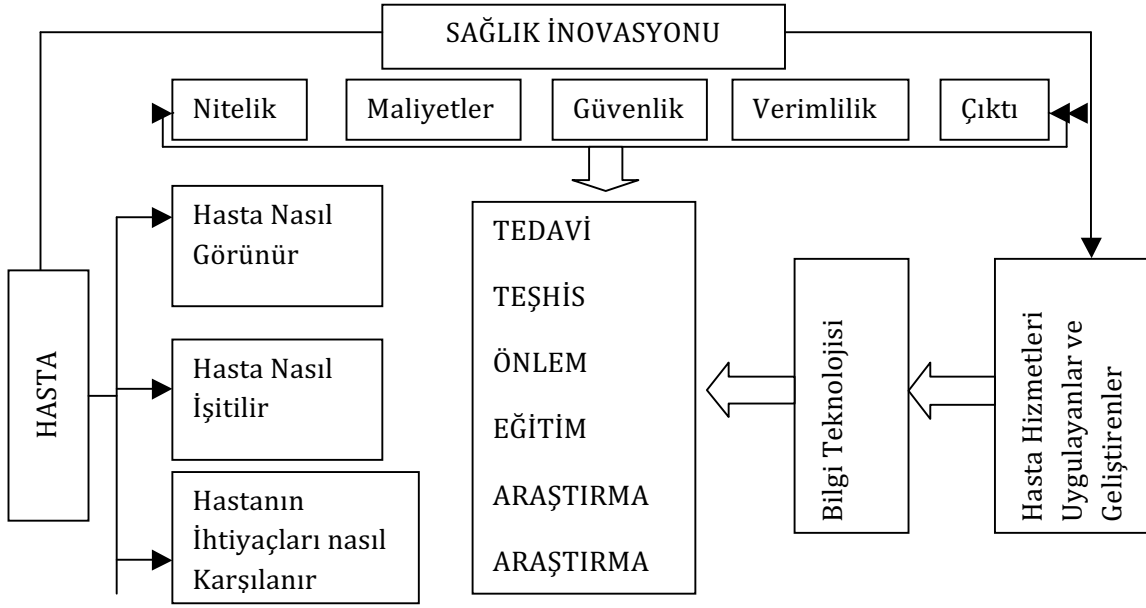
içerisindeki etmenlerin kapasitesi ve motivasyonudur. Böylece bu araştırma özel sağlık hizmetlerinde inovasyonun sürdürülmesi ile ilgili yeni konuların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Ayrıca Plsek (2003) çalışmasında, sağlık sisteminin karmaşık olduğundan bu karmaşıklığın inovasyonun yayılmasını ve nesilleri nasıl etkilediğinden bahsetmiştir. Ayrıca çalışmanın amacı yayılan zorluklarla ilgili tavsiyeler sunmaktadır.

Özel ve kamu sağlık kurumlarındaki farklı davranışları karşılaştırdığımızda inovasyonun yayılma ve adaptasyon derecesinde motivasyon etkisi önemli bir unsurdur. Bu yüzden ilk olarak sağlık profesyonellerini daha fazla motive ederek inovasyona adaptasyon sağlanacak sonra ise inovasyondan daha büyük faydalar elde edilecektir (Garica-Goni, Maroto ve Rubalcaba, 2007: 353).

Weberg (2009) çalışmasında inovasyonun sağlık hizmetlerinde gerçek anlamının dışında kullanıldığından bahsetmiştir. Bu çalışma diğer faktörleri ortaya çıkarmak için liderlik gerektiren bir süreç olarak inovasyonu açıklamaktadır. İnovasyon kavramını örnek olaylar ve sonuçlarla birlikte tanımlamaktadır.

Şekil 1. Sağlık Hizmetlerinde İnovasyonun Kavramsal Çerçevesi



Kaynak: Omachonu ve Einspruch, 2010: 10

Şekil 1’ de sağlık hizmetleri organizasyonların altı farklı amacı bulunmaktadır. Bunlar tedavi, teşhis, önlem, eğitim, araştırma ve araştırma sonrasıdır. Hizmet edilen bu amaçlarda sağlık hizmetleri organizasyonları etkin bir şekilde nitelikleri, maliyetleri, güvenliği, verimliliği ve çıktıları (sonuçları) idare etmelidir. Sağlık hizmetleri inovasyonun ana merkezinde sağlık hizmeti veren sağlık uygulayıcıları ve geliştiricileri ve hasta ihtiyaçlarıdır. Sıklıkla sağlık hizmetleri organizasyonları var olan bilgi teknolojisine veya yenisine güvenerek inovasyona ulaşmaktadır. Başarılı sağlık hizmetleri inovasyonu üç alana odaklanır. Bunlardan birincisi, hastanın nasıl görüldüğü, ikincisi hastanın nasıl işitildiği ve üçüncüsü ise hasta ihtiyaçlarının nasıl karşılandığıdır (Omachonu ve Einspruch, 2010: 10).

Jippes ve diğerleri (2010) çalışmasında, sağlık hizmetleri örgütlenmesindeki ve dağıtımındaki gelişme ve inovasyon; bilgi ve pratik arasındaki boşluk, maliyet artışı, tıbbi hatalar nedeniyle gün geçtikçe önem kazandığından bahsetmektedir. Bu çalışmada yoğun öğren ve öğretme uygulamasını takip etmenin, yeni yapılandırılmış yeteneğe dayalı dönüt tekniğinin yaygınlaşması üzerine etkisi incelenmiştir. Bu dönüt tekniğinde Hollanda’daki uzmanlar arasında kliniksek yeteneği değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda ağ bağlantı gücü için önemli bir etkiye sahip olduğu bulunup yeni yapılandırılmış dönüt tekniğinin yaygınlaşması ile ilgili öğrenme ve öğretme uygulama kursu üzerine etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

2. Araştırmanın Yöntem

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın örnekleme, ölçeklerine, hipotezlerine ve yöntemine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

2.1. Örneklem

Araştırmanın örnekleme Tekirdağ-Şarköy. Veri anket yöntemi ile toplanmıştır. Garcia-Goni, Maroto, ve Rubalcaba (2007) çalışmasında anket uygulamasını altı Avrupa ülkesinde bulunan hemşireler, yardımcı işçiler (hasta bakıcılar gibi) ve idari kadro, doktorlar ve hekimlere uygulanmaktadır. Uygulama ulaşılabilirlik durumuna göre İrlanda'dan 20, İsrail'den 139, İspanya'dan 152, İsveç'ten 140, Hollanda'dan 49 ve Birleşik Krallık'tan 15 olmak üzere % 20.8 yanıt oranı ile toplam 515 anket geçerli bulunmaktadır. Önal (2011) analizinde ise İzmir ilinde bulunan biri kamu (Atatürk Eğitim ve Araştırma Hastanesi) diğeri özel (Özel Bornova Şifa Hastanesi) olmak üzere iki hastanede görev yapan doktor ve yönetici personele ulaşılabilirlik esasına göre 150 adet form dağıtılmış, 55 tanesine eksiksiz cevap alınmış ve bunlar değerlendirilmiştir. Yapılan çalışmalara bakıldığında örneklem, kamu ve özel hastaneleri kapsamaktadır. Ancak önceki çalışmalarda diğeri sağlık örgütleri baz alınmamaktadır. Bu yüzden çalışma örnekleme, Tekirdağ-Şarköy ilçesinde bulunan devlet hastanesi ve diğeri sağlık örgütü olan 10 adet eczaneyi kapsamaktadır. Ulaşılabilirlik esasına göre eczanelere ve devlet hastanesinde bulunan doktorlara, eczacılara, idari kadroya, hemşirelere ve diğeri sağlık çalışanlarına 80 anket dağıtılmıştır. Ancak eksiksiz olarak %64 yanıt oranı ile 51 ankete cevap verilmiştir. Bu anketlerden elde edilen verileri sağlıklı yorumlayabilmek için anket geri dönüş oranının Özoğlu (1992) çalışmasında %40-%60 olmasını, Büyüköztürk (2005) çalışmasında ise %70-%80 üzerinde olmasını ve hatta anketler posta ile ulaşırsa bu oranın daha fazla düşebileceğini belirtmektedir. Böylece yukarıda belirtilen çalışmaların doğrultusunda çalışmamdaki anket geri dönüş oranı %64 olduğu için sağlıklı yorumlama yapılabilmektedir.

2.2. Ölçekler

Bu çalışmada belirtilen araştırma sorularını cevaplayabilmek için Sağlık Örgütlerinde İnovasyon Değerleme anketi oluşturulmuştur. Bu anketin demografik özellikleri, inovasyon uygulamaları, inovasyon uygulama sorunları ve hataları, inovasyon öncesi ve sonrası bölümleri ile ilgili sorular Önal (2011) çalışmasındaki anket sorularından ve bilgi oluşturma bölümü ile ilgili sorular da Goni, Maroto ve Rubalca (2007) çalışmasındaki 1-14 arası anket sorularından alınıp, adapte edilip oluşturulmuştur. Ayrıca yapılan pilot çalışma sonucunda anketin güvenilirliği Cronbach Alfa değeri $r = .72$ bulunmuştur. Tespit edilen değer $0.60 < r < 0.80$ arasında olduğundan ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir.

2.3. Araştırma Soruları

Çalışmada Tekirdağ'ın Şarköy ilçesinde yer alan devlet hastanesi ve eczaneler gibi sağlık örgütleri incelenecektir. Bu örgütlerde çalışan doktorlar, eczacılar, idari kadro, hemşireler ve diğeri sağlık çalışanlarının inovasyon sürecine karşı adaptasyonu, bu adaptasyona karşı tutumları, tutumlarının motive edilip edilmediği ve farklı örgütlerdeki üyelerin inovasyona karşı tutumları arasında fark olup olmadığı analiz edilecektir. Ayrıca sağlık örgütlerinde çalışanlara inovasyonla ilgili yeterli bilgi verilip verilmediği, inovasyon sürecinde karşılaşılan sorunlar ve inovasyon uygulama sonundaki farklılıklar incelenecektir.

Çalışma aşağıdaki sorulara cevap bulmayı amaçlamaktadır.

- Sağlık örgütlerinde çalışan doktorlar, eczacılar, idari kadro, hemşireler ve diğeri sağlık çalışanlarının inovasyon çalışmalarını algılamasında farklılık var mıdır?
- Farklı sağlık örgütlerinin inovasyona dair bilgi oluşturma algılarında farklılık var mıdır?
- Farklı sağlık örgütlerinin inovasyon uygulamaları algılarında farklılık var mıdır?
- Farklı sağlık örgütlerinin inovasyon uygulama sorun ve hatalara ilişkin algılarda farklılık var mıdır?
- İnovasyon uygulama öncesi ile sonrası arasında örgüt çalışanlarının davranışları arasında fark var mıdır?
- İnovasyona dair bilgi oluşturma ile inovasyon uygulama sonrası görüşler arasında ilişki var mıdır yok mudur?
- İnovasyon uygulama öncesindeki görüşler ile inovasyon uygulama sonrasındaki görüşler arasındaki ilişki var mıdır yok mudur?

2.4. Analiz Yöntemi

Bu bölümde araştırma sorularına cevap bulunmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda anket aracılığıyla elde edilen veriler SPSS 20 veri analiz programı kullanılarak ve istatistiksel analizler yapılarak tablolarla sonuçlar açıklanmıştır. Ayrıca sonuçların istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığı incelenmiştir. Bu çalışmada betimsel analiz (sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma), ki-kare testi, One-Way ANOVA ve korelasyon testleri uygulanmıştır.

3. Bulgular

Anket verilerine göre, aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Tablo 1' de yapılan betimsel analiz sonucunda alınan bilgilere göre oluşturulmuş ve tabloda görüldüğü gibi anket çalışmasına katılanların %37.3' ü erkek iken %62.7' si bayandır.

Tablo 1. Sağlık Örgütlerinde Cinsiyet Dağılımı

Değişken	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Bay	19	37.3
Bayan	32	62.7
Toplam	51	100

Ayrıca yapılan ki-kare testine göre aşağıdaki Tablo 2 incelendiğinde ise çalışmaya katılanların %72,6 sı devlet hastanesinde çalışmakta iken %27.4' si eczanelerde çalışmaktadır. Eczacıların %27.2' si devlet hastanesinde ve %72.8' i eczanelerde çalışmaktadır. Sonuç olarak sağlık örgütlerinde ünvan dağılımı anlamlıdır (Ki-Kare (8) =39.607, p=.001).

Tablo 2. Sağlık Örgütlerinden Katılanların Ünvan Dağılımı

Ünvan	Sağlık Örgütleri		
	Devlet Hastanesi	Eczane	Toplam
Pratisyen Hekim	7 %100	0 %0	7 %100.0
Hemşire	14 %100	0 %0	14 %100.0
Eczacı	3 %27.2	8 %72.8	11 %100.0
İdari Kadro	10 %90.0	0 %0	10 %100.0
Diğerleri	9 %100.0	0 %0	9 %100.0
Toplam	35 68.6	7 %13.7	51 %100.0

Soru 1: Sağlık örgütlerinde çalışan doktorlar, eczacılar, idari kadro, hemşireler ve diğer sağlık çalışanlarının inovasyon çalışmalarını algılamasında farklılık var mıdır?

Tablo 3. Sağlık Örgütlerinde Ünvana Göre İnovasyon Algılama Farklılıkları

Kategoriler	Soru Aralığı	df	F	Sig.
Bilgi Oluşturma	1-14	4	.472	.756
İnovasyon Uygulamaları	15-31	4	3.933	.009
İnovasyon Uygulama Sorunları ve Hatalar	32-38	4	.742	.569
İnovasyon Uygulama Öncesi	39-44	4	.988	.425
İnovasyon Uygulama Sonrası	45-50	4	.747	.566

Yukarıdaki Tablo 3' de verilen ANOVA testi sonuçlarına göre ünvan ile inovasyona dair bilgi oluşturma arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur (F (4)=.472, p=.756). Fakat ünvan ile inovasyon

uygulamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($F(4) = 3.933, p < .05$). Aslında ortalamalar arasında fark büyük olmamasına rağmen eczacılar (ortalama= 3.8412, standart sapma = .54554) diğer sağlık çalışanlarına (pratisyen hekim (ortalama=3.4967, standart sapma=.32634), hemşire (ortalama= 3.5668, standart sapma= .50002), idari kadro (ortalama =3.3529, standart sapma= .29994) ve diğerlerine (ortalama= 2.6176, standart sapma= .37435)) göre inovasyon uygulamalarına daha olumlu bakmaktadırlar. Böylece eczacılar ve diğer sağlık çalışanları inovasyon hakkında aynı bilgiye sahip olurken, eczacılar diğer sağlık çalışanlarına göre daha fazla inovasyonu uyguladıkları ortaya çıkmıştır.

Ayrıca unvan ile inovasyon uygulama sorunları ve hataları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($F(4) = .742, p = .569$). Aynı şekilde unvan ile inovasyon uygulama öncesi görüşler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($F(4) = .988, p = .425$). Son olarak da unvan ile inovasyon uygulama sonrası görüşler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($F(4) = .747, p = .566$). Sonuç olarak, sağlık çalışanların tümü inovasyon uygulamasındaki sorunları ve hataları aynı olmaktadır. Ama inovasyonu uygulama sonrasında görüşleri benzerlik taşımamaktadır.

Soru 2. Farklı sağlık örgütlerinin inovasyona dair bilgi oluşturma algılarında farklılık var mıdır?

Tablo 4. Sağlık Örgütlerinde İnovasyona Dair Bilgi Oluşturmada Algılama Farklılıkları

Kategoriler	Soru Aralığı	df	F	Sig.
Bilgi Oluşturma	1-14	2	4.747	.014

Yukarıdaki Tablo 4' e göre sağlık örgütleri ile inovasyona dair bilgi oluşturma arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark vardır ($F(2)=4.747, p < .05$). Bu analize göre devlet hastanesi çalışanları (ortalama=3.0887, standart sapma=.49474) eczane çalışanlarından (ortalama=3.0286, standart sapma=.38664) daha olumlu görüşe sahiptirler. Yapılan analiz sonucunda, ortalama olarak devlet hastanesi çalışanların inovasyonla ilgili bilgi oluşturma eczacılara göre daha yüksek olduğu tespit edilmektedir.

Soru 3. Farklı sağlık örgütlerinin inovasyon uygulamaları algılarında farklılık var mıdır?

Tablo 5. Sağlık Örgütlerinde İnovasyon Uygulamalarına Dair Algılama Farklılıkları

Kategoriler	Soru Aralığı	Df	F	Sig.
İnovasyon Uygulamaları	15-31	2	2.948	.064

Tablo 5 göstermektedir ki sağlık örgütleri ile inovasyon uygulamalarına dair algılamada istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($F(2)=2.948, p = .064$). Böylece eczacılar ve devlet hastanesi çalışanları sağlık hizmetlerinde inovasyonu uygulamaktadır.

Soru 4. Farklı sağlık örgütlerinin inovasyon uygulama sorun ve hatalara ilişkin algılarda farklılık var mıdır?

Tablo 6. Sağlık Örgütlerinde İnovasyon Uygulama Sorun ve Hatalarına Dair Algılama Farklılıkları

Kategoriler	Soru Aralığı	df	F	Sig.
İnovasyon Uygulama Sorun ve Hataları	32-38	2	2.700	.079

Tablo 6' ya göre sağlık örgütleri ile inovasyon uygulama sorun ve hatalarına dair algılamada istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($F(2)=2.700, p = .079$). Sonuç olarak, devlet hastanesi ve eczane çalışanları sağlık hizmetlerinde ortaya çıkan inovasyon uygulamalarında aynı sorunları yaşamakta ve aynı hataları yapmaktadır.

Soru 5. İnovasyon uygulama öncesi ile sonrası arasında örgüt çalışanlarının davranışları arasında fark var mıdır?

Tablo 7. Sağlık Örgütlerinde İnovasyon Uygulama Öncesine Dair Algılama Farklılıkları

Kategoriler	Soru Aralığı	df	F	Sig.
İnovasyon Uygulama Öncesi	39-44	2	1.351	.269

Tablo 7 sağlık örgütleri ile inovasyon uygulama öncesi dair düşünceler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir ($F(2)=1.351, p = .269$). Devlet hastanesi ve eczanelerin inovasyon

uygulanmadan önceki bakış açıları farksız olduğu ortaya çıkmıştır. İki örgütünde inovasyona karşı önyargılarının olduğu söylenebilir.

Tablo 8. Sağlık Örgütlerinde İnovasyon Uygulama Sonrasına Dair Algılama Farklılıkları

Kategoriler	Soru Aralığı	Df	F	Sig.
İnovasyon Uygulama Sonrası	45-50	2	1.106	.340

Yukarıdaki Tablo 8’ de görüldüğü gibi sağlık örgütleri ile inovasyon uygulama sonrasına dair düşünceler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur ($F(2)=1.106$, $p=.340$). Analizde şu sonuca ulaşılmaktadır. Eczaneler ve devlet hastanesi inovasyonun uygulanmasından sonraki memnun oldukları elde edilmektedir.

Soru 6. İnovasyona dair bilgi oluşturma ile inovasyon uygulama sonrası görüşler arasında ilişki nasıldır?

Tablo 9. Bilgi Oluşturma İle İnovasyon Uygulama Sonrası İlişki

		1	2
Bilgi Oluşturma (1)	Pearson Korelasyon	1	.078
	Önem Derecesi (İki kuyruklu)		.635
	N	43	39
İnovasyon Uygulama Sonrası (2)	Pearson Korelasyon	.078	1
	Önem Derecesi (İki kuyruklu)	.635	
	N	39	45

Tablo 9’ da görüldüğü gibi inovasyona dair bilgi oluşturma ile inovasyon uygulama sonrası görüşler arasındaki ilişkiyi incelemek için korelasyon uygulanmıştır. Sonuç olarak bu ilişki istatistiksel olarak anlamlı olmamasına rağmen olumlu güçsüz bir ilişkidir ($r=.078$, $p=.635$). Böylece eczacılar, doktorlar, hemşireler, ve diğer sağlık çalışanları uygulanan sağlık hizmetlerinde inovasyonla ilgili bilgi sahibi oldukça inovasyonun uygulanmasından sonra memnun oldukları ortaya çıkmaktadır.

Soru 7. İnovasyon uygulama öncesindeki görüşler ile İnovasyon uygulama sonrasındaki görüşler arasındaki ilişki var mıdır yok mudur?

Tablo 10. İnovasyon Uygulama Öncesi ve Sonrasına İlişkin Görüşler Arasındaki İlişki

		1	2
İnovasyon Uygulama Öncesi (1)	Pearson Korelasyon	1	-.113
	Önem Derecesi (İki kuyruklu)		.458
	N	47	45
İnovasyon Uygulama Sonrası (2)	Pearson Korelasyon	-.113	1
	Önem Derecesi (İki kuyruklu)		.458
	N	45	45

Yukarıdaki Tablo 10’ a göre inovasyon uygulama öncesi görüşler ile inovasyon uygulama sonrası görüşler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmamasına rağmen olumsuz güçsüz bir ilişki vardır ($r=-.113$, $p=.458$). Sonuç olarak, sağlık örgütlerinde çalışanlar inovasyonu uygulamadan önce görüşleri her ne kadar olumsuz olsa da inovasyonun uygulanmasından sonra görüşleri değişmekte ve olumlu hale gelmektedir.

Sonuç ve Tartışma

İşletmelerde inovasyon bir süreçtir. Bu süreçte ilk olarak inovasyon kavramının anlaşılması gerekir. Böylece bu kavram anlaşıldıktan sonra inovasyon ihtiyacı belirlenip planlama yapıp, sonrasında uygulama gerçekleşir. Örgütlerin inovasyon sürecini yöneterek uygulama sonucunda elde ettiği tespitleri benimsemesi gerekir (Önal,2011: 69).

İnovasyon, bilim ve teknolojinin toplumsal ve ekonomik yarar sağlayacak şekilde yenilenmesidir (Yamaç, 2001). Bu yüzden tüm sektörlerde yer alan işletmelerin başarıyı devam ettirebilmesi için inovasyon gerekli bir unsurdur. Özellikle son yıllarda hızla gelişen sağlık hizmeti veren örgütlerde tüketici istek ve ihtiyaçlarını

karşılatabilmek, verimlilik ve karlılığı arttırabilmek için teknolojik inovasyon uygulamaları önem arz etmektedir. Ayrıca nüfusun artması ile hastalık çeşitlerinin artması ve bu da tıbbi cihaz, ilaç ve teknolojik inovasyonların sağlık hizmetinde yapılma zorunluluğu ortaya çıkarmıştır.

Sağlık hizmeti veren örgütlerde yani hastanelerde hızlanan gelişmeler nitelikli sağlık personeli ihtiyacını arttırırken, performans ve verimliliği de arttırmaktadır. Ayrıca sağlık hizmetlerine ayrılan kaynakların etkin kullanılması için kaliteli, güvenilir, hasta merkezli sağlık hizmeti verecek, verimliliği arttıracak ve maliyetleri düşürecek sağlık uygulamaları son yıllarda daha hızlı bir şekilde artmaktadır (Ökem, 2011: 95).

Garica-Goni, Maroto ve Rubalcaba (2007) çalışmalarının sonucunda, inovasyon algısı kamu sağlık kurumlarında ön çalışanlar ve yöneticiler için farklıdır. Ön çalışanların tutumları çoğunlukla kurumun performansına bağlıdır. Yöneticilerin de tutumları daha çok bireysel veya örgütsel inovasyon profiline bağlıdır. Ayrıca bu çalışmada ön çalışanlardan daha fazla motive edilen yöneticiler farklı bir şekilde motive edilmekte ve kamu sağlık kurumlarında farklı sağlık profesyonelleri inovasyona karşı farklı tutumlar göstermektedir. Bu da sağlık performansında ve inovasyon adaptasyonunun da motivasyonun önemli olduğu ortaya çıkarmıştır.

Önal (2011) çalışmasında inovasyon hakkında hastane personelinin eğitim ihtiyacının giderilmesi gerektiğini, inovasyon çalışmalarını doktor ve hastanedeki yönetim personeli yeterli bulmadığını, hastane yönetimleri inovasyon uygulamalarına daha fazla önem verdiğini, inovasyon öncesinde ve sonrasında kamu ve devlet hastanelerinde doktor ve yönetici personelin inovasyon uygulamaları sonucunda hastanede çalışma mekanı ve çalışma koşulları hasta/hasta yakını memnuniyeti personelin motivasyonu, hastane karlılığı, genel olarak hastane performansını arttırdığını ortaya koymuştur. Fleuren, Wiefferink ve Paulussen (2004) çalışmasında inovasyon süreci ile ilgili hastanın inovasyonla işbirliği yapması için gönüllü olması, hastanın inovasyon faydalarının farkında olması gerektiği, inovasyonun finansal sorumluluğu hastalara yüklenmemesi gerektiğini tespit etmiştir.

Bu bağlamda çalışmanın amacı, devlet hastanesi ve eczaneler gibi sağlık örgütlerinde çalışan doktorlar, eczacılar, idari kadro, hemşireler ve diğer sağlık çalışanlarının inovasyon sürecine karşı adaptasyonu, bu adaptasyona karşı tutumları, tutumlarının motive edilip edilmediği ve farklı örgütlerdeki üyelerin inovasyona karşı tutumları arasında fark olup olmadığı analiz edilmektedir. Ayrıca sağlık örgütlerinde çalışanlara inovasyonla ilgili yeterli bilgi verilip verilmediği, inovasyon sürecinde karşılaşılan sorunlar ve inovasyon uygulama sonundaki farklılıklar incelenmektedir.

Çalışma sonucunda ise yukarıda bahsedilen çalışmalara (Önal (2011) ve Fleuren, Wiefferink ve Paulussen (2004)) benzer olan sonuçlar ortaya çıkmıştır. Analiz sonucunda elde edilen verilere göre sağlık örgütlerinde yer alan doktorlar, hemşireler, eczacılar, idari kadro ve diğer sağlık çalışanları tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için inovasyonla ilgili aynı bilgiyi elde etmekte, örgütteki inovasyon uygulamasında oluşan aynı sorun ve hataları yaşamakta, inovasyon uygulama öncesinde ve sonrasında aynı düşüncelere sahip olmaktadır. Fakat farklı sağlık örgütü çalışanlarına göre karşılaştırıldığında ise devlet hastanesi çalışanları eczacılara göre inovasyonla ilgili tüketici ihtiyaçlarını daha iyi belirlemektedir. İnovasyon uygulamasında ve bu uygulama aşamasında oluşan hata ve sorunlarda, uygulama öncesinde ve sonrasında ise devlet hastanesi çalışanları ve eczacılar aynı tutum ve davranışları göstermektedir. Bu bağlamda sağlık örgütleri inovasyon ihtiyacını belirlemek için bilgi elde ettikçe inovasyon sonrasında hasta ve hasta yakını memnuniyeti, doktor, hemşire, eczacı, idari kadro ve diğer sağlık çalışanların motivasyonu, sağlık örgütlerin performansı ve karı artmaktadır. Ayrıca sağlık örgütlerinde inovasyon uygulanmasından önce hasta ve hasta yakını memnuniyeti, doktor, hemşire, eczacı, idari kadro ve yardımcı sağlık hizmeti verenlerin motivasyonu, sağlık örgütlerin performansı ve karı azalırken, inovasyon uygulama sonrasında artmaktadır. Son olarak, farklı sağlık örgütleri ve bu örgütlerde farklı ünvanlara sahip çalışanlar inovasyon uygulamalarına önem verdiğini, hasta ihtiyaçları doğrultusunda inovasyonla ilgili yeterli bilgi ve eğitime sahip olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra inovasyon uygulama sonunda çalışanların motivasyonun arttırılacağı, örgüt performansını ve karını arttıracağı tespit edilmiştir.

Ayrıca çalışma sonucunda elde edilen verilere göre inovasyon, nasıl ki diğer sektörlerde tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için önemli ise sağlık sektöründe de hasta ihtiyaçlarını karşılamak ve sağlık hizmeti sunabilmek için önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Hatta sağlık örgütlerinde çalışanlar hasta ihtiyaçlarını karşılayabilmek için inovasyonla ilgili daha fazla bilgi ve eğitime sahip olması gerekmektedir. Böylece sahip oldukları bilgi ve eğitim arttıkça inovasyon uygulamasından önce, uygulama sürecinde ve uygulamasından sonra daha olumlu görüşlere sahip oldukları elde edilmektedir. Görüldüğü gibi, araştırmada toplanan veriler bir ilçede yer alan hastane ve eczanelerden elde edildiği için uygulama örnekleme konusunda kısıtlama

bulunmaktadır. Bu kısıtlanmış verilerin analiz edilmesi ile elde edilen sonuçlar genellenememektedir. Böyle gelecekte yapılan çalışmalarda, daha fazla il ve ilçede bulunan devlet hastaneleri, sağlık ocakları, aile sağlık merkezleri ve eczaneler gibi tüm sağlık örgütleri ele alınmalıdır. Sağlık örgütlerinden elde edilen veriler toplanıp, analiz yapıp ve sonuçlar tüm sağlık örgütleri için geneleme yapılmalıdır. Hatta farklı sektörlerde yer alan inovasyon uygulamaları konusunda da veriler elde edilerek, sağlık sektörleri ile karşılaştırma yapıp farklılıklar tespit edilmelidir.

Kaynakça

- Akenroye, T., O. (2012). Factors Influencing Innovation in Healthcare: A Conceptual Synthesis, *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 17(2).
- Aksay, K., ve Orhan, F. (2013). Hastanelerde İnovasyon Sürecinin Risk Yönetimi Bağlamında Değerlendirilmesi: Bir Model Önerisi, *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 10-23.
- Atun, R., A., Menabde, N., Saluvere, K., Jesse, M. ve Habicht, J. (2006). Introducing a Complex Health Innovation-Primary Health Care Reforms in Estonia (Multimethods Evaluation), *Health Policy*, 79, 79-91.
- Büyüköztürk, Ş. (2005). Anket geliştirme, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 133-148.
- Cain, M. ve Mittman, R. (2002). *Diffusion of Innovation in Health Care*, California Health Care Foundation.
- Cebeci, U. Ve Alaca, H. (2007). *İnovasyon Derecesinin Ölçümlemesi*, www.ufukcebeci.com/Portals/57ad7180-c5e7-49f5.../inovasyon.doc, 07.05.2015.
- Fleuren, M., Wiefferink, K. ve Paulussen, T. (2004). Determinants of Innovation Within Health Care Organizations, Literature Review and Delphi Study, *International Journal for Quality Care*, 16(2), 107-123.
- Garcia-Goni, M., Maroto, A. ve Rubalcaba L. (2007). Innovation and Motivation in Public Health Professionals, *Health Policy*, 84, 344-358.
- Göker, A. (2000). *Prodüktivite, İnovasyon Yeteneği ve Teknoloji*, TÜSİAD.
- Göker, A. (2003). *Ulusal İnovasyon Sistemi*, TÜSİAD.
- Greer, A. L. (1977). Advances in The Study of Diffusion of Innovation in Health Care Organizations, The Milbank Memorial Fund Quarterly. *Health and Society*, 55(4), 505-532.
- Hendy, J. ve Barlow, J. (2013). Adoption in Practice: The Relationship Between Managerial Interpretations of Evidence and The Adoption of a Healthcare Innovation, *Health Policy and Technology*, 2, 216-221.
- Herzlinger, R. E. (2006). *Why Innovation in Health Care Is So Hard*, Harvard Business Review.
- Jippes, E., Ahterkamp, M., C., Brand, P., L., P., Kiewiet, D., J., Pols, J. ve Engelen J., M., L., V. (2010). Disseminating Educational Innovation in Health Care Practice: Training Versus Social Networks, *Social Science & Medicine*, 70, 1509-1517.
- Nelson, R., R. (1993). *National İnnovation Systems: A comparative Analysis*, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1496195, 07.05.2015.
- Omachonu, V., K. ve Einspruch, N., G. (2010). Innovation in Healthcare Delivery Systems: A Conceptual Framework, *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 15(1).
- Ökem, Z. G. (2011). *Türkiye' nin Avrupa Birliği' ne Üyelik Sürecinde Sağlıkta İnovasyon*, TÜSİAD.
- Önal, Y. H. (2011). *Sağlık Sektöründe İnovasyon Yaklaşımı: İzmir' de Hizmet Veren Kamu-Özel Hastanelerinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Özoğlu, S.Ç. (1992). Davranış Bilimlerinde Anket: Bilgi Toplama Aracının Geliştirilmesi, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 25(2), 321-39.
- Plsek, P. (2003). Complexity and The Adoption of Innovation in Health Care, National Institute for Health Care Management Foundation National Committee for Quality Health Care, Washington.

- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovation*, The Free Press, Fourth Edition, New York.
- Sibthorpe, B., M., Glasgow, N., J. ve Wells, R., W. (2005). Emergent Themes In The Sustainability of Primary Health Care Innovation, *MJA*, 183(10), 77-80.
- Yamaç, K. (2001). Nedir Bu İnovasyon?, *Bilim, Eğitim ve Düşünce Dergisi*, 1(3).
- Yavuz, Ç. (2010). İşletmelerde İnovasyon-Performans İlişkisinin İncelenmesine Dönük Bir Çalışma, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(2), 143-173.
- Weberg, D. (2009). Innovation in Healthcare A Concept Analysis, *Nursing Administration Quarterly*, 33(3), 227-237.
- West, M.A. ve Sacramento, C. A. (2012). Creativity and Innovation: The Role of Team and Organizational Climate. In *Handbook Organizational Creativity*, *Academic Press, London*, 359-386.

BEZDİRİ İLE MÜCADELEDE DURKHEİM'İN AHLAK EĞİTİMİ MODELİ

Ramazan TİYEK

Yrd. Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü
ramazan.tiyek@klu.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacını, bezdirinin önlenmesinde Emile Durkheim'in Ahlak Eğitimi Modeli'nin uygulanabilirliğinin değerlendirilmesi oluşturmaktadır.

Yöntem: Araştırma sonuçlarının yorumlanması için gerekli olan veriler literatür taraması ile elde edilmiştir. Özellikle Durkheim'in Ahlak Eğitimi Modeli'nin bireylere kazandırılması ile ilgili literatür bilgilerine yer verilmiştir.

Bulgular: Ahlaki ilkelerden yoksunluk olarak da değerlendirilen bezdirinin önlenmesinde Durkheim'in Ahlak Eğitimi Modeli'nin çocuklara kazandırılması gerekliliği sonucu elde edilmektedir. Model, çocuğun ilk olarak özellikle de alışkanlıklar kazandığı ailede ahlaki eğitim alması gerektiğini daha sonra ise okul ortamında öğretmenlerinin yönlendirmesiyle ahlak eğitiminin devam etmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Belli bir disiplin altında verilmesi gereken ahlak eğitiminin birey tarafından benimsenmesindeki en önemli koruyucu etken ise toplumsal destektir. Böylece çocukluk döneminde ahlaki ilkelere uygun davranan çocukların çalışma hayatında toplumun beklentilerine uygun davranma ihtimali artacaktır.

Anahtar Sözcükler: Bezdiri, Ahlak, Alışkanlıklar, Çocukluk Dönemi, Bezdirinin Önlenmesi.

Bilgilendirme: Bu çalışma 19-22 Mayıs 2017 tarihlerinde Podgorica/Montenegro'da gerçekleştirilen **First Mediterranean International Conference on Social Sciences** isimli Kongre'de sunulan bildirinin gözden geçirilmiş son halidir.

DURKHEIM'S MORAL EDUCATION MODEL IN THE COMBATING AGAINST MOBBING

Abstract

Objectives: The purpose of this study is to assess the applicability of Emile Durkheim's Ethics Training Model in the prevention of the mobbing.

Methods: The data required for the interpretation of the research results were obtained by literature review. In particular, related to the acquisition of Durkheim's Moral Education by individuals to literature information has been included.

Results: The need for children to acquire the Moral Education Model of Durkheim is obtained as a precaution against the gesture, which is also regarded as deprivation of moral principles. The model suggests that the child must first receive moral education, especially in the habit, and then emphasizes that moral education should continue with the orientation of the teachers in the school environment. The most important protective factor in the adoption of moral education which is to be given under a certain discipline is the social support. In this way, it will increase the chances that children who behave in accordance with ethical principles in childhood will behave in accordance with the expectations of society in their working life.

Keywords: Mobbing, Morality, Habits, ChildhoodPeriod, Prevention of Mobbing.

Acknowledgement: This study is the latest revision of the paper presented at the First Congress of the International Conference on Social Sciences in Podgorica / Montenegro on 19-22 May 2017.

Giriş

Bezdiri, iş yerlerinde, okullarda vb. topluluklar içinde belirli bir kişiyi hedef alıp, çalışmalarını sistemli bir biçimde engelleyip huzursuz olmasına yol açarak yıldırma, dışlama, gözden düşürmedir. Çalışanların vakitlerinin çoğunun işyerlerinde geçtiği düşünülürken, bezdiri türü davranışlara maruz kalan kişilerin intihar edebilecek kadar bunalabildikleri görülmektedir. Bezdiri davranışlarının önlenmesinde bezdiri davranışları gerçekleşmeden önce ve bezdiri davranışları gerçekleştikten sonra olmak üzere temelde iki tür mücadele yöntemi bulunmaktadır.

Bezdiri ile mücadelede en iyi yöntem bezdiri davranışları gerçekleşmeden önce yapılanıdır. Çünkü bezdiri gerçekleştikten sonra mağdur idari ve yasal olarak kaybettiği haklarını elde etmiş olsa bile manevi olarak yıpranmışlığını düzeltememektedir. Dolayısıyla bezdiri davranışının işyerlerinde hiç gerçekleşmemesi için çalışmalar yapılması gerekmektedir. Bireylerin kendi şahsi hırslarını gerçekleştirmeleri için başkalarına zarar vermelerinden dolayı “ahlaksızlık” olarak değerlendirilen bezdirinin gerçekleşmesinin önüne geçilebilmesi için bireylere ahlaki düzeylerini geliştirici ahlak eğitimleri verilebilir. Ahlak eğitiminin faydalı olacağı dönemin başında ise çocukluk dönemi gelmektedir. Ahlak kuralları belirli davranışların itaat edilerek öğrenilmesi şeklinde değerlendirildiği zaman bu davranışların neden yetişkinlik dönemlerine göre çocukluk dönemlerinde daha etkili olduğu anlaşılacaktır.

Bu çalışmada “toplumun bireylerden değil, bireylerin toplumdaki oluştuktan oluştuğunu” yani bireylerin davranışlarını gerçekleştirirken önemli bir unsur olan toplumun etkisinde olduklarını ifade eden Emile Durkheim’in Ahlak Eğitimi Modeli ile bezdiri davranışlarının önlenmesi arasındaki ilişki tartışılacaktır. Önemli bir sosyolog olan ve 1903 yılında vermiş olduğu ders notlarından oluşan Ahlak Eğitimi anlayışına göre Durkheim, çocuklara öncelikle aile ortamında alışkanlıkları aracılığıyla belli bir disiplin altında ahlak eğitimi verilebileceğini ifade etmektedir. Daha sonra ise toplumsallaşmalarında önemli bir basamak olan kurullarla dolu okulda çocuğa öğretmenleri aracılığıyla ahlak eğitiminin verilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Hem ailede hem de okulda ahlaki davranış öğreten ebeveynler ile öğretmenlerin kendilerinin de yapmış oldukları davranışların çocuklar tarafından özdeşim kurulmasından dolayı kendilerine dikkat etmeleri ve örnek davranışlar sergilemeleri gerekmektedir.

1. Bezdiri Kavramının Tanımı, Kapsamı ve Ayırt Edici Özellikleri

Bezdiri, İngilizce bir kelime olan “mobbing” kavramının Türkçe karşılığı olarak kullanılmaktadır. “Mobbing” ise köken olarak “Mob” sözcüğünden gelmektedir. Mob sözcüğü, “kanun dışı şiddet uygulayan düzensiz kalabalık” anlamındadır. Latince’de “kararsız kalabalık” anlamına gelen *mobile vulgus* sözcüklerinden gelmektedir (Davenport, Schwartz ve Elliott, 2003: 3; Seyyar ve Öz, 2007: 265-266). Türkçe’de “mobbing” kavramı yerine birçok kavram (psikolojik taciz, psikolojik şiddet, manevi taciz, duygusal taciz vb.) kullanılmaktadır. Türkçe’de birden fazla kavramın kullanılmasını önlemek amacıyla Türk Dil Kurumu “bezdiri” kavramının kullanılmasını önermiştir (Türk Dil Kurumu, 22.02.2011). Bu çalışmada da Türk Dil Kurumunun önerisi doğrultusunda “Bezdiri” kavramının kullanılması tercih edilmiştir.

İşyerinde yaşanan saldırgan davranışlar hakkında geniş araştırmaları bulunan ve literatürde çok önemli bir tanınırlığı bulunan Dr. Leymann 1980’li yıllarda, işyerinde yaşanan grup şiddetini tanımlamada cinsel taciz dışındaki olaylar için mobbing (bezdiri) kavramını kullanmıştır. Bu davranışları ilk olarak İsveç’te araştırmış, sonraları Almanya’da araştırmalarına devam etmiştir. Araştırmalarının ana temasını kendisine işyerinde “zor kişiler” olarak bildirilen çalışanları incelemek oluşturmaktadır. Bu tür kişilerin aslında “zor kişiler” olmadıklarını belirlemiştir. Zor kişilik olarak bilinen çalışan davranışlarının kalıtsal bir kişilik bozukluğu sonucunda oluşmadığını ortaya çıkarmıştır. İşyeri yapısı ve kültürünün, bu insanları “zor” sıfatıyla damgaladıkları ortamı yarattığını belirlemiştir. ‘Zor kişiler’ olarak tanımlanan bu kişilere daha sonraki süreçlerde kurumdan kendi rızaları ile ayrılmaları için hoş karşılanmayan her türlü davranışın uygulandığını tespit etmiştir. Bu durum Leymann tarafından mobbing (bezdiri) olarak adlandırılmaktadır (Davenport, Schwartz ve Elliott, 2003: 3; Yaman, 2009a: 3). Leymann’ın araştırmaları sonucundan hareketle bezdiri; çalışan yada çalışanların bir kişiye yada gruba karşı istenmeyen, onur kırıcı, küçük düşürücü ve hedef alınan kişiye zarar verici saldırgan davranışlar sergilemesi (Vega, Comer, 2005: 103) şeklinde özetlenebilir.

Bir çatışma şekli olan bezdiri davranışlarında mağdur, işyerinde bir yada birkaç kişi tarafından sistematik ve sürekli tekrar eden bir şekilde (en az haftada bir ve en az altı aylık bir süreci kapsamı), onu savunmasız ve

yardıma muhtaç bir hale getirici; tehdit edici, onun sağlığına zarar verici boyutta küçük düşürme ve kişisel haklarına el koyma sürecini yaşamasıdır. Çaresiz ve savunmasız bireye karşı etik dışı ve düşmanca uygulamalar söz konusudur. Bu tanıma göre bezdirinin oldukça sık (en az haftada bir) ya da uzun zamanda (en az altı ay) ortaya çıkması beklenmektedir (Fineman, 2003: 154-155; Namie ve Namie, 2009: 3). Saldırgan tarafından uygulanan bu davranışların uygulanma nedeni ise, kurbanın bu davranışları hak ettiğinin düşünülmesidir (Elliott, 2003: 5). Kurbanın uyumsuz bir kişiliğe sahip olduğu düşünülmektedir (Yaman, Vidinlioğlu ve Çitemel, 2010a: 1138). Başka bir kaynakta duygusal şiddet olarak ifadelendirilen bezdiri, “duyguların ve duygusal gereksinimlerin; zorlamak, aşağılamak, cezalandırmak, öfke, gerginlik boşaltmak amacıyla karşı tarafa baskı uygulayabilmek için tutarlı bir şekilde istismar edilmesi, bir yaptırım ve tehdit aracı olarak kullanılması” (Yetim, Şahin, 2008: 49) şeklinde tanımlanmaktadır. Anlaşıldığı üzere “Bezdiri”, insanın sergilemiş olduğu saldırgan davranışlarının bir çeşidi olarak değerlendirilebilir (Randall, 2001: 32). Bezdiri davranışlarının temel amacı saldırgan davranışlarla kurbanı rahatsız etmek, ona zarar vermektir (Hickling, 2006: 8). Zarar verme sürecinde birilerine karşı avantaj elde edebilmek amacıyla birlikte hareket etmek ve hedef alınan kişiye, kurbanı zarar verme niyeti beslemek bezdiriyi diğer davranışlardan ayıran en önemli unsurlardan biridir (Zapf ve Einarsen, 2002: 22; Randall, 2001: 34). Bezdiri davranışları saldırgan tarafından hedef alınan kişilere psikolojik olarak zarar vermek amacıyla yapılan tutumsal, davranışsal ve duygusal saldırılardır (Yaman, 2009b: 969).

2. Bezdiri-İş Ahlakı Arasındaki İlişki

2.1. Bezdiri ile Ahlak ve İş Ahlakı Arasındaki İlişki

Ahlak, bireyin doğru ile yanlış ayırt edebilmesini sağlayan ilkeler ve değerler bütünüdür (Can, 2011: 135). İnsanın iyi veya kötü olarak vasıflandırılmasına yol açan manevi nitelikleri, huyları ve bunların etkisiyle ortaya koyduğu iradeli davranışlar bütünü; bu konularla ilgili bilim dalıdır (Erzurumlu İbrahim Hakkı Hz., 2013: 41). Ahlak, neyin iyi olması ve neden kaçınılması gerektiğini öngören bir değerler kümesi olarak değerlendirilmektedir. Toplum tarafından kabul edilen iyi davranışlar ile toplum tarafından kabul edilmeyen kötü davranış standartlarına uymak ise ahlaki sorumluluğun bir gereğidir (Ünlüönen ve Olcay, 2003; 94; Bikun, 2004; 12). Bir tezahür olarak ahlak, iyi yaşamaya dair kaygılarımızı yansıtan bir gösteren olarak kabul edilebilir (Türer, 2015: 99).

“Ahlak önceden belirlenmiş bir kurallar bütünüdür. Bu kurallar bir tür biçimsel kalıplara benzemektedirler. Biz de eylemlerimizi o kalıplara göre ayarlarız. Biz bu kuralları eyleme geçtiğimiz anda, daha üst düzeydeki ilkelere bakıp, oluşturmak durumunda değiliz. Bu kurallar bizden önce mevcut olup, bizim için hazırlanmış gibidirler. Bizimle birlikte yaşar ve bize yardımcı olurlar” (Durkheim, 2010: 49).

Ahlaki ilkelerin çalışma hayatında kullanılmasıyla iş ahlakı kavramı önemli hale gelmiştir. İş ahlâkı, ahlâki düşünce ve ilkelerin işletmecilik faaliyetlerine uygulanmasıyla ortaya çıkan bir olgu olup iş hayatında karşılaşılan tüm ahlaki sorunları incelemektedir. Bu sorunlar, çalışanlar arasında, çalışanlarla yöneticiler arasında, işletme ve işletmeyle alışverişte bulunanlar yada işletmeyle çevresel faktörler arasında olabilir (Özgener, 2004: 11; Tunçay, 2009: 79). İş ahlakı, iş dünyasında hüküm süren doğru ve yanlış davranışları ele almaktadır. İş ahlakı kavramı çerçevesinde geliştirilen görüşlerin önemli bir bölümünün hareket noktasını işletmelerin günümüz toplumlarında, özel bir ahlaki sorumluluğunun olduğunun kabul edilmesi oluşturmaktadır (Kirel, 2004: 273).

Ahlaki değerlere önem verilen işletmelerde bezdiri davranışlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlayan bir ortam bulunmamaktadır. Düşük ahlak standartları bezdirinin bir nedeni olarak görülmektedir (Einarsen, 2000: 388). Etik iklimin olduğu, ahlaki ilkelerin geçerli olduğu organizasyonlarda bezdiri davranışlarına rastlanmamaktadır (Harvey, Treadway, Heames ve Duke, 2008: 36; Rhodes ve diğ., 2010: 103; Yaman, 2010c: 562).

İyi ahlak iyi kurum demektir. Ahlaki saygınlığa sahip kurumlar çalışanların en iyilerini, dürüst ve saygın insanları kendilerine çekerler. Dürüst ve saygın insanlarla iş yapmak isteyen müşterileri, tüketicileri çeker ve onlarla kalıcı ilişki kurarlar. İşletmeler dürüstlükten kaynaklanan saygınlıklarını, ahlakı her çalışan için birinci öncelik haline getirerek kazanırlar (Beyster, 1998: 318). Böylece ahlaki standartların yüksek olduğu, güven ve dürüstlüğün bulunduğu bir kurumun hem başarısı yükselecek hem de toplumdaki prestiji artacaktır. Bu da

kurumun uzun süre varlığını sürdürebilmesi açısından önemlidir (Dündar, 2010: 48; Uçar, 2007: 12). Kurum içinde ortaya çıkan problemler bireyler ön plana alınmadan kurumda varolan etik standartlara göre çözülmeye çalışıldığı zaman etik dışı davranışların görülme olasılığı çok zayıf görünmektedir (Dündar, 2010: 230). Ahlaki değerler, çalışanların diğer çalışma arkadaşlarına karşı kıskançlıklarını, ihtiraslarını, onları sindirme dürtüsünü yok etmekte bilinçli, sistemli bir çalışma ortamı yaratmaktadır. Çalışanların birbirine saygılı, sevecen, iyi niyetli, işlerine ve işletmeye karşı son derece bağlı bireyler olmasını sağlamaktadır (Arslan, 2007: 45; Bulutlar ve Öz, 2009: 276).

2.2. Bezdiri Neden Ahlsızlık Olarak Değerlendirilmektedir?

İyi bir çalışma performansı, başarılı bir kariyer, güzellik vb. nedenlerle oluşan kıskançlık nedeniyle meydana gelen bezdiri, işyerindeki ahlaki ilkelerden yoksunluğun göstergesidir (Bilgel, Aytaç ve Bayram, 2006: 230; Zapf ve Einarsen, 2002: 250-251; Tengilimoğlu ve Akdemir Mansur, 2009: 78). Çalışanların hırslarını acımasızca gerçekleştirmek istemeleri onların ahlaki ilkeleri göz ardı etmelerine neden olabilmektedir. Örneğin bir çalışanın ileride gerçekleştirmek istediği amacı bir başka çalışanın amacı ile çakıştığı zaman bu iki çalışan birbirine rakip olmakta ve bunlardan bir tanesinin işyerinde kendisine yardımcı olabilecek koalisyonlar oluşturması ahlaki ilkelerin umursanmamasını ve dolayısıyla bezdiri davranışlarının başlamasına neden olabilmektedir (Zapf ve Einarsen, 2002: 251).

Ahlakın amacı, toplumsal değerlerin ön plana alınmasından dolayı insanı sınırlandırmak ve egemenlik altına almak olduğundan sınırsız zenginlik kolaylıkla bir ahlaksızlık kaynağına dönüşebilmektedir. Herhangi bir sınır tanımayan bezdiri, tamamen iş ahlakına aykırı davranışlardan oluşmaktadır. Bunun için kurumlarda, iş ahlakı bilincinin yerleştirilmesi gerekmektedir. Yöneticilerin çalışanlara eşit davranmaması, kayırma ve ayrımcılık yapılması, bencillik, yolsuzluk, şiddet, baskı, dedikodu, bedensel-cinsel taciz, görev ve yetkilerin kötüye kullanılması bezdiri'ye ortam hazırlayan sebeplerden sadece birkaç tanesidir (Durkheim, 2010: 68; Arslan, 2007: 109; Demir Kaymaz, 2007: 117).

2.3. Çocukluk Dönemi ile Bezdiri Davranışları Arasındaki İlişki

Bezdiri'nin ortadan kaldırılmasında yada gerçekleşmesinin önlenmesinde önemli olan bezdiri davranışı gerçekleşmeden önce yapılan uygulamalardır. Çünkü bezdiri gerçekleştikten sonra mağdur, psikolojik olarak yıpranmış durumda olacağı için ne kadar mücadele etse de eski haline dönemeyecektir. Bundan dolayı bezdiri ile mücadele ederken en iyi yöntem onun gerçekleşmesinin önüne geçici uygulamaların benimsenmesidir. Bu kapsamda ahlaki olarak zayıf bireylerin yetişmesi ve bunun çalışma hayatındaki yansımalarının bezdiri gibi herkesi rahatsız edecek bir uygulama olmaması için toplumsal olarak mücadele içine girilmesi gerekmektedir. "Ahlaki ilkelerden yoksunluk" olarak değerlendirilebilecek bezdirinin önlenmesinde, ahlak eğitiminin çocuğa erken yaşlarda verilmesi gerekmektedir. Bu süreçte de öncelikle çocuğun toplumsallaşmaya ilk adımlarını attığı aile ve sonrasında da okul dönemindeki öğretmenlerine önemli sorumluluklar düşmektedir.

Bezdiri olarak adlandırılan saldırgan davranışları gösteren bireylerin bu davranışları göstermelerinin altında yatan nedenlerden bir tanesi de ailede geçirilen ilk zamanlarla yani çocukluk dönemlerle doğrudan ilişkili olarak değerlendirilmektedir. Bu alanda otorite olarak kabul edilen Patterson'un araştırma sonuçlarına göre, yetişkin bireylerin toplumun beklentilerine uygun davranışlar göstermemesinde çocukluk dönemlerindeki aile ortamının etkisi olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Hoover ve Oliver, 1996: 5). Aile, çocuğun ilk eğitimini aldığı yer olması açısından çocuğun yetişmesinde önemli bir yeri olan kurumdur (Dodurgalı, 1998: 77). Yapılan başka bir çalışmada saldırgan davranışların üç yada dört yaşlarında kazanıldığı tespit edilmiştir. Bu yaşlarda çocuk başkalarının duygularını öğrenmeye başlamaktadır. Bu süreçte de kendi varlıklarını kabul ettirmek için kendilerini ısrarla ön plana çıkarmak ve inatçı davranmak istemektedirler. Bu durum yetişkinlerde şiddete meyilli olmanın belirtileridir (Byrne, 1994: 27). Çocukların isteklerine karşı ailelerin işbirlikçi yolunu seçmeleri ve onların takındıkları tavır ve izledikleri yolda, çocuğun isteklerine esir olmadıkları gibi, onu büsbütün de dışlamamalıdır (Dodurgalı, 1998: 86-87).

Pek çok psikolog, çocuğun ilk aylarının ve ilk bir iki yılının, şahsiyetin gelişmesinde çok etkili olduğunu söylemektedir. Bu devrede gereksinmelerin karşılanış biçimi, kişinin sonraki davranışlarına yön verebilmektedir (Altınköprü, 1999: 65).

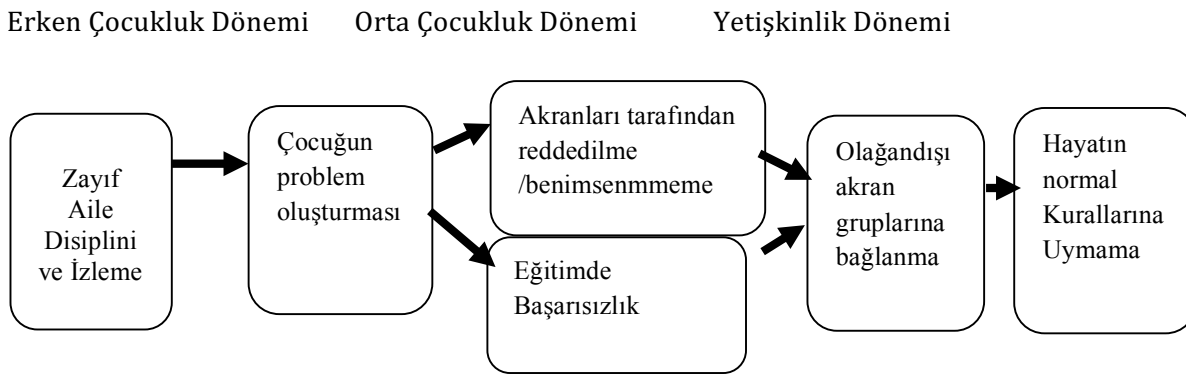
Annelerin, çocuğun herhangi bir isteğinin yerine getirilmesi, örneğin kendisine bir şey alınması için ağlayıp tutturması durumunda gösterdikleri davranışların dağılımı, iki uç eğilimle ılımlı eğilimin hemen hemen

başabaş gittiğine işaret etmektedir. Genel dağılım, annelerin ortalama yarısının (% 53,2) böyle bir durumda çocuğunun isteğini tekrar gözden geçirdiğini ve eğer makul bir istekse yerine getirdiğini, geri kalan yarısının da çocuğun isteğini ne olursa olsun yerine getirmeme yada ağlamasına dayanamayıp mutlaka yerine getirme biçimindeki iki uç davranıştan birini gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu iki uç davranıştan, çocuğun isteğini her ne olursa olsun yerine getirmek yönünde olanı (% 32,6) daha ağır basmaktadır; % 13 oranında bir grup ise, her ne olursa olsun yumuşamadığını belirtmiştir (T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, 1995: 57-58).

Yapılan başka bir araştırmada suçlu gençlerin % 22'sinin dağılmış ailelerden geldikleri belirlenmiştir (Yavuzer, 1996: 145). Başka bir araştırma sonucuna göre ise okullarda şiddet uygulayan yada kendisine şiddet uygulanan çocukların % 70'inin aile yapılarının problemlili bir şekilde hayatlarını sürdürdükleri belirlenmiştir (Byrne, 1994: 21). Aile yapılarının bozukluğu yada dağılmış ailelerden gelen çocuklar, ailede alması gereken ahlaki eğitim vb. davranışlardan yoksun kalmaları açısından önemlidir.

Saldırgan davranışlara neden olan olaylar ve bunların olası sonuçlarını aşağıdaki şekil sistematik bir şekilde anlatmaktadır:

Şekil 1: Bezdiri Gelişim Evreleri



Kaynak: Hoover ve Oliver, 1996: 5.

İlk çocukluk yıllarında aile ortamında özellikle “çok fazla özgürlük, çok az sevgi” olan ailelerdeki çocukların belli bir disiplinden yoksun olmaları ve isteklerinin yerine getirilmesi noktasında herhangi bir sınırın olmaması yada bu sınırın belirli olmaması ve küçük yaşlardan itibaren her istediklerini ağlayarak yaptırabilecek konuma gelmeleri, yetişkinlik dönemlerinde de onların istediklerini elde edemedikleri zaman uygun olmayan davranışları yapmalarına neden olmaktadır. Bazı çocukluk problemleri çocuğun eğitim hayatında da aynı ailedeki gibi davranmasına ve arkadaşları tarafından dışlanmasına ve eğitimde başarısız olmasına neden olabilmektedir. Bu durumda bulunan çocuk kendisine uygun olan ama normal akranlarından farklı olan sapkın, olağandışı akran gruplarına bağlılık göstermeye başlamakta ve onlar gibi davranarak toplumun beklentileri olan normal davranışları sergileyememektedir (Hoover ve Oliver, 1996: 5-7; Byrne, 1994: 22).

3. Bezdiri ile Mücadelede Durkheim’in Ahlak Eğitimi Modeli

3.1. Durkheim’in Ahlak Eğitimi Anlayışı

Emile Durkheim, 1858-1917 yıllarında yaşamış önemli bir sosyolog’tur. Kapitalizmin toplumsal hayatta oluşturmuş olduğu anlaşmazlıkların çözümü için çalışmalarda bulunmuştur. Bu çalışmalarından birisi de 1903 yılında ders notlarından oluşan, toplumda ahlaklı bireylerin yetişmesini amaçlayan Ahlak Eğitimi kitabıdır. Bu çalışmada, toplumu oluşturan bireylerin içinde yaşamış oldukları toplumun beklentilerine uygun bir şekilde davranmaları gerektiğini ifade etmektedir. Bu durumu da “toplumun bireylerden değil, bireylerin toplumdan oluştuğunu” ifade ederek açıklamaktadır.

Durkheim, “Ahlak rasyonel bir şeyse, yalnızca akla dayalı düşünce ve duyguların ürünüyse, bu şeyi akıldışı yollarla açıklamaya çalışmanın bir anlamı olabilir mi?” şeklindeki sorusu ile ahlaki ilkelerin bilimsel veriler ışığında değerlendirilmesi gerektiği üzerinde durmaktadır (Durkheim, 2010: 28). Ahlak eğitimi denildiğinde

sıklıkla dini eğitim akla gelmektedir. Ancak ahlak eğitimi sadece dini bir mesele değildir ve dini eğitim kapsamında ele alınmamaktadır. İyi insan yetiştirmek ve toplumsal düzeni sağlamak için ahlaki değer ve erdemlerin öğretilmesini hedefleyen ahlak eğitiminde karakter eğitimi, değerler eğitimi, vatandaşlık eğitimi gibi bir çok eğitim programı/modeli vardır (Çelik ve Toklucu, 2015: 319). Durkheim'in ahlak eğitimi anlayışında dile getirdiği önemli bir başka konu ise, ahlak için bir zorunluluk olan "bireyin kendine hakim olması"nın eğitim yoluyla bireye kazandırılabilmesidir (Durkheim, 2010: 70).

3.2. Durkheim'in Ahlak Eğitiminde Disiplinin Önemi

Durkheim, ahlak kurallarının emredici olmalarından dolayı kendilerine boyun eğilmeleri gerektiğini düşünmektedir. Toplum tarafından oluşturulmuş ahlaki kuralları ve ilkeleri önemli bir otorite olarak değerlendiren Durkheim, bu kurallara uyum sağlanarak toplumun gelişebileceğinden bahsetmektedir (Durkheim, 2010: 58). İnsan, kendine kural koyan, normlar, ölçütler yaratan tek canlıdır. Kurallar koyar, soydaşlarıyla ortak davranış biçimleri oluşturur, ortak simgeler, değerler yaratır. Onları âdet, töre, gelenek, ahlak, din, hukuk vb. kurumlar olarak kuşaktan kuşağa aktarır sürekliliklerini sağlar (Yavuzer, 1996: 18).

Toplumdaki kurallarla oluşturulan disiplin insanın arzularına gem vurmaya öğrenmesini sağlamaktadır. Böylece disiplin, kişiliğin özünün oluşmasında önemli bir yere sahip olacaktır (Durkheim, 2010: 74). Toplum yaşamı sanki egoların ve kuralların kıyasıya bir savaş alanı aynı zamanda gönüllü yada gönülsüz bir uzlaşmasıdır (Yavuzer, 1996: 18-19).

Yaşamak, içinde bulunduğumuz fiziksel dünyayla uyum içinde olmaktır. Yaşamak, üyesi olduğumuz sosyal dünyayla uyum içinde olmaktır. Her iki dünya da ne kadar büyük olursa olsun yine de sınırlıdır. Olağan koşullarda peşinde koştuğumuz amaçlar da aynı şekilde tanımlanmış olup, doğaya karşı gelmeden, bu sınırları aşabilmemiz mümkün değildir. Canımız neyi, ne zaman çekerse çeksin duygularımızı denetim altına almak zorundayız. Disiplinin göreviyse bu sınırları korumaktır (Durkheim, 2010: 74). Ahlak, mizaç ile birlikte doğuştan kazanılabileceği gibi alışkanlık ve eğitim ile de kazanılabilir. Başlangıçta düşünüp taşınma ile meydana gelir ve gittikçe bir alışkanlık ve huy haline gelir (Miskeveyh, 2013: 49).

Ahlaki eğitimin belirli bir disiplin altında verilmesi gerektiğini ifade eden Durkheim'e göre disiplinin tamamlayıcısı olarak cezanın da olması gerektiği yönünde bir değerlendirmesi bulunmaktadır. "Cezalandırmak demek işlediği suçu yadsıyan kişiye kuralın varlığını anımsatmak demektir" (Durkheim, 2010: 205).

Cezanın suçun hemen akabinde verilmesinin ahlaki açıdan büyük önemi vardır çünkü suçun neden olabileceği olası kötü sonuçları nötralize etmektedir. Kural çiğnediğinde ceza olarak karşılığı neyse derhal verilmelidir (Durkheim, 2010: 233). Çocuk kötü bir şey yaptığını ancak ayıplanırsa anlayabilir. Çocuk yalnızca ayıplandığı zaman hem aptalca davrandığını hem de saygı duyması gereken bir kuralı çiğnediği için kötü bir şey yaptığını anlayabilir (Durkheim, 2010: 209).

Ayrıca ceza sistemi dereceli olmalıdır, olabilecek en alt kademedden başlamalı ve bir basamaktan diğerine çok büyük bir titizlik gösterilerek geçilmelidir. Gerçekten de bir kez uygulanan bir ceza bu uygulama nedeniyle etkinliğinin bir bölümünü yitirmektedir (Durkheim, 2010: 228-229).

3.3. Ahlaki Disiplinin Çocukta Oluşturulması

Bir çocuğa ahlak eğitimi vermek demek onda şu yada bu erdem duygusunun zamanla ortaya çıkmasını sağlamak değil; zamana yayılmış bir şekilde, uygun yöntemlere başvurarak bu genel temayülleri çocukta oluşturup, genelleştirdikten sonra insanlar arasındaki ilişkilerin ayrıntılarına uygun bir şekilde çeşitlilik göstermesini sağlamaktır (Durkheim, 2010: 43).

"Çocuğun yakınları ve öğretmenleriyle olan ilişkilerinde iki koşulu yerine getirdiği görülmektedir: 1) Çocuk doğal olarak yapay yöntemlerle hipnotize edilmiş bir insanın bulunduğu edilgin bir konumdadır. Akli boş bir yazı tahtasına benzememekle birlikte, oldukça yoksul ve belli eğilimlerden başkasına sahip olamayacak durumdadır. Dolayısıyla zihinsel açıdan pek yoğun olmayan bu çevreye sokulacak her yeni düşünce pek önemli bir direnişle karşılaşmayacağından kolaylıkla eyleme geçebilecektir. Zaten çocuğun bu yüzden örnek alma hastalığına kolaylıkla yakalanabildiği, taklit etmeye çok fazla eğilimli olduğu söylenebilir. Bir eyleme tanık olduğu zaman onu bir başka yerde yeniden benzer bir şekilde canlandırmaya çalışmaktadır; 2. koşul eğitimcinin komutlarına kattığı emredici tonlamayla yerine

getirilmiş sayılabilir. Eğitimcinin iradesini dayatabilmesi kesin ve kararlı bir tavır sergilemesi gerekmektedir. Çocuk ailesi ve öğretmenlerine karşı olan ahlaki bağımlılığın bilincine, onlara olan gereksiniminin, onların entellektüel üstünlüklerinin ve bu üstünlüğün bedelinin ne olduğunun bilincine varmaya ve onları kronik bir şekilde birer otorite gibi görmeye başladığı andan itibaren onların talimatlarına uygun bir şekilde davranmakta ve böylelikle her geçen gün otoritelerinin güçlenmesine yol açmaktadır” (Durkheim, 2010: 168-169).

Çocuğun eğitimi her şeyden önce temel ruhi ihtiyaçlarının karşılanmasına bağlıdır. Bunlar sevgi, disiplin ve özgürlüktür. Bu üç ihtiyaç birbiriyle sıkı sıkıya bağlantılıdır ve birlikte karşılanır. Bebeklikte sevgi ihtiyacı yoğundur, ileri yaşlarda ise sevgi ihtiyacının yanında özgürlüğü sağlama ve disiplin verme gereği de ortaya çıkar (Aydın, 2015: 394).

Yetişkin dönemde toplumun beklentilerini karşılayabilecek bireyler yetiştirilebilmesi için ailelerin çocukluk dönemine dikkat etmeleri gerekmektedir. Kant’a göre disiplinin çok erken yaşlardan itibaren oyun içinde çocuğa verilmesi gerekmektedir. Çünkü insanın doğal olarak özgürlüğe karşı bir eğilimi söz konusudur. Uzun süre tekrar edilen davranışlar artık karakterimizin bir parçası olur ve alışkanlıklara dönüşür. Alışkanlık haline gelen davranışların daha sonra terk edilmesi oldukça zordur. Dolayısıyla zamanında eylemlerimiz bir disiplin ve düzen içerisinde alışkanlık haline dönüştürülmezse, sonra kazanacağımız kötü alışkanlıkların meydana getirdiği karakterimizi değiştirmemiz imkansız olacaktır (Akt: Yayla, 2005: 80). Birbirine saygılı bireyler dolayısıyla da birbirine saygılı çalışanlar yetiştirilmek isteniyorsa “toplumların karakter oluşumunun, ilerlemenin, gelişmenin ve şekillenmelerinin eğitim sayesinde olduğu unutulmamalı ve etik değerlerin eğitimle çocuklara kazandırılmaları gerekmektedir” (Özen, 2004: 199). Kant, insanın genç yaşlarda başıboş bırakılması ve hiçbir müdahalede bulunulmaması halinde yaşamının sonuna kadar vahşiliğe, ilkelliğe ait birtakım alışkanlıkları devam ettireceğine inanmaktadır (Akt: Yayla, 2005: 80).

Erken yaşta gerçekleştirilen bir çevre değişikliği yada herhangi türden karşı etkinlik gösteren etkiler gibi elverişli şartlar çocukların erken yaşlardaki olumsuz davranışlarını yetişkinlik döneminde göstermelerini engelleyebilir (Horney, 1999: 69).

3.4. Ailede Ahlaki Disiplinin Oluşturulması

İçinde yaşayanların farklı güzelliklerle gelişip olgunlaştığı mekanlar olarak “her aile bir ahlak okuludur” (Çağlayan, 2005: 38). Her ailenin kendine özgü misyonu ve vizyonu olmalı, bu misyon ve vizyon doğrultusunda geleceğe yönelik hedefler gerçekleştirmelidir. Vizyonu oluşturulmayan evlerde şaşkınlıklar yaşanır. Misyonu olmayan evler yabancılaşır. İlkeleri ve stratejileri belirli olmayan ailelerde yanlışlıklar ve hatalar çoğalır. Bu sıkıntıları yaşamamak için aileler, yaşadıkları değerler doğrultusunda, geçmişlerini, yaşadıklarını, geleceğe bakışlarını, birlik ve beraberliği sağlamada sorumluluk taşımalıdır (Çağlayan, 2005: 39). Çocuğun ahlak eğitiminde en önemli kurum ailedir. Aile, ahlaki duyguların uyandırılması, uygulanması ve ahlaki bilgilerin kazandırılması yoluyla ahlak eğitimi görevini yerine getirir (Aydın, 2015: 393).

Durkheim, çocuğun “alışkanlık delisi” birisi olduğundan bahsetmektedir. Çocuk bir kez alışkanlıklar edindiğinde bu alışkanlıklara yetişkin insandan çok daha fazla sadık kalmaktadır. Çocuklarımıza kim bilir kaç kez aynı geleneksel hikayeleri tekrar tekrar anlatmışızdır. Her anlatışımızda onları sanki ilk kez dinliyorlarmış gibidirler. Devreye yeni bir hikaye girip, alışkanlıklarda küçük bir değişikliğe neden olduğu takdirde ona karşı çocukta belli bir soğukluk oluşabilmektedir (Durkheim, 2010: 163).

“Alışkanlığın çocuk bilincindeki etkisi sayesinde onu düzenli olmaya ikna edebilir, bundan hoşlanmasını sağlayabilir ve imaya açık bir varlık olması nedeniyle de, eğitim aracılığıyla çevresinde yer alan ve kendilerine boyun eğdiği ahlaki güçlerin bilincine varmasını belli bir düzeyde sağlayabiliriz” (Durkheim, 2010: 171).

Okul öncesi dönemde çocuk, kendini özdeş tutacağı model olarak anne ve babasını alır, onların özellikleriyle değer yargılarını örnek olarak benimser, hareket, tutum, konuşma gibi davranışlarını taklit etmeye uğraşır. Bir başka deyişle, çocuk, dış dünyayı anne ve babasının gözlüğü aracılığıyla görmeye çalışır (Yavuzer, 1996: 115).

Aile ortamında çocuğun istenilen davranışları gerçekleştirmesinin ana amacı çocuğun anababasına sevgiyle bağlı olduğu, onların sevgisini sürdürmek istediği içindir. Sevdiği anasına ve babasına benzemek çocuk için en

güçlü eğilimdir. Anababanın beğendiği davranışları yineleyerek özümser. Önce çok yüzeyde olan bir öykünme ile başlayan bu benimseme, giderek anababanın özelliklerinin kendi kişiliğine sindirilmesi yolunda gelişir. Başka bir deyişle, çocuk anababasıyla özdeşim yapar; onlara kendini uydurarak, daha çok sevilmek çabasına girer. Çocuğun anababaya benzeme eğilimi, onu daha uysal ve söz dinler duruma getirir. Ana, baba, çocuk ilişkisi olumlu ise, çocukta onların hoşuna giden davranışı benimseme doğal olarak gelişir (Yörükoğlu, 2011: 223).

Çocuklar, büyüklerin öğütleriyle davranışları arasındaki çelişkiyi sezmekte ustadırlar. Çocuk yalnızca kendi edindiği alışkanlıklara değil, çevresinde gözlemlediği tüm diğer alışkanlıklara karşı da saygılıdır. Davranışları bozuk olan çocuklar, kendilerine yapılması öğütlenen davranış kalıpları ile bu öğütleri yapan anne-babaların davranışları arasındaki tutarsızlıkları gözleyebilen çocuklardır. Örneğin, karısını döven bir koca, çocuğuna kardeşini dövmemeyi öğretemez (Yörükoğlu, 2011: 228; Durkheim, 2010: 164).

Piaget çocukların ahlak gelişim özelliklerini onların oyunlarını gözleyerek açıklamaya çalışmıştır. Piaget, çocuğun bilişsel gelişimi ile ahlaki yargıları arasında ilişki olduğuna inanmaktadır. Piaget'e göre altı yaşın altındaki çocukların kuralları yoktur. İşlem öncesi dönemdeki çocuklar (2-6 yaş) kuralların sabit ve değişmez olduğuna inanırlar, kurallara karşı gelmek kaçınılmaz olarak ceza ile sonuçlanır; davranış niyete göre değil sonucuna göre değerlendirilir. Bu yaştaki çocuklar, kuralların yüksek bir otorite tarafından konulduğunu ve değiştirilemez olduğunu düşünürler (Ercan, 2009: 146-147).

Başlangıçta, kuralları, yasakları olduğu gibi benimser çocuk. Okul öncesi dönemde ana ve babanın koyduğu kurallar çocuk gözünde gökten inmişcesine katı ve tartışılmaz nitelik taşırlar. Kuralların dışına çıksalar da bu inançları pek değişmez. Ruhbilimci Piaget yedi yaş öncesindeki bu ahlak anlayışına "Buyruk Ahlakı" adını veriyor. Gerçekten bu dönemde bir çocuk, annesi izin vermediği halde sokağa çıkabilir. Ama düşüp dizi sıyrılmış bunu söz dinlemeyişinin cezası olarak yorumlar (Yörükoğlu, 2011: 223). Ahlak öğretiminin herhangi bir davranışın ezberletilmesi olmadığı bilinmeli ve davranışın nedeninin çocuğa anlayabileceği şekilde açıklanması gerekmektedir (Durkheim, 2010: 148). Anlamını ve önemini bilmediğimiz bir emre körü körüne itaat ettiğimiz zaman, bu emre neden körü körüne itaat etmemiz gerektiğini bilirsek, kendimizi, en az bilinçli bir eylem sergilediğimiz zamanki kadar özgür hissedebiliriz (Durkheim, 2010: 146).

Vergani'nin araştırmasına göre, çocuğun kişiliğinin ruhsal ve psiko-sosyal alandaki oluşum döneminde en ağır sorumluluğu aileye yüklemekte ve "Çocuktaki uyumsuzluğun ortaya çıkmasında, çocuğun gelişme çağında önlemediği, hatta buna neden olduğu gerekçesiyle ailesi sorumlu tutulmalıdır" demektedir (Yavuzer, 1996: 160-161). Genel olarak daha olumlu aile, çevre ve okul ilişkileri içinde olan çocuklar daha sonraları toplumun tüm bireyleri tarafından kabul gören eşitlikçi, hoşgörülü bireyler olmaktadır (Kulaksızoğlu, 2005; 194).

3.5. Okulda Ahlaki Disiplinin Oluşturulması

"İkinci çocukluk döneminin ötesine yani okul eğitimi aşamasına geçildiğinde eğer ahlaki temeller bu dönem içinde oluşturulamazsa bir daha asla kolay kolay oluşturulamamaktadır. Bu dönem çocuğa ahlaklı bir karakter kazandırılması açısından çok önemlidir" (Durkheim, 2010: 40).

Çocuğun ilk gelişmesi sırasındaki davranışlarının ya hepsi yada çoğu, genellikle ilkeldir. Çünkü çocuk yalan söyleyebilir, duymadığı ve görmediği şeyleri anlatabilir, hırsızlığa kalkışabilir, uydurma şeyler söyleyebilir, gevezelik ve lüzumsuzluk eder, kendisine ve çevresine zarar verebilir. O sürekli eğitim, yaşının ilerlemesi ve deneylerle yavaş yavaş değişir (Miskeveyh, 2013: 75).

Evde başlayan ahlak eğitimi okulda da sürer gider. Ancak bu, ahlak dersleri yoluyla değil, öğretmenlerin örnek davranışlarıyla sağlanır. Beğendiği öğretmenleriyle özdeşim yapan çocuk, evde gelişen erdemlerini yeni örneklerle zenginleştirir (Yörükoğlu, 2011: 228-229).

"Eğer başlangıçtan bu yana en ilkel sayılabilecek insan topluluklarında bile yaşam ailevi değil aileler topluluğu şeklindeyse, bunun nedeni ahlak eğitiminin yeni kuşağa aile tarafından ayrı ayrı değil klanın yaşlıları tarafından veriliyor olmasıdır. Eskiler, belli bir yaşa gelen gençleri bir araya getirip onlara dinsel inançları, ritleri, gelenekleri kısaca gruba özgü entellektüel ve ahlaki birikimi aktarmakta, öğretmektedirler. Gençleri soy birliği değil yaşlarına göre özel gruplara ayıran aile ötesi topluluklar bu şekilde ortaya çıkarak, varlıklarını sürdürebilmişlerdir. Okul da bu türden bir gruptur. Çocukları aynı ilkeye uyararak bir araya getirmektedir. İlkel toplumlarda yaşlılar tarafından

yetiştirilen, yönlendirilen yeni yetmeler grubunu okul çocukları ve bu süreci de okulun ilk hali olarak gösterebiliriz. Okuldan, çocukları aileden daha gelişkin bir toplumsal yaşama hazırlamasını istemekle onun doğasına aykırı bir talepte bulunmamış sayılırız” (Durkheim, 2010: 266).

Gerçekten de okulda çocuğun davranışını önceden belirleyen bir kurallar sistemi vardır. Okula düzenli bir şekilde gitmek, belli saatte sınıfta bulunmak, belli bir şekilde giyinip, belli bir şekilde davranmak zorundadır. Sınıfta düzeni bozmamak, derslerini izleyip öğrenmek, ödevlerini belli bir özen duygusuyla yapmak vs. durumundadır. Görüldüğü gibi çocuğun uymak zorunda kaldığı birçok mecburiyet vardır. Bu mecburiyetlerin bütünü okul disiplini denilen şeyi oluşturmaktadır. Çocuğa bir disiplin anlayışı aşılamanın yolu ona okulda disipline uymayı öğretmekle mümkün olabilir (Durkheim, 2010: 177).

Okulda kurala uymayı öğrenen çocuk, genelde kurallara uymayı öğrenecek ve kurallara uymadığı zaman rahatsız olup, kendine hakim olmaya çalışacaktır. Zira amaç kurallara uymadığı zaman rahatsızlık duyması ve kendine hakim olmasını sağlamaktır. Katı görev anlayışının ilk basamağı okuldur. Ciddi denilen yaşama ilk adım burada atılmaktadır (Durkheim, 2010: 178).

Disiplin özünde, ahlak eğitiminin yeri doldurulması neredeyse imkansız bir araçtır. Öğretmen bu ahlak eğitim sürecinde çok titiz olmak durumundadır. Söz konusu olan şey yalnızca onun kişisel huzuru ve yararıyla sınırlı değildir. Hiç abartmadan sınıfta oluşacak ahlakı onun tutarlı tavır ve davranışının belirleyebileceğini söyleyebiliriz. Disiplin altına alınmamış bir sınıf hiç kuşkusuz morali bozuk bir sınıf olacaktır. Çünkü çocuklar denetlenmedikleri zaman bu durum taşkınlığa yol açmakta ve her türlü engellemeye karşı çıkmakta ve davranışlarıyla da bunu belli etmektedirler (Durkheim, 2010: 178-179).

Çocuğun gözünde kurala boyun eğilmesini sağlayan şey ona atfettiği bir tür kutsallıktır. Kural bozulduğu zaman çocuk bu kutsallığın gerçek olmadığını düşünmektedir. Çocuklar kurala boyun eğiyor, ona saygı duyuyorlarsa bunun nedeni öğretmenin kurala boyun eğmesi ve saygı duymasıdır. Öğretmen kurala saygı duymayana müdahale etmediği zaman, böyle bir göz yumma öğretmenin kurala artık eskisi gibi saygı duymadığı anlamına gelecek ve sergilediği en ufak bir kuşku, tereddüt yada inançsızlık çocuklar tarafından anında algılanacaktır (Durkheim, 2010: 204).

İnsan öğrenmesinin sosyal bir ortamda olduğu ve çocukların en önemli öğrenme yaşantılarının başkalarının davranışlarını gözleyerek meydana geldiği ifade edilmektedir. Bu nedenle kişilik gelişimi ve sosyal gelişimde insanın olumlu bir çevre ve bu çevre şartlarında iyi bir kontrol mekanizması kurması önemlidir (Acat, 2015: 461). Öğrencilerin sosyal davranışları başkalarının davranışlarını gözleyerek model alma yolu ile öğrenmeleri ve öğretmelerin de davranışları ile öğrencilerine model olabilecekleri unutulmamalıdır (Ercan, 2009: 149).

Okulda çocuğa ahlaki eğitim verilirken çocuğun iletişim halinde olmak zorunda olduğu diğer çocuklarla olan uyum ve uyumsuzluğuna da dikkat edilmelidir. Gevşek ahlaki değerlere sahip insanları bir araya getirmek onların birbirlerini daha da şımartmalarına yol açabilir. Bu yapay sınıflardaki suç ortaklığı hapisanelerdeki suç ortaklığından daha az tehlikeli değildir (Durkheim, 2010: 228).

Okulda ahlaki eğitimin verilmesi demek, sınıftaki herkesin tek bir şablon haline getirilmesi şeklinde değerlendirilmemelidir.

“Bir kral nasıl bir ulusa herhangi bir düşünce biçimini dayatamazsa, bir öğretmen de sınıfa herhangi bir düşünce biçimini dayatamaz. Daha önce de göstermiş olduğumuz gibi bir sınıfın oluşum biçimi kısmen onun karakterini de belirlemektedir. Öğretmenin görevi-oldukça sınırlandırılmış olsa bile yine de çok önemlidir-bu yaşantıyı yönlendirmek şeklindedir. Yapması gereken şey ortak duygu ve düşüncelerin oluşabileceği ortamlar oluşturmak, bunlardan sonuç çıkarmak, onları yönlendirmek ve süreklilik kazandırmaktan ibarettir” (Durkheim, 2010: 276).

Bütün sorun aynı sınıfta zorunlu olarak bir arada bulunan çocuklara alışık oldukları mevcut yaşantılarının dışında, şahsi özellikler taşımayan kolektif bir yaşantıdan nasıl zevk alabileceklerini öğretmekten ibarettir (Durkheim, 2010: 273).

3.6. Sosyal Gruplara Bağlılık

İnsanın ahlaki bir varlık olabilmesi için kendi dışında, çevresinde bulunan varlıklara bağlanması ve düzeyi ne kadar basit olursa olsun bu toplumda bir dayanışma içinde olması gerekmektedir. İşte bu yüzden ahlaki

eğitimin ilk görevi çocuğu en yakınında bulunan grup olan aileden başlayarak içinde yaşadığı topluluğa bağlamaktır (Durkheim, 2010: 105).

Psikologlar, “sosyalleşme” terimini, çocukların toplumun isteklerine göre düşünme ve davranmayı öğrendikleri süreci belirtmek için kullanırlar. Bir insan, toplumun ahlak kurallarına inanıp uyarsa ve o toplumun işleyen bir parçası olarak içinde yer alırsa, onun iyi sosyalleşmiş (toplumsallaşmış) olduğu söylenir (Kaczynski, 2013: 15).

Öyleyse ahlakı toplum üretir ve toplumsal yapı bu ahlakı kusursuz bir şekilde yansıtır. Kendimize karşı yerine getirmemiz gereken görevlerin neler olduğunu bile bize toplum söyler. Toplum bize belli bir ideal dayatır çünkü bu dayatma hayati bir öneme sahiptir (Durkheim, 2010: 114).

Piaget’e göre, ahlak gelişimi, çocuğun bilişsel gelişimine bağlı olarak çevresiyle olan sosyal etkileşimi çerçevesinde gerçekleşmektedir (Can, 2011: 135). Kohlberg’in Ahlak Gelişimi Kuramı’na göre ise, dördüncü evredeki ahlak anlayış, çevredeki önemli görülen bireylerin beklentilerine uygun davranışların uygun bulunması yerine, davranışların toplumsal sistemin yasal kurallarına ve normlarına uygun olmasını esas alır. Oldukça gelişmiş bir ahlak anlayışını temsil eden bu durumda birey, toplum içinde diğer bireylerin de haklarına saygılı olmayı benimser (Can, 2011: 139).

Ortak yaşamdan zevk almak ve bundan vazgeçemeyecek duruma gelebilmek için ortaklaşa düşünme ve davranma alışkanlığını edinmiş olmak gerekiyor. Tüm kolektif alışkanlıkların ahlakı bir boyuta sahip olmadıklarını söyleyebiliriz ancak tüm ahlakı davranışların kolektif alışkanlıklar olduğunu yadsıyamayız. Bu yüzden kolektif alışkanlıklara boyun eğmeyenlerin ahlak kurallarına da boyun eğmeyebilecekleri düşünülmektedir (Durkheim, 2010: 51).

Aile dışında katılabileceğimiz kolektif bir yaşantı yoksa bilimsel, sanatsal, mesleki vb. tüm insani etkinlik biçimleri konusunda tekil davranış biçimini yeğlediğimiz takdirde toplumsal kişiliğimizin gelişmesi çok zor ve yavaş olacaktır. Dolayısıyla ev dışı yaşantımızın yalnızlık eğilimi taşıması kaçınılmaz hale gelecektir. Bu yüzden ortak yaşamın mecburiyetlerine katlanmakta oldukça zorlanıyor ve sunduğu zevklerden keyif almayı beceremiyoruz (Durkheim, 2010: 267-269). Biz demekten zevk alabilmesi için çok sık ben dememesi gerekmektedir (Durkheim, 2010: 274).

Ahlakı davranışların bireylerin dışında birşeyleri amaçladığı söylenebilir. Bu amaçlar bireyler üstü amaçlardır. Oysa bireyleri dışladığımızda geriye bireylerden oluşan gruplar yani toplumdan başka bir şey kalmamaktadır. Öyleyse ahlakı amaçların hedefi toplumdur. Ahlaklı bir şekilde davranmak demek kolektif çıkarlar adına davranmak demektir (Durkheim, 2004: 67). Toplum kişiden birey olarak neyi bekliyorsa, sosyal bir varlık olan insan da kendini beklentiye uydurmaktadır demek mümkündür. Birey, toplumla insan olur, toplumla varlığını gerçekler (Yavuzer, 1996: 18). Gerçekten de ahlaklı olmak demek kişisel olmayan, genel, birey ve kişisel çıkarlarından bağımsız amaçların yaşama geçirilmesi demektir (Durkheim, 2010: 140).

4. Sonuç ve Değerlendirme

Aristo, Ahlak (Etika) ve Kategoriler adlı kitaplarında, kötü insanın eğitimle iyi insan olacağını söyler. Ancak bu mutlak değildir. Çünkü ona göre öğütlerin tekrarlanması, eğitim, insanların iyi ve faziletli yönetimlere tabi tutulması elbette çeşitli insanlarda, çeşitli etkiler yapar. Kimisi eğitilebilir ve fazilete doğru hızla ilerler, kimisi eğitilebilmekle birlikte fazilete doğru yavaş yavaş ilerler (Miskeveyh, 2013: 51):

Kurallara uymak zorunda olan kişiler nasıl bir karaktere sahip olurlarsa olsunlar bugünkü ahlakı eylemle yarınki arasında bir fark yoktur. Öyleyse ahlaklı olmak belli koşullarda belli eylemlerin yinelenmesini gerektiren bir davranış biçimidir. Sonuç olarak belli alışkanlıklar edinilmesini, belli bir düzen anlayışını zorunlu kılan bir şeydir. Alışkanlık ve ahlak uygulamaları arasında öylesine bir yakınlık vardır ki, her türlü kolektif alışkanlığın zorunlu olarak ahlakı bir özelliğe sahip olduğunu söyleyebilmek mümkündür (Durkheim, 2010: 50).

Ahlâk eğitimi, bireye öğretim yaşantıları vasıtasıyla, çevresinden modellediği davranışları alışkanlığa dönüştürme, insanın ahlâkî doğasında olan potansiyeli işleme ve yine ahlâkî temâyüllerini yönlendirme çabasıdır ve faaliyetler bu yönde sürdürülmektedir. Ahlâk eğitimi, değerlere, tutumlara ve kişiliğe hitap ettiği için bilişsel alanın bilgi, kavrama, analiz gibi basamaklarından ziyade, duyuşsal alanın, değer verme, örgütlenme

ve kişilik haline getirme gibi süreçleriyle alakalıdır. Zira bu noktada öğrenilen bilgilerin davranışa dönüştürülebilme yönüyle ahlâk eğitimi önem kazanmaktadır (Fidan Özcan, 2012: 29).

Ahlakın önündeki en büyük engel, pratik yaşamın gereksinimlerinin artırılması sonucu oluşan ikiyüzlü, şekilci sözde ahlakıdır (Yakupoğlu, 1997:16). İyi ahlak iyi işletme demektir. Ahlaki saygınlığa sahip şirketler çalışanların en iyilerini, dürüst ve saygın insanları kendilerine çekerler (Beyster, 1998: 318). Böylece etik standartların yüksek olduğu, güven ve dürüstlüğün bulunduğu bir örgütün hem başarısı yükselecek hem de toplumdaki prestiji artacaktır. Bu da kurumun uzun süre varlığını sürdürebilmesi açısından önemli bir kazanım olacaktır (Dündar, 2010: 48; Uçar, 2007; 12).

Ahlak eğitimi, toplumsal alanda bireylerin daha sağlıklı bir iletişim kurabilmeleri ve toplumun da varlığını sürdürebilmesi açısından önem taşımaktadır. Çalışma hayatında ise huzurun kaynağı olarak değerlendirilebilir. Neoliberal piyasa ekonomisi kurallarının geçerli olduğu çalışma hayatında özellikle 1970’li yıllardan sonra ortaya çıkan bezdiri kavramı insanların kendi hırs ve amaçlarını gerçekleştirirken başkalarına nasıl zarar verdiklerini hiç düşünmedikleri sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Oysa bir insanın başka bir insana zarar vermesi toplumsal yaşamın dolayısıyla da çalışma hayatının sürekliliğinin sağlanabilmesi için kabul edilebilir birşey değildir. Bezdiri hangi niyet ile gerçekleştirilirse gerçekleştirilsin ahlaksızlık olarak değerlendirilmektedir. Ahlaksızlığın giderilebilmesi için de yapılması gerekenlerden bir tanesi, bireylere erken yaşlarda ahlak eğitiminin kazandırılmasıdır. Çünkü ahlaki ilkeler erken yaşlarda benimsetilmeye çalışıldığı zaman kalıcı ve faydalı olmaktadır. Daha sonra bireyler yetişkin olduklarında çevrelerinde gelişen olayları daha önce elde ettikleri bilgi ve becerilerle değerlendirdiklerinde ahlaki ilkelerin dışında hareket etmemeye çalışacaklardır. Bundan dolayı mantıksal ilişkiler kurularak bilimsel verilerle desteklenen Durkheim’in Ahlak Eğitimi Modeli’nin toplumdaki herkes tarafından benimsenmesi ve uygulanmasının Durkheim’in yaşadığı döneme göre daha çok önem taşımaktadır. Emile Durkheim’in yaşadığı dönemde toplumsal ilişkiler daha kuvvetli iken günümüzde özellikle bireysel ilişkiler ve bireycilik ön plana çıkmaktadır. Bu açıdan bakıldığında “Durkheim’in Ahlak Eğitimi modeli günümüz için geçersiz olarak değerlendirilebilir” şeklindeki bir kaygının yersiz olduğunu belirtmek gerekir. Çünkü ahlak eğitimi ile ilgili Durkheim’in üzerinde durmuş olduğu konular belirli bir davranışın ezberletilmesi yada sadece yaşanan dönemin gereklerine uygun bir ahlak eğitimi olmayıp evrensel ilkelerden oluşmaktadır. Bundan dolayı günümüzde de geçerli olduğu gibi bundan sonraki süreçlerde de geçerli olacaktır. Ayrıca günümüzde çalışma hayatında bireysel ilişkilerin ön planda olmasında da ahlaki ilkelerin yeteri kadar benimsenmemesinin neticesi olduğu unutulmamalıdır. Bezdiri’yi önleyici birçok faktör olmakla birlikte ahlak eğitiminin önemi gözden kaçırılmamalıdır. Bezdiri’nin çalışma hayatında gerçekleşmeden önlenmesi için çalışma hayatında ahlaki ilkeleri kendisine rehber edinen bireylerin çoğalmasına ihtiyaç vardır. Aksi takdirde bezdiri gerçekleştikten sonra yapılan önleyici mekanizmalar mağdurların zararlarını en aza indirmek için yapılan uğraşlardır ki bunlar bireyde belirli düzeyde bir yıpranma meydana geldikten sonra yapılmaktadır.

Kaynakça

- Acat, M. B. (2015). “Ahlak Eğitiminde Rol Model Referansları”. Musa Kazım Arıcan vd. (Ed.), Eğitim ve Ahlak Şurası (457-478). Ankara: Eğitim-Bir-Sen Yayınları.
- Aydın, M.Z. (2015). “Ailede Ahlak Eğitimi”. Musa Kazım Arıcan vd. (Ed.), Eğitim ve Ahlak Şurası (388-411). Ankara: Eğitim-Bir-Sen Yayınları.
- Beyster, J. R. (1998). “Ahlaki ve Girişimciliği Pekiştirmek”. Rosen, Robert H. (Ed.). İnsan Yönetimi (Çev. Gündüz Bulut). (318-328). İstanbul: MESS Yayınları.
- Bilgel, N., Aytaç, S. ve Bayram, N. (2006). Bullying in Turkish White-Collar Workers. *Occupational Medicine*, (56), 226-231.
- Burnet, J. (2008). Aristoteles Eğitim Üzerine (Çev. A. Aydoğan). İstanbul: Say Yayınları.
- Byrne, B. (1994). Coping with Bullying in Schools. London: Cassell Publishing.
- Can, G. (2011). “Kişilik Gelişimi”. Yeşilyaprak, B (Ed.). Eğitim Psikolojisi (2. Baskı) (119-153). Ankara: Pegem Akademi.

- Çağlayan, A. (2005). Ahlak Pusulası. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları.
- Çamdibi, H. (2012). Güzel Ahlak ve İnsan İlişkileri. İstanbul: Çamlıca Yayınları.
- Çelik, Z. ve Dilruba T. (2015). “Batıda Eğitim Müfredatında Ahlak Eğitimi”. Musa Kazım Arıcan vd. (Ed.), Eğitim ve Ahlak Şurası (316-332). Ankara: Eğitim-Bir-Sen Yayınları.
- Çileli, M. (1986). Ahlak Psikolojisi ve Eğitimi. Ankara : V Yayınları.
- Davenport, N., Ruth D. S. ve Elliott, G.P. (2003), Mobbing, (Çev: Osman Cem ÖnerToy). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Dilmaç, B. (1999). İlköğretim Öğrencilerine İnsani Değerler Eğitimi Verilmesi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Dodurgalı, A. (1998). Ailede Çocuğun Din Eğitimi (2. Baskı). İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Vakfı Yayınları.
- Durkheim, E. (2004). Ahlak Eğitimi (1902-1903) (Çev. O. Adanır) İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Durkheim, E. (2006). Toplumsal İşbölümü (Çev. Ö. Ozankaya). İstanbul: Cem Yayınevi.
- Durkheim, E. (2010). Ahlak Eğitimi (2. Baskı). (Çev. O. Adanır). İstanbul: Say Yayınları.
- Einarsen, S. (2000). Harassment and Bullying At Work:A Review of The Scandinavian Approach. *Aggression and Violent Behavior*. 5 (4), 379-401.
- Elliott, G.P. (2003). School Mobbing and Emotional Abuse. New York: Brunner Routledge.
- Eraş, D. (2007). Ahlak Felsefesinden Ahlak Bilimine: Emile Durkheim. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Ercan, L. (2009). “Okul Döneminde (6-11) Gelişim”. Ataman, A. (Ed.). Gelişim ve Öğrenme (4. Baskı) (138-157). Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Fidan Özcan, F. (2012). Durkheim ve Dewey'in Ahlak Eğitime İlişkin Görüşlerinin Karşılaştırılması. Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Fineman, S. (2003). Understanding Emotion At Work. London: Sage Publishing.
- Harvey, M., Treadway, D., Thompson J. H. ve Duke A. (2008). Bullying in the 21 st Century Global Organization: An Ethical Perspective. *Journal of Business Ethics*. (85), 27-40.
- Hickling, K. (2006). Workplace Bullying, Workplace Bullying in the NHS: RANDLE. Abingdon: Jacqueline, Radcliffe Publishing.
- Hoover, J. H. ve Ronald O. (1996). The Bullying Prevention Handbook. Bloomington: National Education Service.
- Horney, K. (1999). Çağımızın Nevrotik Kişiliği (Çev. Selçuk Budak), (4. Baskı). Ankara: Öteki Matbaası.
- Hz., E. İ. (2013). Mekarim-i Ahlak (Güzel Ahlak). Erzurum: Eser Ofset Matbaacılık.
- Kaczynski, T. (2013). Sanayi Toplumu ve Geleceği (2. Baskı). İstanbul: Kaos Yayınları.
- Kant, I. (2006). Eğitim Üzerine (Çev. A. Aydoğan). İstanbul: İz Yayıncılık.
- Köylü, M. (2006). Küresel Ahlak Eğitimi. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları.
- Miskeveyh, İ. (2013). Tenzibu'l-Ahlak (Ahlak Eğitimi) (2. Baskı b.). (Çev. A. Şener, İ. Kayaoğlu, & C. Tunç) İstanbul: Büyüyenay Yayınları.
- Namie, G. ve Namie, R. (2009). The Bully At Work: What You Can Do to Stop the Hurt and Reclaim Your Dignity On the Job (2. Baskı). Naperville: Sourcebooks.
- Randall, P. (2001). Bullying in Adulthood: Assessing the Bullies and Their Victims, New York: Brunner-Routledge,

- Seyyar, A. ve Selek Öz, C. (2007). İnsan Kaynakları Terimleri Ansiklopedik Sözlük. Sakarya: Değişim Yayınları.
- T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu (1995). Ailede Çocuk Eğitimi. Ankara: Bizim Büro Basımevi.
- Türer, C. (2015). “Ahlak ve Eğitim: Şahsiyetin Oluşturulması”. Musa Kazım Arıcan vd. (Ed.), Eğitim ve Ahlak Şurası (97-112). Ankara: Eğitim-Bir-Sen Yayınları.
- Vega, G. ve Debra R. C. (2005). Sticks and Stones Break Your Bones, but Words can Break Your Spirit: Bullying in the Workplace. *Journal of Business Ethics*. (58), 101-109.
- Yaman, E. (2009a). Yönetim Psikolojisi Açısından İşyerinde Psikoşiddet-Mobbing-. Ankara: Nobel Yayınları.
- Yaman, E. (2009b). Psikoşiddet (Mobbing) Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 9 (2), Cilt: 9, Sayı: 2, 967-988.
- Yaman, E. (2010c). Psikoşiddete (Mobbinge) Maruz Kalan Öğretim Elemanlarının Örgüt Kültürüne ve İklimine İlişkin Algıları, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10 (1), 547-578.
- Yaman, E., Vidinlioğlu, Ö. ve Çitemel, N. (2010a). İşyerinde Psikoşiddet, Motivasyon ve Huzur: Öğretmenler çok şey mi bekliyor? Psikoşiddet Mağduru Öğretmenler Üzerine, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7 (1), 1136-1151
- Yavuzer, H. (1996). Çocuk ve Suç (8. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yenişehirlioğlu, Ş. (1990). “İnsan Nedir ve Eğitilebilir Mi?”. Ergün, M. (Ed.). (1-14). Ankara: Ankara Üniversitesi I. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi.
- Yetim, D. ve Şahin, E.M. (2008). Aile Hekimliğinde Kadına Yönelik Şiddete Yaklaşım, *Aile Hekimliği Dergisi*, 2 (2), 48-53.
- Yörükoğlu, A. (2011). Çocuk Ruh Sağlığı (31. Basım). İstanbul: Özgür Yayınları.
- Yücel, H.-A. (1993). İyi Vatandaş İyi İnsan. Eskişehir: Eskişehir Üniversitesi Basımevi.
- Zapf, D. ve Einarsen, S.(2002). “Mobbing At Work: Escalated Conflicts in Organizations”. Suzy Fox, Paul E. Spector (Ed.). Counterproductive Work Behavior (237-270). Washington: American Psychological Association.

**GENÇ İŞSİZLİĞİ, SUÇ, GÖÇ, İNTİHAR VE BOŞANMA DÜZEYLERİ İLE İLİŞKİLİ MİDİR?
TÜRKİYE'DEN AMPİRİK BİR KANIT**

Ufuk ÖZER

Arş. Gör., Kırklareli Üniversitesi, İİBF, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü,
ufukozer@gmail.com

Mehmet Hanefi TOPAL

Yrd. Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İİBF, Maliye Bölümü,
mhanefitopal@gmail.com

Özet

Amaç: Genç işsizliği, Türkiye'nin önemli sosyo-ekonomik problemlerinden biridir. Türkiye'de genç işsizliği üzerinde yapılan daha önceki araştırmalar, özellikle genç işsizliğinin nedenleri ve ekonomik etkileri üzerine odaklanmıştır. Genç işsizliğinin ortaya çıkardığı toplumsal sorunlar üzerine yapılmış çalışmalar ise oldukça sınırlıdır. Bu çalışma, Türkiye'de genç işsizliğinin suç, göç, intihar ve boşanmalar gibi diğer toplumsal sorunlar üzerinde etkili olup olmadığının ampirik olarak incelemeyi amaçlamaktadır.

Yöntem: Analizlerde, Türkiye'nin 26 bölgesinin (Düzyey-II) 2004-2016 dönemi verileri kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiler ise klasik panel regresyon (en küçük kareler) analizi ve ikinci nesil panel nedensellik analizlerinden Dumitrescu ve Hurlin (2012) nedensellik testi yardımıyla incelenmiştir.

Bulgular ve Sonuç: Panel en küçük kareler tahmin sonuçlarına göre, genç işsizlik suç, göç, intihar ve boşanmalar üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilidir. Dumitrescu ve Hurlin nedensellik testi sonuçlarına göre, genç işsizliği göç, intihar ve boşanma gibi toplumsal sorunların nedenlerinden biridir. Bu bulgulardan hareketle, Türkiye'de istihdam politikaları oluşturulurken gençlere odaklanmış daha proaktif kamu politikası araçlarının üretilmesi gerektiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Genç İşsizliği, Emek Piyasası, Suç, Göç, Boşanma, İntihar

Bilgilendirme: Bu çalışmanın ilk hali, 19-22 Ekim 2017 tarihlerinde Kemer-Antalya'da düzenlenen 18. Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Kongresi'nde tebliğ olarak sunulmuş ve bildiri özetleri kitapçığında yer almıştır (ss. 71-75).

IS YOUTH UNEMPLOYMENT ASSOCIATED WITH THE LEVEL OF CRIME, MIGRATION, SUICIDE AND DIVORCE? AN EMPIRICAL EVIDENCE FROM TURKEY

Abstract

Purpose: Youth unemployment is one of the important socio-economic problems in Turkey. Previous studies on youth unemployment in Turkey focused specifically on the causes and economic influences of youth unemployment. Studies on the social consequences of youth unemployment are quite limited. This study aims to empirically examine whether youth unemployment in Turkey has an effect on other social problems such as crime, migration, suicide and divorce.

Method: The data of 26 regions (NUTS-2) in Turkey were used for the period of 2004-2016. Causal relationships among the variables were analyzed using traditional panel regression -Panel ordinary least squares (OLS) - analysis and the second-generation panel causality -Dumitrescu and Hurlin (2012)- test.

Findings and Results: According to panel OLS estimation results, the effect of youth on crime, migration, suicide and divorce are positive and statistically significant. According to the Dumitrescu and Hurlin causality test results, youth unemployment is a cause of social problems such as migration, suicide and divorce. Thus, designing youth based employment policy in Turkey, more effective public policies must be applied.

Keywords: Youth Unemployment, Labor Market, Crime, Migration, Divorce, Suicide

Acknowledgement: An earlier version of this article was presented at the 18th Labor Economics and Industrial Relations Congress, that was held in Kemer-Antalya, on 19-22 October 2017 and included in the abstracts book (pp. 71-75).

GİRİŞ

Genç işsizliği, 2008 küresel ekonomik krizi sonrasında Güney Avrupa ülkeleri başta olmak üzere pek çok ülkenin temel sosyo-ekonomik problemlerinden biri haline gelmiştir. İspanya, İtalya, Yunanistan, Portekiz, Fransa ve Güney Afrika gibi, genç bir nüfus yapısına sahip Türkiye’de de yüksek genç işsizliği oranları halen varlığını sürdürmektedir. Türkiye’de 2017 yılının ikinci çeyreğinde bir önceki döneme göre genç nüfusta (15-24 yaş) işsizlik oranı 0,7 puanlık artış ile %20,6 olurken, 15-64 yaş grubunda bu oran 0,7 puanlık azalış ile %10,8 olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2017). Görüldüğü üzere, genç işsizliği oranı genel işsizlik oranının neredeyse iki katı düzeyinde seyretmektedir. Öte yandan bu oran üniversite mezunu işsizlerde daha da yüksektir. Bu fark, genç işsizliğinin neden genel işsizlik sorunundan ayrı olarak ele alınması gereken önemli bir olgu olduğuna işaret etmektedir.

Genç işsizliği sorunu, genel işsizlikte de olduğu gibi, özellikle 1970’li yıllarda ekonomilerde baş göstermeye başlayan durgunluk ile beraber daha belirgin bir hale gelmiştir. Bilindiği üzere, gençleri tanımlayan yaş aralığı çeşitli kuruluşlarca veya ülkeden ülkeye farklılık gösterebilse de Birleşmiş Milletler (UN) ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) gibi kuruluşlar 15-24 yaş aralığındaki kişileri genç olarak tanımlamaktadır. Buradan hareketle, “çalışma irade ve iktidarına sahip olup da cari ve geçerli ücret üzerinden ve ayrıca kanun yahut örf ve adetle tayin edilmiş saatler zarfında bir iş aradığı halde bulamamış ve maruz kaldığı aylıklık durumu kendi arzu ve isteği dışında meydana gelmiş olan” 15-24 yaş arasında bulunan kişiye “genç işsiz” denilmektedir. Bu yaş aralığında görülen işsizlik olgusu ise “genç işsizliği” olarak anılmaktadır (Murat ve Şahin, 2011). Gençler, konjonktürel durgunluktan ve genel işsizlik oranındaki artıştan en çok etkilenen grup olmaktadır. Öte yandan işgücü piyasalarında emeğin ücretlendirilmesi başta olmak üzere işverenlerin bir takım ayrımcılık uygulamaları da daha çok kadın, genç ve vasıfsız işgücünü hedef almaktadır (Cergiboza ve Özcan, 2012). Ayrıca iş piyasasına yeni girmiş gençler, henüz yeterli deneyimi kazanacak iş fırsatına sahip olmadıklarından ve aile sorumlulukları taşımadıklarından, işverenlerce kolaylıkla daha deneyimli işçiler yerine işten çıkartılabilmekte veya işe alma önceliğini yetişkin işçilere kaptırabilmektedirler. Gençlerin işsizlik nedenlerini açıklamaya çalışan araştırmalar, temelde konjonktürel, yapısal ve demografik olmak üzere üç ana faktörün etkili olduğu sonucunu ortaya koymaktadır (Çetinkaya, 2010). Nedenleri ne olursa olsun açıkça gözüken, gençlerin işsizlik deneyimine ileri yaş gruplarına göre daha fazla maruz kaldıklarıdır. Gençler özellikle krizlerden en yoğun etkilenen sosyal gruptur. İşsizlik, genç nesilde depresyon, sağlık sorunları, yüksek suçluluk ve intiharlara neden olurken, aynı zamanda genç ve iddialı bu insanlar diğer ülkelerde istihdam fırsatları aramaktadırlar (Rakauskiene ve Ranceva, 2014).

İş ve istihdam, gençlerin sosyal kimliğinin şekillenmesinde, aileden bağımsızlıklarını sağlamalarında, gelirlerini ve öz-saygılarını kazanmalarında etkili olduğu gibi sosyo-ekonomik ve politik yurttaşlıklarını düzenlemeleri için büyük bir öneme sahip olduğundan, gençlerin işsiz kalmaları hem bireysel hem de toplumsal anlamda ciddi problemlere yol açmaktadır (Çetinkaya, 2010). İşsizlik, ekonomik, sosyal ve psikolojik süreçlerle etkileşim halinde bulunan bir olgudur. Öyle ki, apaçık ve doğrudan etkilerinin yanında, daha karmaşık, örtük, üstünkörü bir kestirim ile fark edilmesi mümkün olmayan etkileşimleri de bulunmaktadır. İşsizlik ile sosyal sorunlar arasındaki ilişki yeni bir olgu olmamakla birlikte, genç nüfusun işgücüne katılımını arttıran demografik yapı, hızlı teknolojik değişim, üretim yapısının, iş ve endüstri ilişkilerinin değişimi, mevcut üretim yapısının istihdam yaratma kapasitesinin azalması gibi sebeplerle genç işsizliği başa çıkılması zor bir sosyal sorun olarak bir adım öne çıkmaktadır. Başarılı ekonomik performansı ile genel işsizlik ve genç işsizliği oranlarını oldukça düşürebilmiş birkaç örnek ülke dışında pek çok ülkede genç işsizliği geçici bir problem olmaktan çıkmış, bunun çok ötesinde yapısal bir problem haline gelmiştir.

Çalışmak sadece gelir getiren ekonomik yönüyle değil, kişilerin özgüvenini attırarak kendini gerçekleştirmesini, çevresiyle daha sıkı ilişkiler geliştirerek toplumsal aidiyetini güçlendirmesini de sağlayan bir yaşam aktivitesidir. Aksine işsizlik, bireylerin yaşam standardını düşürmekte, yoksullaşmasına ve toplumun geri kalanıyla ilişkisini bozarak dışlanmasına neden olmaktadır (Adak, 2010). Öyle ki, işsizlik ekonomik sonuçlarının yanında ayrıca sosyal ve psikolojik sonuçlar da doğurmaktadır. Genç işsizliği, yalnızca bireylerin kişisel problemi olarak kalmamakta, aynı zamanda çeşitli alan ve boyutlarda kamusal sorunlara ve hesaplanamayan sonuçlara neden olmaktadır. Ayrıca, işsizliğe bağlı olarak ortaya çıkması muhtemel sosyal sonuçların bir alt grup olarak genç işsizler açısından da varlığını koruması beklenmektedir. Bunun yanında genç işsizliğinin, bölgesel göç, suça yönelme ve kriminal sonuçlar, evliliğin ertelenmesi ve boşanma gibi aile kurumuna yönelmiş tehditler, intihar davranışı ve kişisel sağlığın bozulması gibi ekonomik boyutu aşan çeşitli yönleri olduğu görülebilmektedir.

İşsizlik yalnızca ekonomik bir gelir kaybı dönemi olarak değerlendirilmemelidir. İşsizlik sebebiyle yaşanacak gelir kaybı, bireyin toplumsal konumunu etkileyecek önemli sonuçlardan yalnızca biridir. İşsizliğin neden olduğu asıl önemli sonuç, bireyleri toplumsal iş bölümü içinde olmaları gereken konumdan uzaklaştırması ve toplumla kuracağı iş bölümü ve dayanışma bağlarını koparmasıdır. Dolayısıyla işsizlik her şeyden önce, birey ile toplumun bütünleşmesinde en önemli araç olan “iş” bağının kopması anlamına gelmektedir (Erdoğan, 1991). İşsizlik sonucu gelirin akışının kaybedilmesi psikolojik yıpranmaya sebep olmakta, zamanla yoksullaşma ve fiziksel ruhsal sağlığın bozulması söz konusu olmaktadır. İşsizlikten en çok etkilenenler, toplumsal tabakalaşmanın en alt katmanında yer alan görece eğitimsiz ve mesleki olarak vasıfsız gruplar olmaktadır. Genç yaşta işsiz kalan bu gruplar maddi birikime sahip olmadıkları için sosyal güvencesiz bir yaşamla yüzleşmektedirler. Gelirden ve sosyal güvenceden yoksun olan genç işsizler, ya yaşadıkları çevreden yeni işler aramak amacıyla göç etmekte, ya da uzun süreli işsizler ve sosyal açıdan uyumsuz, problemlili bireyler olarak kalmaktadırlar.

Genç işsizliği üzerine daha önce yapılmış çalışmalar, genç işsizliğinin sosyal sonuçlarından daha çok belirleyicileri veya ekonomik etkilerinin neler olduğuna odaklanmıştır. Bunun yanında, genel işsizlik ile sosyal sorunlar arasında ilişki kuran çalışmaların da genç işsizliği üzerine yapılan çalışmalara nispeten daha yaygın olduğu da görülmektedir. Sosyal refah devleti anlayışının zayıflamaya başladığı 1970’li yıllardan sonra yaşanan ekonomik ve toplumsal krizlerle birlikte tırmanan işsizliğin, sonuçları itibarıyla sosyal dokuyu tehdit ettiği fark edilmiş ve işsizliğin sosyal sonuçlarını incelemeye çalışan araştırmalar da buna paralel olarak yaygınlık kazanmıştır. Bu bağlamda alan yazınında işsizlik ile yoksulluk, göçler, aile yapısını tehdit eden sonuçlar (boşanmalar ve evlilikten vazgeçilmesi veya ertelenmesi), intiharlar ve suçlar arasındaki ilişkiler en sıklıkta incelenen araştırma konuları olmuştur. Benzer şekilde Türkiye’de işsizlik üzerine daha önce yapılmış araştırmalar da daha çok genel işsizliğin nedenleri ve ekonomik etkileri üzerine yoğunlaşmış, işsizliğin sosyal sonuçlarını araştıran nispeten daha az sayıda çalışma yapılmıştır. Genç işsizliği üzerine yapılan araştırmalar ise daha çok genç işsizliğinin ekonomik büyüme ve enflasyon üzerindeki etkisi gibi ekonomik sonuçlarına (bkz. Çondur ve Bölükbaş, 2014; Bölükbaş, 2017) odaklanırken bazı çalışmalar genç işsizliğinin belirleyicilerinin neler olduğunu ele almıştır (bkz. Kabaklı vd, 2011; Günaydın ve Çetin, 2015; Çondur ve Cömertler-Şimşir, 2017). Bununla beraber yapılan alan yazını araştırması sonucunda, Türkiye’de genç işsizliği ile diğer sosyal sorunlar arasındaki ilişkileri ampirik olarak inceleyen herhangi bir araştırmanın olmadığı da görülmüştür. Bu çalışmada, genç işsizliği ile suç, göç, intihar ve boşanmalar gibi diğer sosyal sorunlar arasındaki ilişkilerin ampirik olarak incelenmesi amaçlanarak çalışmanın ulusal literatürde var olan bu eksikliğin giderilmesine de katkı sunması beklenmektedir. Çalışmanın bu giriş bölümünü takip eden diğer bölümleri şu şekilde tasarlanmıştır. Birinci bölümde genel işsizlik ve genç işsizliğinin sosyal etkilerini inceleyen daha önceki çalışmalara ve çalışmaların sonuçlarına yer verilmektedir. Ampirik analizlerin metodolojisinin tanıtıldığı ikinci bölümü, analizlerde ulaşılan sonuçların sunulduğu üçüncü bölüm takip etmektedir. Çalışma, araştırma bulgularının genel bir değerlendirmesinin yapıldığı sonuç bölümü ile sonlandırılmaktadır.

1. Literatür İncelemesi

1.1. İşsizlik – Suç İlişkisi

Uzun süreli işsizlik, bireyin ruh dünyasını olumsuz etkileyerek öz güven kaybına yol açan ve bireyi suça sürükleyen önemli sosyal olgulardan biridir. İşsiz kalan bireyler kişisel iyilik hallerini ve mental sağlıklarını kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmakta, özgüvenlerini kaybetmekte ve depresyona girmeye uygun hale gelmektedirler. O haldeki birey, yaşadığı gelir kaybı nedeniyle -kişisel özelliklerine ve çevresel etkenlere de bağlı olmak kaydıyla- suç davranışına yönelebilmektedir (Duster, 1987). İşsizlik-suç ilişkisi birbirini besleyen üç farklı süreç şeklinde kendini göstermektedir: işsizlik sabıkalıların tekrar eden suçlarını arttırır; ebeveyn ve gençlik işsizliği, çocuk suçluluğunu arttırır (ve bu nihai yetişkin suçluluğunun temelini oluşturabilir) ve işsizlik mahkûmiyetleri, hapis cezalarını ve ceza infaz nüfusunun büyüklüğünü arttırır. Başta ABD olmak üzere İngiltere gibi bazı ülkelerde yapılan saha araştırmalardan elde edilen geniş kapsamlı kanıtlar; işsizliğin suç ve suçluluğa önemli katkıda bulunan faktörlerden biri olduğunu, yüksek düzeyde işsizliğin ülkelerde suç ve suçluluğun daha üst düzeylere çıkmasına katkıda bulunduğunu ve işsizliğin yaygınlaştığı dönemlerde hapishanelerdeki hükümlülerin sayısının arttığını ortaya koymaktadır. 1990’lı yıllarda ABD’de maddi suç oranlarındaki gerilemenin önemli bir bölümünün işsizlik oranındaki azalıştan kaynaklandığı da düşünülmektedir.

Öte yandan işsizlik (her tür suçtan ziyade) çoğunlukla mülkiyet suçlarıyla, özellikle de hırsızlık ve soygunla ilişkili bulunmuştur (Hakim, 1982; Bell ve Blanchflower, 2010). Chiricos (1987), yapılan araştırmaların sonuçlarının bizi sıklıkla genelde işsizlik ile suç arasında pozitif bir ilişkinin olduğuna dair bir yargıya

götürdüğünü iddia etmekte ve özellikle 1970'lerde işsizlik-suç indeksi toplamının yaklaşık yüzde 90'ının mülk suçlarından oluştuğunu da vurgulamaktadır. Şiddet içeren suçlara ilişkin ampirik kanıtlar ise çok daha zayıf kalmaktadır. Bununla birlikte, şiddet içeren tecavüz suçu daha yakından analiz edildiğinde, erkeklerin istihdam umutlarının azalmasının ülkedeki tecavüz vakalarıyla zayıf da olsa anlamlı ilişkisi olduğuna dair birtakım kanıtlar da sunmaktadır (Raphael ve Winter-Ebmer, 2001).

Carmichael ve Ward (2000), İngiltere ve Galler'in 1985-1995 dönemi verilerini kullandıkları ve işsizlik ile işlenen ve ceza alınan suç türleri arasındaki ilişkileri araştırdıkları çalışmalarında yaşa bakılmaksızın genç erkeklerin işsizliği ile ev soygunları arasında sistematik ve pozitif yönlü ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Bununla birlikte, genç işsizliği ile cezai hasar (hukuken cezai yaptırım gerektiren fiiller) ve gasp oranları arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki mevcutken, işsizlerin etnisitesi ile bu suçlar arasında sistematik bir ilişki olduğuna dair kanıt belirlenememiştir. Bunun yerine, bulgular daha çok yetişkin işsizliği ve özel mülkiyete yönelik suçlar arasında pozitif bir bağ olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer çalışmalarında Carmichael ve Ward (2001) yine İngiltere ve Galler'de genç ve yetişkin erkek işsizliğinin suç türleri üzerindeki etkisini, 1989-1996 dönemi için incelemişlerdir. Analiz sonuçlarına göre genç ve yetişkin erkek işsizliği hırsızlık, ev soygunu, dolandırıcılık, sahtekârlık ile genel suç oranlarını pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Ancak bununla birlikte, yetişkin erkek işsizliğinde görülen artışların, bu suçların tamamı üzerinde genç işsizliğine göre daha büyük oranda bir artışa neden olduğu da tahmin etmişlerdir. Avustralya'da Narayan ve Smyth (2004) tarafından yapılan bir araştırmada dolandırıcılık, cinayet ve motorlu araç hırsızlığının genç erkek işsizliği ve erkeklerin ortalama haftalık reel kazançlarıyla ilişkili olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte araştırmanın sonuçları, kırma ve girme, soygun, ciddi saldırı ile erkek gençlik işsizliği ve erkeklerin haftalık reel ortalama kazançları arasında uzun süreli bir ilişki olduğuna dair bir kanıt sunmamaktadır. Baron (2008) ise, işsizliğin suç üzerine etkisinin dolaylı olduğunu bu etkinin öncelikle başka değişkenler tarafından yönlendirildiğini ve yönetildiğini iddia etmektedir. İşsizlik, özellikle, işsizlik karşısında öfkeye neden olan ve sonuç olarak suç oluşturan dışsal geçici güdülerle koşullanmaktadır. Kanada üzerine yaptığı araştırmanın sonuçları, işsizliğin diğer açıklayıcı değişkenlerin aracılık ettiği mülkiyet suçu ve uyuşturucu ticareti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca araştırma, işsizliğin suç üzerindeki etkisine aracılık eden unsurların öfke ve parasal memnuniyetsizlik olabileceğini de kabul etmektedir.

1.2. İşsizlik - İntihar İlişkisi

İşsizlik, artan intihar riski ile ilişkili önemli bir sosyal değişkendir (Johansson ve Sundquist, 1996). İntihar ve işsizlik arasındaki ilişki, işsizliğin diğer sosyo-ekonomik sorunlarla olan ilişkilerinden daha önemlidir. Zira özellikle büyük ekonomik krizlerin yaşandığı dönemlerde ekonomideki çöküşlerle birlikte işsizliğin arttığı ve bunun bir sonucu olarak intihar oranlarının da arttığı görülmektedir. Pek çok araştırmanın sonuçları da işsizlik veya iş güvencesi eksikliğinin intihar riskini artırdığını ve işsizliği azaltacak sosyal ve ekonomik politikaların intihar oranlarını düşüreceği fikrini desteklemektedir. Birleşik Krallık'ta ve diğer Avrupa Birliği ülkelerinin çoğunda genel intiharlar ve gençlik intiharı ile işsizlik arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunduğunu vurgulanmaktadır. Ancak bu ilişki gençlerin intihar oranları açısından değerlendirildiğinde genelde oldukça zayıf kalmaktadır (Pritchard 1992). Lester ve Yang (1991), intiharların her ülkedeki işsizlik oranı ile pozitif bir şekilde ilişkili olduğunu belirtmekle birlikte ülkelerin işsizlik oranları arttıkça, erkeklerin intihar oranlarının kadınlara göre daha fazla arttığını da vurgulamaktadır. Platt (1992)'e göre, kadınlar arasında intihar ve işsizlik arasında bir ilişki olduğuna dair ikna edici kanıtlar bulunmamaktadır. Kadınların işsizlik oranı, kadınların intihar hızı ile negatif yönde ilişkilidir ve işsizler arasında görülen intihar oranı ile ilişkili değildir. Otsu vd. (2006), Japonya'da yaptığı araştırmada işsizlik oranları arttıkça, erkeklerin intihara bağlı ölümlerinin de arttığını saptamıştır. Yazarlar, Japonya'daki intihara bağlı kadın ölümlerinin işsizlik oranıyla birlikte artmamasını ise Japonya'da kadınların iş gücüne katılımının ABD veya Batı Avrupa'daki benzer gelişmiş ülkelere göre daha düşük olmasına dayandırmaktadır. Bu çalışmaların aksine Kposowa (2001)'a göre, işsizlik intihar ile güçlü biçimde ilişkilidir, ancak bu ilişki kadınlar için daha kalıcıdır ve güçlüdür. ABD'nin 1979-1989 verilerini kullandığı araştırmanın sonuçlarına göre intiharlar üzerinde erkekler için işsizliğin etkisi, takip eden ilk yıllarda kadınlara göre daha güçlüdür. Kadınlarda, işsizlik takip yıllarının sayısına bakılmaksızın intihar riskini hep artırmaktadır. 3 yıllık takipten sonra işsizlerin, istihdam edilenlere göre intihar olasılığı iki kat yüksek bulunmaktadır. Erkekler arasında sosyo-ekonomik durum ne kadar düşük olursa intihar riski de o kadar yüksek olmaktadır. Kadınlar arasında, takip edilen her yılda, işsizlerin istihdam edilenlerden çok daha fazla intihar riski vardır. Ayrıca 9 yıllık takipten sonra işsiz kadınların, intihar etme risklerinin çalışan meslektaşlarından üç kat daha yüksek olduğu da tespit edilmiştir.

Ancak literatürde, işsizlik-intihar ilişkisinin kesin bir ilişki olmadığını nedensel bağın belirlenmesinin ise zor olduğunu iddia eden bazı çalışmalar da bulunmaktadır. Örneğin Laanani vd (2015), araştırmaya yapılan ülkelerde genelde işsizlik ve intihar oranları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmakla birlikte aslında bu ilişkinin zayıf olduğunu iddia eder. Yazarlara göre intiharların bireylerin genetik özellikleri ile ekonomideki kriz etkisine olan duyarlılığının dikkate alınması durumunda bu anlamlı ilişki ortadan kalkacaktır. Blakely vd (2003) ise işsizlik-intihar ilişkisinin yaklaşık yarısının zihinsel rahatsızlıktan kaynaklanan karışıklığa bağlanabileceğini ileri sürmektedir. Türkiye üzerine yapılan araştırmalar ise işsizlik ile intihar oranları arasında anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymaktadır. Topbaş (2007), 1975-2005 yılları arasındaki verileri kapsayan çalışmada ise Türkiye’de erkek işsizliği ile nedenlerine göre intihar oranları arasındaki ilişkileri incelemiş, erkek intihar oranından işsizliğe, işsizlikten ekonomik intihar oranına ve yine işsizlikten geçim zorluğu nedeniyle intihar oranına doğru nedensellik ilişkisi olduğunu belirlemiştir. Tunalı ve Özkaya (2016), Türkiye üzerine yaptıkları çalışmada işsizlik ile intihar davranışı arasında iki yönlü nedensellik olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayas (2016) tarafından yapılan araştırmada ise işsizlik ile intihar arasında anlamlı ilişki olduğu ancak bu ilişkinin eğitim seviyesine göre farklılık gösterdiği de belirlenmiştir.

1.3. İşsizlik – Göç İlişkisi

Ülkelerde ekonomik faaliyetlerin coğrafi dağılımındaki dengesizlikler, yapısal ve teknolojik dönüşümler, eğitim ve sağlık gibi kamu hizmetlerinin homojen dağılmaması gibi sebeplerin iç göçlere neden olması beklenmektedir. Dolayısıyla işsizliğin göçlere neden olması muhtemeldir. Özellikle işgücü piyasasında ücret ve diğer haklar açısından ayrımcılığa maruz kalan ve/veya mevcut işini kaybeden, bulunduğu bölgede iş bulma ihtimali göremeyen bireylerin istihdam ve ücret fırsatlarının daha yüksek olduğu bölgelere göç etmesi, birtakım maliyetleri olsa da rasyonel bir eylem olarak görülmektedir. Ancak kuramsal tartışmalara ve daha önceki araştırmaların sonuçlarına bakıldığında, işsizliğin bölgesel göçlerin doğrudan bir belirleyicisi mi olduğu, yoksa göç veren bölgelerin özelliklerine bağlı olarak dolaylı bir ilişkinin mi bulunduğu yada ilişkinin değişken ya da anlamsız mı olduğu yönünde bir uzlaşma görülememektedir. Pissarides ve McMaster (1990) Birleşik Krallık’ın 1961-1982 dönemi verilerini analiz ettiği araştırmasında, bölgelerarası göçün, bölgesel işsizlik oranlarına ve bölgesel göreceli ücretlerdeki ve istihdam fırsatlarındaki farklılıklara cevap verdiğini bulmuştur. Ancak göç bir bölgenin işsizlik oranını etkilediğinden, nihayetinde göreceli işsizlik oranındaki farklılıklardan kaynaklanan göç sistemi yeniden dengeye gelmektedir. Bununla birlikte, tüm bu bölgeler arası dengeye getirici süreç çok yavaş işlemektedir ve depresif bir bölgedeki işsizlik farkını ortadan kaldırmak yıllarca sürebilmektedir. Dolayısıyla yazarlar, işçileri istihdama yönlendiren bir göç politikasının aksine, işi depresyondaki bölgelere taşıyan bir politikanın toplumu önemli ölçüde ilgili düzeltme maliyetlerinden kurtarabileceğini öne sürmüşlerdir. Konuya biraz daha farklı yaklaşan DaVanzo (1978), işsizlik oranları gibi yerel ekonomik koşulların, yalnızca bu koşullardan en ciddi şekilde etkilenen alt sosyal gruplardaki işsizler arasında göçe sebep olacağını iddia etmektedir.

Türkiye, kişi başı milli gelirin, yaşam standartlarının ve istihdam fırsatlarının bölgelere göre önemli ölçüde farklılaştığı dolayısıyla bölgesel eşitsizliklerin yüksek olduğu bir ülkedir. Türkiye üzerine yapılan daha önceki çalışmalar da işsizlik –göç ilişkisi hususunda çelişkili sonuçlar sunmaktadır. Türkiye’nin iller bazında ve 2008 ile 2015 dönemi verileri kullanılarak Çelikay (2016) tarafından yapılan bir çalışmada, iç göç göstergeleri ile işsizlik oranı arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre iç göç göstergeleri ile işsizlik oranı arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu, ancak nedensellik ilişkisinin yalnızca işsizlik oranından illerin verdiği göç değişkenine doğru tek yönlü olduğu belirlenmiştir. Yine aynı döneme ait verileri kullandığı ancak önceki çalışmadan farklı olarak illere yapılan kamu harcamaları düzeyini de analizlere dahil ettiği diğer bir araştırmasında Çelikay (2017), illerin aldığı göç ile işsizlik arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi tespit etmemekle beraber kısa dönemli ve tek yönlü olarak kamu harcamalarından verilen göçe nedenselliğin olduğunu ayrıca işsizlik ile verilen göç arasında ise uzun dönemli ve iki yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu belirlemiştir. İki araştırmanın ortak bulguları, Türkiye’de işsizliğin göç akımlarını beslediğini ortaya koymakla beraber gerçekleşen göçlerin özellikle göç alan yerleşim yerlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir düzeyde işsizlik probleminin neden olmadığını da ortaya koymaktadır. Oysa Atalay ve Öztürk (2016), 2015 yılı verilerini kullanarak Türkiye’de illeri göç ve işsizlik verilerine göre kümeledikleri çalışmalarında daha farklı sonuçlara ulaşmışlardır. Türkiye’de göç ile işsizlik verilerinin sunduğu kümeleme sonuçlarının birbirinden bazı iller için önemli ölçüde ayrıştığını ancak bazı illerin aynı kümelerde yer aldığını göstermektedir. Bu bulgu, işsizliğin tek başına göç oranlarının belirleyicisi olduğuna dair güçlü kanıt sunamamaktadır. Yazarlar bu sonuçtan hareketle, Türkiye’de işsizlik – göç ilişkisinin illerin gelir seviyesine, istihdamda ağırlıklı sektörel yapısına, terör sebebiyle göçe zorlanma durumuna ve belki de Suriyeli

mültecilerin işsizliği artırıcı etkisine maruz kalma gibi yönlerine göre ilave değişkenlerle yeniden ele alınması gerektiğini belirtmişlerdir.

1.4. İşsizlik – Boşanma İlişkisi

İşsizliğin en fazla etkilediği kurumlardan biri de ailedir. Özellikle geleneksel “eve ekmek getiren aile reisi” modeline göre örgütlenmiş toplumlarda, işsizlik aile içi ilişkilerin zarar görmesine ve aile bağlarının kopmasına neden olabilmektedir (Yılmaz vd, 2004). Ayrıca genç erkekler arasında işsizliğin yaygınlığı bireylerin evlenme kararlarına da etki etmekte dolayısıyla evlenmelerini geciktirebilmektedir. Psiko-sosyal stres perspektifi, işsizlik ve boşanmanın pozitif olarak ilişkili olduğunu varsaymaktadır. Vakaların bir kısmında işsizliğin psikolojik sonuçları bir takım sosyal maliyetleri ortaya çıkarmaktadır. Bazı işsizler, kendilerini çevreyle patolojik derecede ilgisizlik ve kayıtsızlık içine hapsederek işsizlikle uzlaşmaya varmaktadır. Daha genel olarak, kişisel öz saygıları, sosyal ve çalışma becerileri, uzun işsizlik süreleri ile birlikte kaybolmaktadır. Erkek eşler işsiz kaldığında ailenin istikrarı zayıflamakta ve bunun boşanmada önemli bir faktör olduğuna dair bazı kanıtlar da bulunmaktadır. Boşanmış çiftler ile istikrarlı evlilikleri olan benzer çiftler arasındaki mukayese, kocanın işsizliğinin, özellikle evliliğin ilk beş yılı boyunca evlilik sözleşmesine zarar vermekte ve boşanmaya neden olan bir faktör olduğunu göstermektedir. Kocanın işsizliğinin evliliğin dağılmasında bir faktör olarak önemi, genel olarak boşanmış çiftler arasındaki ortalama işsizlik süresinin, istikrarlı evliliklerden iki kat daha fazla olmasından anlaşılabilir. Boşanma oranı üzerindeki etkisi nedeniyle yüksek işsizlik oranları, ülkelerin tek ebeveynli aile sayısını da uzun dönemde arttırmaktadır (Hakim, 1982).

Boşanma, tek başına ailenin çözülmesini izah edememekle birlikte evliliğin dağılmasının açık ve çarpıcı bir göstergesidir. Hansen (2005) tarafından Norveç’te yapılan bir araştırmada, işsizliğin evliliğin çözülme riskini arttırdığı belirlenmiştir. Araştırma ayrıca, evli kadın ve erkeklerin işsizlikten aynı biçimde etkilenmediğini de ortaya koymaktadır. Zira erkeklerin boşanma tercihi daha çok ekonomik faktörlerle ilişkili iken, kadınların boşanma tercihleri çok daha farklı gerekçelere dayanmaktadır. Jalovaara (2003) tarafından Finlandiya’da yapılan başka bir araştırmanın sonuçlarına göre; eşlerin eğitim ve gelir düzeyleri dikkate alınsa bile, eşlerden birinin veya her ikisinin de işsiz kalması çiftler için boşanma riskini arttırmaktadır. Çalışmada kocanın işsizliğinin boşanmayı teşvik edici etkisine dair bir açıklama getirilerek işsizliğinden dolayı kocanın güvenilir, birincil ya da tek kazanç sağlayıcı durumunu kaybederek eşinin de evlilik kararını tekrar gözden geçirmesine neden olduğu belirtilmiştir. Mevcut bağlamda, kadın eşlerin işsizliği de boşanmayı teşvik edebilmektedir. İki eşin de çalıştığı aile tipinin sosyal standart haline geldiği Finlandiya’da kocaların tek başına aileleri için gerekli geliri sağlaması zor olduğundan, kadın istihdamı onu kocasına karşı vazgeçilmez veya arzulanana yapabilmektedir.

Amato ve Beattie (2011)’nin boşanmalar üzerinde genç işsizliğinin etkili olup olmadığını araştırdıkları kapsamlı araştırmalarında, ABD eyaletlerinde 1960-2005 yılları arasındaki verileri kullanarak işsizlik ile boşanmalar arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Sonuçlar, 1960-1980 döneminde psiko-sosyal stres perspektifini destekleyen bazı kanıtlar sunmaktadır. Bu yıllarda, işsizlik ve boşanma oranları pozitif ilişkili ve anlamlıdır. Bununla birlikte, 1980 sonrasında, bu iki değişken arasındaki ilişki pozitif olmaktan ziyade negatif (yönlü ve anlamlı) olduğu belirlenmiştir. Farklı dönemlere ait bulgular birlikte dikkate alındığında, psiko-sosyal stresin 1980 öncesinde işsizlik ve boşanma oranlarını birbirine bağlamada bir faktör olabileceğini, ancak sonraki yıllarda boşanma oranlarını açıklamakta açıklayıcı olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte, 1985 ile 2005 yılları arasındaki işsizlik ve boşanma arasındaki negatif ve anlamlı ilişki, boşanma maliyeti perspektifini açıkça desteklemektedir. Yani, belli bir durumda işsizlik oranı yüksek iken, boşanmayı düşünen çiftler bu adımı atmaya gönülsüz davranabilmektedirler. Tersine, işsizlik seviyesi düşük olduğunda, çiftler evliliklerini sona erdirmek için daha az finansal engel görmekte ve boşanma kararını daha kolay alabilmektedirler. Konuya farklı bir açıdan yaklaşan ve Hollanda üzerine De Goede vd. (2000) tarafından yapılan başka araştırmaya göre, ailede yaşanan boşanmaların (ebeveyn boşanması) ve ebeveyn işsizliğinin (sadece erkekler için), düşük ebeveyn duygusal katılımı ve ergenlik ilişkileri sorunları yoluyla genç işsizliğiyle ilişkili olduğu belirlenmiştir. Analiz sonuçlarına göre erkeklerde, ebeveyn işsizliği, genç işsizlik ile en güçlü korelasyonu vermektedir. Kadınlar için, sadece ilişki alanındaki değişkenler işsizliği açıklamada dolaylı rol oynamaktadır. Sonuçlar, çalışmaya dâhil edilen ailesel faktörlerin, gençlerin işsizlik oranının klasik bireysel değişkenlerden daha iyi açıkladığını da ortaya koymaktadır.

2. Araştırma

2.1. Veri Seti ve Model

Bu çalışmada, genç işsizliğinin diğer toplumsal sorunlar ile ilişkili olduğu yönündeki iddiadan hareketle Türkiye’de genç işsizliği ile genel suç düzeyleri, gençlerin göç, intihar ve boşanma oranları arasındaki ilişkilerin ampirik olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda, 4 farklı araştırma modeli oluşturulmuştur. Sırasıyla bu araştırma modelleri, genç işsizliği ile (1) genel suç düzeyleri, (2) genç göçleri, (3) genç intiharları ve (4) gençlerin boşanmaları arasındaki ilişkileri tahmin maksadıyla oluşturulmuş olup analizlerde bölgesel veriler kullanılmış ve ekonometrik testler ile modellerin tahmini yapılmıştır. Analizlerde kullanılan tüm veriler, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’nun veri tabanından temin edilmiştir. Söz konusu veriler, TÜİK tarafından oluşturulan İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS)’na giren 26 bölgeye (Düzy-II) aittir. Ancak TÜİK, bu sosyo-ekonomik olgulara ilişkin göstergeleri 2004 yılından sonra ancak yaş gruplarına göre yayınladığından bu çalışmada, genç işsizliği – toplumsal sorun ilişkileri yakın dönem (2004 sonrası) kapsamında incelenmiştir. Araştırma modellerinde yer alan değişkenlere ait tanımlayıcı bilgiler, Tablo 1’de özet halinde sunulmuştur. Tüm göstergeleri tanımlayan veriler kişi sayısı şeklindedir. Uzun dönem varyansının küçük olması ve bulguların daha kolay yorumlanabilmesi için tüm verilerin doğal logaritması alınmış formları kullanılmıştır. Değişkenlerin başındaki Ln ifadesi bu durumu temsil etmektedir.

Tablo 1: Değişkenlerin Tanımlanması

Değişken	Kısaltma	Dönem	Tanım ve Ölçüm	Veri Kaynağı
Genç İşsizliği	LnGIS	2004-2016	15-24 yaş arası aktif işgücünün içerisinde olup hâlihazırda iş arayanlar	26 İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (Düzy-2) TÜİK
Genel Suç Düzeyi	LnSUC	2004-2015	15 yaş üstü olup hüküm giymiş olup ve hâlihazırda Ceza İnfaz Kurularında yatmakta olan	
Bölgesel Göç	LnGOC	2008-2016	15-24 yaş arası olup başka bölgelere göç edenler	
Genç İntiharları	LnINT	2004-2016	15-24 yaş arası intihar etmiş gençler	
Genç Boşanmaları	LnBOS	2004-2016	15-24 yaş arası evliliği sonlandıran gençler	

2.2. Ekonometrik Yöntem

Genç işsizliği ile toplumsal sorunlar arasındaki ilişkileri tahmin etmek için panel veri tahmin yöntemlerinden yararlanılmıştır. Zaman serisi ve yatay kesit analizlerine göre panel veri analizlerinin bazı üstünlüklere sahip olmasından ötürü son yıllarda bu ekonometrik tahminleme yöntemleri oldukça popüler hale gelmiştir. Panel veri analizinin avantajlarından biri de bu çalışmada olduğu gibi birimlere (yatay kesit) ait kısa zaman aralığına ait gözlemlerin olduğu durumlarda dahi serbestlik derecesi yüksek olacağından daha tutarlı tahminlerin yapılabilmesidir (Baltagi, 2010).

Çalışmada iki aşamalı bir analiz süreci izlenerek araştırma gerçekleştirilmiştir. Analiz sürecinin ilk aşamasında olgular arasındaki ilişkiler hakkında ön fikir elde etmek için panel korelasyon ve en küçük kareler (EKK) regresyon tahmini gibi ön testler yapılmıştır. Korelasyon analizi iki değişken arasında istatistiksel olarak bir ilişki olup olmadığı ve eğer ilişki varsa bu ilişkinin yönü ve güç düzeyi hakkında bilgi veren basit bir testtir. Test sonucunda serpilme diyagramı yardımıyla bu bilgi elde edilebilirken Pearson-Korelasyon katsayısının anlamlılığı, işareti ve büyüklüğüne göre de karar verilebilmektedir. Katsayının anlamlı olması (değişkenler arasında istatistiksel ilişkinin olabilmesi) için olasılık (probability) değerinin, en azından 0.05’den küçük olması gerekmektedir. Korelasyon katsayısı 0 ile 1 arasında değerler almaktadır. Korelasyon katsayısının 1’e doğru yaklaşması ilişki gücünün artması şeklinde yorumlanır. Panel regresyon (EKK) tahmininde elde edilen sonuçların yorumlanabilmesi için öncelikle modelin anlamlı olması gerekmektedir. Model anlamlılığına F-testi sonuçlarına göre karar verilir. Anlamlılıktan söz edebilmek için hesaplanan F-istatistiğinin olasılık değerinin 0.05’den küçük olması gerekmektedir. Regresyon tahmininden elde edilen diğer sonuçlar ise R-kare değeri, t-istatistiği ve istatistiğin anlamlılığı ile parametre katsayılarıdır. R-kare, regresyon modelinde yer alan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenin yüzde kaçını açıkladığını gösterir. Parametre (regresyon) katsayıları, incelenen dönemde ortalama olarak bağımsız değişkenlerdeki değişimin bağımlı değişken üzerindeki etki düzeyi ve yönü hakkında bilgi vermektedir. Ancak istatistiksel olarak anlamlı etkiden söz edebilmek için bu katsayılar için hesaplanan t-test istatistiklerinin olasılık değerlerinin anlamlı olması (Prob<0.05) da gerekmektedir.

Analiz sürecinin ikinci aşamasında, değişkenler arasındaki olası nedensellik ilişkileri, Dumitrescu ve Hurlin (2012) tarafından geliştirilen panel Granger nedensellik testi ile incelenmiştir. Bu nedensellik testi birtakım

üstünlüklerinden ötürü tercih edilmiştir. Örneğin bu çalışmadaki gibi kısa zaman periyotları için etkin tahmin sonucu veren bir testtir. Panelin homojen olduğu durumlarda $t=5+2k$ kadarlık bir zaman periyodu nedensellik sınaması için yeterlidir. Burada k açıklayıcı değişken sayısıdır. Dolayısıyla 6 yıl gibi çok küçük t boyutu olan paneller için uygulanabilir bir testtir. İkincisi bu test yatay kesit bağımlılığı (ortak faktör sorunu) olduğu ya da olmadığı durumlarda da uygulanabilmektedir. İncelenen olgular ve ilişkiler ortak faktörlerden etkileniyorsa yatay kesit bağımlılığı varsayımını göz ardı etmek tutarsız tahmin sonuçlarına götürebilmektedir (bkz. Phillips ve Sul, 2003; Pesaran, 2006). O yüzden bu durumu dikkate alan ikinci nesil panel nedensellik testlerinin uygulanması gerekmektedir. Bu çalışmada bölgeler için ele alınan olguların (genç işsizliği, suç, göç, intihar ve boşanma) ortak faktörlerden etkileniyor olması ihtimali oldukça güçlüdür. Dolayısıyla bu varsayımın göz ardı edilmesi tutarsız sonuçlara götüreceğinden ötürü alternatif ikinci nesil panel nedensellik testlerinden Dumitrescu ve Hurlin panel nedensellik testi uygulanmıştır. Dumitrescu ve Hurlin nedensellik testinde paneldeki zaman periyodu (T) ve birim sayısı bilgilerine göre HNC (homojen nedensellik yokluğu) dağılımı sergileyen iki ayrı test istatistiği hesaplanmaktadır. Bu test istatistikleri hesaplanırken öncelikle her bir birime ait bireysel Wald test istatistikleri hesaplanır ve ardından da bu test istatistikleri kullanılarak panelin geneli için asimptotik ve yarı-asimptotik iki ayrı Z test istatistiği elde edilir. Eğer panel heterojen ise bireysel Wald istatistiklerinin sonuçlarına göre her bir yatay kesit için nedensellik sonuçları yorumlanabilir. Ancak panelin homojen olması durumunda panelin geneli için hesaplanan test istatistikleri kullanılmaktadır. Bu çalışmada olduğu gibi, eğer $N>T$ ise hesaplanan yarı-asimptotik \tilde{Z}_N^{HNC} panel test istatistiği sonuçlarına göre nedensellik kararı verilmektedir. Ayrıca yatay kesit bağımlılığı olduğu durumlarda ise test istatistikleri hesaplanırken bootstrap yöntemi kullanılmaktadır.

Dumitrescu ve Hurlin testinin iki zayıf yönünden söz edilebilir. Birincisi tüm birimler için ortak gecikme kısıtı altında tahmin yapılmaktadır. Ancak gecikmeler hatalı belirlense de alternatif durumlar için yapılan Monte Carlo simülasyonları, testin gücünün yine de yüksek olduğunu göstermiştir. Testin diğer bir dezavantajı kabul edilecek husus, durağan süreç izleyen seriler arasındaki nedenselliği ancak tahmin etmeye imkân tanınmasıdır. O yüzden testin uygulanmasına geçilmeden önce serilerin durağanlıkları panel birim kök testi kullanılarak sınanması, durağan olmayan serilerin durağanlaştırılması gerekmektedir.

Dolayısıyla Dumitrescu ve Hurlin nedensellik testinin uygulanmasına geçmeden önce üç farklı ön testin yapılması gerekmektedir. Bu testler; (1) yatay kesit bağımlılığı testi, (2) panel homojenite testi ve (3) panel birim kök testidir. Bu çalışmada serilerde ve araştırma modellerinde yatay kesit bağımlılığı olup olmadığı $N>T$ durumları için geçerli Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD ve Baltagi vd (2012) tarafından geliştirilen sapması düzeltilmiş-ölçeklendirilmiş LM_{BC} testi ile sınanmıştır. 2. testin de temel hipotezi yatay kesit bağımlılığı yoktur şeklinde olup hesaplanan test istatistiklerinin olasılık değerlerinin 0.05'den küçük olması, seri ve/veya modellerde yatay kesit bağımlılığı olduğu sonucunu ifade etmektedir. Olgular arasındaki nedenselliğin birimden birime değişip değişmediğini belirlemek amacıyla yapılan homojenite sınamasında ise Pesaran ve Yamagata (2008) tarafından geliştirilen delta (Δ) testi kullanılmıştır. Bu test sonucunda büyük örneklem için geçerli (Δ) ve küçük örneklem için geçerli (Δ_{adj}) şeklinde iki ayrı test istatistiği elde edilmektedir. Testin temel hipotezi eğim parametreleri (panel) homojendir şeklinde olup testlerin olasılık değerlerinin 0.05'den büyük olması durumunda panelin homojen olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Serilerin durağanlıkları ise yatay kesit bağımlılığını dikkate alan ve Pesaran (2007) tarafından geliştirilen CIPS-testi ile sınanmıştır. Bu testte temel hipotez seri birim köklüdür şeklinde olup durağanlık kararı verilirken hesaplanan CIPS-test istatistiği ile Pesaran (2007)'in makalesinde verilen ve farklı T ve N durumları için simülasyonlar ile elde edilmiş kritik değerler karşılaştırılmaktadır. Eğer mutlak değer içerisinde hesaplanan istatistik değeri kritik değerden daha büyük ise birim kök iddiasındaki boş hipotez ret edilir.

3. Bulgular

3.1. Ön Testler

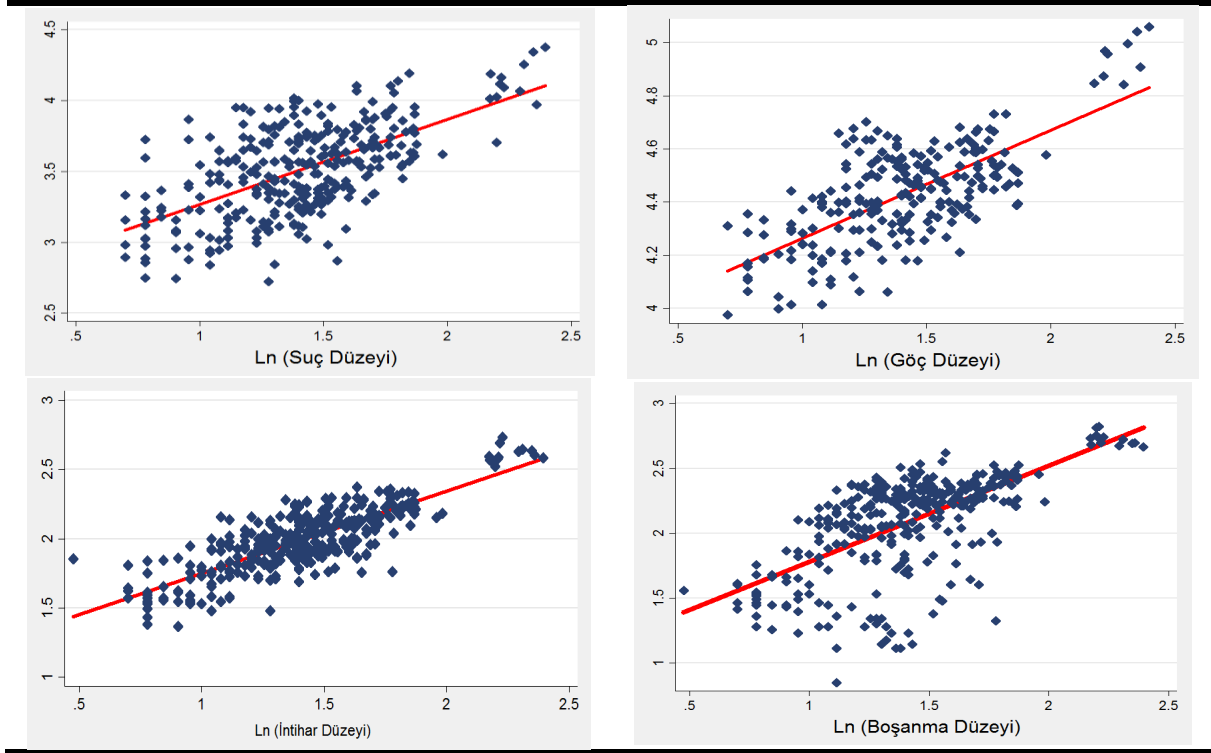
Ön bilgi elde etmek için yapılan ön testlerden ilki olan panel korelasyon analizi bulguları ve gözlemlerin serpilme diyagramları sırasıyla Tablo 2 ve Şekil 1'de verilmiştir. Korelasyon analizi ile hesaplanan tüm Pearson korelasyon katsayılarının anlamlılık düzeyleri görüldüğü üzere 0.01'den daha küçüktür. Bu sonuçlara göre %1 istatistiksel anlamlılık düzeyinde genç işsizliği ile genel suç düzeyi ($\chi^2=0.609$, $p=0.000$), genç göçleri ($\chi^2=0.814$, $p=0.000$), intiharları ($\chi^2=0.609$, $p=0.000$) ve boşanmaları ($\chi^2=0.641$, $p=0.000$) arasında pozitif yönlü ve güçlü bir ilişki vardır.

Tablo 2: Korelasyon Analizi Sonuçları

LnSUC	LnGOC	LnINT	LnBOS
-------	-------	-------	-------

LnGIS	0.609*** (0.000)	0.702*** (0.000)	0.814*** (0.000)	0.641*** (0.000)
--------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Açıklama: *** % 1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Parantez (...) içerisindeki değerler test istatistiklerinin olasılık değerleridir.



Şekil 1: Genç İşsizliği – Toplumsal Sorunlar Arasındaki Korelasyon (Serpilme Diyagramı)

Genç işsizliği – toplumsal sorunlar arasındaki ilişkileri veren serpilme diyagramları da incelendiğinde genelde gözlemlerin ilişkileri veren regresyon doğrusu etrafında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum olgular arasındaki ilişkilerin güçlü olduğuna dair ön bilgi vermektedir. Yine serpilme diyagramlarının dördünde de regresyon doğrusu pozitif eğimli olup genç işsizliği ile diğer toplumsal sorunlar arasında pozitif yönlü ilişki olduğu ve bu ilişkilerin oldukça yüksek olduğu, ayrıca en yüksek ilişkinin genç işsizliği ile genç intiharları arasında gözlemlendiği de belirtilebilir.

Tablo 3: Panel Regresyon Tahmin Sonuçları

	Model-1 (LnSUC)		Model-2 (LnGOC)		Model-3 (LnINT)		Model-4 (LnBOS)	
	Katsayı	t	Katsayı	t	Katsayı	t	Katsayı	t
LnGIS	0.600*** (0.044)	13.54	0.407*** (0.027)	15.02	0.595*** (0.023)	25.75	0.740*** (.0048)	15.33
Sabit	2.66*** (0.064)	41.63	3.85*** (0.039)	98.13	1.15*** (0.033)	34.43	1.03*** (0.069)	14.88
F-testi	183.4 [0.000]		225.7 [0.000]		663.3 [0.000]		235.1 [0.000]	
R ²	37.2		49.3		66.3		41.1	
Dönem	2004-2015		2008-2016		2004-2016		2004-2016	
Gözlem	312		234		338		338	

Açıklama: *** % 1 düzeyinde t istatistikleri anlamlıdır. Parantez içerisindeki (...) değerler standart hataları, köşeli parantez içerisindeki [...] değerler ise F test istatistiklerinin olasılık değerleridir.

Korelasyon analizinin ardından ikinci ön test olarak incelenen dönemde olgular arasındaki etkileşimi görebilmek için panel regresyon analizi (EKK tahmini) yapılmıştır. Panel EKK tahmininden elde edilen sonuçlar Tablo 3'de görülmektedir. F istatistiğinin olasılık değerlerine bakıldığında tüm modeller %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Modellerin R-kare değerleri %37,2 ile %66,3

arasında değişmektedir. Dört modelde de hesaplanan regresyon katsayıları pozitif işaretli olup bu katsayılar için hesaplanmış t-istatistikleri de %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Özetle regresyon analizi sonuçlarına göre incelenen dönemlerde bölgesel düzeyde genç işsizliğinde görülen artışlar, suç düzeylerini ($\beta=0.60$, $p=0.000$), göçleri ($\beta=0.40$, $p=0.000$), intiharları ($\beta=0.59$, $p=0.000$), ve boşanmaları ($\beta=0.74$, $p=0.000$) arttırmaktadır.

3.2. Panel Nedensellik Analizi

Nedensellik öncesinde yapılan korelasyon ve regresyon analizlerinden genç işsizliği ile diğer toplumsal sorunlar arasında güçlü ve pozitif yönlü etkileşim olduğuna dair ön bilgi edinilmiştir. Bu ön bilgi, söz konusu olgular arasında nedensellik olabileceğine dair bir yargıya da işaret etmektedir. Böyle bir yargının geçerli olup olmadığını belirlemek için analizin ikinci aşamasında değişkenler arasındaki nedensel ilişkiler tahmin edilmiştir. Ancak tahmin için tercih edilen Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testine geçmeden önce yapılması gereken bazı ön testler vardır. Bu testlerin sonuçları sırasıyla aşağıda verilmektedir.

Tablo 4: Yatay Kesit Bağımlılığı ve Homojenite Testi Sonuçları

Değişken-Model- Yöntem	Pesaran (2004) CD		Baltagi – Feng – Kao (2012) LM _{BC}	
<i>Yatay Kesit Bağımlılığı Testi</i>				
	İstatistik	Prob.	İstatistik	Prob.
LnGIS	11.04***	(0.000)	16.5***	(0.000)
LnSUC	50.3***	(0.000)	89.2***	(0.000)
LnGOC	48.6***	(0.000)	79.2***	(0.000)
LnINT	8.15***	(0.000)	9.72***	(0.000)
LnBOS	14.5***	(0.000)	23.01***	(0.000)
Model-1	38.6***	(0.000)	16.5***	
Model-2	32.5***	(0.000)	89.2***	
Model-3	7.27***	(0.000)	79.2***	
Model-4	14.5***	(0.000)	9.72***	
<i>Homojenite Testi</i>				
	Model-1	Model-2	Model-3	Model-4
$\tilde{\Delta}$	0.082 (0.467)	0.071 (0.472)	-0.850 (0.802)	-1.966 (0.975)
$\tilde{\Delta}_{adj}$	0.094 (0.463)	0.085 (0.466)	-0.959 (0.831)	-2.218 (0.987)

Açıklama: *** %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Parantez içerisindeki (...) değerler olasılık değerleridir.

Tablo 4’de nedensellik testi öncesi yapılan yatay kesit bağımlılığı ve panel homojenite testlerinin sonuçları verilmiştir. CD ve LM_{BC} yatay kesit bağımlılığı testi sonuçlarına göre, hesaplanan test istatistiklerinin olasılık değerlerinin tümünde 0.05’den küçük olduğundan temel hipotez ret edilmiştir. Bu bulgular, %1 istatistiksel anlamlılık düzeyinde tüm serilerde yatay kesit bağımlılığı olduğu anlamına gelmektedir. Ayrıca araştırma modelleri için yapılan CD testi sonuçlarına göre dört model için de yatay kesit bağımlılığı yoktur temel hipotezi, %1 istatistiksel anlamlılık düzeyinde ret edilmiştir. Modeller için hesaplanacak olan eğim katsayılarının homojen olup olmadığını sınavan homojenite testini sonuçlarına göre tüm modeller için hesaplanan istatistiklerinin olasılık değerlerinin %5’den büyük olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre tüm modeller için panelin homojen olduğu söylenebilir. İki sonuç bir arada değerlendirildiğinde araştırma konusu olguların ortak faktörlerden etkilendiği, bir bölgede bu olgularda görülen şoklardan diğer bölgelerin de etkilendiği ve genç işsizliği – toplumsal sorun ilişkilerinin bölgeden bölgeye değişmediği tüm bölgeler için ortak olduğu belirtilebilir. Ayrıca yatay kesit bağımlılığı olduğundan bu durumu dikkate alan ikinci nesil panel birim kök ve nedensellik testlerinin uygulanması da gerekmektedir.

Nedensellik testinde durağan süreç izleyen serilerin kullanımı gerektiğinden serilerin durağanlıkları yatay kesit bağımlılığını dikkate alan ikinci nesil panel birim kök testlerinden CIPS-test istatistiği ile sınanmıştır. Her bir seri için yapılan durağanlık sınavasında, sabit ve sabit ile trend terimlerini içeren model tahminleri yapılmıştır. Panel birim kök testinin sonuçları Tablo 5’de görülmektedir. Beş seri için de iki ayrı modelde benzer sonuçlara ulaşıldığı ifade edilebilir. Buna göre intihar serisi (*LnINT*) dışındaki diğer seriler için hesaplanan [mutlak değer içerisindeki] CIPS-test istatistiklerinin değerleri Pesaran (2007)’in elde ettiği kritik değerlerden daha küçük olduğundan dört seride birim kök olduğu belirlenmiştir. Bu serilerin birinci

farkları alınarak tekrar durağanlık sınaması yapıldığında hesaplanan istatistikler farklı istatistiksel anlamlılık düzeyinde de olsa kritik değerlerden daha büyük olduğundan birim kök iddiasındaki temel hipotezler ret edilmiştir. Bu sonuçlara göre *LnINT* serisi seviyesinde durağan iken diğer dört serinin birinci farkı alındığında ancak durağan hale gelmektedir. Dolayısıyla Dumitrescu ve Hurlin panel nedensellik testinde bu serilerin birinci farkları alınmış halleri kullanılmıştır.

Tablo 5: Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Sabitli Model CIPS-İstatistiği	Sabit ve Trendli Model CIPS-İstatistiği	Sonuç
LnGIS	-1.517	-2.599	I(1)
ΔLnGIS	-3.145***	-3.943***	
LnSUC	-1.210	-2.185	I(1)
ΔLnSUC	-2.361**	-2.802*	
LnGOC	-3.232	-3.882	I(0)
LnINT	-2.134	-2.772	I(1)
ΔLnINT	2.697***	-2.977**	
LnBOS	-1.434	-1.986	I(1)
ΔLnBOS	-2.236**	-2.881*	

Açıklama: ***, ** ve * sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade eder. Δ birinci fark operatörüdür. Panel CIPS için kritik değerler, Pesaran (2007)'in çalışmasından alınmış olup sırasıyla şu şekildedir. T=15, N=30 durumu ve sabitli model (*Case II, sh. 280*) için -2.37 (%1), -2.17 (%5), -2.02 (%10), sabit ve trendli model (*Case III, sh. 281*) için -2.89 (%1), -2.70 (%5), -2.60 (%10)'dir. T=10, N=30 ve sabitli model için -2.51 (%1), -2.25 (%5), -2.12 (%10); sabit ve trendli model için -3.30 (%1), -2.94 (%5), -2.76 (%10)'dir.

Tablo 6, analiz sürecinin son aşamasında gerçekleştirilen Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel Granger nedensellik testi sonuçlarını vermektedir. Zaman periyodunun oldukça kısa olması nedeniyle (1) ortak gecikme kısıtı altında tüm modeller tahmin edilmiştir. Ayrıca tahmin sürecinde yalnızca genç işsizliğinden diğer toplumsal sorunlara doğru nedenselliğe bakılmıştır. Tahminlerden elde edilen Wald, asimptotik Z ve yarı-asimptotik Z istatistikleri tabloda görülmektedir. Panel tüm modeller için homojen olduğundan ve paneldeki birim sayısı (N), zaman periyodundan (T) daha büyük (N>T) olduğundan \tilde{Z}_N^{HNC} test istatistiğinin sonuçlarına göre genç işsizliği ile diğer toplumsal sorunlar arasındaki nedensellik kararları verilmiştir. Nedensellik testi sonuçlarına göre genç işsizliğinden genel suç düzeyine doğru nedensellik (Z=-0.2804, p=0.779) bulunmamaktadır. Ancak genç işsizliği, %1 istatistiksel anlamlılık düzeyinde genç göçlerinin (Z=3.70, p=0.000) ve intiharlarının (Z=-4.69, p=0.000) bir nedenidir. Ayrıca %5 istatistiksel anlamlılık düzeyinde de genç işsizliği genç boşanmalarının da (Z=3.09, p=0.002) bir nedenidir.

Tablo 6: Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testi Tahmin Sonuçları

Modeller	Temel Hipotez	W_{NT}^{HNC}	Z_{NT}^{HNC}	\tilde{Z}_N^{HNC}	Sonuç
Model-1	LnGIS, LnSUC'un Granger nedeni değildir	1.131	0.4772 (0.636)	-0.2804 (0.779)	LnGIS → LnSUC
Model-2	LnGIS, LnGOC'un Granger nedeni değildir	3.934	10.57*** (0.000)	3.70*** (0.000)	LnGIS → LnGOC
Model-3	LnGIS, LnINT'in Granger nedeni değildir	3.404	8.66*** (0.000)	4.69*** (0.000)	LnGIS → LnINT
Model-4	LnGIS, LnBOS'un Granger nedeni değildir	2.638	6.06*** (0.000)	3.09** (0.002)	LnGIS → LnBOS

Açıklama: *** ve ** sırasıyla %1 ve %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Model tahminlerinde ortak gecikme uzunluğu (k)=1'dir. Parantez içerisindeki (...) değerler test istatistiklerinin olasılık değerleridir. Test istatistikleri 10.000 bootstrap ile elde edilmiştir.

Sonuç

Bu çalışma, Türkiye'nin 26 istatistiksel bölgesine ait 2004 yılı sonrası verilerini kullanarak bir toplumsal sorun olan genç işsizliği ile suçlar, göçler, intihar ve boşanmalar gibi diğer toplumsal sorunlar arasındaki ilişkileri

incelemeyi amaçlamıştır. Panel veri analizleri ile araştırma modellerinin tahmin edildiği çalışmada iki aşamalı bir analiz süreci gerçekleştirilmiştir. Analizin ilk aşamasında panel korelasyon ve regresyon analizleri ile sırasıyla genç işsizliği ile diğer toplumsal sorunlar arasında istatistiksel bir ilişki olup olmadığı ve ele alınan dönemlerde genç işsizliğin diğer toplumsal sorunlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığı incelenmiştir. Korelasyon ve regresyon analizi sonuçlarına göre, genç işsizliği ile suç, göç, intihar ve boşanma olguları arasında güçlü ve anlamlı bir istatistiksel ilişki olduğu, incelenen dönemlerde genç işsizliğinin bu sorunları daha da derinleştirdiği belirlenmiştir. Analizin ikinci aşamasında genç işsizliği ile dört toplumsal sorun arasında nedensellik olup olmadığı incelenmiştir. Analiz öncesinde yapılması gerekli olan ön testlerin sonuçlarına göre, Türkiye'nin tüm bölgelerinde bu olgular ortak nedenlerden etkilendiği, bir bölgede bu olgularda görülen şoklardan diğer bölgelerin de etkilendiği belirlenmiştir. Ayrıca Türkiye'nin her bölgesinde genç işsizliği ile diğer toplumsal sorunlar arasındaki nedensel ilişkiler ortak karaktere de sahiptir. Durağan süreç izlemeyen serilerin farkları alınarak durağanlaştırıldığı ve durağan hallerinin kullanıldığı Dumitrescu ve Hurlin nedensellik testinin sonuçlarına göre genç işsizliği, beklenildiği şekliyle göç, intihar ve boşanma gibi toplumsal sorunların bir nedeni olduğu belirlenmiştir. Yalnızca genç işsizliği ile istatistiki bölgelerdeki genel suç oranları arasında anlamlı bir nedensellik bulunamamıştır. Yaş gruplarına göre suç verileri olmadığından analizlerde genç işsizliğinin genel suç oranları ile ilişkisi ele alınmış, ayrıca suçlar da türlerine göre ayrıştırma yapılmamıştır. Bu durumlar da dikkate alınarak izleyen çalışmalarda genç işsizliği – suç ilişkisi yeniden ele alınabilir.

Analizlerden elde edilen sonuçlar gençlere yönelik iki boyutlu ve pro-aktif bir kamu politikası setine ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Birincisi, çalışmada konu edilen toplumsal sorunların (özellikle genç göç, intihar ve boşanmaları) genç işsizliğine bağlı olarak derinleştiği gerçeği dikkate alınırca öncelikle genç işsizliğin azaltılması yönünde birtakım önlemlerin alınması gerekmektedir. İstihdam ve üretimin artırılmasına ve bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılmasına katkı sunan ve başta eğitim, sağlık, kamu yatırımları, girişimciliğin teşvikine yönelik mali yardımlar gibi bir takım kamu harcamalarının daha da artırılması gerekmektedir. Ancak bu geleneksel makro ölçekli maliye politikası uygulamalarının yanında, ülkede özellikle gençlerin istihdama katılımına katkı sağlayan ve doğrudan gençlere yönelmiş daha mikro ölçekli yeni harcama programlarının tasarlanması da gerekmektedir. İkincisi işsizlik sorunsalı toplumsallaşma süreci ile yani gençlerin toplumsal uyumu ile doğrudan ilgilidir. İşsizlik gençlerin ruh dünyasını bozmakta ve bu durumun yol açtığı davranış bozuklukları, başlangıçta bireysel gibi görünen sorunların toplumsal niteliği olan başka sorunlara aracı olmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla gençlerin işsizliğe bağlı olarak yaşadıkları bir takım davranış bozukluklarının onların suç işleme, intihar etme, başka şehirlere göç etme ve boşanma gibi eğilimlerini arttırmaması için yine gençlere yönelik ve özel bir takım sosyal hizmet programlarının da tasarlanması ve var olanların da etkinliğinin artırılması gerekmektedir. Özetle bu çalışmanın sonuçları, genç nüfusa sahip Türkiye'de geleneksel sosyal amaçlı maliye politikalarının devam ettirilmesinin yanında doğrudan gençlere yönelmiş bir takım istihdam artırıcı tedbirlerin ve daha pro-aktif kamu politikalarının geliştirilmesi gerekliliğine de işaret etmektedir.

Kaynakça

- Adak, N. (2010). Sosyal bir problem olarak işsizlik ve sonuçları. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 21(2), 105-116.
- Amato, P. R., Beattie, B. (2011). Does the unemployment rate affect the divorce rate? an analysis of State data 1960–2005. *Social Science Research*, 40(3), 705-715.
- Atalay, M., Öztürk, Ş. (2016). Türkiye'deki İllerin göç ve işsizlik istatistiklerine göre kümelenmesi. *2nd International Congress on Applied Sciences: "Migration, Poverty and Employment"*, 23-25 Eylül, Konya/Turkey, *Bildiriler Kitabı*. Konya.
- Ayas, S. (2016). İşsizlik ve eğitim seviyesinin intihar üzerindeki etkisi: TÜİK verileri üzerine ampirik bir çalışma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28), 101-119.
- Baltagi, B. H., Feng, Q., Kao, C. (2012). A lagrange multiplier test for cross-sectional dependence in a fixed effects panel data model. *Journal of Econometrics*, 170(1), 164-177.
- Baltagi, H. B. (2010), *Econometric analysis of panel data*, 4th Ed., New York: John Wiley & Sons. Ltd.
- Baron, S. W. (2008). Street youth, unemployment, and crime: is it that simple? using general strain theory to untangle the relationship. *Canadian Journal of Criminology and Criminal Justice*, 50(4), 399-434.
- Bell, D. N., Blanchflower, D. G. (2010). *Youth unemployment: déjà vu?*. IZA Discussion Paper No. 4705.
- Blakely, T. A., Collings, S. C., Atkinson, J. (2003). Unemployment and suicide. evidence for a causal association?. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 57(8), 594-600.

- Bölükbaş, M. (2017). Türkiye’de enflasyon, büyüme ve genç işsizlik: 2006 sonrası dönem için bir analiz. *18. Uluslararası Ekonometri, Yöneyem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu*, 5-7 Ekim, Trabzon, Türkiye.
- Carmichael, F., Ward, R. (2000). Youth unemployment and crime in the English regions and Wales. *Applied Economics*, 32(5), 559-571.
- Carmichael, F., Ward, R. (2001). Male unemployment and crime in England and Wales. *Economics Letters*, 73(1), 111-115.
- Chiricos, T. (1987). Rates of Crime and unemployment: an analysis of aggregate research evidence. *Social Problems*, 34(2), 187-212.
- Cergibozan, R., Özcan, Y. (2012). Türkiye için bölgelere göre ücret ayrıştırma analizi: ekonometrik yaklaşım. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 27-48.
- Çelikay, F. (2016). Türkiye’de iç göçler ile işsizlik arasındaki nedensellik ilişkisi. *2nd International Congress on Applied Sciences: “Migration, Poverty and Employment”*, 23-25 Eylül, Konya/Turkey, *Bildiriler Kitabı. Konya*.
- Çelikay, F. (2017). İşsizlik, kamu harcamaları ve iç göçler arasındaki nedensellik ilişkileri: Türkiye üzerine bir inceleme. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 205-219.
- Çetinkaya, E. (2010). Genç işsizliğin teorik açıklamaları. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (58), 45-57.
- Çondur, F., Bölükbaş, M. (2014). Türkiye’de işgücü piyasası ve genç işsizlik-büyüme ilişkisi üzerine bir inceleme. *Amme İdaresi Dergisi*, 47(2), 77-93.
- Çondur, F., Cömertler-Şimşir, N. (2017). Türkiye’de eğitim harcamaları, ekonomik büyüme ve genç işsizlik ilişkilerinin analizi. *The Journal of International Scientific Researches*, 2(6), 44-59.
- DaVanzo, J. (1978). Does unemployment affect migration? evidence from micro data. *The Review of Economics and Statistics*, 60(4), 504-514.
- De Goede, M., Spruijt, E., Maas, C., Duindam, V. (2000). Family problems and youth unemployment. *Adolescence*, 35(139), 587-602.
- Dumitrescu, E. I., Hurlin, C. (2012). Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels. *Economic Modelling*, 29(4), 1450-1460.
- Duster, T. (1987). Crime, youth unemployment, and the Black urban underclass. *NPPA Journal*, 33(2), 300-316.
- Erdoğan, N. (1991). *Sosyolojik açıdan kent işsizliği ve anomi*. Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- Fougère, D., Kramarz, F., Pouget, J. (2009). Youth unemployment and crime in France. *Journal of The European Economic Association*, 7(5), 909-938.
- Günaydın, D., Çetin, M. (2015). Genç işsizliğin temel makroekonomik belirleyicileri: ampirik bir analiz. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 17-34.
- Hakim, C. (1982). The social consequences of high unemployment. *Journal of Social Policy*, 11(4), 433-467
- Hansen, H. T. (2005). Unemployment and marital dissolution: a panel data study of Norway. *European Sociological Review*, 21(2), 135-148.
- Jalovaara, M. (2003). The joint effects of marriage partners’ socioeconomic positions on the risk of divorce. *Demography*, 40(1), 67-81.
- Johansson, S. E., Sundquist, J. (1997). Unemployment is an important risk factor for suicide in contemporary Sweden: an 11-year follow-up study of a cross-sectional sample of 37789 people. *Public Health*, 111(1), 41-45.
- Kabaklarlı, E., Hazel, P., Buluş, A. (2011). Economic determinants of Turkish youth unemployment problem: cointegration analysis. *International Conference on Applied Economics-ICOAE*, 25-27 August, Perugia, Italy.
- Kposowa, A. (2001). Unemployment and suicide: a cohort analysis of social factors predicting suicide in the US national longitudinal mortality study. *Psychological Medicine*, 31(1), 127-138.
- Laanani, M., Ghosn, W., Jouglu, E., Rey, G. (2015). Impact of unemployment variations on suicide mortality in Western European countries (2000–2010). *Journal of Epidemiol Community Health*, 69(2), 103-109.
- Lester, D., Yang, B. (1991). The relationship between divorce, unemployment and female participation in the labour force and suicide rates in Australia and America. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 25(4), 519-523.
- Murat, S., Şahin, L. (2011). Nedenleri ve sonuçları bakımından gençler arasında yaygınlaşan işsizlik. *Sosyoloji Konferansları*, (44), 1-48.

- Otsu, A., Morgenthaler, S., Fujita, D., Chinami, M., Kaneko, Y., Shirakawa, T. (2006). Correlations for number of sunspots, unemployment rate, and suicide mortality in Japan. *Perceptual and Motor Skills*, 102(2), 603-608.
- Pesaran, M. H., (2004). *General diagnostic tests for cross section dependence in panels*. Cambridge working papers in economics (CWPE), No. 0435.
- Pesaran, M. H. (2006). Estimation and inference in large heterogeneous panels with a multifactor error structure. *Econometrica*, 74(4), 967-1012.
- Pesaran, M. H. (2007). A simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22(2), 265-312.
- Pesaran, M. H., Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels. *Journal of Econometrics*, 142(1), 50-93.
- Pissarides, C. A., McMaster, I. (1990). Regional migration, wages and unemployment: empirical evidence and implications for policy. *Oxford Economic Papers*, 42(4), 812-831.
- Phillips, P. C. B., Sul D. (2003). Dynamic panel estimation and homogeneity testing under cross section dependence. *Econometrics Journal*, 6(1), 217-259.
- Platt, S., Micciolo, R., Tansella, M. (1992). Suicide and unemployment in Italy: description, analysis and interpretation of recent trends. *Social Science & Medicine*, 34(11), 1191-1201.
- Pritchard, C. (1992). Is there a link between suicide in young men and unemployment? a comparison of the UK with other European community countries. *The British Journal of Psychiatry*, 160(6), 750-756.
- Rakauskienė, O. G., Ranceva, O. (2014). Youth unemployment and emigration trends. *Intellectual Economics*, 8(1), 165-177.
- Tunalı, H., Özkaya, S. (2016). Türkiye’de işsizlik-intihar ilişkisinin analizi. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 56-70.
- Topbaş, F. (2007). İşsizlik ve intihar ilişkisi: 1975-2005 VAR analizi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(2), 161-172.
- TÜİK (2017). *İşgücü istatistikleri*, Ağustos 2017 Haber Bülteni. Sayı: 24633, Çevrimiçi: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24633>, Erişim: 15.11.2017.
- Yılmaz, T., Fidan, F., Karataş, V. (2004). İşsizliğin sosyo-psikolojik sonuçları: sosyo-demografik özelliklere göre bireylerin tutumları (bir alan araştırması). *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (48), 163-183.

Alper DOĞAN

Yrd. Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü

alper.dogan@ikc.edu.tr

Melih KABAYEL

Bilim Uzmanı, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, S.B.E., Maliye ve Mali Yönetim/Doktora

melihkabayel@gmail.com

Özet

Amaç: Araştırmada, obezite vergilerinin teorik temelleri üzerinde durularak obezite vergisini uygulayan ülkelerden örnekler ile obezite vergisinin uygulanabilirliği tartışılmaktadır.

Yöntem: Obezite vergileri teorik temelde ele alınarak ülke uygulamaları üzerinde durulmaktadır.

Bulgular: Dünyadaki obezite vergisi uygulamalarına bakıldığında, son yıllarda obezite vergileri uygulayan ülke sayısı artmıştır. Birçok ülkede obezite vergilerinin pozitif etki yaratmasından dolayı dünya genelinde 22 ülke, obezite vergilerini bölgesel veya ulusal düzeyde çeşitli şekillerde uygulamakta veya uygulanmasını planlamaktadır.

Anahtar kelimeler: Kamu müdahalesi, obezite vergisi, dışsal maliyetler, piyasa başarısızlığı.

Bilgilendirme: Bu çalışma, Melih Kabayel tarafından, Alper Doğan danışmanlığında yazılmış, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde 2017 yılında savunulmuş, "Türkiye ve Seçilmiş Ülkelerde Obezite Vergilerinin Uygulanabilirliği" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

APPLICABILITY OF OBESITY TAXES IN PERSPECTIVE OF WORLD PRACTICES

Abstract

Objectives: In the study, aims to focus on the theoretical bases of obesity taxation, the feasibility of obesity taxation is discussed with samples from implementing countries of obesity taxation.

Methods: Obesity taxes are considered on the theoretical basis and country practices are emphasized.

Results: Considering the practices of obesity tax in the world, obesity has increased the number of countries applying taxes in recent years. Due to the positive impact of obesity taxes in many countries, 22 countries around the world are planning to implement or carry out obesity taxes at various regional or national levels.

Key words: Social interference, obesity tax, external costs, market failure.

Acknowledgement: This study was derived from a postgraduate thesis titled "Applicability of Obesity Taxes in Turkey and Selected Countries", which was written by Melih Kabayel in the consultancy of Alper Doğan, defended in Izmir Kâtip Çelebi University, Social Science Institute in 2017.

Giriş

Modern toplumlarda artan hareketsiz yaşam ve düzensiz beslenme nedeni ile görülme sıklığı giderek artan obezite, birey ve toplum sağlığını tehdit eder hale gelmiştir. Obezite görülme sıklığı tüm yaş gruplarında hızla artmıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerde (gelişmekte olan ülkelere kıyasla) obezite çok daha sık görülmektedir.

Obez bireylerin toplum içindeki sayısının giderek artması sonucu, toplumsal verimlilik düşmekte ve sağlık maliyetleri dolaylı olarak artmaktadır. Bireylerin aşırı kilolu olması sonucu iş verimlilikleri düşmektedir. Çalışan nüfusun verimliliğinin düşmesi sonucu ise ekonomik verimlilik düşmektedir. Ayrıca obezitenin yaygınlaşmasından ötürü, kalp ve damar hastalıkları, kanser vb. hastalıklara yakalanma olasılıkları da yükselmektedir. Obezite sonucu oluşan bu tür hastalıklar ise sağlık harcamalarını arttırabilmektedir. Bu tür dışsal maliyetler ise ülke (hatta dünya) ekonomisi üzerinde yük oluşturmaktadır. Bu nedenle, çeşitli müdahale araçlarının kullanılması gerekli görülebilmektedir.

Kamusal müdahale araçlarından biri olan obezite vergisi, piyasada oluşan ve toplum ve bireyler üzerinde yük oluşturan maliyetlerin telafisini, fiyat mekanizması ile (alkol ve tütün ürünlerinde olduğu gibi) bireylerin gönüllü olarak sağlıklı gıda tüketimine yönelmesini amaçlayan bir vergi türüdür. Ancak, obezite vergilerinin gerekli olup olmadığı veya tek başına bir etkinlik yaratabileceği konusunda tartışmalar mevcuttur. Bu bağlamda, bu çalışmada, obezite vergisinin uygulanabilirliği ve teorisi üzerinde durularak çeşitli ülke uygulamaları örnek olarak değerlendirilecektir. Çalışmanın amacı ise, obezite vergilerinin amaç-yöntem-uygulama açısından uyumlu şekilde tasarlanmasına dikkat çekmektir.

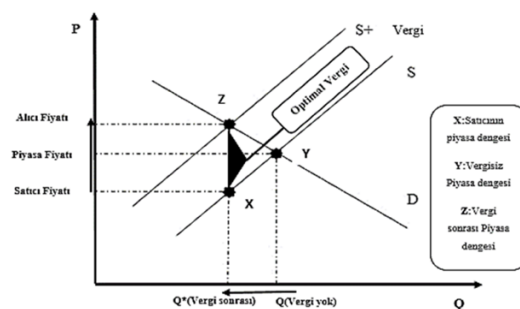
1. Obezite Vergisi ve Teorisi

Obezite vergileri, obezite oluşumuna en çok katkıda bulunan şeker ve yağ oranı yüksek olan kalorili gıda ve içeceklerin fiyatlarını artırarak bu gıdaların piyasa mekanizması içinde taleplerini azaltmayı, tüketimlerini düşürmeyi amaçlayan vergilerdir (Saruç, 2015: 104). Burada obezite vergilerinin, kamu geliri elde etmekten ziyade negatif dışsallıkların telafisine (içselleştirilmesine) yönelik alınan pigou tipi vergiler olduğuna dikkat çekilmelidir. Amaç, sağlıksız gıda tüketimi alışkanlıklarını yok etmektir. Elde edilen gelirin amacı ise, obezite ile ilgili hastalıkların tedavisinde kullanılmak üzere dışsal maliyetlerin telafisidir (Cummings, 2010: 280).

Pigou tipi vergilerin amacı piyasa aksaklıkları nedeniyle oluşan dışsal maliyetlerin telafi edilmesidir. Bunun yanında fiyat mekanizması kullanılarak negatif dışsallıklara neden olan ekonomik davranışlar yönlendirilmektedir (Altay, 2016: 66). Fakat pigou tipi vergilerin düzenleyici özelliklerinden ziyade, devletin piyasaya bir müdahale bahanesi olduğu yönünde görüşlerde mevcuttur. Bu görüşlere göre dışsal maliyetler gösterilerek piyasaya müdahale edilerek kamu geliri elde (bu tür kamu geliri elde edilmesine "Industry" denilmektedir) edilmektedir (Hoffer, vd., 2014: 48-49).

Pigou tipi vergilendirme ile obezite sorununun çözülemeyeceği görüşü de yaygındır. Örneğin, gıda maddelerinin vergilendirilmesinin doğru olmadığı, obezite oluşumunun karmaşık bir süreç olduğu ve obezitenin yarattığı negatif dışsallıkların sağlık sigortalarına ek prim konularak çözülebileceği ileri sürülmektedir (Marlow ve Shiers, 2010: 38). Bazı araştırmacılar ise, obezite vergilerinin, düzeltici amacından ziyade kamu bütçe açıklarının kapatılması için yerel ve ulusal idareler açısından bir araç olduğunu ileri sürmektedir (Vinelli, 2009: 1-23). Diğer taraftan, obezite sorununun çözümü için kulüp mallarının (spor tesisleri vb.) kullanılması ve diyet içerikleri konusunda kişilerin bilgilendirilmesi ile vergisel araçlar dışında politik etkinlik sağlanabileceği görüşü de mevcuttur (Craven, vd., 2012: 36-37).

Şekil 1: Pigou Tipi Vergilerin Piyasa Fiyatı Üzerindeki Etkisi



Kaynak: Nechyba, 2017:748

Şekil-1’de pigou tipi bir vergi piyasa fiyatını yükselterek piyasaya sunulan ürün miktarının azalmasına (Q-Q*) neden olmaktadır. Bu süreç obeziteye yol açan gıda gurupları üzerinde uygulanırsa, obeziteye neden olan ürünlerin tüketim miktarının kendiliğinden azalması amaçlanmaktadır. Diğer taraftan, tüketim tercihlerini değiştirmeyenler ise dışsal maliyetleri vergi ile yüklenmektedirler. Böylece, obezite sonucu ortaya çıkan dışsal maliyetlerin toplum üzerinde kalması engellenmektedir. Ancak, bu etkilerin elde edilmesi için obezite vergileri, amaç-yöntem-uygulama açısından bir bütün olarak tasarlanmalıdır. Bu unsurlara dikkat edilmesi obezite vergilerinin uygulanabilirliği açısından oldukça önemlidir.

1.1. Obezite Vergilerinin Amaçları

Teoride obezite vergileri, dışsal maliyetleri telafi eden düzenleyici vergilerdir. Fakat bu vergilerin etkinliğini belirleyen en önemli etken amaçsal uyumdur. Amaçların uyumu ve öncelik sıralandırılması obezite vergilerinin uygulanabilirliğini ve toplumsal kabul edilebilirliğini sağlamaktadır (Kabayel, 2017: 102-105).

Obezite vergileri, *ekonomik ve sosyal amaçlar* doğrultusunda uygulanmaktadırlar. Obezite vergilerinin kullanımının sosyal amacı, kamu sağlığını korumak ve daha iyi hale getirmektir (Kass, vd., 2014: 788). Çünkü obezitenin yaygın hale gelmesindeki en büyük etken, piyasada oluşan eksik ve asimetrik bilgi sonucu bireylerin sağlıksız beslenme alışkanlıkları kazanmasıdır (Harris, 2017: 113). Bu nedenle sosyal bir anlayışla devlet, bu beslenme tarzına sebep olan aşırı şekerli veya yağlı gıdalar üzerine vergi koyarak kamu müdahalesinde bulunmaktadır. Diğer taraftan, obezite vergilerinin ekonomik amacı, dışsal maliyetlerin telafisidir. Obezite vergileri, yağlı ve şekerli ürünlerin (örneğin, cips ve şekerli-gazlı meşrubatlar) aşırı tüketimi sonucu ekonomi üzerinde oluşan sosyal maliyetin ilgili ürünlerin piyasa fiyatı üzerine ek bir vergi koyularak telafisini amaçlamaktadır. Daha açık bir ifade ile, obezite vergilerinin ekonomik amacı piyasa başarısızlığının ekonomi üzerinde oluşturduğu maliyetlerin vergi araçları ile düzenlenmesidir (Griffith, vd., 2016: 1-17).

Sosyal ve ekonomik amaçların bir bütün olarak düşünülmesi gerekmektedir. Sosyal amacın öncelikli olduğu ve bunun yanında ekonomik amaçları da gözetilen bir vergi politikası, obezite vergilerinin etkinliğini artırmaktadır. Ancak, Bazı çevreler obezite ile mücadele amacıyla koyulan vergilerin sosyal amaç dışında alındığını iddia etmektedirler. Sağlıksız gıdalara koyulan vergilerin dışsal maliyetler bahane edilerek sadece gelir amacıyla toplandığını ileri sürmektedirler (Drenkard, 2011: 1-15). İşte bu şekilde amaçsal bütünlük sağlamayan obezite vergilerinin uygulaması başarısız olmakta, piyasadan ve toplumdan aldığı tepkiler nedeniyle uygulamadan kaldırılmaktadırlar.

1.2. Obezite Vergilerinin Uygulama Yöntemleri

Obezite vergilerinin tasarlanması aşamasında dikkat edilen bir diğer unsur ise vergilendirme tekniğidir. Vergilendirme tekniği ile verginin ne üzerinden, nasıl ve ne oranda alınacağı belirlenmektedir. Bu bağlamda, obezite ile mücadeleye yönelik gıdaların vergilendirilmesinde çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bunlar (Elston, vd., 2009):

- Katma Değer Vergisi (KDV) yaklaşımı,
- Diferansiyel vergilendirme,
- Seçici fiyat yaklaşımı,
- Düz oranlı vergilendirme,

Katma Değer Vergisi (KDV) yaklaşımı, obeziteye yol açan gıda gurupları veya ürünleri seçmek yerine işlem görmüş gıda guruplarının vergilendirilmesini amaçlamaktadır. Bu yaklaşım, katma değer yaratılan üretim aşamalarında uygulanacak bir katma değer vergisinin çözüm olacağını savunmaktadır. Üstelik bu yöntem ile yeni bir vergi koyma ve vergi konulacak gıda ve ürünlerin belirlenmesinde yaşanabilecek sorunları ortadan kaldırmaktadır. Ayrıca, gıda guruplarını vergilendirirken oluşabilecek istenmeyen vergilendirmelerin önüne geçilebilmektedir (Elston, vd., 2009: 186). Örneğin, süt ve yumurta gibi çiflik ürünlerinin fazla işlem görmemesi nedeniyle aşırı düzeyde vergilendirilmesi engellenmektedir (Gökbunar, vd., 2015: 595).

Diferansiyel vergilendirme, dışsal maliyet yaratan ürünlerin üzerine vergi konularak ürünlerin fiyatlarını göreceli olarak değiştirmeyi amaçlamaktadır (Altay, 2016: 68). Obezite açısından bakıldığında, diferansiyel vergilendirme ile birlikte belli gıda guruplarının (yağ ve şeker vb.) değil de belli ürünlerin vergilendirilerek dışsallıkların azaltılması amaçlanmaktadır (Gökbunar vd., 2015:595). Örneğin, şekerli meşrubatlar ve

aburcuburlar üzerine uygulanacak diferansiyel vergiler ile istenmeyen etkiler yaratmayan daha etkin bir mücadele sağlanabilir (Elston, vd., 2009: 185).

Seçici fiyat yaklaşımı, obeziteye sebep olan gıda gruplarının fiyatlarını yükselterek fiyat mekanizması aracılığıyla bir etkinlik sağlanmasını amaçlamaktadır. Bu etkinlik, obezite ile mücadeleye daha fazla katkı sağlanması ve sağlıklı beslenme alışkanlıklarının kazandırılmasıdır (Gökbunar, vd., 2015: 594). Bu nedenle seçici fiyat yaklaşımı ile yapılan vergilendirmeler, sosyal refah amaçları bakımından hükümetler tarafından en çok tercih edilen yöntemdir. Çünkü seçici vergilendirme (selective taxation) yöntemi, direkt olarak tüketici talebini paternalist bir anlayış ile etkilemektedir. Böylece tüketiciler, ekonomik davranışlarını sağlıklı gıda tüketimine yöneltmektedirler (Hoffer, vd., 2015: 3-7). Seçici fiyat yaklaşımında, seçilen gıda grubunun obeziteye neden olacak içeriğe sahip olup olmamasının yanında, seçili gıdaların erdemli mal olmadığı konusunda dikkatli davranılmalıdır. Çünkü uygulanacak bir seçici vergi, bazı mal gruplarında istenmeyen etki yaratabilir. Bu duruma en çok yağ oranı yüksek ama erdemli mal olan süt ürünlerinde rastlanmaktadır (Elston, vd., 2009: 185).

Düz oranlı vergilendirme tüm gıda grupları üzerine yapılabilir. Fakat vergi sonrası gıda fiyatlarının artmasından dolayı obezite ile mücadele yerine yetersiz beslenme (sağlıklı gıda tüketiminin azalması) sorunu ortaya çıkabilir (Gökbunar vd., 2015: 594). Örneğin, kalori temelli bir vergilendirme yapılması durumunda, sağlıklı fakat besin değeri yüksek gıdaların vergilendirilmesi sonucu istenmeyen kayıplar yaşanabilir. Bu nedenden dolayı kalori temelli genel bir düz gıda vergisi yerine, bazı gıdalardan (obeziteye neden olanlardan) düz oranlı bir gıda vergisi alınması amaca daha uygun olacaktır (Miao, 2012: 147).

2. Dünyada Obezite Vergisi Uygulamaları

Obezite vergilerinin uygulayıcısı olan ülke sayısı, hızla artmaktadır. Birçok ülke çeşitli yöntem ve kapsamda obezite vergilerini uygulamaya koymuş veya uygulamayı planlamaktadır. Verginin konusu matrahı ve oranları ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir (Saruç, 2015: 111).

Tablo 1: Dünyada Obezite Vergileri

Ülke	Vergi Kapsamı	Vergi Tipi	Başlangıç Yılı
Amerika Birleşik Devletleri	Eyaletlere göre kapsam farklıdır.	Çeşitli	Eyaletlere göre değişken
Avusturalya	Meşrubatlar, unlu mamüller, bisküvi, şekerleme	Ad valorem	2000
Bangladeş	Şekerli ve tatlandırıcı meşrubatlar, enerji içecekleri	Ad valorem	2014
Barbados	Şekerli ve tatlandırıcı meşrubatlar, enerji içecekleri	Ad valorem	2015
Belçika Krallığı	Şeker ve tatlandırıcı içeren meşrubatlar	Spesifik	2016
Danimarka	Doymuş yağ içeren ürünler	Spesifik	2014 (kaldırıldı)
Dominik Cum.	Şekerli Meşrubatlar	Ad valorem	2015
Fransa	Şekerli ve tatlandırıcı meşrubatlar	Spesifik	2012
Fransız Polenazyası	Meşrubatlar	Spesifik	2002
Finlandiya	Meşrubatlar	Spesifik	2011
Fiji Adaları Cum.	Şekerli Meşrubatlar	Spesifik	2016
Macaristan	Meşrubatlar ve Enerji içecekleri	Spesifik	2011
Mauritius Cum.	Şekerli Meşrubatlar	Şeker içeriği	2013
Meksika	Şekerli Meşrubatlar	Spesifik	2014
Nauru Cum.	Şekerli meşrubatlar ve tatlandırılmış süt	Ad valorem	2007
Norveç Krallığı	Şeker, çikolata, şekerli meşrubatlar ve tatlandırıcılar	Spesifik	1981
Samoa Cum.	Şekerli Meşrubatlar	Spesifik	1984
Şili Cum.	Meşrubatlar	Ad valorem	2015

Kaynak: Heise, vd., 2016: 21-29

Obezite ile mücadele amacıyla vergi araçlarına başvuran ülke sayısı son yıllarda giderek artmaktadır. Vergi araçlarının kullanımı ise ülkeden ülkeye farklılaşmaktadır. Bazı ülkeler, hesaplama bakımından daha kolay bir vergi tipi olan ad valorem (değer esaslı) vergiler uygulamaktadır. Bu tür vergilendirme yönteminde, verginin konusu olan ürünlere belli bir oranda vergi uygulanmaktadır. Bu vergiler, üretim ve tüketim aşamasında uygulanan katma değer vergisi veya işlem vergisi olarak uygulanabilmektedir. Diğer taraftan spesifik vergiler, bilimsel ölçü birimleri temelinde verginin konusunu oluşturan ürünlere uygulanmaktadır. Ancak vergilendirilmek istenen ürünler daha etkin bir şekilde vergilendirilmesine karşın bu vergileri hesaplamak ve uygulamak daha zor ve maliyetlidir.

Bazı önemli ülke uygulamalarından bahsetmek gerekir ise Danimarka obezite vergisi konusunda dikkat çeken bir örnektir. Danimarka, 2011 yılında uygulamaya koyduğu doymuş yağ vergisi (doymuş yağ kilosu başına 2,15 €) ile dünyada bir ilk olmuştur. Bu verginin uygulanmasına bir yıl sonra başlansa da, sadece 13 ay sonra uygulamadan kaldırılmıştır. Kaldırılma nedeni ise tüketici üzerinde istenmeyen etkilerin görülmesidir (Petkantchin, 2013: 1). Liberal çevrelerce, Danimarka'nın uyguladığı politika, yağ vergisi başarısızlığı (fat tax failure) olarak nitelendirilmiştir (Spence, 2012). Diğer taraftan, Danimarka'nın aksine bu konuda oldukça başarılı ülkeler de vardır. Örneğin Fransa, obezite vergisi konusunda başarılı sonuçlar elde etmiştir. Şekerli ve tatlandırıcılı meşrubat vergisi sonrası elde edilen sonuçlara bakıldığında, amacına hizmet eden etkin bir vergi olduğu gözlemlenmiştir. Bu verginin, özellikle aşırı kilolu bireyler, gençler ve düşük gelirli vatandaşların aşırı şeker tüketimini azalttığı gözlemlenmiştir. Vergi sonrası yapılan bir araştırmada, şekerli ve tatlandırıcılı meşrubatların vergilendirilmesi sonucu şekerli meşrubat tüketiminin kişi başı 3 litreden fazla azaldığı hesaplanmıştır. Diğer taraftan, uygulamadaki başarının bir başka nedeni kamuoyu desteğidir. Fransa'da obezite vergisine karşı bir vergi direnci oluşmamış ve toplumsal kabul verginin etkinliğini artırmıştır (Bonnet and Requillart, 2012: 22). Bir başka başarılı obezite vergisi uygulaması Meksika'ya aittir. Meksika'da uygulanan obezite vergisi, tüketicilerin taleplerinin fiyat değişimi karşısında esnek olmasından dolayı başarılı ve etkin kabul edilmektedir. Vergi sonrası yıllık şekerli içecek tüketimi kişi başına %30 oranında düşmüştür (PAHO, 2015: 33). Ayrıca, vergi sonrasında, doğal içecekler için talep artarak, tüketici davranışlarının olumlu yönde değiştiği gözlemlenmiştir (Colchero, vd., 2016: 1).

Tablo 2: Obezite Vergisi Uygulamayı Planlayan ve Uygulamaya Yeni Başlayan Ülke ve Bölgeler

Ülke	Vergi Kapsamı	Vergi Tipi	Yıl	Uygulama
Birleşik Krallık	Şekerli Meşrubatlar	Kademeli Spesifik	2018	1-100 ml'de 5 gramdan fazla şeker olanlar: Litre başı 0.30 \$ 2-100 ml'de 8 gramdan fazla şeker içeriği olanlar için: Litre başı 0.40 \$
İrlanda	Şekerli Meşrubatlar	Kademeli Spesifik	2018	Birleşik Krallık ile aynı ölçüler
Portekiz	Meşrubatlar	Kademeli Spesifik	2017	1-100 ml'de 8 gramdan az şeker olanlar: Litre başı 0.12 \$ 2-100 ml'de 8 gramdan fazla şeker içeriği olanlar için: Litre başı 0.23 \$
Güney Afrika Cum.	Şekerli Meşrubatlar	Spesifik	2017	Her 100 gram şeker içeriği için, 0.21 \$
Philadelphia, Pennsylvania	Şekerli, tatlandırıcılı içecekler	Spesifik	2017	Litre başı 0.66 \$
Boulder, Colorado	Şekerli Meşrubatlar	Spesifik	2017	Litre başı 0.88 \$
Cook County, Illinois	Şekerli Meşrubatlar	Spesifik	2017	Litre başı 0.44 \$
San Francisco Bay Bölgesi, California	Şekerli Meşrubatlar	Spesifik	2017/ 2018	Litre başı 0.44 \$

Kaynak: Duckett ve Swerissen, 2016: 27

Obezite vergilerini uygulayan ve başarılı sonuçlar elde eden ülkelerin varlığı, birçok ülkenin vergi idaresini obezite vergisi uygulama açısından istekli hale getirmiştir. Özellikle şekerli meşrubatlar, obeziteye olan katkısının birçok çevre tarafından kabul edilmesi ve beslenme bozukluklarını ortaya çıkartan bir unsur olmasından dolayı birçok ülkede vergi konusu olmaktadır. Bu ülkelerden biri de Kanada'dır. Özellikle, Amerika Birleşik Devletleri'nde uygulanan obezite vergileri nedeniyle Kanada'nın da bu tür vergileri uygulamasının obezite ile mücadele açısından etkin olacağına ilişkin iddialar mevcuttur (Jones, vd., 2017: 38). Ayrıca, Ekvator ve Mısır'da da obezite vergilerine ilişkin girişimlerde bulunulmuştur. Mısır'da girişim başarısız olmuştur. Ekvator'da ise aburcubur vergisi uygulanmak istenmiştir. Ancak uygulama zorlukları neden gösterilerek vazgeçilmiştir (WHO, 2016: 14). Diğer taraftan başarısız girişimlerde bulunan ülkelerin aksine, şekerli meşrubatların vergilendirilmesi konusunda bazı şehirlerde istekli girişimlerde bulunulmuş ve şehir meclislerinde buna ilişkin kararlar alınmıştır (WCRF, 2016).

İrlanda Cumhuriyeti, obezite vergileri konusunda Birleşik Krallık ile aynı uygulama temelinde şekerli meşrubatları vergilendirme planı yapmaktadır. Diğer taraftan Portekiz ve Güney Afrika Cumhuriyeti, obezite ile mücadele amacıyla vergi araçlarının kullanımına bu yıldan itibaren başlamıştır (DNT, 2016: 12). Ayrıca, Amerika Birleşik Devletleri'ne bağlı bazı bölgelerde de ülkedeki artan gıda ve şeker vergisi eğilimine uygun olarak şekerli ve tatlandırıcı içeren içeceklerin tüketimine yönelik vergi uygulanmasına başlanmaktadır. Bu bölgelerden elde edilen vergi gelirin yıllık 340-360 milyon \$ arası olması tahmin edilmektedir (Krieger, 2016).

Türkiye'de obezite ile mücadelede kamu politikası geliştirmek için Sağlık Bakanlığı tarafından (Türkiye Halk Sağlığı Kurumu'nca) bir program başlatılmıştır. Bu programda ele alınan konulardan biri erdemsiz malların tüketiminin azaltılması amacıyla vergi araçlarının (ayrıca sağlıklı gıda sübvansiyonlarının teşviki) kullanımınıdır (THSK, 2013: 61). Bununla beraber Maliye Bakanlığı'ndan da, konuya ilişkin politika geliştirmesi istenmektedir. Yani, Türkiye'de obezite vergisi uygulanma ihtimali ilerleyen dönemlerde olası gözükmektedir. Ancak uygulanacak olan verginin kapsamı ve türü oldukça önem arz etmektedir. Eğer, katma değer vergisi veya özel tüketim vergisi ile ad valorem bir vergi uygulanırsa, hedef alınan gıda ürünlerinin vergilendirilmesi konusunda farkındalık düşük düzeyde olabileceğinden ötürü, tüketicilerde mali anestezi etkisinin görülme olasılığı yüksektir. Ancak obezite vergisinin ekonomik ve sosyal etkilerinin gözlemlenmesi açısından kendine özgün bir vergi uygulanması daha verimli olacaktır (Ayyıldız ve Demirli, 2015: 75). Bu nedenle, son dönemde ağırlıklı olarak uygulanmaya başlanan spesifik özellikli bir obezite vergisinin seçici vergilendirme yöntemi ile uygulanması daha etkin olabilir (Kabayel, 2017: 104-105).

Sonuç

Obezite ile mücadele amacıyla vergi araçlarının kullanımı birçok ülke tarafından uygulamaya konmuş veya uygulanması için çalışmalar yapılmıştır. Fakat bir kamu müdahalesi aracı olarak obezite vergilerinin kullanımı ve etkinliği konusunda tam bir uzlaşma henüz yoktur. Aslında obezite vergilerinin uygulanmasından ziyade bu vergilerin iyi bir şekilde tasarlanması daha önemlidir. Eğer obezite vergisi iyi şekilde tasarlanmaz ise neden olduğu aksaklıklar ile tartışma konusu olmaktadır. Fakat iyi tasarlanmış bir obezite vergisi (örneğin Fransa'da) etkinliğin sağlanmasına vesile olduğundan ötürü desteklenmektedir. Ayrıca, obezite vergilerinin tasarlanması ve uygulanmasından başka önemli bir konu daha vardır. Bu konu kamuoyu desteğidir. Kamuoyu tarafından yüksek oranda destek alan bir obezite vergisinin kabul edilebilirliği yüksek olduğu için daha başarılı sonuçlar elde edilmesi olasıdır. Bu nedenle verginin tasarlanması sürecinde, kamuoyunun görüş ve isteklerinin de dikkate alınması önem arz etmektedir.

Dünyadaki obezite vergisi uygulamalarına bakıldığında, son yıllarda obezite vergileri uygulayan ülke sayısı artmıştır. Birçok ülkede obezite vergilerinin pozitif etki yaratmasından dolayı dünya genelinde 22 ülke, obezite vergilerini bölgesel veya ulusal düzeyde çeşitli şekillerde uygulamakta veya uygulanmasını planlamaktadır. Diğer taraftan, obezite vergilerinin birçok ülkede uygulanması, obezite vergilerinin küresel boyutta kabul edildiğini göstermektedir. Ayrıca, uygulama sayısının artışı obezite vergilerinin düzenleyici bir vergi olarak uygulanabilirliğinin arttığının bir göstergesidir.

Türkiye'de uygulanabilecek bir obezite vergisinin toplum tarafından kabul edilmesi oldukça önemlidir. Dünya örneklerine bakıldığında, toplumsal desteğin vergi araçları ile birlikte obezite ile mücadelenin başarı düzeyini artırdığı görülmektedir. Bu nedenle, tasarlanacak olan vergi araçlarından önce bu konuda toplumsal bilinç yaratılmalı ve verginin gelir amacı taşımayan düzenleyici bir yapıda olduğu anlatılmalıdır. Ayrıca, verginin uygulanması amacı ile seçilen yöntemde başarı düzeyini artıracaktır. Türkiye'de düz oranlı ve değer esaslı bir

vergilendirmeden ziyade seçici ve spesifik nitelikte bir vergilendirme gıda tüketimini olumsuz yönde etkilemeyen daha etkin bir vergilendirme olacağı ileri sürülebilir.

Kaynakça

- Altay, A. (2016). Kamu Maliyesi Teorisi, Gelişimi, Kapsamı. 2. Baskı, No:55, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Ayyıldız, Y., Demirli, Y. (2015). Obezite Vergisine İlişkin Halkın Düşünceleri: Türkiye’de Bir Alan Araştırması. *Business and Economics Research Journal*, 6 (2), 59-79.
- Bonnet, C., Requillart, V. (2012). Sugar Policy Reform, Tax Policy and Price Transmission in the Soft Drink Industry (No:4). Transparency of Food Pricing, Working Paper.
- Colchero, M., Popkin, B., Rivera, A., Wen Ng, S. (2016). Beverage purchases from stores in Mexico under the excise tax on sugar sweetened beverages: observational study. *British Medical Journal*, 352 (1), 1-9.
- Craven, B.M., Marlow, M.L., Shiers, A.F. (2012). Fat Taxes and Other Interventions Won't Cure Obesity. *Economic Affairs*, 32 (2), 36-40.
- Cummings, J. (2010). Obesity and Unhealthy Consumption: The Public-Policy Case for Placing a Federal Sin Tax on Sugary Beverages. *Seattle University Law Review*, 34 (1), 273-298.
- Department National Treasury (2016). Taxation of Sugar-Sweetened Beverages (No:8). Economics Tax Analysis Chief Directorate of Republic of South Africa, Policy Paper.
- Drenkard, S. (2011). Overreaching on Obesity: Governments Consider New Taxes on Soda and Candy (No:196). Special Report of Tax Foundation, Washington.
- Duckett, S., Swerissen, H. (2016). A sugary drinks tax: recovering the community costs of obesity. ISBN: 978-1-925015-95-9, Grattan Institute.
- Elston, J., Stanton, K., Levy, D. (2009). “Tax Solutions to the External Costs of Obesity”. Zoltan J. Acs and Alan Lyles (Eds.). Obesity, Business and Public Policy (171-190). Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Griffith, R., Lührmann, M., O’Connell, M., Smith K. (2016). Using taxation to reduce sugar consumption (No:BN180). The Institute for Fiscal Studies, ISBN:978-1-911102-09-0.
- Gökbunar, R., Doğan, A., Utkuseven, A. (2015). Obezite ile Mücadelede Bir Kamu Politikası Aracı Olarak Vergilerin Değerlendirilmesi. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 581-602.
- Harris, M. (2017). Imperfect Information on Physical Activity and Caloric Intake. *Economics and Human Biology*, 28 (1), 112-125.
- Heise, T., Katikireddi, V., Pega, F., Gartlehner, G., Fenton, C., Griebler, U., Sommer, I., Pfänder, M., Lhachimi, S. (2016). Taxation of sugar-sweetened beverages for reducing their consumption and preventing obesity or other adverse health outcomes. *The Cochrane Collaboration, Cochrane Data base of Systematic Reviews*, Issue: 08, John Wiley & Sons Publishing.
- Hoffer, A.J., Shughart II, W., Thomas, M. (2014). Sin Taxes: Revenue, Paternalism and Political Interest. *The Independent Review*, 19 (1), 47-64.
- Jones, A., Veerman, J., Hammond, D. (2017). The Health and Economic Impact of A Tax on Sugary Drinks in Canada. Hearst&Stroke Institute.
- Kabayel, M. (2017). Türkiye ve Seçilmiş Ülkelerde Obezite Vergilerinin Uygulanabilirliği. Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye ve Mali Yönetim Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Kass, N., Hecht, K., Paul, A., Birnbach, K. (2014). Ethics and Obesity Prevention: Ethical Considerations in 3 Approaches to Reducing Consumption of Sugar-Sweetened Beverages. *American Journal of Public Health*, 104 (5), 787-795.
- Krieger, J. (2016). “Cook County makes soda taxes 5 for 5 this week!” [http://www.healthyfoodamerica.org/cook_county_makes_soda_taxes_5_for_5_this_week] Erişim Tarihi: 16/03/2017.
- Marlow, L., Shiers, A. (2010). Would Soda Taxes Really Yield Health Benefits?. *Regulation*, 33 (3), 34-38.

- Miao, Z. (2012). Three essays on tax policies addressing the obesity epidemic and associated calorie intake. Iowa State University, Doctoral Thesis, Iowa.
- Nechyba, T. (2017). Microeconomics, Issue:02, Boston: Cengage Learning.
- Pan American Health Organization (2015). Taxes on Sugar-sweetened Beverages as a Public Health Strategy: The Experience of Mexico. WHO Publications, ISBN:978-92-75-11871-9.
- Petkantchin, V. (2013). Nutrition taxes: the costs of Denmark's fat tax. The Institute economies Molinari (IEM), Economic Notes.
- Saruç, N. (2015). Obezite Ekonomisi: Kamu Politikaları-Obezite Vergileri. No:41, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Spence, P. (2012). "Denmark admits its fat tax failure. Adam Smith Institute" [<https://www.adamsmith.org/blog/tax-spending/denmark-admits-its-fat-tax-failure>] Erişim Tarihi: 17/03/2017.
- Türkiye Halk Sağlığı Kurumu (2013). Türkiye Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Programı (2013-2017). Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı, ISBN:978-975-590-311-8.
- Vinelli, R. (2009). "Sugar Taxes Aren't Sweet: The Case Against Taxes on Sugar-Based Drinks" [<https://ssrn.com/abstract=1410068>] Erişim Tarihi: 22/02/2017.
- World Cancer Research Fund (2016). Use economic tools to address food affordability and purchase incentives. Erişim: 16/03/2017. [<http://www.wcrf.org/sites/default/files/Use-Economic-Tools.pdf>].
- World Health Organization (2016). Fiscal Policies for Diet and Prevention of Noncommunicable Diseases. Technical Meeting Report, Geneva: WHO Publication.

**AKADEMİSYENLERİN ÖRGÜTSEL SESSİZLİK ALGILARI:
KONUYA İLİŞKİN BİR UYGULAMA**

Betül BALKAN AKAN

Öğr. Gör. Dr. Namık Kemal Üniversitesi Hayrabolu Meslek Yüksekokulu

balkan@nku.edu.tr

Feyza Çağla ORAN

Öğr. Gör. Kadir Has Üniversitesi Kadir Has Meslek Yüksekokulu

feyza.oran@khas.edu.tr

Özet

Amaç: Araştırmanın iki amacı bulunmaktadır. Bu amaçlardan ilki Kahveci ve Demirtaş (2013) tarafından öğretmenler için geliştirilen örgütsel sessizlik ölçeğinin, akademisyenler için geçerlilik ve güvenilirlik çalışmalarının yapılmasıdır. Diğeri ise devlet ve vakıf üniversitelerinde çalışan akademisyenlerin örgütsel sessizlik algılarının sosyo-demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesidir. Araştırmada olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniklerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Yöntem: Marmara Bölgesi'nde dört farklı üniversitede görev yapan 137 akademisyenin katılımıyla ve anket tekniği yoluyla toplanan veriler SPSS 20.0 ve AMOS 21.0 istatistik paket programında analiz edilerek yorumlanmıştır. Elde edilen veriler açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri, Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis H testleri ile değerlendirilmiştir.

Bulgular: Araştırma sonuçlarına göre örgütsel sessizlik ölçeğinin akademisyenler için geçerli ve güvenilir olduğu görülmüştür. Ayrıca, akademisyenlerin eğitim düzeyleri ile dış çevre kaynaklı sessizlik ve korunma amaçlı sessizlik, görev yaptıkları birim ile dış çevre kaynaklı sessizlik, unvanları ile korunma amaçlı sessizlik açısından sessiz kalma nedenlerinin farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel sessizlik, Sessizlik davranışı, Akademisyenler.

**PERCEPTIONS OF ACADEMICIANS' ORGANIZATIONAL SILENCE:
A RESEARCH ON THE SUBJECT**

Abstract

Objectives: The research has two aims. The first aim of the research is to make adaptation study for academicians of the organizational silence scale developed by Kahveci and Demirtaş (2013) for teachers. The second aim of this study is to examine whether there is a difference between the socio-demographic variables of academicians' perceptions of organizational silence and the academicians working at state and foundation universities. In the research, convenience sampling method is used, which is one of the non-probability-based sampling techniques.

Method: The data, collected through the participation of 137 academicians at four different universities in Marmara Region and survey techniques, were analyzed using SPSS 20.0 and AMOS 21.0 statistical program. Data obtained from research has been evaluated by explanatory and confirmatory factor analysis, Mann-Whitney U and Kruskal-Wallis H tests.

Findings: According to the results of the research, it was found that the organizational silence scale is valid and reliable for the academicians. Findings from the study showed that academicians differ in terms of their educational level with based on external environment silence and defensive silence, working unit with based on external environment silence and the reasons for their silence in terms of titles with defensive silence.

Keywords: Organizational silence, Silence behavior, Academicians.

Giriş

Çalışanların daha fazla inisiyatif almasının önem kazandığı çalışma ortamlarında, personel güçlendirmeye ve yeni iletişim kanallarına yoğunlaşılmasına rağmen, örgütteki çalışanların üst yönetime karşı duymuş oldukları güven eksikliği ve kaygıları nedeniyle oluşan birtakım korkular hala çalışanlar açısından önemli bir engel olarak ortaya çıkmaktadır (Vakola ve Bouradas, 2005: 441). Örgütsel sessizlik ile doğrudan ilgili çalışmalara bakıldığında; Morrison ve Milliken (2000), örgütlerde sessizlik olgusunun sistematik biçimde gelişen bir süreç olduğuna vurgu yapmış ve bu sürecin güçlenmesini sağlayan faktörün örgütsel koşullar olduğunu belirtmişlerdir. Örgütsel sessizliği “çalışanların iş süreçlerini ve çalıştıkları örgütü iyileştirmeyle ilişkili fikirlerini, bilgilerini ve düşüncelerini bilinçli diğer bir deyişle kasıtlı olarak esirgemesi” şeklinde bir tanımlama yapmışlardır. Pinder ve Harlos (2001) ise çalışanların algılanan adaletsizlik konusunda açık bir şekilde konuşup konuşmamaya dair çalışanların kararına odaklanan bir model önerisi sunmuşlardır. Modelde bireyin davranışsal, bilişsel ve duygusal değerlendirmelerine ilişkin samimi düşüncelerini aktarma niyetini temel almışlardır (Çakıcı, 2007: 389).

Doğru işleyen bir yapının mevcut olduğu örgütlerin en büyük özelliklerinden biri örgütsel sessizliğin o örgütlerde bulunmamasıdır. Çünkü örgütsel sessizliğin bulunduğu yapıda, süreçler arası aksaklık, iletişim kopuklukları, zamanında giderilemeyen sorunlar oluşarak işleyişte yavaşlamalar olabilmektedir. Bu doğrultuda öncelikle örgütler için büyük problemler yaratabilecek kadar önem arz eden örgütsel sessizlik konusunun kavramsal çerçevesi oluşturulmuştur. Çalışmanın araştırma kısmında ise Marmara Bölgesi'nde devlet ve vakıf üniversitelerinde görev yapan akademisyenlerden toplanan veriler analiz edilmiştir. Son olarak analiz sonuçları literatürde yer alan araştırmaların sonuçları ile karşılaştırılmış ve önerilerde bulunulmuştur.

1. Örgütsel Sessizlik Kavramı

Sessizlik kavramı literatürde antropoloji, sosyoloji, felsefe, biyoloji ve psikoloji gibi farklı disiplinlerle açıklanmıştır. Literatür genel olarak sessizliğin yaygın doğasını topluca yansıtan; güven, güç, cinsiyet algısı gibi kültürel yapılara odaklanmakta ve açıklamaktadır. (Slade, 2008: 45-46). Sessizlik, daha açık bir biçimde ifade edilecek olursa, bireyin örgütün durumu ile ilgili algıladığı ve düşündüğü gerçekleri davranışsal, bilişsel ve duygusal açıdan gerçek ifadelerini, bu durumu değiştirme veya düzeltme yeteneği olan bireylere iletmemesi şeklinde tanımlanabilir. Örgütsel sessizlik ise çalışanların örgütsel konulara ve yaptıkları işler ile ilgili olarak bilgi, görüş ve düşüncelere sahip olmalarına rağmen fikirlerini farklı kaygılardan (dikey ya da yatay misillemeler, işini kaybetme korkusu vb.) beslediklerinden dolayı ifade etmek istememeleri olarak açıklanmaktadır (Pinder ve Harlos 2001:334).

Örgütsel sessizlik, aktif bir davranış şekli sayılmakla birlikte, aynı zamanda bilinçli olarak gerçekleştirilen ve amacı olan bir davranıştır. Dinlemesini bilenler için sessizlik de konuşma gibi ilgili tarafa birçok anlam ifade etmekte ve ipucu verebilmektedir (Durak, 2012: 43-44). Bir kimliğe sahip olan sessizlik kavramının beş tane ikilemlerli fonksiyonu mevcut olup bunlar aşağıdaki gibidir (Pinder ve Harlos, 2001: 338-339):

- Sessizlik kavramı insanları bir araya getirir ya da birbirlerinden uzaklaştırır.
- Beşeri ilişkilere yarar da sağlayabilir zarar da verebilir.
- Bilgi sağlayabilir ya da bilgiyi gizleyebilir.
- Derin düşünce ya da düşüncesizliği ifade edebilir.
- Kabul etmenin ya da karşı çıkmanın bir dışavurumu olabilir.

Örgütsel sessizlik; son yıllarda araştırmalara konu olan bir kavramdır. Çalışanların çalıştıkları kurum, sorumlu oldukları görevleri ya da buldukları kurumun diğer faaliyetleri ile alakalı fikir, düşünce, endişe ve önerilerini dile getirmemeleri şeklinde sergiledikleri bu davranış biçimi, örgütlerde sıklıkla yaşanmaktadır (Alpaslan ve Kayalar, 2012: 137).

1.1. Örgütsel Sessizlik Türleri

Sessizlik tavrı yalnızca konuşmanın karşısı olarak düşünülmemelidir. Çünkü sessizlik kavramı, tam anlamıyla pasif bir davranış şekli olmamak ile birlikte bilinçli yapılmakta ve bir amaca işaret etmektedir (Özgen ve Sürgevil, 2009: 311-313). Sessizlik konuşmamak anlamına gelmekteyken, ses ise örgütlerde sorunlar ve önemli konular üzerinde açıkça konuşmak anlamına gelmektedir. Bu perspektiften ise fikirleri ifade etmek ya da saklamak zıt kutuplar gibi görünmektedir (Zehir ve Erdoğan, 2011: 1390). Ancak her ikisi de kendi

çinde farklı bir ifade tarzını içermektedir. Örgütlerde çalışanların iletişim tutumlarına ait sessizlik ve konuşma ile ilgili altı tane özel davranış vardır. Sessizlik ile ilgili olanlar; kabullenici, korunma amaçlı ve koruma amaçlı sessizlik şeklinde üçe ayrılmaktadır. Çalışanların sessizlik dışında konuşma davranışlarıyla ilgili ise yine üç tür davranış biçimi mevcuttur. Bunlar; kabullenici, korunma amaçlı ve koruma amaçlı konuşma şeklinde sıralanmaktadır (Van Dyne vd., 2003: 1359-1374).

Sessizlik ya da konuşma davranışına karar verme aşaması bireyde başlamaktadır. Bu sebeple çalışan güdeleri öne çıkmakta ve ilgisiz davranış kabullenici bir tavır almasına neden olmaktadır. Korunma amaçlı davranış korkuyu temelinde barındırmakta olup sesi ya da sessizliği farklı yöne çekmeye çalışmaktadır. Koruma amaçlı davranış ise fedakarlık temeline dayanmakta olup başkalarına yönelik ses ya da sessizlik davranışı olarak ortaya çıkmaktadır. Sessizlik ortamının baskın olduğu durumlarda çalışanlar kendini uyarılama davranışı ile ortama adapte olmaya çalışırlar. Bu durumda da çalışanlar, örgütlerine ve buldukları ortamlarına uyum davranışını benimserler. Benlik imajının kontrolü (self-monitoring) şeklinde isimlendirilen bu kavram, kişilerarası ilişkilerde, bireyin diğerlerine sunduğu imajın değişik bir biçimini ifade etmektedir. Kişilerarası ilişkiler de, diğerlerinin tepki ve geribildirimleri çerçevesinde şekillenmektedir. Kendini uyarılama, çalışanların örgüt içinde diğer bireyleri ve bulunduğu ortamın özelliklerini de dikkate alarak kendini diğerlerine kontrollü bir şekilde sunma tarzı olarak görülebilir. Kendini ortama uyarılama düzeyi daha düşük olan kişiler tavır, duygu ve düşüncelerini yansıtmaya eğiliminde olurlar. Bu kişiler, kendini ortama uyarılama düzeyi daha yüksek olan bireylere göre, görüşlerini bildirme ve konuşma konusunda daha fazla eğilim göstermektedirler (Kahveci ve Demirtaş, 2013a: 54).

Çalışanlar birçok sebepten dolayı sessiz kalmayı tercih etmektedirler. Özellikle sessiz kalmayı en çok tercih ettikleri konular; örgütsel süreç veya performans ile ilgili problemler, ücret veya ücret eşitliği konusunda taşınan endişeler, üstler veya meslektaşların yetkinlik veya performanslarına ilişkin kaygılar, şirket politikaları veya kararları ile ilgili görüş ayrılıkları, kişisel kariyer sorunları veya endişeleri, etik veya eşitlik ile ilgili sorunlar (ayrımcılık), taciz veya istismar, meslektaşlarla çatışma şeklinde sayılabilir (Milliken vd., 2003: 1460). Çakıcı (2008: 125) çalışan sessizliğinin nedenlerini yönetsel ve örgütsel nedenler, iş ile ilgili korkular, deneyim eksikliği, dışlanma korkusu, ilişkileri zedeleme korkusu olarak ifade etmiştir. Bunların dışında yöneticilere güvenilmemesi, yöneticilerin olumsuz geribildirim korkuları, yöneticinin yapısı, konuşmanın riskli görülmesi, geçmiş tecrübeler, önyargılı davranışlar, ulusal ve kültürel normlar, adaletsizlik kültürü, sessizlik iklimi de sayılmaktadır (Karadal, 2011: 373).

1.1.1. Kabullenici Sessizlik (Acquiescent Silence)

Kabullenici sessizlik davranışının arkasında pasif bir davranış stili benimsenmektedir. Bunun sebebi ise görüşün açıklanmasının herhangi bir değişiklik yaratmayacağına inanılmasıdır. Çalışanlar, burada mevcut durumu kabullendiklerinden dolayı görüş bildirmek istememektedirler (Karadal, 2011: 368). Kabullenici sessizliğin, öğrenilmiş çaresizlik ile temelde birbirine benzedikleri söylenilebilir. Öğrenilmiş çaresizlik hissine sahip bireyler sineye çekme, sessizleşme ve ilgisiz davranma gibi bir davranış biçimine yönelmektedirler. Kabullenici sessizlikte ise, örgütün sorunlarına karşı kasıtlı bir ilgisizlik söz konusu olmak ile birlikte, mevcut durumu değiştirme, geliştirme amacı bulunmamaktadır. Kısaca, çalışanlar sadece kendilerine verilen işi yapmak üzerine odaklanmaktadır (Özcan, 2011: 85-86).

1.1.2. Korunma Amaçlı Sessizlik (Defensive Silence)

Bireyin konuşması, görüşlerini bildirmesi durumunda ortaya çıkması muhtemel sonuçları göze alamamasına dayanmaktadır. Bireyin korkuları temelinde şekillenen ve buna bağlı olarak bilinçli bir şekilde görüşlerini dile getirmekten kaçınan bir davranış şekli sergilemesine neden olmaktadır (Karacaoğlu ve Cingöz, 2008: 158-159). En zararlı sessizlik türü olarak gösterilen korunma amaçlı sessizlik "Roma yakılırken umrunda olmamak" tabiri ile tasvir edilmektedir. Bu durum pasiflikten ziyade proaktif bir sessizlik türünü ifade etmektedir. Korunma amaçlı sessizlik korku ve kendini güvence altına alma anlamına gelmektedir. Dış tehditlerden korunmak amaçlı olarak tasarlanmış bir harekettir. Araştırmalar sessizlikte belirsizliğin ön plana çıktığını gösterirken aslında doğası gereği ne kadar belirgin olduğunu da gözler önüne sermektedir (Schlosser ve Zolin, 2012: 555-556).

Bu sessizlik türü bireyin dışsal tehditleri göz önüne aldığı anda kendini koruma amaçlı olarak görüşlerini esirgeme davranışını bilinçli olarak seçmesidir. Örgütlerde çalışanların olası problem veya konulara ilişkin bilgilerin yukarılara taşınmasından rahatsızlık duydukları fikrinin oluşması ile şekillenmektedir ve durum ast-üst arasındaki hiyerarşik ilişki, sessizlik etkisi şeklinde ortaya çıkmaktadır. Üstlere duyulan güvensizlik

derecesi yüksek ise, çalışanların görüşlerini üstlere taşıırken çekindiği ve eksik ilettiği de görülebilmektedir (Karacaoğlu ve Cingöz, 2008: 158-159). Bireyler korkuyu hissettiklerinde bilgileri gizlemeye çalışmaktadırlar. Bilgi paylaşımı çalışan tarafından tehlikeli, riskli ve tehditkar bir hal olarak görülmektedir. Bu duygular, bilgi paylaşımını engelleyerek kendini koruma üzerine bir vurguyu tetiklemektedir (Rhee vd., 2014: 707). Kiewitz vd. (2016) de korkuyu korunma amaçlı sessizlik ile bağdaştırmışlar ve kötü muamelenin olası etkilerini hafifletme davranışı olarak astların korunma amaçlı sessizliği seçtiklerini belirtmişlerdir.

1.1.3. Koruma Amaçlı Sessizlik (Prosocial Silence)

Çalışanların örgüt içinde yer alan diğer çalışanlara, sahip oldukları bilgi ve düşüncelerini bilinçli olarak aktarmamalarını ifade eden çalışan sessizliği (Tangirala ve Ramanujam, 2008: 39) örgütlerde yaygın olarak görülen ve endişe verici bir olgu şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Blatt vd., 2006: 913). Korunma amaçlı yani bir başka ismi ile prososyal (toplum yanlısı) sessizlik Van Dyne vd. (2003) tarafından üçüncü bir sessizlik türü olarak belirtilmiştir. Bu sessizlik türü, kabullenici ve korunma amaçlı sessizlik türlerinden *isteğe bağlı* olma açısından farklılaşmaktadır. Koruma amaçlı sessizlik örgütün veya örgütteki bir grup insanın amaçlarına katkı sağlamak adına, işle ilgili görüş, bilgi veya düşüncelerin saklanması ifade etmektedir (Özgen ve Sürgevil, 2009: 313).

Çavuşoğlu ve Köse (2016) de üniversitelerde baskın olan örgütsel sessizlik türünün örgüt faydasını dikkate alan korunma amaçlı sessizlik olduğu, bu sonucu takip eden sessizlik türleri ise sırası ile kabullenici ve pasif sessizlik şeklinde gerçekleştiğini tespit etmişlerdir. Baskın kültür ise hiyerarşi olarak ortaya çıkmış olup klan kültürü ve adhokrazi kültürü baskınlaştıkça kabullenici ve pasif sessizlik davranışının azaldığı; ancak pazar kültürü ve hiyerarşi kültürü daha baskın hale geldikçe kabullenici ve pasif sessizlik davranışının arttığı sonucuna ulaşmışlardır. Aktaş ve Şimşek (2014)'in sağlık sektöründe gerçekleştirdikleri benzer çalışmalarında kabullenici ve savunmacı sessizlik hiyerarşi kültürü ile pozitif yönde çıkmış olup ulaşılan sonuçların Çavuşoğlu ve Köse'nin çalışmaları ile örtüştüğü görülmektedir.

1.2. Örgütsel Sessizliğin Örgütsel ve Bireysel Düzeyde Sonuçları

Örgütsel sessizlik kavramı örgüt ve çalışanlar üzerinde birçok olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Bu kavramın örgüt ve bireyler üzerindeki etki veya sonuçlarını daha iyi anlayabilmek için örgüt açısından ve birey açısından incelenmesinde yarar vardır. Sessizliğin örgütsel düzeydeki sonuçlarında, çalışanlar örgütsel hiyerarşi içerisinde negatif bir tepki veya bir tehditle karşılaşmamak ya da huzursuzluk çıkmasından çekindiklerinden dolayı çoğunlukla bilgilerini ve görüşlerini paylaşmak konusunda isteksiz davranmaktadırlar. Sessizlik davranışına yönelmesi durumunda, örgütsel açıdan hatalı kararların alınmasına yol açmak ile birlikte, çalışanların güvenlerinin, moral ve motivasyonlarının, örgütsel bağlılıklarının, iş tatminlerinin ve örgütsel fonksiyonları ile alakalı yeteneklerinin gelişimlerini negatif yönde etkilemekte, örgütsel süreçlerdeki yenilik ve iyileştirmelerin önüne geçilmesine neden olmaktadır. Bunların yanı sıra örgütsel sosyalizasyon sürecine ve uyumun sağlanmasına engelleyici bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır (Alpaslan ve Kayalar, 2012: 143).

Örgütsel sessizlik iklimi, örgütsel süreçlere yönelik kararların verilmesinde merkezileşmeye neden olmaktadır (Ehtiyar ve Yanardağ, 2008: 56). Örgütsel sessizlik; çalışanların görüşleri ile katkı sağlayamaması, olumsuz geri bildirimden kaçınılması, problemlerin ötelenmesi, aşağı ve yukarı yönlü olarak bilgilerin filtrelenmesi ve sorunlar karşısında pasif kalınması biçiminde ortaya çıkmaktadır (Karadal 2011: 379). Çalışanların görüş ve önerilerini ifade etmekten çekindiklerinden dolayı sessizliği seçmeleri, yönetim kademesinin çalışanlar ile ilgili yeterli bilgi sahibi olamamasına neden olmakta bu da örgütsel gelişimi engelleyici yönde sonuçlanmaktadır (Breen vd., 2005: 216).

Sessizliğin, karar alma ve değişim süreçlerini, bilgi girdisi farklılığını kısıtlamasından dolayı olumsuz etkileyebileceği söylenebilir. Çalışanlar genellikle hiyerarşik yapı içinde, üst kademelerle olumsuz veya kötü olarak kabul edilebilecek yorumları paylaşma konusunda isteksizlerdir ve olumsuz durumları filtreleyerek iletmeyi tercih ederler (Karacaoğlu ve Cingöz, 2008: 164-165). Bu korunma amaçlı sessizlikte yaşanan üstlere yeterince güvenmeme ve bilgiyi yukarı taşıırken süzgeçten geçirme durumudur.

Sessizliğin bireysel düzeydeki sonuçlarında ise çalışanların üzerinde aşağılanmışlık duygusu oluşturmak ile birlikte meslektaşlarına karşı güvenme hatta daha da ileriye giderek kin duygusu barındırmaya başlarlar. Sessizlik iklimi örgütte hakim olmaya devam ettikçe ve bireylerarası çatışmalar görmezden gelindikçe olumsuz yöndeki duyguların gücü artacaktır. Bu durumda da bireyler, kendini koruma amaçlı sessizlik davranışına yönelecek ve bencilce bir yaklaşım sergilemeye başlayacaklardır. Bu durumlar görmezden

gelindikçe bu olumsuz tutumlar zamanla örgüt içerisinde yayılacaktır. Sessiz bir yapı yaratıcılık duygusunu ve heyecanı sekteye uğratacak, örgütün sürdürülebilirliği için gerekli olan performans ve verimlilik gibi temel göstergeleri negatif açıdan etkileyecektir (Alpaslan ve Kayalar, 2012: 144). Şehitoğlu ve Zehir (2010) kamu çalışanları üzerinde yaptıkları araştırmalarında kabul edilmiş sessizlik ile çalışan performansı arasında anlamlı bir ilişki bulamamışlardır. Bu bağlamda farklı sonuçlardan yola çıkılarak sektöre göre örgütsel sessizliğin verimlilik üzerindeki etkilerinin değişim gösterebileceği söylenilebilir.

Yöneticiler çalışanların değerli olmadıkları hissine kapılabilirler, çalışanlarla aralarında bilişsel uyumsuzluk yaşanabilir, çalışanların işlerini kontrol etme eksikliği olduğuna inanabilirler (Karadal 2011: 380). Personel tarafından algılanan kontrol eksikliğinde, çalışanlar açıkça görüş bildirmenin özendirilmediği bir örgüt ortamında, iş çevrelerini yeterince kontrol etme konusunda eksiklik hissettiklerini belirtmektedirler. Kontrol eksikliği karşılanmayan bireylerde; tatminsizlik, strese bağlı rahatsızlık, motivasyon azalması, fiziksel ve psikolojik geri çekilme bunların yanında da sapkın davranışlar ve sabotaj gözlemlenmektedir (Karacaoğlu ve Cingöz, 2008: 165). Ayrıca sessizlik, bireyin örgütle alakalı problemlerini ve endişelerini açık bir şekilde konuşmakta güçsüz olduğunu hissetmesi, örgüte bağlılık, aidiyet, güven, takdir ve destek duygusunda azalma, iş tatminsizliği, işten ayrılma isteği biçiminde ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında bildiği ve iyi olduğu konularda sessiz kalmak çalışanlara ızdırap verebilmekte, kendilerini değersiz hissedip acizlik duygusu yaşamalarına neden olabilmektedir (Karadal 2011: 379). Örgütlerde sessizlik ikliminin hakim olması, yukarıya doğru iletişim kanallarının azalmasına ve çalışanların düşüncelerine değer verilmediği gibi ortak bir hissin oluşmasına neden olmaktadır (Ehtiyar ve Yanardağ, 2008: 56).

2. Araştırma Metodolojisi

Araştırma metodolojisinde araştırmanın amacı, kapsamı, kısıtları, yöntem ve örnekleme verilmiştir. Daha sonra ise araştırmanın hipotezlerine yer verilmiş ve veri toplama aracına değinilmiştir.

2.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Araştırmanın iki amacı bulunmakta olup bu amaçlardan ilki Kahveci ve Demirtaş (2013) tarafından öğretmenler için geliştirilen örgütsel sessizlik ölçeğinin akademisyenler için revize edilmesidir. Bu doğrultuda örgütsel sessizlik ölçeğinin, akademisyenler için geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinin yapılması amaçlanmıştır. Araştırmanın diğer amacı ise akademisyenlerin örgütsel sessizlik algılarının sosyo-demografik değişkenler açısından incelenmesidir. Literatürde farklı yükseköğretim kurumlarında ve farklı dönemlerde yapılan benzer çalışmalar yer almakta olup (Özmen ve Köseoğlu, 2017; Çakıcı 2008) yükseköğretim kurumlarının gelişmesine katkıda bulunması açısından bu tür gelişimi engelleyici kavramların farklı zaman dilimlerinde irdelenmesinin yararlı olacağı düşüncesiyle yapılan bu araştırmanın önem arz ettiği düşünülmektedir. Araştırma, konu ve uygulama yönüyle belirli kısıtlar taşımakta olup, araştırmanın konusu, akademisyenlerin örgütsel sessizlik algısının yalnızca sosyo-demografik değişkenler açısından incelenmesi ile sınırlıdır. Araştırma zaman ve maliyet açısından değerlendirildiğinde, verilerin toplanması işlemi 01.09.2017-16.10.2017 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları araştırma kapsamında yer alan örnekleme özgü sonuçlardır. Bu nedenle çalışma sonuçlarının genellenmesi gibi bir amaç taşımamaktadır.

2.2. Araştırma Yöntemi ve Örnekleme

Araştırmanın uygulama açısından kapsamının belirlenmesinde zaman, maliyet ve ulaşılabilirlik gibi kısıtlar sebebiyle olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniklerinden kolayda örnekleme yöntemi (Altunışık vd., 2012: 141) kullanılmıştır. Araştırma evrenini, Marmara Bölgesi'nde yer alan iki devlet üniversitesi (1705 akademisyen) ve iki vakıf üniversitesi (450 akademisyen) olmak üzere dört farklı üniversitenin farklı birimlerinde görev yapan toplam 2155 akademisyen oluşturmaktadır. Bu evrenden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 246 akademisyene uygulanan anketten, geriye dönen ve geçerli kabul edilen 137 adet anket formu değerlendirme kapsamına alınmıştır. Araştırma evreninden ulaşılan örneklem büyüklüğü %56'dır. Elde edilen veriler, SPSS 20.0 ve AMOS 21.0 istatistik paket programlarında analiz edilerek yorumlanmıştır.

2.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma modelinde, akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları ile demografik değişkenler arasında farklılıklar olduğu varsayılmaktadır. Literatürde örgütsel sessizlik algısını daha iyi anlamak ve değerlendirebilmek için örgütsel sessizlik ile sosyo-demografik değişkenler arasında ilişki kurulmuş

çalışmalar bulunmaktadır (Gürdoğan ve Atak 2016; Algın ve Başkan 2015; Özdemir ve Sağıroğlu 2013). Literatürde yeralan bu çalışmalara benzer şekilde örgütsel sessizlik alt boyutları ile sosyo-demografik değişkenler bağlamında geliştirilen hipotezler aşağıdaki gibidir:

H₁.Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₂.Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₃.Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları üniversite türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₄.Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₅.Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları öğrenim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₆.Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları unvanlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₇.Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları görev yapılan birimlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₈.Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları kurumdaki toplam çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₉.Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları yetişme yerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

2.4. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anketler modern anket türlerinden olan e-posta üzerinden anket yöntemi ile yapılmıştır. Araştırmada kullanılan anket sosyo-demografik değişkenler ve örgütsel sessizlik başlıklarından oluşmaktadır. Anket formunda ilk olarak sosyo-demografik özelliklerin belirlenmesine yönelik olarak hazırlanan toplam 9 soru yer almaktadır. Bunlar; yaş, cinsiyet, öğrenim durumu, unvan, görev yapılan birim, çalıştığı kurumdaki toplam çalışma süresi, medeni durum, yetiştiği yer ve çalışılan üniversite türü şeklinde sıralanmaktadır. Anket formunda yer alan örgütsel sessizlik ölçeği 18 ifadeden ve 5 alt boyuttan (okul ortamı, duygu, sessizlik kaynağı, yönetici izolasyon) oluşmakta olup Kahveci ve Demirtaş (2013b) tarafından ilköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin örgütsel sessizlik algısını ölçmek için gerçekleştirilen çalışmadan alınmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan örgütsel sessizlik ölçeği 5'li likert yöntemi ile derecelendirilmiştir. Puanlama işlemi "1-Hiç katılmıyorum", "2-Katılmıyorum", "3-Kararsızım", "4-Katılıyorum", "5-Kesinlikle katılıyorum" şeklinde gerçekleştirilmiştir.

3. Araştırma Bulguları ve Analizi

Araştırmaya ilişkin olarak öncelikle demografik bulgulara yer verilmiştir. Daha sonra faktör ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Son olarak ise hipotezlerin testine ilişkin bulgular ortaya konulmuştur.

3.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan akademisyenlerin %59,1'i (81) kadın, %40,9'u (56) ise erkektir. Akademisyenlerin %54,7'si 30-39 yaş arasında yer almakta olup örneklemin çoğunluğu bu yaş grubundan oluşmaktadır. Öğrenim durumuna ait sonuçlara bakıldığında %6,6'sı lisans, %41,6'sı yüksek lisans ve %51,8'i doktora öğrenim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Akademisyenlerin %4,4'ü Uzman, %8,8'i Okutman, %4,4'ü Araş. Gör., %40,1'i Öğr. Gör., %7,3'ü Araş. Gör. Dr., %10,9'u Öğr. Gör. Dr., %18,2'si Yrd. Doç. Dr., %2,9'u Doç. Dr. ve %2,9'u Prof. Dr. olarak sıralanmaktadır. Katılımcıların %45,3'ü meslek yüksekokulunda görev yapmakta iken, % 11,7 yüksekokul, % 38'i fakültede görev yapmaktadır. Tablo 1'de katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ait betimsel istatistikler gösterilmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine Ait Betimsel İstatistikler

DEĞİŞKEN	GRUP	FREKANS	% FREKANS
Cinsiyet	Kadın	81	59,1
	Erkek	56	40,9
Yaş	20-29 yaş arası	22	16,1
	30-39 yaş arası	75	54,7
	40-49 yaş arası	30	21,9
	50 yaş ve üzeri	10	7,3

Öğrenim Düzeyi	Lisans	9	6,6
	Yüksek Lisans	57	41,6
	Doktora	71	51,8
Unvan	Uzman	6	4,4
	Okutman	12	8,8
	Araş. Gör.	6	4,4
	Öğr. Gör.	55	40,1
	Araş. Gör. Dr.	10	7,3
	Öğr. Gör. Dr.	15	10,9
	Yrd. Doç. Dr.	25	18,2
	Doç. Dr.	4	2,9
	Prof. Dr.	4	2,9
Görev Yapılan Birim	MYO	62	45,3
	Yüksekokul	16	11,7
	Fakülte	52	38,0
	Enstitü	2	1,5
	Diğer	5	3,6
Kurumdaki Çalışma Süresi	0-5 yıl	72	52,6
	6-10 yıl	43	31,4
	11-15 yıl	9	6,6
	16-20 yıl	6	4,4
	21-üzeri	7	5,1
Medeni Durum	Evli	81	59,1
	Bekar	56	40,9
Yetişme Yeri	Köy	5	3,6
	Belde/Bucak	2	1,5
	İlçe	25	18,2
	İl	57	41,6
	Büyükşehir	48	35,0
Üniversite Türü	Devlet Üniversitesi	76	55,5
	Vakıf Üniversitesi	61	44,5

Akademisyenlerin %52,6'sı 0-5 yıl arası çalışma yılına sahip iken % 31,4'ü ise 6-10 yıl arası çalışma yılına sahiptir. Katılımcıların % 59,1'i evli olup %40,9'u ise bekarıdır. Akademisyenlerin %35'i büyükşehirde yetişmiş olup, %41,6'sı il, %18,2'si ise ilçelerde yetişmiştir. Ayrıca katılımcıların %55,5'i devlet üniversitesinde görev yapmakta olup %45,5'i vakıf üniversitesinde görev yapmaktadır.

"Örgütsel Sessizlik" ölçeğine ait betimsel istatistikler göre; 4,321 ortalama ile "Yöneticilerin "En iyi ben bilirim" tavrı, akademisyenlerin üzerinde olumsuz bir etki yaratır" ifadesine akademisyenlerin çoğunluğu katıldıklarını belirtmişlerdir. Yöneticilerin bu tavrı Vroom tarafından geliştirilen Beklenti Teorisi ile örtüşmektedir. Bu teoriye göre bir davranışın ortaya çıkmasına sebep olan faktörler, bireyin kişisel özellikleri ile bulunduğu çevresel koşulların çerçevesinde şekillenir ve yönlendirilir. İşgörenin bir iş için çaba harcaması, yöneticisinin olumlu geri bildirimlerine bağlıdır. Yöneticinin verdiği olumlu geri bildirimler, çalışan tarafından bir beklenti oluşturur. İşgören de bekleme içinde olduğu konuları dile getirmekte çekinmez ve böylece duygu, düşünce ve görüşlerini ifade edebilir (Kahveci ve Demirtaş, 2013a: 53).

"Örgütsel Sessizlik" ölçeğine ait betimsel istatistikler göre; en düşük ortalama olan 3,029 ortalama ile "Akademisyenlerin duygu ve düşüncelerini açıkça ifade edememesi bütün olay ve durumlar hakkındadır", şeklindedir. Bu ifade literatürde pasif kalma ve razı olma davranışının tüm olay ve durumlar için genellenmediğini ve akademisyenler için tüm olaylar şeklinde genişletilmediğini açıklamaktadır. Örneğin "Sessizlik gözlemcileri" adlı bir araştırmada sessizlik gözlemcileri olarak tanımlanan kişilerin, haksızlık, yasa dışı ve ahlak dışı olarak değerlendiren hareketler karşısında sessiz kalan insanlar olduğu tanımlanmaktadır (Karadal, 2011: 371).

3.2. Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeğin yapısal geçerliliğinin test edilmesi amacıyla KMO ve Barlett Testi ile ölçeğin faktör analizine uygunluğu araştırılmıştır. Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algısına ait verilere uygulanan temel bileşenler analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu (KMO değeri ,871) göstermiştir. Barlett testi sonuçlarına bakıldığında bulunan değerlerin anlamlı olduğu ve değişkenler arasında ilişki olduğu görülmektedir (760,351; $p < 0,001$). Bu kapsamda örgütsel sessizlik ölçeğine ait KMO ve Bartlett Testi sonuçları aşağıda Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: Örgütsel Sessizlik Ölçeği İçin KMO ve Bartlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği Ölçüm Testi	871	
Bartlett Testi	Yaklaşık Ki-Kare	760,351
	Serbestlik Derecesi (df)	66
	Anlamlılık (Sig.)	,000

Faktör analizi sonucunda Faktör 1 toplam varyansın %24,229'unu, Faktör 2 %24,087'sini ve Faktör 3 %17,510'unu açıklamaktadır. Bu üç faktörün ölçeğe ilişkin açıkladıkları toplam varyans ise %65,827'dir. Örgütsel sessizlik ölçeğinin döndürülmüş faktör analizi sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3: Örgütsel Sessizlik Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör 1: Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik (DÇKS) (Varyans Açıklama Oranı = %24,229; Özdeğer= 2,908)	
10. Örgütteki israf ve kayıplar akademisyenlerin kendilerini ifade etmelerini engeller.	,716
16. Akademisyenler dışlanacakları endişesiyle duygu ve düşüncelerini dile getirmezler.	,686
8. Akademisyenlerin duygu ve düşüncelerini açıkça ifade edememesi bütün olay ve durumlar hakkındadır.	,677
9. Akademisyenlerin görüşlerini dile getirmemesi, yöneticilerin otoriter davranışlarından kaynaklanmaktadır.	,665
18. Akademisyenler sorun çıkarıcı ve şikâyetçi görünmek istemediklerinden, olaylar ve durumlar karşısında sessiz kalmayı tercih ederler.	,607
17. Akademisyenler duygu ve düşüncelerini açıkladıkları zaman güvende olmadıklarını hissederler.	,605
Faktör 2: Korunma Amaçlı Sessizlik (KAS) (Varyans Açıklama Oranı = %24,087; Özdeğer= 2,890)	
6. Akademisyenler belirli konular hakkında konuşmaktan kaçınırlar.	,810
5. Akademisyenler güç durumlarda konuşmaktan çok, susmayı tercih ederler.	,800
1. Akademisyenler yöneticilerinin eksikliklerini bilmelerine rağmen bu durumu dile getirmezler.	,743
Faktör 3: Yönetim Kaynaklı Sessizlik (YKS) (Varyans Açıklama Oranı = %17,510; Özdeğer= 2,101)	
13. Yöneticilerin "En iyi ben bilirim" tavrı, akademisyenlerin üzerinde olumsuz bir etki yaratır.	,847
11. Yöneticilerin akademisyenlere adil davranmaması, akademisyenlerin görüşlerini açıklamalarına engel olmaktadır.	,772
15. Akademisyenlerin yöneticilerine güven duymamaları, duygu ve düşüncelerini dile getirmelerine engel olur.	,648

Tablo 3'te görüldüğü gibi örgütsel sessizlik ölçeğine ait 3 faktör bulunmaktadır. Faktör analizi neticesinde, ankette yer alan örgütsel sessizlik ölçeğine ait toplam 18 sorudan 2, 3, 4, 7, 12, 14 numaralı ifadeler ,50 faktör yükü altında olmaları nedeniyle çıkarılmıştır.

Dış çevre kaynaklı sessizlik olarak adlandırılan Faktör 1 literatürde sessizlik biçimleri arasında savunmacı sessizlik kavramı ile örtüşmektedir. Bu durum sessizliğin kendini koruma, çekilme ve başka davranışlara yönelmesi şeklinde kendini göstermesidir (Eroğlu vd., 2011: 103-104). Örgütte karşılıklı güvensizlik ortamı nedeniyle çalışanların konuşmayı riskli bulması ve ilgili konularda fikir beyanından çekinmesidir. (Karadal, 2011: 372). Dış çevre kaynaklı sessizliğin çıkış noktasını sosyal faktörler oluşturmaktadır. Sosyal Faktörler; çalışanlar arasındaki uyum, yükümlülüklerin dağılımı ve güvensizlik ortamını içermektedir. Kişiler arasında oluşan uyumsuzluk ve güvensizlik iklimi, çalışanların örgütsel süreçlerde varolmalarını engelleyerek, örgütsel konular ile ilgili azami bilgiye de ulaşamamalarına sebep olmaktadır (Ülker ve Kanten, 2009: 114-115). Bu durumun bir sonucu olarak da örgüt, sessizlik sarmalı ile çevrelenmektedir. Sessizlik sarmalı teorisi, Noelle-Neumann (1975, 1985, 1991) tarafından sessizliğin girdapsal yapısı göz önüne alınarak geliştirilmiş olan bir teoridir (Bowen ve Blackmon, 2003: 1395). Sessizliğin sarmalı kuramı; insanlar azınlık olduklarına inandıkları zaman, kendilerine inanılmayacağını ya da kendi fikirlerinin önemsenmeyeceğini düşünüp, görüşlerini ve düşüncelerini gizleme ihtiyacı hissetmektedirler (Çakıcı, 2007, 153). Çoğunluğa uymayan bilgilerin paylaşılmak istenmediği ve bu konuda isteksizliğin tercih edildiği düşüncesi pek çok araştırmacı (örn., Scheufele ve Moy, 2000; Noelle-Neumann, 1991; Gonzenbach vd., 1999) tarafından savunulmaktadır (Eroğlu vd., 2011: 100-101). Literatürde yer alan bu sonuçların Faktör 1 ile örtüştüğü görülmektedir.

Korunma amaçlı sessizlik olarak adlandırılan Faktör 2 bireysel düzeydeki faktörlerden kaynaklanmaktadır. Bireysel Faktörler; çalışanların, sezgilerini, önyargılarını ve çalışma ortamında karşılaştıkları riskleri içermektedir (Ülker ve Kanten, 2009: 114-115). Bu faktör literatürde fayda-maliyet analizi çerçevesinde şekillenmektedir. İnsanlar, konuşmaya karar vermeden önce, konuşarak elde edebilecekleri faydaları

belirleyip, konuşmanın olası sonuçlarını tartarak fayda-maliyet analizi yapmaktadırlar. Doğrudan bedeller, zaman ve enerji kaybı olarak gösterilirken, dolaylı bedeller ise, itibar kaybı, görüşüne karşı çıkanlardan gelebilecek olası misillemeler, artan muhalif ilişkilerin bireysel düzeyde yaratacağı riskler ve çatışmalar, duyulacak psikolojik rahatsızlıklar sayılabilir. Terfinin önüne geçilmesi ve işini kaybetme gibi sonuçlar, çalışanların ödeyebileceği bedeller arasında yer almaktadır (Karadal, 2011: 369-370). Korunma amaçlı sessizliğin temeli literatürde korku kültürüne dayandırılmış olup, korku örgütsel sessizliğin motivasyonu olarak tanımlanmaktadır (Oran ve Akan, 2017: 633). Aydın (2016)'ın bulgularına göre öğretmenlerin örgütsel sessizlik algılarının orta düzeyde gerçekleştiği görülmüştür. Örgütsel sessizliğin okul yönetiminde kayırmacılık ile pozitif yönde bir ilişkisi olduğunu belirlemiştir ve özyeterlilik ile örgütsel sessizlik arasında anlamlı bir ilişkiye ulaşılamamıştır. Ancak kayırmacılığın değerlendirme ve koordinasyon alt boyutlarının, örgütsel sessizliğin algılanılan risk ve korku boyutu ile anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Literatürde yer alan bu sonuçların Faktör 2 ile örtüştüğü görülmektedir.

Yönetim kaynaklı sessizlik olarak isimlendirilen Faktör 3 ise örgütsel düzeydeki faktörlerden kaynaklanmaktadır. Bu durum, örgütte kesin kabul görmüş değerleri, hatalı bir şekilde ifade edilen düşünceleri ve çalışanlar arasında desteğin olmamasını içermektedir. Bunun yanı sıra, algılanan örgütsel ve yönetsel destek, algılanılan riskler, örgüt kültürü ve yönetimin açıklığı da sessizliği oluşturan faktörlerdir (Ülker ve Kantan, 2009: 114-115). Bu sessizlik faktörü, sessizlik biçimleri arasında sağır kulak sendromu yani örgütsel hareketsizlik olarak literatürde belirtilmiştir ve çalışanların memnuniyetsizliklerini açık bir şekilde ifade etmekten kaçındıkları durumu ortaya koymaktadır (Pinder ve Harlos, 2001: 346). Bu sendrom örgütlerde en çok cinsel taciz şikâyetlerinde ortaya çıkmaktadır. Yönetim cinsel taciz sorunlarına karışmak istememekte ve cinsel tacizin anlatılması örgütlerde olumsuz tepki ile karşılanmaktadır. (Milliken vd., 2003: 1463). Park ve Keil (2009) Bilişim Teknolojileri projelerinde örgütsel sessizlik ve whistleblowing üzerine yaptıkları çalışmalarında entegre bir model öne sürmüşlerdir. Sessizlik ikliminin yönetsel uygulamalardan ortaya çıktığını ve buna son vermek isteyen yöneticilerin olumsuz raporlamalara da olumlu dönüşler göstermeleri gerektiğini savunmuşlardır (Park ve Keil, 2009: 912). Rhee vd. (2014) Güney Kore'de ağır sanayi firmasında çalışan çalışanlar üzerinde güç mesafesi, kolektivizm, korunma amaçlı ve koruma amaçlı sessizlik arasındaki ilişkileri inceledikleri çalışmada güç mesafesi kabullenilmiş sessizlik üzerinde etkili çıkmış ancak güç mesafesinin korunma sessizliği üzerinde bir etkisi tespit edilememiştir. Kolektivizm ise uyuşturucu etkisi içeren bir sessizlik ortamı yaratmış ancak koruma amaçlı sessizliği etkilememiştir. Ceza yönteminin ise korunma amaçlı sessizliği arttırdığı tespit edilmiştir. Bu araştırmanın sonuçları da yönetimin davranışlarından kaynaklı olarak çalışanları korunma amaçlı sessizliğe yönelttiğini desteklemektedir. Ayrıca Ayan vd. (2016) bankacılık sektöründeki çalışanlar üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında; dönüştürücü liderlik tarzı örgütsel sessizliği negatif yönde etkilerken, serbestiyetçi ve otoriter liderlik tarzlarının ise örgütsel sessizliği pozitif yönde etkilediği sonucuna varmışlardır. Literatürden de yola çıkılarak sessizlik ölçeğinin alt boyutlarının ve içerdiği soruların literatür sonuçları ile uyumlu olduğu ve bu sonuçların Faktör 3 ile örtüştüğü görülmektedir.

Likert ölçekli soruların güvenilirliğini ölçmek için Cronbach Alpha güvenilirlik analizi yapılmıştır. Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin $0,60 \leq \alpha < 0,80$ değerleri arasında çıkması ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu, $0,80 \leq \alpha < 1$ değerleri arasında çıkması ise yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir (Lorcu, 2015: 208). Bu bağlamda "Örgütsel Sessizlik" ölçeğinin yüksek derecede güvenilir olduğu, yine Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik (DÇKS) ve Korunma Amaçlı Sessizlik (KAS) boyutunun yüksek derecede güvenilir, Yönetim Kaynaklı Sessizlik (YKS) boyutunun ise oldukça güvenilir olduğu söylenebilir. "Örgütsel sessizlik" ölçeği ve alt boyutları için yapılan güvenilirlik analizi sonuçları aşağıda Tablo 4'te gösterilmiştir.

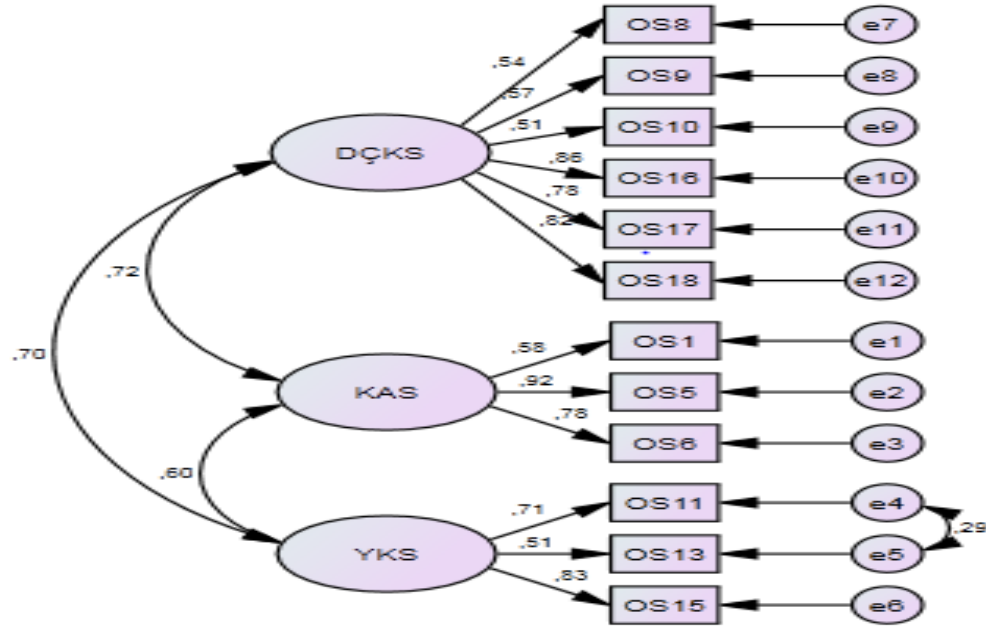
Tablo 4: Örgütsel Sessizlik Ölçeği ve Alt Boyutlarının Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Kullanılan Ölçek Adı	Boyutlar	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha (α)
Örgütsel Sessizlik	Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik (DÇKS)	6	,836
	Korunma Amaçlı Sessizlik (KAS)	3	,803
	Yönetim Kaynaklı Sessizlik (YKS)	3	,766
			,883

Örgütsel sessizlik ölçeğinin hesaplanan iç tutarlılık katsayısı (Cronbach Alpha değerleri) ,883'tür. Ölçeğin sosyal bilimler alanında yeterli güvenilirlik düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda, ölçeğin teoriye uygun tek bir yapıyı ölçtüğü ve yapısal geçerliliğe sahip olduğu söylenebilir.

Açıklayıcı faktör analizi sonrası faktör yapıları doğrulayıcı faktör analizine de tabi tutulmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi daha önceden belirlenmiş veya kurgulanmış olan bir yapının toplam veriler ile ne derece doğrulandığını incelemeyi amaçlamaktadır (Büyüköztürk vd., 2004: 216). Açıklayıcı faktör analizi yapılmış olan örgütsel sessizlik ölçeğine AMOS 21 paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılarak verilerin uyum derecesi test edilmiştir. Açıklayıcı faktör analizi sonucu ölçeğin Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik, Korunma Amaçlı Sessizlik ve Yönetim Kaynaklı Sessizlik olmak üzere üç boyuttan oluştuğu görülmektedir. Bu bağlamda belirlenen örgütsel sessizlik ölçeği boyutları birincil düzey doğrulayıcı faktör analizi ile değerlendirilmiştir. Örgütsel sessizlik ölçeğinin üç boyutu sırasıyla Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik (DÇKS), Korunma Amaçlı Sessizlik (KAS) ve Yönetim Kaynaklı Sessizlik (YKS) gizil değişkenleri ile Şekil 1'de yer alan yol diyagramında gösterilmiştir.

Şekil 1: Örgütsel Sessizlik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Diyagramı



Yönetim Kaynaklı Sessizlik (YKS) faktörünün hata terimleri arasında modifikasyon indeksleri uygulanmıştır. İkili ilişkilere ilişkin değerleri gösteren p değerlerinin, $p < 0,05$ olması nedeniyle, istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Örgütsel sessizlik ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi ile hesaplanan ve standardize edilmiş tahmin sonuçlarına göre istatistiksel açıdan anlamlı olan modelin uyum istatistikleri Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Örgütsel Sessizlik Ölçeğine Ait Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İyiliği Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Hesaplanan Değerler	Uyum Durumu	Kaynak
χ^2 (CMIN)	$0 \leq \chi^2 \leq 2df$	$2df < \chi^2 \leq 3df$	94,774	İyi Uyum	Hooper vd., 2008; Schreiber vd., 2006;
χ^2/df (CMIN/DF)	≤ 3	$\leq 4-5$	1,895	İyi Uyum	Meydan ve Şeşen, 2015
GFI	$\geq ,90$,89 - ,85 veya $\geq ,80$,901	İyi Uyum	Susilo 2016; Tu vd., 2012
CFI	$\geq ,90$	$,80 \leq CFI \leq ,90$,938	İyi Uyum	Wang ve Wang, 2012
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq ,05$	$,05 < RMSEA \leq ,08$,080	Kabul Edilebilir Uyum	Hu ve Bentler, 1999
NFI	$\geq ,90$	$\geq ,80$,880	Kabul Edilebilir Uyum	Hooper vd., 2008; Hu ve Bentler, 1999
RMR	$\leq ,05$,06 - ,08	,058	Kabul Edilebilir Uyum	Meydan ve Şeşen, 2015

Tablo 5'te gösterilen örgütsel sessizlik ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizi ile hesaplanan, standardize edilmiş tahmin sonuçlarına göre istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenen modelin uyum indekslerinin ($\chi^2/df=1,895$, GFI=,901, CFI=,938, NFI=,880, RMSEA=,080) uyum kriterlerini sağladığı görülmüştür.

3.3. Hipotezlerin Testine İlişkin Bulgular

Örgütsel sessizlik ölçeğine verilen cevapların normal dağılım gösterip göstermedikleri ile varyansların homojen olup olmadıkları incelenmiştir. Bu doğrultuda ölçekte yer alan alt boyutların normal dağılıma uygun olup olmadıklarını test etmek için Kolmogorov-Smirnov testi uygulanmıştır. Yapılan analiz neticesinde normal dağılım ve varyansların homojenliği hipotezleri reddedilmiştir ($p<0,05$). İlgili veri seti normal dağılım göstermediğinden dolayı sonuçlar aralıksız ölçülen iki bağımsız grup arasındaki farklılıkların tespiti için kullanılan (Kalaycı, 2010: 99) Mann-Whitney U testi kullanılarak yorumlanmıştır. Akademisyenlerin cinsiyet, medeni durum ve üniversite türüne göre örgütsel sessizlik algılarını gösteren analiz sonuçları Tablo 6'da görülmektedir.

H₁.Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₂.Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₃.Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları üniversite türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 6: Akademisyenlerin Örgütsel Sessizlik Algılarına İlişkin Olarak Cinsiyet, Medeni Durum ve Üniversite Türüne Göre Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Sıra Ortalaması	Z	p
Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik	Cinsiyet		-1,801	,072
	Kadın	74,06		
	Erkek	61,68		
Korunma Amaçlı Sessizlik	Cinsiyet		-,656	,512
	Kadın	70,83		
	Erkek	66,36		
Yönetim Kaynaklı Sessizlik	Cinsiyet		-1,778	,075
	Kadın	73,91		
	Erkek	61,89		
Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik	Medeni Durum		-1,393	,164
	Evli	72,91		
	Bekar	63,34		
Korunma Amaçlı Sessizlik	Medeni Durum		-,598	,550
	Evli	70,67		
	Bekar	66,59		
Yönetim Kaynaklı Sessizlik	Medeni Durum		-,342	,732
	Evli	69,94		
	Bekar	67,63		
Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik	Üniversite Türü		-,489	,625
	Devlet Üniversitesi	70,48		
	Vakıf Üniversitesi	67,16		
Korunma Amaçlı Sessizlik	Üniversite Türü		-1,567	,117
	Devlet Üniversitesi	73,70		
	Vakıf Üniversitesi	63,14		
Yönetim Kaynaklı Sessizlik	Üniversite Türü		-,071	,944
	Devlet Üniversitesi	68,79		
	Vakıf Üniversitesi	69,26		

Örgütsel sessizlik ölçeğinin alt boyutları olan; Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik, Korunma Amaçlı Sessizlik ve Yönetim Kaynaklı Sessizlik yargıları ile cinsiyet, medeni durum ve üniversite türü arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir. Anlamlılık değerleri 0,05'ten büyük çıkması nedeniyle H₁, H₂ ve H₃, örgütsel sessizliğin tüm boyutları açısından reddedilmektedir. Bu sonuçlar Özdemir ve Sağiroğlu (2013)'nin çalışanların "Örgütsel Ses ve Sessizlik" Algılamalarının Demografik Nitelikler Açısından Değerlendirdikleri çalışması ile örtüşmemektedir. 2011 yılında Sivas ilinde 212'si kamu çalışanlarından 222'si de özel sektör çalışanlardan olmak üzere toplam 434 katılımcıdan oluşan araştırmalarında sektöre göre çalışanların örgütsel ses ve sessizlik algılamalarında anlamlı bir farklılık olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca Gürdoğan ve Atak

(2016)'ın çalışanların demografik özellikleri ile örgütsel sessizlikleri arasındaki ilişkiyi beş yıldızlı otel örneğinden yola çıkarak 140 çalışan üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında çalışanların örgütsel sessizlik düzeyi ile cinsiyetleri arasında ilişki olduğu belirlenmiştir. Yine sessizlik düzeyleri açısından iş ile ilgili konular alt boyutunda çalışanların kararsızlık yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Çalışanların örgütsel sessizlik düzeyleri genel anlamda yüksek çıkmıştır. Bu sonuçtan yola çıkılarak kurum farklılıklarında demografik özellikler incelenirken sessizlik algılarının değişkenlik gösterebileceği sonucuna ulaşılabilir. Bunun yanında Algin ve Başkan (2015) üniversitelerde örgütsel sessizliğin sonuçlarını inceledikleri çalışmalarını Ankara ilinde bulunan üç devlet üniversitesinde 349 kişi üzerine uygulamışlardır. Sonuçlar öğretim elemanlarının kişi ve konu sınırlaması çerçevesinde yöneticileriyle konuştuklarını belirtmelerine rağmen %82'si sessizliği tercih etmiştir. Cinsiyet değişkeni ile örgütsel sessizlik arasında fark bulunmamış olup yapılan çalışma sonuçları ile örtüşüğü görülmektedir.

Çalışmada, örgütsel sessizlik ölçeğinin alt boyutları ile yaş, kurumdaki toplam çalışma süresi ve yetişme yeri değişkenleri arasında farklılık olup olmadığına ait sonuçlar incelenirken non-parametrik testlerden üç veya daha fazla grup için kullanılan Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır (Kalaycı, 2010: 99). Akademisyenlerin yaş, kurumdaki toplam çalışma süresi ve yetişme yerlerine göre örgütsel sessizlik eğilimlerini gösteren analiz sonuçları Tablo 7'de gösterilmiştir.

H₄: Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₈: Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları kurumdaki toplam çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₉: Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları yetişme yerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 7: Akademisyenlerin Örgütsel Sessizlik Algılarına İlişkin Olarak Yaş, Kurumdaki Toplam Çalışma Süresi ve Yetişme Yerlerine Göre Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Sıra Ortalaması	χ^2	p
Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik	Yaş		1,469	,689
	20-29 yaş arası	59,66		
	30-39 yaş arası	71,02		
	40-49 yaş arası	70,40		
	50 yaş ve üzeri	70,20		
Korunma Amaçlı Sessizlik	Yaş		1,689	,639
	20-29 yaş arası	62,93		
	30-39 yaş arası	72,64		
	40-49 yaş arası	63,92		
	50 yaş ve üzeri	70,30		
Yönetim Kaynaklı Sessizlik	Yaş		3,989	,263
	20-29 yaş arası	63,09		
	30-39 yaş arası	74,63		
	40-49 yaş arası	64,22		
	50 yaş ve üzeri	54,15		
Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik	Toplam Çalışma Süresi		3,001	,558
	0-5 yıl	67,55		
	6-10 yıl	72,37		
	11-15 yıl	67,67		
	16-20 yıl	47,92		
	21-üzeri	83,00		
Korunma Amaçlı Sessizlik	Toplam Çalışma Süresi		2,276	,685
	0-5 yıl	72,48		
	6-10 yıl	63,59		
	11-15 yıl	62,28		
	16-20 yıl	63,67		
	21-üzeri	79,64		
Yönetim Kaynaklı Sessizlik	Toplam Çalışma Süresi		7,040	,134
	0-5 yıl	72,73		
	6-10 yıl	71,72		
	11-15 yıl	46,61		
	16-20 yıl	40,75		
	21-üzeri	66,93		

Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik	Yetiştirme Yeri		6,885	,142
	Köy	68,20		
	Belde/Bucak	120,25		
	İlçe	71,48		
	İl	73,88		
Büyükşehir	59,86			
Korunma Amaçlı Sessizlik	Yetiştirme Yeri		6,125	,190
	Köy	57,60		
	Belde/Bucak	129,50		
	İlçe	72,00		
	İl	70,56		
Büyükşehir	64,25			
Yönetim Kaynaklı Sessizlik	Yetiştirme Yeri		5,047	,282
	Köy	72,50		
	Belde/Bucak	108,50		
	İlçe	57,20		
	İl	68,70		
Büyükşehir	73,49			

Örgütsel sessizlik ölçeğinin alt boyutları olan; Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik, Korunma Amaçlı Sessizlik ve Yönetim Kaynaklı Sessizlik yarguları ile yaş, kurumdaki toplam çalışma süresi ve yetiştirme yeri arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Anlamlılık değerleri 0,05'ten büyük çıkması nedeniyle H_4 , H_8 ve H_9 , örgütsel sessizliğin tüm boyutları açısından reddedilmektedir. Bu sonuçlar Özdemir ve Sağiroğlu (2013)'nin çalışması ile örtüşmektedir. Araştırmalarında yaşa göre örgütsel ses ve sessizlik algılamaları açısından anlamlı bir farklılığa ulaşamamıştır. Aynı çalışmada statü durumuna göre çalışanların örgütsel ses algılamalarında anlamlı bir fark bulunamazken, örgütsel sessizlik algılamalarında önemli bir farklılığa ulaşılmıştır. Çalışma süresine göre ise çalışanların örgütsel ses ve sessizlik algılamalarında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Literatür sonuçlarının, çalışmanın sonuçları ile örtüştüğü görülmektedir.

Akademisyenlerin öğrenim durumu, unvanları ve görev yapılan birimlere göre örgütsel sessizlik eğilimlerini gösteren Kruskal-Wallis H testine ait sonuçlar Tablo 8'de gösterilmiştir.

H_5 : Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları öğrenim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_6 : Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları unvanlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H_7 : Akademisyenlerin örgütsel sessizlik algıları görev yapılan birimlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 8: Akademisyenlerin Örgütsel Sessizlik Algılarına İlişkin Olarak Öğrenim Durumu, Unvanları ve Görev Yapılan Birimlere Göre Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Sıra Ortalaması	χ^2	p
Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik	Öğrenim Durumu		7,848	,020
	Lisans	67,61		
	Yüksek Lisans	58,18		
	Doktora	77,87		
Korunma Amaçlı Sessizlik	Öğrenim Durumu		6,159	,046
	Lisans	64,06		
	Yüksek Lisans	59,87		
	Doktora	76,96		
Yönetim Kaynaklı Sessizlik	Öğrenim Durumu		5,249	,072
	Lisans	52,72		
	Yüksek Lisans	62,90		
	Doktora	75,96		
Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik	Unvan		10,766	,215
	Uzman	57,83		
	Okutman	79,79		
	Araş. Gör.	71,58		
	Öğr. Gör.	58,70		
	Araş. Gör. Dr.	94,80		
Öğr. Gör. Dr.	71,30			

	Yrd. Doç. Dr.	77,08		
	Doç. Dr.	75,75		
	Prof. Dr.	60,75		
Korunma Amaçlı Sessizlik	Unvan		19,453	,013
	Uzman	66,58		
	Okutman	46,67		
	Araş. Gör.	95,08		
	Öğr. Gör.	63,19		
	Araş. Gör. Dr.	106,10		
	Öğr. Gör. Dr.	76,93		
	Yrd. Doç. Dr.	67,64		
	Doç. Dr.	87,63		
	Prof. Dr.	47,75		
Yönetim Kaynaklı Sessizlik	Unvan		8,148	,419
	Uzman	68,08		
	Okutman	68,71		
	Araş. Gör.	83,50		
	Öğr. Gör.	64,05		
	Araş. Gör. Dr.	90,10		
	Öğr. Gör. Dr.	69,83		
	Yrd. Doç. Dr.	74,86		
	Doç. Dr.	38,88		
Prof. Dr.	55,25			
Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik	Görev Yapılan Birim		10,034	,040
	MYO	60,35		
	Yüksekokul	70,31		
	Fakülte	81,58		
	Enstitü	44,50		
Diğer	51,10			
Korunma Amaçlı Sessizlik	Görev Yapılan Birim		6,978	,137
	MYO	62,69		
	Yüksekokul	63,34		
	Fakülte	79,79		
	Enstitü	74,50		
Diğer	50,90			
Yönetim Kaynaklı Sessizlik	Görev Yapılan Birim		4,689	,321
	MYO	65,53		
	Yüksekokul	58,28		
	Fakülte	77,59		
	Enstitü	68,00		
Diğer	57,40			

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda H_5 , dış çevre kaynaklı sessizlik ve korunma amaçlı sessizlik açısından kabul edilirken, yönetim kaynaklı sessizlik boyutu açısından reddedilmektedir. H_6 , korunma amaçlı sessizlik açısından kabul edilirken, dış çevre kaynaklı sessizlik ve yönetim kaynaklı sessizlik boyutları açısından reddedilmektedir. H_7 , dış çevre kaynaklı sessizlik açısından kabul edilirken, korunma amaçlı sessizlik ve yönetim kaynaklı sessizlik boyutu açısından reddedilmektedir.

Tablo 9'da yer alan Kruskal-Wallis H testi sonuçlarında anlamlı farklılık bulunan örgütsel sessizlik alt boyutları için farklılığın hangi grup ya da gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla gruplararası Mann-Whitney U testi karşılaştırmaları yapılmıştır. Bu bağlamda Tablo 9'da Mann-Whitney U testi sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 9: Akademisyenlerin Örgütsel Sessizlik Algılarına İlişkin Olarak Öğrenim Durumu, Unvanları ve Görev Yapılan Birimlere Göre Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Sıra Ortalaması	Mann-Whitney U	p
	Öğrenim Durumu			
Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik	Yüksek Lisans-Doktora	54,44-72,58	1450,000	,006
	Öğrenim Durumu	Sıra Ortalaması	Mann-Whitney U	p
Korunma Amaçlı Sessizlik	Yüksek Lisans-Doktora	55,79-71,49	1527,000	,016

Korunma Amaçlı Sessizlik	Unvan	Sıra Ortalaması	Mann-Whitney U	p
	Okutman-Araş. Gör.	7,63-13,25	13,500	,033
	Okutman-Araş. Gör. Dr.	7,58-16,20	13,000	,002
	Okutman-Öğr. Gör. Dr.	10,46-16,83	47,500	,036
	Öğr. Gör.-Araş. Gör. Dr.	29,98-49,60	109,000	,002
	Araş. Gör. Dr.- Öğr. Gör. Dr.	16,85-10,43	36,500	,030
	Araş. Gör. Dr.-Yrd. Doç. Dr.	26,00-14,80	45,000	,003
	Araş. Gör. Dr.-Prof. Dr.	9,15-3,38	3,500	,018
Dış Çevre Kaynaklı Sessizlik	Görev Yapılan Birim	Sıra Ortalaması	Mann-Whitney U	p
	MYO-Fakülte	49,51-67,03	1116,500	,005

Elde edilen bulgular sonucunda doktora öğrenim düzeyine sahip olan akademisyenlerin (72,58) yüksek lisans öğrenim düzeyine sahip olan akademisyenlere (54,44) göre daha çok dış çevre kaynaklı sessizlik algısına sahip oldukları görülmüştür. Ayrıca doktora öğrenim düzeyine sahip olan akademisyenlerin (71,49) yüksek lisans öğrenim düzeyine sahip olan akademisyenlere (55,79) göre daha çok korunma amaçlı sessizlik algısına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır ($p<0,05$).

Fakültede görev yapan akademisyenlerin (67,03) MYO'da görev yapan akademisyenlere (49,51) göre daha çok dış çevre kaynaklı sessizlik algısına sahip oldukları görülmektedir ($p<0,05$). Araş. Gör. (13,25), Araş. Gör. Dr. (16,20) ve Öğr. Gör. Dr. (16,83) unvanına sahip akademisyenlerin okutmanlara (7,63; 7,58; 10,46) göre daha çok korunma amaçlı sessizlik algısına sahip oldukları görülmüştür. Araş. Gör. Dr.'un (49,60) Öğr. Gör.'ne (29,98); Araş. Gör. Dr.'un (16,85; 26,00) Öğr. Gör. Dr. (10,43) ve Yrd. Doç. Dr.'a (14,80); Araş. Gör. Dr.'un (9,15) Prof. Dr.'a (3,38) göre daha çok korunma amaçlı sessizlik algısına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Üniversiteler sürekli gelişen ve değişimi destekleyen kurumlardır. Bu nedenle değişim ve gelişimin yaşandığı bu ortamlarda sessizlik gibi engelleyici bir davranışın ortaya çıkmaması adına ya da bu davranış örgütte görülüyorsa neden kaynaklandığına dair araştırmaların sıklaştırılması ve çözüm yollarının bulunması gerekmektedir. Yükseköğretim kurumlarının gelişmesi açısından bu tür engelleyici kavramların farklı zaman dilimlerinde irdelenmesinin yararlı olacağı düşüncesiyle yapılan bu çalışmada akademisyenlerin örgütsel sessizlik algılarını ölçen bir ölçeğin gerekli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca çalışmada akademisyenlerin örgütsel sessizlik algılarının sosyo-demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini bulmak hedeflenmiştir.

Öncelikli olarak mevcut ölçeğin akademisyenler için revize edilmesi amacını taşıyan çalışmada, açıklayıcı faktör analizi uygulanarak 3 faktörlü bir yapı ortaya konulmuştur. Faktörlerdeki maddelerin taşıdıkları anlam dikkate alınarak, faktörler isimlendirilmiştir. Çalışma sonucunda akademisyenlerin örgütsel sessizlik algısına yönelik "Dış çevre kaynaklı sessizlik", "Korunma amaçlı sessizlik" ve "Yönetim kaynaklı sessizlik" adlı üç faktör bulunmuştur. Sonrasında açıklayıcı faktör analizi ile belirlenen faktörlere, doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve modelin uyum indekslerinin ($\chi^2/df=1,895$, GFI=,901, CFI=,938, NFI=,880, RMSEA=,080) uyum kriterlerini sağladığı görülmüştür. Dolayısıyla, açıklayıcı faktör analizi ile bulunan örgütsel sessizlik ölçeğinin yapı geçerliliği, doğrulayıcı faktör analizi ile de teyit edilmiştir. Son olarak ölçeğin iç tutarlılığını ve güvenilirliğini incelemek için ölçeğin tümüne ve faktörlere ait Cronbach α katsayısı hesaplanmış ve faktörlerden ikisinin yüksek güvenilirliğe diğerinin ise oldukça güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin tümü için hesaplanan Cronbach α katsayısının ise 0.883 olduğu ve buna göre ölçeğin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Bütün bu sonuçlara göre revize edilen bu ölçeğin akademisyenlerin örgütsel sessizlik algılarını ölçmek için kullanılacak geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğuna karar verilmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, doktora öğrenim düzeyine sahip olan akademisyenlerin yüksek lisans öğrenim düzeyine sahip olan akademisyenlere göre daha çok dış çevre kaynaklı sessizlik ve korunma amaçlı sessizlik algısına sahip oldukları bulunmuştur (H_5). Eroğlu vd. (2011)'nin tekstil sektöründe işgören Sessizliği ile Örgütsel Bağlılık arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında duygusal bağlılık ile kabullenici sessizlik ve korunma sessizliğinin birbirlerinden bağımsız olmadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Devam bağlılığı ile kabullenici sessizlik ve koruma sessizliğinin birbirlerinden bağımsız olmadıkları anlaşılmıştır.

Normatif bağlılık ile kabullenici sessizlik, korunma sessizliği ve koruma sessizliğinin birbirlerinden bağımsız olmadıkları gözlemlenmiştir. Bu araştırmadan yola çıkılarak elde edilen veriler doğrultusunda öğrenim düzeyi arttıkça devam bağlılığı artması ile birlikte akademisyenlerin korunma amaçlı sessizliğini de arttırdığı söylenilebilir.

Araş. Gör., Araş. Gör. Dr. ve Öğr. Gör. Dr. unvanına sahip akademisyenlerin okutmanlara göre daha çok korunma amaçlı sessizlik algısına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır (H₆). Araş. Gör. Dr.'un Öğr. Gör.'ne; Araş. Gör. Dr.'un Öğr. Gör. Dr. ve Yrd. Doç. Dr.'a; Araş. Gör. Dr.'un Prof. Dr.'a göre daha çok korunma amaçlı sessizlik algısına sahip oldukları tespit edilmiştir. Acaray ve Şevik (2016)'in uluslararası bir firmada kültürel boyutların örgütsel sessizlik üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmalarında güç mesafesinin kabullenici ve korunma amaçlı olarak gerçekleştirilen sessizliği arttırdığını ancak koruma amaçlı sessizlik üzerinde bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bunun yanı sıra toplulukçu anlayışın kabullenici ve korunma amacı güden sessizlik davranışını azalttığını ancak koruma amaçlı sessizlik davranışını ise artırıcı bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Bu anlamda çalışma sonuçları literatür ile örtüşmektedir. Örgütsel sessizliğin örgütsel performans çıktılarına olan etkisi, bu konunun daha sık çalışılması ile birlikte araştırmacıların ilgisini çekeceği düşünülmektedir. Örgütsel sessizliğin hem örgütsel düzeyde hem de bireysel düzeyde olumsuz sonuçlar doğurabileceği literatür araştırması ile desteklenmiştir.

Fakültede görev yapan akademisyenlerin MYO'da görev yapan akademisyenlere göre daha çok dış çevre kaynaklı sessizlik algısına sahip oldukları belirlenmiştir (H₇). Gül ve Özcan (2011)'in kamu sektöründe Mobbing ile Örgütsel Sessizlik Arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında mobbingin kendini geliştirme ve iletişime yönelik saldırılar, sosyal ilişkilere yönelik saldırılar, itibara yönelik saldırılar, yaşam kalitesi ve mesleğe yönelik saldırılar ile sağlığa yönelik saldırılardan oluşan beş alt boyutunun her birinin birbiri ile ilişkili olduğu bu ilişkinin orta derecede anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca mobbing ile örgütsel sessizliğin alt boyutları olan yönetsel ve örgütsel nedenler, işle ilgili konular, tecrübe eksikliği, izolasyon ve ilişkileri zedeleme korkusu arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna varmışlardır. Bu çalışma sonuçları ile yapılan araştırmanın sonuçlarının belli noktalarda örtüştüğü görülmektedir.

Elde edilen bulgulara göre betimsel istatistiklerde de ifade edildiği gibi 6. soru (Akademisyenler belirli konular hakkında konuşmaktan kaçınırlar) akademisyenler arasındaki örgütsel sessizlik düzeyini ölçmeye yönelik olup akademisyenler arasındaki sessizlik algısının %75,2 olduğu tespit edilmiştir. Ölçek ifadelerine bakıldığında meslektaşlarını değerlendiren akademisyenler görev yaptıkları kurumdaki sessizliğin farkında olduklarını ve bilinçli olarak gerçekleştiğini düşünmektedirler. Benzer sonuçlara ulaşan Çakıcı (2008) Örgütlerde Sessiz Kalınan Konular, Sessizlik Nedenleri Üzerine yaptığı araştırmasını 327 akademik ve 181 idari personele uygulamıştır. Sonuçlara göre üniversite personelinin % 70'i sessizliği tercih ederken, %30'u açık bir şekilde konuşmayı tercih etmektedir. Sessiz kalmayı tercih ettikleri konular ise; etik ve sorumluluklar, yönetsel sorunlar, çalışanların performansı, kurumu iyileştirme hakkındaki görüşleri (pasif sessizliğe işaret etmektedir) ve iş koşulları olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlardan da yola çıkılarak araştırmaların güncellenmesi gerekliliğine ihtiyaç duyulmaktadır. Yönetsel sessizlik faktörü dikkate alındığında da çalışmalar sessizlik algısının yöneticilerin tutumları ile şekillendiğini de belirlemiştir. Özmen ve Köseoğlu (2017) Örgütsel Adalet Algısı ve Örgütsel Sessizlik Nedenleri arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarını Uşak Üniversitesinde 275 çalışan üzerinde gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucunda örgütsel adalet arttıkça örgütsel sessizliğin azaldığı sonucuna ulaşmışlardır. Bir başka çalışma ise Wang ve Jiang (2015) görevini kötüye kullanan denetçilerin çalışanların sesine ve sessizliğine etkileşimsel adalet ve örgütsel bağlamda nasıl bir etki yarattığını inceledikleri araştırmalarında koruma amaçlı ses ve sessizliğin arabulucu olarak etkileşimli adaleti örgütsel bağlamda incelemiştir. Örgütsel atıf, kötüye kullanılan denetleme davranışında çıkacak sesi bir nevi tamponlamış ve bu durumda da etkileşimsel adaletin ılımlı bir aracılık etkisi yarattığı görülmüştür. Bu araştırmalar da göstermektedir ki örgütsel sessizlik ölçülürken yöneticilerin çalışanlar tarafından nasıl algılandığı da etkili olmaktadır.

Yöneticilerin çalışanlardan gelen önerilere karşı ön yargılı davranması, yapılan eleştiriyi kendilerine yapılan saygısızlık olarak algılamaları, örgüt içindeki ulusal ve kültürel normların varlığı çalışanları sessizliğe itmektir. Çalışanlar sessiz kaldıkça örgüte faydalı olmama durumu ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle örgütün problemlerine hızlı ve zamanında çözüm getirilemez. Çalışanın sessizleşmesi çalışan verimliliğinin düşmesi ile de işe devamsızlık ve işten ayrılma boyutuna ulaşabilir. Bu durumda örgüt, çalışana bir yatırım yapmıştır. Çalışan, örgüte bağlılık duyuyorsa, örgüt çıkarları için en iyi olanı yapmayı hedefler ve örgüt misyonunu benimser. Örgüt için sessizlik kavramının arkasına sığınmak yerine örgütün daha iyi olması için çaba sarf eder. Sonuç olarak çalışanın sessizliği, uzun vadede örgüte bir maliyet olarak yansımaktadır. Örgüt

bu maliyetle karşı karşıya kalmamak için çalışanlar ve örgüt arasında iyi bir iletişimin kurulmasını sağlamak zorundadır.

Yapılan çalışma sonucunda, örgütsel sessizlik boyutları açısından incelendiğinde akademisyenler arasında öne çıkan sessizlik türünün korunma amaçlı ve dış çevre kaynaklı bir sessizlik olduğu görülmüştür. Özellikle eğitim seviyesinin artması ile birlikte akademide iş hayatına devam etme kararlarının sessiz kalma, özellikle de korunma amaçlı bir sessizliği tetiklediği söylenebilir. Sektör deneyiminden uzaklaşıldıkça dış çevre baskısı ve bulunduğu konumu akademide koruyabilme ve unvan olarak ilerlemeye devam edilebilmesinin dış çevre baskısı ve korunma amaçlı sessizliğin bir tetikleyicisi olduğu ileri sürülebilir. Örgütsel sessizlik ile mücadele edebilmek adına; çalışanlara danışmanlık hizmetleri verilmesi, öneri sistemlerinin geliştirilmesi ve bireylere geri bildirimde bulunulması, motivasyonu arttırıcı teşvik ve ödül sistemlerinin etkin bir biçimde uygulanması, iletişim kanallarının sağlıklı bir şekilde kullanılması gibi önlemler alınabilir.

Kaynakça

Acaray, A., Şevik, N. (2016). Küresel Boyutların Örgütsel Sessizliğe Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34 (4), 1-18.

Aktaş, H., Şimşek, E. (2014). Örgütsel Sessizlik ile Algılanan Bireysel Performans, Örgüt Kültürü ve Demografik Değişkenler Arasındaki Etkileşim. *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (28), 24-52.

Algın, İ., Baskan, G. A. (2015). Üniversitelerde Örgütsel Sessizliğin Olası Sonuçları. *Yükseköğretim Dergisi*, 5 (2), 81-90.

Alpaslan, A. M., Kayalar, M. (2012). Örgütsel Sessizlik: Sessizlik Davranışları ve Örgütsel ve Bireysel Etkileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (6), 136-147.

Altunışık, R., Coşkun R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım E. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı, 7. Baskı, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Ayan, A., Ünsar, A., S., Oğuzhan, A. (2016). Liderlik Tarzlarının Örgütsel Sessizlik Ve Tükenmişlik Düzeyi Üzerine Etkisi: Bir Alan Araştırması. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (2), 507-538.

Aydın, Y. (2016). Örgütsel Sessizliğin Okul Yönetiminde Kayırmacılık ve Öğretmenlerin Öz Yeterlik Algısı ile İlişkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 22 (2), 165-192.

Blatt, R., Christianson, M. K., Sutcliffe, K. M., Rosenthal, M. M. (2006). A Sensemaking Lens On Reliability. *Journal of Organizational Behaviour*, 27 (7), 897-917.

Bowen, F., Blackmon, K. (2003). Spirals of Silence: The Dynamic Effects of Diversity on Organizational Voice. *Journal of Management Studies*, 40 (6), 1393-1417.

Breen, V., Fetzer, R., Howard, L., Preziosi, R. (2005). Consensus Problem-Solving Increases Perceived Communication Openness In Organizations. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 17 (4), 215-229.

Büyüköztürk, Ş., Akgün, Ö. E., Kahveci, Ö., Demirel, F. (2004). Güdülenme ve Öğrenme Stratejileri Ölçeğinin Türkçe Formunun Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4 (2), 207-239.

Çakıcı, A., Çakıcı, C. (2007). İşgören Sessizliği: Konuşmak Mı Zor, Sessiz Kalmak Mı Zor?. *XV. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, 25-27 Mayıs, Sakarya Üniversitesi, İİBF, İşletme Fakültesi, Yönetim Organizasyon Bilim Dalı.

Çakıcı, A. (2008). Örgütlerde Sessiz Kalınan Konular, Sessizliğin Nedenleri ve Algılanan Sonuçları Üzerine Bir Araştırma. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (1), 117-134.

Çavuşoğlu, S., Köse, S. (2016). Örgüt Kültürünün Örgütsel Sessizlik Davranışına Etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (1), 115-146.

Durak, İ. (2012). *Korku Kültürü ve Örgütsel Sessizlik*, Bursa: Ekin Yayınevi.

Ehtiyar, R., Yanardağ, M. (2008). Organizational Silence: A Survey On Employees Working In A Chain Hotel. *Tourism and Hospitality Management*, 14 (1), 51-68.

Eroğlu, A. H., Adıgüzel, O., Öztürk, U. C. (2011). Sessizlik Girdabı ve Bağlılık İkilemi: İşgören Sessizliği ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi ve Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (2), 97-124.

Gül, H., Özcan N. (2011). Mobbing ve Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişkiler: Karaman İl Özel İdaresinde Görgül Bir Çalışma. *KSÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (2), 107-135.

Gürdoğan, A., Atak, O. (2016). Çalışanların Demografik Özellikleri İle Örgütsel Sessizlikleri Arasındaki İlişki: Beş Yıldızlı Otel Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (44), 1106-1116.

Hooper D., Coughlan J., Mullen M. R. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6 (1), 53-60.

Hu, Li-Tz, Bentler, P. M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6 (1), 1-55.

Kahveci G., Demirtaş, Z. (2013a). Okul Yöneticisi ve Öğretmenlerin Örgütsel Sessizlik Algıları. *Eğitim ve Bilim*, 167 (38), 50-64.

Kahveci, G., Demirtaş, Z. (2013b). Öğretmenler için Örgütsel Sessizlik Ölçeği Geliştirme Çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (43), 167-182.

Kalaycı, Ş. (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 5. Baskı, İstanbul: Asil Yayın Dağıtım.

Karacaoğlu, K., Cingöz, A. (2008). Örgütsel Sessizlik. Örgütsel Davranışta Seçme Konular, (Ed), Ankara: İlke Yayınevi, 155-167.

Karadal, H. (2011). Örgütsel Sessizlik Davranışı: Etkenleri ve Etkileri, Yönetimde Birey ve Örgüt Odaklı Davranışlar. Yönetimde Birey ve Örgüt Odaklı Davranışları, (Ed), Bursa: Ekin Yayınevi, 365-386.

Kiewitz, C., Restubog, S. L., Shoss, M. K., Garcia, P. R., Tang, R.L. (2016). Suffering in Silence: Investigating the Role of Fear in the Relationship Between Abusive Supervision and Defensive Silence. *American Psychological Association*, 101 (5), 731-742.

Lorcu, F. (2015). Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

Meydan, C. M., Şeşen, H. (2015). Yapısal Eşitlik Modellemesi: AMOS Uygulamaları, 2. Basım, Ankara: Detay Yayıncılık.

Milliken, F. J., Morrison E. W., Hewlin P. F. (2003). An Exploratory Study Of Employee Silence: Issues That Employees Don't Communicate Upward and Why. *Journal Of Management Studies*, 40 (6) 1453-1476.

Oran, F. Ç., Akan B. B. (2017). Örgütlerde Korku Kültürüne İlişkin Bir Model Önerisi. *IBANESS Conference Series-Kırklareli/Türkiye*, 23-24 Aralık, 627-639.

Özcan, N. (2011). Mobbingin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkisi ve Örgütsel Sessizlik: Karaman İl Özel İdaresinde Bir Uygulama. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Karaman.

Özdemir, L., Sarıoğlu, U. S. (2013). Çalışanların Örgütsel Ses ve Sessizlik Algılamalarının Demografik Nitelikler Açısından Değerlendirilmesi: Kamu Ve Özel Sektörde Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(1), 257-281.

Özgen, I. ve Sürgevil, O. (2009). Örgütsel Sessizlik Olgusu ve Turizm İşletmeleri Açısından Değerlendirilmesi. Turizm İşletmelerinde Örgütsel Davranış, (Ed), Bursa: Marmara Kitap Merkez Yayınları.

Özmen, M., Köseoğlu, İ. (2017). Örgütsel Adalet Algısı ve Örgütsel Sessizlik Nedenleri Arasındaki İlişkiler: Üniversite Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (19), 1-17.

Park, C., W., Keil, M. (2009). Organizational Silence and Whistle-Blowing on IT Projects: An Integrated Model. *Decision Sciences*, 40 (4), 901-918.

- Pinder C. C., Harlos, K. P. (2001). Employee Silence: Quiescence And Acquiescence As Responses To Perceived Injustice. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 20, 331-369.
- Rhee, J., Dedahanov, A., Lee, D. (2014). Relationships Among Power Distance, Collectivism, Punishment, and Acquiescent, Defensive, or Prosocial Silence. *Social Behavior and Personality*, 42(5), 705-720.
- Schlosser, F., Zolin, R. (2012). Hearing Voice and Silence During Stressful Economic Times. *Employee Relations*, 34 (5), 555-573.
- Schreiber, JB., Nora, A., Stage, FK., Barlow, EA., King, J. (2006). Reporting Structural Equation Modeling and Confirmatory Factor Analysis Results: A Review. *The Journal of Educational Research*, 99 (6), 323-337.
- Slade, M. R. (2008). The Adaptive Nature of Organizational Silence: A Cybernetic Exploration of the Hidden Factory, The Faculty Of The Graduate School Of Education and Human Development Of The George Washington University.
- Susilo, W. H. (2016). An Impact of Behavioral Segmentation to Increase Consumer Loyalty: Empirical Study in Higher Education of Postgraduate Institutions at Jakarta. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 183-195.
- Şehitoğlu, Y., Zehir, C. (2010). Türk Kamu Kuruluşlarında Çalışan Performansının, Çalışan Sessizliği ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Bağlamında İncelenmesi. *Amme İdaresi Dergisi*, 4 (43), 87-110.
- Tangirala, S., Ramanujam, R. (2008). Employee Silence On Critical Work Issues: The Cross Level Effects of Procedural Justice Climate. *Personnel Psychology*, 61, 37-68.
- Tu, Y. T., Wang, C. M., Chang, H. C. (2012). Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan. *Journal of Social and Development Sciences*, 3 (1), 24-32.
- Ülker, F. E., Kanten, P. (2009). Örgütlerde Sessizlik İklimi, İşgören Sessizliği ve Örgütsel Bağlılık İlişisine Yönelik Bir Araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (2), 111-126.
- Vakola, M., Bourantas, D. (2005). Antecedents And Consequences Of Organisational Silence: An Empirical Investigation. *Employee Relations*, 27 (5), 441-458.
- Van Dyne, L., Ang, S., Botero, I. C. (2003). Conceptualizing Employee Silence and Employee Voice as Multidimensional Constructs. *Journal of Management Studies*, 40 (6), 1359-1392.
- Wang, J., Wang, X. (2012). *Structural Equation Modeling: Applications Using Mplus: Methods and Applications*, West Sussex: John Wiley & Sons.
- Wang, R., Jiang, J. (2015). How Abusive Supervisors Influence Employees' Voice and Silence: The Effects of Interactional Justice and Organizational Attribution. *The Journal of Social Psychology*, 155, 204-220.
- Zehir, C., Erdoğan E. (2011). The Association between Organizational Silence and Ethical Leadership through Employee Performance. *7th International Strategic Management Conference Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 1389-1404.

İZMİR İKTİSAT KONGRESİ'NİN TÜRK DIŞ POLİTİKASININ İNŞASINDAKİ ROLÜ

İhsan Ömer ATAGENÇ

Yrd. Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü

ihsanomer.atagenc@klu.edu.tr

Özet

Amaç: Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş süreci açısından oldukça kritik bir öneme sahip olan "İzmir İktisat Kongresi"ni yalnızca bir iktisadi kongre olarak değil, kurucu iradenin iktisadi politikalarının yanı sıra özellikle de dış siyasal gelişmeler bağlamında incelemek ve bu kongreyi farklı bir açıdan değerlendirmek amaçlanmaktadır.

Yöntem: İzmir İktisat Kongresi, öncesi ve sonrasıyla bit bütün olarak daha geniş bir tarihsel perspektifte incelenmiştir. Bu inceleme yapılırken birincil el kaynaklar doğrudan referans alınarak söylem analizi yapılmıştır. Birincil kaynaklar üzerinden yapılan söylem analizi, yorumsamacı yöntemle daha geniş bir perspektif içinde incelenmiştir.

Bulgular: İzmir İktisat Kongresi'nin yalnızca bir iktisat kongresi olmadığı ve kurucu iradenin aldığı iktisadi kararların devletin siyasal örgütlenmesi açısından daha kritik bir öneme sahip olduğu bulunmuştur. Bunun yanı sıra kuruluş sürecinde olan Türkiye Cumhuriyeti'nin dış politika ilkelerinin şekillenmesinde İzmir İktisat Kongresi'nin dış politikadaki rolü ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türk Dış Politikası, İzmir İktisat Kongresi, Lozan Barış Antlaşması, Denge Politikası

ROLE OF İZMİR ECONOMIC CONGRESS IN CONSTRUCTION OF TURKISH FOREIGN POLICY

Abstract

Objective: It is aimed to examine Izmir Economic Congress which has a crucial prescription in terms of the establishment process of Republic of Turkey, not only as an economic congress but also in the context of foreign political developments as well as the economic policies of founder's will and to evaluate this congress from a different point of view.

Methodolgy: Izmir Economic Congress was examined in a wider historical perspective as a whole before and after the congress. In this study discourse analysis was done by referring directly to the primary sources. The discourse analysis on primary sources has been examined in a wider perspective with an interpretive method.

Findings: It has been found that Izmir Economic Congress is not only an economic congress and that the economic decisions taken by the founder have a more critical prescription for the political organization of the state. In addition, the role of Izmir Economic Congress in foreign policy has emerged in the shaping of foreign policy principles of Republic of Turkey which is in the process of establishment.

Keywords: Turkish Foreign Policy, İzmir Economic Congress, Lausanne Peace Treaty, Balance Policy

Giriş

Milli Mücadele döneminin sonucunda ortaya çıkan tabloya bakıldığında zaman dönemin iktidarı açısından bir yanda askeri bir başarı öte yandan da ekonomik bir çöküş hali bulunmaktaydı. Kazanılan askeri başarı tek başına bir anlam ifade etmemektedir. Zira İttihat ve Terakki döneminden Milli Mücadele dönemine uzanan süreçte çöken bir ekonomiye paralel olarak çöken bir devleti görmek mümkün olacaktır. Ekonomik problemlere paralel olarak hızlanan çöküş sürecinin kurtuluşu İttihat ve Terakki döneminde siyasal önlemlerin yanında ekonomik önlemlerin alınmasında görülmüştür. Almanya’da başlayan ve dönemin Osmanlı Devleti’ni de etkileyen “milli iktisat” akımı, alınacak ekonomik önlemlerin merkezine yerleşen bir kavram olmuştur. Balkan Savaşları ve ardından gelen 1. Dünya Savaşı ile birlikte yaşanan toprak kayıplarının milliyetçilik fikrini yükseltmesi, bunun yanı sıra yaşanan ekonomik problemler ile ekonomide söz sahibi olan gayrimüslimlerin yaşanan bu problemlerde sorumlu tutulmaları, Müslüman-Türk kökenli girişimcilerden oluşan himayeci ve kapalı bir ekonomi modelinin oluşmasını da beraberinde getirmiştir.

“Milli iktisat” akımı yalnızca İttihat ve Terakki döneminde değil, Cumhuriyetin kuruluş sürecinde de etkisini yoğun bir biçimde göstermiştir. Ziya Gökalp ve Yusuf Akçura başta olmak üzere İttihat ve Terakki’den Cumhuriyete geçiş sürecinin düşünsel mimarlarının da etkisiyle fiilen var olan Türkiye Cumhuriyeti’nin ekonomik yönelimleri de “milli iktisat” akımından önemli ölçüde etkilenmiştir. İzmir İktisat Kongresi de bu bağlamda bu iktisadi fikir akımının dönemin iktidarına somut bir yansıması olmuştur.

İzmir İktisat Kongresi, bir iktisat kongresi olmasının yanı sıra aynı zamanda Lozan görüşmelerinin kesintiye uğradığı döneme denk gelmesi itibarıyla oldukça önemlidir. Bu çalışmanın temelini oluşturan husus ise İzmir İktisat Kongresi’nin yalnızca bir iktisat kongresi olmadığı iddiası üzerine kuruludur. Kongrenin yapıldığı tarih, kongre için tercih edilen şehir ve kongrede yapılan açılış konuşmaları en az kongre sonunda alınan kararlar kadar mesaj içermektedir.

1. Kongre’nin Temellerinin Atıldığı Dönem: Lozan Görüşmelerinin İlk Evresi

Türkiye Cumhuriyeti’nin temelleri bilindiği gibi Lozan Antlaşması ile atılmıştır. Antlaşmanın imzalandığı süreç ise Ankara açısından oldukça zor geçmiştir. Bu zorluğun pek çok sebebi bulunmaktadır. Bunların başında gelen sebeplerden birisi kapitülasyonlar meselesidir. Kapitülasyonlar meselesinin Lozan görüşmelerinde ciddi bir sorun haline gelmesinin sebebi, Ankara Hükümeti’nin “iktisadi bağımsızlık” konusundaki hassasiyeti olmuştur. İlerleyen sayfalarda daha detaylı bir biçimde açıklanacağı üzere Ankara’nın bu hassasiyeti Lozan görüşmelerinde yaşanan kesintinin en önemli sebeplerinin başında gelmektedir. Görüşmelerin kesintiye uğramasına sebep olan diğer konular ise Fransa’yı yakından ilgilendiren Osmanlı borçları sorunu, adli ve iktisadi diğer imtiyazlar ve boğazlar meselesidir (Gönlübol, Sar, 2013: 55). Çeşitli sınır sorunları Türkiye tarafından kabul edildiği, Musul meselesi ise ileri bir tarihe ertelendiği için görüşmelerde yaşanan sorunlara dahil olmamıştır (Sonyel, 2003: 330). İsmet İnönü’nün Atatürk ile sürekli iletişim halinde olduğu bu görüşmeler sürecindeki ısrarcı ve kararlı tutumu, Şubat ayının ilk günleri itibarıyla görüşmelerin yarıda kalmasına neden olmuştur.

Lozan görüşmelerin ilk evresinin sonucunda ortaya çıkan durumun en belirgin özelliklerinden birisi görüşmenin taraflarından İngiltere’nin İtalya ve Fransa’dan farklı bir gözle değerlendirilmiş olmasıdır. Başka bir deyişle ilk evrenin sonunda Ankara açısından görüşmelerdeki sorunların temel sebebinin İngilizler değil, Fransızlar ve İtalyanlar olduğu yönünde bir hava esmeye başlamıştır. Özellikle de Fransızlara karşı Türk basınında oldukça sert bir üslup kullanılmaya başlanmıştır. Fransa’nın barışa engel olan bir ülke olduğunu ifade eden Türk basını kimi yayın organlarında ise Fransızları “kan emici” olarak nitelendirerek üslubunu oldukça sertleştirmiştir. (Sonyel, 2003: 331). İngiltere’ye karşı bu dönemde herhangi bir sert tepki olmasının aksine iki ülke arasında bir yakınlaşma olduğu iddia edilmektedir. Demirci, iki ülke arasında yaşanan bu yakınlaşmanın özünde Ankara’nın İngiliz hükümeti ile anlaşma arzusunun yattığını ifade etmektedir (Demirci, 2015: 120).

Bir başka açıdan bakıldığında ise İngiltere, Lozan’ın ilk evresinde Ankara ile arasındaki temel bazı sorunları ertelemiştir. Görüşmelerin başında kendisi için önemli olan konularla başlayacak, herhangi bir kriz durumunda kendisi açısından ikincil önemde olan konuları gündeme sürüp tartışmaları başka bir yöne çekecektir. Bu şekilde de yalnızca kendisinin zararına olacak şekilde görüşmelerin kesintiye uğramasını ya da bitmesini engellemiş olacaktır (Demirci, 2015: 102). İngiltere’nin ulusal çıkarlarını bu derece ön plana aldığı bir süreçte Fransa ve İtalya ile oluşturduğu “Müttefik” blok da kalıcı değil oldukça geçici ve taktik bir görüntü vermektedir. Bu bağlamda ilk evrede görüşülen sorunların önemli bir bölümünün diğer taraflarla ilgili olduğu

da görülmektedir. İngiltere, sorunların merkezine diğer devletleri koymak suretiyle kendisine diplomatik açıdan oldukça önemli bir hareket serbestisi kazanmıştır.

Görüşmelerin ilk devresi açısından İngiltere'nin, sorunların tarafı olan bir devlet olmaktan ziyade görüşmeleri yürüten ve arabulucu olan bir devlet olarak görünmek istediğini söylemek mümkündür. İngiltere'nin görüşmelerdeki bu tavrı Ankara'nın dikkatinin diğer devletlere çevrilmesine neden olmuştur. İngiltere, yaptığı bu taktik hamleler ile başat güç olarak Lozan görüşmelerindeki yerini almıştır. Kendi ulusal çıkarları açısından oldukça avantajlı bir konum elde eden İngiltere, sorunların çözümü noktasında son karar merciinin kendisi olduğunu kanıtlama çabası içerisindedir. Lozan'ın ilk devresi itibarıyla Ankara karşısında Fransa ve İtalya'yı sorunların kaynağı olarak gösteren İngiltere'nin aynı anda çözümün kaynağı olarak da kendisini gösterdiğini iddia etmek abartılı bir yorum olmayacaktır. İngiltere'nin bir problem kaynağı olmaktan çok çözüm kaynağı olarak görünmesi Ankara'yı kendisiyle işbirliğine yönlendirmiş ve İngiltere her halükarda kazanan taraf olmaya çalışmıştır.

2. İzmir İktisat Kongresi

İzmir İktisat Kongresi, Lozan görüşmelerinin kesilmesinden sonra 17 Şubat-4 Mart 1923 tarihleri arasında toplanan bir kongredir. İzmir İktisat Kongresi'nin temel toplanma sebebi, ülkenin politik bağımsızlık hedefinin ekonomik bağımsızlık ile tamamlanmak istenmesidir. Türkiye Cumhuriyeti'nin hukuken kurulmadığı ve siyasi bağımsızlığının dünya ölçeğinde henüz tanınmadığı bir dönemde ekonomi merkezli bir kongrenin toplanması oldukça manidardır. Lozan görüşmelerinin tıkanmasına sebep olan kapitülasyonlar ve Osmanlı borçları meselesi, ülkenin temel gündem maddelerinden biri haline gelmiştir. Dönemin karar alıcıları açısından savaşın henüz bitmediği, yeni bir savaş durumunun ortaya çıkma ihtimali ile ilgili birtakım düşüncelerinin olduğu belirtilmektedir. Dönemin iktidarı ise 1. Dünya Savaşı ve sonrasında yaşanan ekonomik sorunları tekrar yaşamamak, aksi bir durumda ise kendine yeterli bir ekonomi inşa ederek bu sorunları hafifletebilmek adına iktisadi politikalara yeni bir biçim verilmesi hususunda birtakım adımlar atma ihtiyacı hissetmiştir (Pamuk, 2015: 181).

Ekonomi merkezli sorunların belirleyici olduğu bu dönemde Ankara Hükümeti, ülkede yaşanan ekonomik sorunlara bir çözüm bulabilmek ve bağımsız bir devletin kurulacağına olan inanç ile yeni devletin ekonomik programını ortaya çıkarabilmek için bir iktisat kongresi toplama kararı almıştır (İnan, 1989: 12). Kepenek, bu temel amaca ek olarak bir başka amacın daha olduğunu belirtmektedir. Buna göre, İzmir İktisat Kongresi'nin toplanmasının bir diğer amacı, yabancı sermaye çevrelerine ekonomi politikasının geleceği ile ilgili bilgi vermektir. Başka bir deyişle yönetici kadro iç ve dış sermaye çevrelerine güvence vermek istemiştir (Kepenek, 1984: 38). Mevcut durum itibarıyla dönemin karar alıcıları açısından savaş dönemiyle tahrip olmuş bir ekonominin yeniden düzene girebilmesi için yeni bir bağımlılık ilişkisi yaratmadığı sürece yabancı sermayeye ihtiyaç duyulmaktadır (Ahmad, 2012: 116).

İzmir İktisat Kongresi, ülke ekonomisinde yer alan ve söz sahibi olan temsilcilerin bir araya gelmesiyle oluşturulan bir kongredir. Kongrenin oluşum sürecinde 3 ismin ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlardan ilki Meclis Başkanı Mustafa Kemal Atatürk, ikincisi İktisat Vekili Mahmut Esat Bozkurt ve İzmir İktisat Kongresi'ne başkanlık yapan Kazım Karabekir'dir. Üç ismin de kongreye damga vurmasını sağlayan husus yalnızca kongrenin organize edilmesi ve yürütülmesi değil aynı zamanda yaptıkları konuşmalarda vurgu yaptıkları hususlardır. Özellikle de Mustafa Kemal Atatürk'ün yaptığı konuşma bir iktisat kongresinin neden toplanması gerektiğini ifade eder niteliktedir:

“Efendiler, tarih, milletlerin yükselme ve düşmesi sebeplerini ararken birçok siyasî, askerî, sosyal nedenler bulmakta ve saymaktadır. Şüphe yok, bütün bu nedenler, sosyal olaylarda etkilidir. Fakat bir milletin doğrudan doğruya hayatıyla, yükselmesiyle, düşmesiyle ilgili ve ilişkili olan milletin ekonomisidir. Tarihin ve tecrübenin belirlediği bu gerçek, bizim millî hayatımızda ve millî tarihimizde de tamamen görülmüştür. Gerçekten Türk tarihi araştırılırsa bütün yükselme ve düşme sebeplerinin bir iktisat meselesinden başka bir şey olmadığı anlaşılır. Efendiler, tarihimizi dolduran bunca başarılar, zaferler veyahut yenilgiler, yok olmalar ve felâketler, bunların, tümü; gerçekleştikleri devirlerdeki iktisadî durumlarımızla ilişkili ve ilgilidir. Yeni Türkiye'mizi hak ettiği yere ulaştırabilmek için, mutlaka ekonomimize birinci derecede önem vermek zorundayız. Çünkü zamanımız tamamen bir iktisat devresinden başka bir şey değildir.” (Ökçün, 1997: 204).

1135 delegenin katılımı ile gerçekleştirilen kongre “mesleki temsil” ilkesi esaslı doğrultusunda oluşturulmuştur. Sanayici, tüccar, çiftçi ve işçi temsilcileri ülkenin ekonomik yönelimlerini belirleyebilmek için söz hakkına sahip olmuşlardır. Kongre sonucunda oldukça kısa yalın maddelerden oluşan, bir kısmı ekonomik nitelikli olmayan birtakım kararlar alınmıştır (Ökçün, 1997: 323-325). Çalışmanın sınırları

sebebiyle kongre sürecine çok fazla detaylı yer verilemeyecektir. Bu bölümde yalnızca Kongrede alınan kararlar ve sonuçlarına değinilecektir.

Genel olarak bakıldığı zaman İzmir İktisat Kongresi bir açıdan Türkiye Cumhuriyeti'nin temel ekonomik yönelimlerini belirleyen ana esasları içermektedir (Şahinkaya, 2009: 48). Başka bir açıdan incelendiğinde ise kongrenin sonuçlarına bakıldığı zaman ortaya çıkan tabloda tüccar ve sanayici grubunun daha çok sesinin duyulduğu ve ön plana çıktığı görülmektedir. Devletin hareket noktası olarak serbest teşebbüsün önünü açmayı tercih etmesi, kongre sonucunda tüccar ve sanayicilerin lehinde bir durumun ortaya çıkmasını sağlamıştır. Avcıoğlu'na göre İzmir İktisat Kongresi, toplumdaki sınıfların kuvvet dengesini tespit edebilmek açısından oldukça önemli olmuştur. Alınan kararlar itibariyle bakıldığı zaman ise tüccarların ve sanayicilerin lehinde bu kuvvet dengesi bozulmuştur. Bunun en temel sebeplerinden birisi de Ziya Gökalp'in etkisiyle o zaman aydınlar arasında yaygın şekilde bulunan ve İzmir İktisat Kongresi'nin oluşturulmasında temel alınan "mesleki temsil" ilkesinin tercih edilmesidir (Avcıoğlu, 1998: 340). Meslek grupları arasında bu dengesiz durum aslında kongrenin oluşum sürecinden itibaren kendisini göstermiştir. Farklı meslek gruplarının temsil edileceği bir kongre olarak organize edilen İzmir İktisat Kongresi'nin "amele" grubunun ortaya çıkmasını sağlayan kişi Milli Türk Ticaret Birliği olarak bilinen ve temelde tüccar grubunu temsil eden Ahmet Hamdi Başar olmuştur. Bunun yanı sıra kongre başkanlığına seçilen Kazım Karabekir Manisa bölgesinden sanayi grubu temsilcisi olarak kongreye katılmıştır. Yine romancı Aka Gündüz, Kütahya amele delegesi olarak katılmış, hem amele grubu başkanlığına hem de Kongre başkan vekilliğine seçilmiştir (Boratav, 2006: 40). Kongrenin bu niteliği dönemin temel ittifak sistemlerinin belirginleşmesi ve kongrenin yapılış amacı konusunda önemli ipuçları vermiştir.

3. Bir Ekonomi Kongresi Olarak İzmir İktisat Kongresi'nin Önemi

İzmir İktisat Kongresi, toplanma amacından da anlaşılacağı üzere temel olarak bir iktisat kongresidir. Kongrenin toplanması için İzmir'in seçilmesi kendi başına oldukça anlamlıdır. Zira İktisat Kongresi, Milli Mücadele döneminden askeri zaferle ayrılmış bir ülkenin iktisadi alanda da zafer kazanmasına yönelik bir girişimdir. İlhan, İzmir İktisat Kongresi'nin Misak-ı Milli'nin bütünleyicisi olarak gördüğü iki temel unsurdan birisi olarak nitelemektedir. Buna göre Misak-ı Milli ile bağlantılı olan iki kavram daha bulunmaktadır. Bunlardan biri "Emek Misak-ı Millisi" ikincisi de "Maarif Misak-ı Millisi"dir. Bu iki tamamlayıcı unsur, Anadolu yurdunu vatan olarak kazanmış halkın millete dönüşmesi için mecburidir. Bir başka ifadeyle Anadolu'da Milli Mücadele ile başlayan "uluslaşma" sürecinin Misak-ı Milli'den sonraki adımı "Emek Misak-ı Millisi", İzmir İktisat Kongresi'nde kendisini göstermiştir (İlhan, 2008: 400-401).

Milli Mücadele'nin sonunda askeri zaferin ilan edilmesinde sembolik önemi olan 9 Eylül 1922 tarihinde İzmir'in kurtuluşu merkeze alındığında askeri zaferin bir adım ötesinde iktisadi zaferin de İzmir'de ilan edilmesinin tercih edildiğini söylemek mümkündür (Yıldırım, 2006: 7). Ayrıca İzmir'in Osmanlı Devleti döneminde de bir ticaret kenti olmasının bu noktada önemli olduğunu da ifade etmek gerekmektedir. Kongreyi oluşturan irade, ekonomi ile görüşlerini ortaya koyarak ve kongrede yer alan meslek temsilcilerinin görüşlerini de alarak ortak bir yol haritası çizme eğilimi göstermişlerdir. Bu noktada incelenmesi gereken husus, aylar sonra Türkiye Cumhuriyeti'ni resmen ilan edecek olan kurucu unsurun sayısal olarak değil fakat etki olarak önemli bir bölümünün düşünsel karakteridir. Esasen bir iktisat kongresi olan İzmir İktisat Kongresi'nin oluşum dönemindeki iktisadi yönelimler, gerek açılış konuşmaları gerekse kongre sonunda ilan edilen ilkeler incelendiği zaman net bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

İlk olarak bu dönemin iktisadi yönelimlerini belirleyen temel husus olarak "milli iktisat" kavramından söz edilmesi gerekmektedir. "Milli iktisat" kavramı, Avrupa'da liberal ekonomi dalgasına karşı gelişen bir iktisadi modeldir. Düşünsel kökenlerine bakıldığı zaman ise Alman siyasi birliğinin ortaya çıkış sürecini görmek mümkündür. Almanya'nın siyasi birliğini sağladığı dönemde kısa sürede sanayileşme konusunda da önemli adımlar atmış bir devlet haline gelmiştir. Alman siyasi birliği temelde ulus-devlet kavramından bağımsız olmayan bir niteliğe sahiptir. Zira Almanlara göre liberal iktisat modeli İngilizlerin ekonomik çıkarlarına hizmet etmektedir ve evrensel bir nitelik taşımamaktadır. Bu sebeple serbestlikten ziyade himayeciliği ön plana alan bir iktisadi modelin inşa edilmesine ihtiyaç duyulmuştur (Gencer, 2015: 275).

Avrupa'da esen liberal rüzgarlara alternatif olarak ortaya çıkan bu model, Fichte, List, Von Gentz ve Müller gibi düşünürlerin etkisiyle içe kapalı ulusal bir ekonomiyi hedeflemiştir (Toprak, 2012: 44). Osmanlı Devleti'nde bu akımın etkilerine bakıldığı zaman ilk olarak Ahmet Mithat Efendi'nin iktisadi görüşlerine bakmak gerekir. "Milli İktisat" kavramı her ne kadar Jön Türkler ile İttihat ve Terakki dönemine ait bir kavram olarak görünse dahi Abdülhamit döneminde de bir karşılığı olduğu görülmektedir. Alman ekolünden

etkilenmemiş olmasına rağmen Ahmet Mithat Efendi, liberal ekonomiye karşı himayeci bir ekonomi politikasının uygulanması gerektiğini düşünmekteydi. Benzer şekilde de Sultan Abdülhamit, liberal ekonomi politikasının ülke ekonomisine bir çöküşe doğru götüreceğini iddia etmekteydi. Ona göre liberal ekonomi, levantenler ve gayrimüslimlerin menfaatlerine hizmet etmekteydi. Müslüman Türklerin de sanayide yer alması ve üretime katkıda bulunması gerekmekteydi (Gencer, 2015: 276).

Çalışmanın sınırları sebebiyle ayrıntılarına çok fazla değinmeden birkaç temel hususun üzerinde durmak gerekmektedir. “Milli iktisat” modeli Avrupa’da ortaya çıkan ve 2. Meşrutiyet döneminde Osmanlı Devleti’ni doğrudan etkileyen bir iktisadi fikir akımıdır. “Milli iktisat” modelinden kastedilen şey genel olarak ülkenin iktisadi anlamda bağımsızlığını kazanmayı kendisine öncelikli hedef olarak koymasındır. Diğer bir husus ise iktisadi bağımsızlığın sağlanabilmesi için izlenmesi gereken yolun “milli sermaye”nin ve “milli sermaye sahipleri”nin ortaya çıkarılmasıdır.

Osmanlı Devleti’nde kapitülasyonlar ile başlayan, Balta Limanı Anlaşması ve Duyun-i Umumiye ile devam eden süreçte ortaya çıkan iktisadi bağımlılık süreci Balkan Savaşları ile 1. Dünya Savaşı sırasında ve sonunda Osmanlı ekonomisinin büyük ölçüde darbe almasına neden olmuştur. Önemli ölçüde toprak kaybedildiği bu dönemde kendisini net bir şekilde gösteren “milliyetçilik” akımının ekonomik bir tezahürü olarak “milli iktisat” kavramı da yükselen bir değer haline gelmiştir (Keyder, 2011: 81). Osmanlı ekonomisinin bağımlı niteliğinin ülkenin siyasi olarak da daha çok bağımlı hale gelmesine sebep olması, Osmanlı Devleti’nin çöküş sürecinin temel nedenlerinden birisi olmuştur. 1. Dünya Savaşı’nın ardından Milli Mücadele döneminin sonunda da “milli iktisat” kavramının yeniden ortaya çıktığını görmek mümkün olacaktır. İzmir İktisat Kongresi bu bağlamda 2. Meşrutiyet döneminde ortaya çıkan ve savaş döneminde yükselişe geçen bir iktisadi modelin yeniden yükselişine tanıklık etmiştir. “Milli iktisat” kavramının ortaya çıkış ve etkili olduğu dönemlerde bir yönü itibarıyla bir “savaş ekonomisi” olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu dönemde ekonominin giderek zayıflaması ve bağımlılığın giderek artması ekonomi merkezli tartışmaları beraberinde getirmiştir. Bu tartışmaların merkezinde iki isim oldukça öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki gerçek adı Alexander Israel Halphand olan ve İttihat ve Terakki’nin politikalarına yön veren Yahudi sosyalist bir aydın olan Parvus Efendi’dir. Parvus Efendi’nin dönemin iktisadi anlayışına en temel katkısı Osmanlı Devleti’nin bir sömürge devleti olduğu yönündeki iddiasıdır. Yaşanan ekonomik sorunlar ve artan bağımlılığa paralel olarak Parvus Efendi’nin Türk Yurdu dergisinde yaptığı yayınlar ile dönemin iktisat anlayışına “sömürge” kavramı dahil olmuştur. Diğer isim ise hem İttihat ve Terakki’nin hem de Cumhuriyet döneminin önde gelen aydınlarından olan Türkçülük ideolojisinin kuramcılarında Yusuf Akçura’dır. Yusuf Akçura da tıpkı Parvus Efendi gibi Osmanlı ekonomisindeki yaşanan sorunlara değinmek suretiyle “milli iktisat” kavramının öneminden bahsetmiş ve milli bir ekonomik modelin kurulabilmesi için “milli burjuvazi” sınıfının yaratılmasını gerektiğini iddia etmiştir. İttihat ve Terakki döneminin “milli iktisat” algısının temelini oluşturan Yusuf Akçura’nın fikirleri Milli Mücadele sonrası dönemde de etkisini göstermiştir. İzmir İktisat Kongresi’nde alınan kararlara bakıldığı zaman özel girişimciliğe devletin vereceği destekten ve milli bir müteşebbis sınıfına olan ihtiyaçtan bahsedilmektedir. İttihat ve Terakki döneminden Cumhuriyet dönemine aktarılan en önemli miraslardan birisi de “milli iktisat” kavramı olmuştur.

İzmir İktisat Kongresi’nde Mustafa Kemal Atatürk’ün yaptığı açılış konuşması gerek Parvus Efendi’nin fikirlerini gerekse Yusuf Akçura’nın fikirlerini büyük ölçüde yansıtmaktadır. Öncelikle ekonomik olarak bağımlı hale gelen bir devletin yaşadığı zorluktan bahseden Atatürk bu durumdan çıkış yolunun bağımsız bir ekonomi modeli kurmaktan geçtiğini ifade etmiştir. Söylemsel olarak İttihat ve Terakki dönemindeki hassasiyetleri büyük ölçüde yansıtan Mustafa Kemal Atatürk’ün bu konudaki iradesi de kongreye bütünüyle yansımıştır.

İzmir İktisat Kongresi’nde ortaya çıkan en önemli hususlardan birisi de siyasi bağımsızlık ve iktisadi bağımsızlık arasındaki mesafenin en aza indirilmiş olmasıdır. Bunun da ötesinde siyasi bağımsızlık ve iktisadi bağımsızlık birbirinden bağımsız düşünülemez bir bütünü oluşturmaktadır. Milli Mücadele döneminde çizilen Misak-ı Milli sınırları aynı zamanda ülkenin siyasal bağımsızlığının da sınırları oluşturmaktaydı. Ancak, siyasal bağımsızlığın iktisadi bağımsızlıkla pekiştirilmesi gerekmekteydi. Bu sebeple Kazım Karabekir’in İzmir İktisat Kongresi ile ilgili ifade ettiği “Misak-ı İktisadi” tanımına yeniden vurgu yapmak gerekir:

“Biz burada bir iktisadi misak ortaya koyduk. Nasıl Milli Misak’ımız, hudutlarımızı çizmişse ve ona sahip oluncaya kadar her zorluğu yenerek mücadele etmiş ve muzaffer olmuşsak, bu zaferi nazariyeden kurtarmak için iktisadi sahada da aynı huzur ve şeref mertebesine erişmeye mecburuz, hatta mahkumuz. Bizler burada, zannediyorum ki, hiçbir tarafını ihmal etmeden iktisadi misakın maddelerini bir bir tesbit ettik. İstisnasız bütün vatandaşlarımız

okumalı, ezberlemelidirler. Ümmilerimize okuması olanlar öğretmeli, anlatmalıdırlar; çünkü, iktisadi misak, ferdin ve devletin hayatında tatbik edileceğinde neticesini verecektir.” (Karabekir, 2001: 208).

İktisadi meselelerin belirleyici konuma geçmesi, bir taraftan dönemin ihtiyaçlarını karşılıyor gibi görünse de öte yandan yeni kurulacak devletin iktisadi meselelere bakış açısını da önemli ölçüde yansıtmaktadır. Tam bu noktada Cumhuriyeti kuran kadronun iktisat ile ilişkisine vurgu yapmak gerekmektedir. İzmir İktisat Kongresi, Cumhuriyeti kuran kadronun iktisat ile ilişkisi açısından iki önemli nitelik taşımaktadır.

Bunlardan ilki, Milli Mücadele döneminden sonra oluşan tabloda iktisat konusunda uzman kişilerin eksikliğinin belirgin olmasıdır. Askeri bir zaferin ardından Lozan’da diplomatik bir zafer kazanan kadroya bakıldığı zaman bütüncül ve derinlikli bir iktisat modeli ortaya koymanın oldukça zor olduğu görülecektir. Bu durum İzmir İktisat Kongresi’nin idaresinde de kendisini göstermiştir. Mustafa Kemal Atatürk, Mahmut Esat Bozkurt ve Kazım Karabekir gibi önde gelen isimlere bakıldığı zaman bu isimlerden hiçbirisinin ilmen iktisatçı olmadığı görülmektedir. Kongrenin ilk günlerinde dile getirilen ve 6 iktisat uzmanının konu ile ilgili görüşlerinin alınacağına yönelik program değiştirilmiş ve herhangi bir uzman denetiminde olmadan birtakım kararlar alınmıştır. Bu konudaki eksikliğe vurgu yapılmasının sebebi İzmir İktisat Kongresi’nde alınan kararlar ile nasıl bir iktisat modeli kurulabileceğini değerlendirmeye sunmaktır.

İzmir İktisat Kongresi’ne genel olarak bakıldığı zaman bütüncül bir ekonomi programı görmek mümkün değildir. Serbest girişimciliğe ve belirli şartlar doğrultusunda yabancı sermayenin ülkeye girişine yapılan vurgu haricinde iktisat politikaları açısından çok ciddi hedeflerin ve planların ortaya konduğunu da söylemek mümkün olmamaktadır. İleride ayrıntılı olarak inceleneceği üzere kongre iktisadi politika konusunda somut bir içerik ortaya koymaktan çok iç ve dış birtakım mesajlar verme amacı da taşımaktadır (Pamuk, 2015: 181). Bilsay Kuruç, kongrenin hedefler ile bağdaşmayan ve dönemin eksikliklerini yansıtan niteliklerini şu şekilde yorumlamıştır:

“(…) İzmir’de 1923 Şubat’ında toplanan İktisat Kongresi’nden Mustafa Kemal’in arzuladığı kapsam ve perspektifte bir program çıkmaz. ‘İlim ve fen erbabının katkısı sınırlıdır. Sınıfların (bağdaşmazlıkları da yansıtan) talepleri ağırlıklı hissedilir. Sınıfsal ve mesleki talepler arasındaki farklılıkları aşacak boyutta bir entelektüel düzeyin eksikliği, Mustafa Kemal’in tanımladığı çapta bir programa erişmeyi zorlaştıracaktır. Kongre’den, bir yeni fırka için siyasete başlamaya olanak veren ‘eser miktarda’ başlıklar çıkar. Bunlarla yetinmek gerçekçi olacaktır.” (Kuruç, 2012: 250).

Kuruç’un bu yorumuna bakıldığı zaman dönemin iktidarının bütünlüklü bir iktisadi program belirlemesinin oldukça zor olduğu görülecektir. Kuruç, İzmir İktisat Kongresi’nin sonucunda ortaya çıkan kararlara bakıldığı zaman dönemin iktisadi politika belirleme kapasitesinin anlaşılması için bu kararların eldeki azami veri olduğunu ifade etmektedir. Bunun yanı sıra bir siyasi parti ve bir bağımsız devlet kurulmadığı sürece derinlikli bir iktisadi politikanın belirlenmesinin mümkün olmadığı da belirtilmektedir (Kuruç, 2012: 251).

Kongre kararları içinde dini ve ahlaki değerlere vurgu yapan maddelere bakıldığı zaman da bu kararların iktisadi niteliği de oldukça sorgulanır niteliktedir. Alınan kararlar daha çok Türk toplumunu bir bütün halinde daha çok çalışmaya ve üretmeye sevk edecek motivasyona yöneliktir. Bu kongrede ifade edilen en temel husus “bağımsızlık” vurgusudur. Kongre, iktisadi modelin niteliği ile ilgili çeşitli vurgular yapmakla birlikte kongreye damgasını vuran “bağımsızlık” fikrinin belirleyici rolünü de gözden kaçırmamak gerekir. İktisadi uzman ve bilgi eksikliği adı “İktisat” olan bir kongreden nitelikli bir ekonomi programı çıkmasını engellemiştir. Yine de İzmir İktisat Kongresi değerlendirilirken “liberal” eksenli bir tercih yapıldığı yönünde de yorumlar yapılmaktadır. Koraltürk ve Çetin’e göre İzmir İktisat Kongresi her ne kadar milli iktisat konusundaki bir tercihi yansıtıyor olsa da gerek 1920’li yıllar boyunca uygulanan iktisat politikaları gerekse 1930’lu yılların ekonomi politikaları ile karşılaştırıldığı zaman “liberal” bir nitelik taşımaktadır (Koraltürk, Çetin, 2013: 330-331). Oksağan da 1929 yılına kadar sürdürülen ekonomi politikasının liberal eksenli olduğunu iddia etmektedir (Oksağan, 2016: 65).

Kongrenin karakterini belirleyen bir başka husus da tıpkı “milli iktisat” kavramında olduğu gibi yine kökenleri İttihat ve Terakki dönemine dayanan hem siyasal, hem sosyolojik hem de iktisadi karşılığı olan “mesleki temsil” ilkesidir. Toplantının kuruluş sürecinde farklı meslek gruplarından temsilcilerinin yer aldığı görmekteyiz. Bu temsilcilerin “mesleki” ya da “sınıfsal” temsiliyet olarak hangisinin içinde yer aldığı farklı yorumlara uğramakla beraber dönemin kadrolarının “mesleki temsil” vurgusunun bu noktada belirleyici olduğu görülmektedir. İktisat Vekili Mahmut Esat Bozkurt bu meselenin altını kalın çizgilerle çizmiştir. Mahmut Esat Bozkurt’a göre kongre bir anlamda da “mesleki temsil” ilkesinin uygulanması için bir vesile olacaktır (Boratav, 2006: 39).

“Mesleki temsil” ilkesi “sınıf” yapısına alternatif olarak dizayn edilen ve “milli iktisat” kavramını besleyen bir toplumsal yapılanma olarak ortaya çıkmaktadır. Mesleki temsil ilkesi ile sınıfsallık arasındaki en belirgin fark ise ilkinin uyuşmayı ikincisinin çatışmayı beraberinde getirmesidir. İttihat ve Terakki döneminde daha belirgin olarak ortaya çıkan hususlardan birisi toplum içindeki bölünmelerin uyum içinde hareket eden bir organizma ortaya çıkardığına yönelik düşünceye eğilimdir. Toprak kayıpları ve savaşın giderek şiddetini artırması ile birlikte yükselen milliyetçilik akımı, toplumun uyum içinde bir arada çalışmasına yönelik fikirlerin giderek daha da güçlenmesini sağlamıştır. 1. Dünya Savaşı ve Milli Mücadele döneminin tecrübesi, devlet idaresinde toplumun uyumlu bir bütün halinde çalışmasını zorunlu kılmıştır.

İleride ayrıntılı olarak ele alınacağı üzere bu kongre bir iktisat kongresi olmasının yanı sıra aynı zamanda Lozan görüşmelerin kesildiği döneme denk gelen bir nitelik de taşıdığı için Lozan'ın tüm tansiyonunu üzerinde hisseden bir niteliğe de sahiptir. Bu bağlamda dış politika meseleleri de kongrenin atmosferin önemli ölçüde etkilemiştir. Lozan görüşmelerinin kesintiye uğraması ve yeni kurulacak devletin temellerinin atılmasının yarattığı gerginliğin de bu kongrenin iktisadi politikalar açısından yeniden düşünülmesini de beraberinde getirmektedir.

4. Kongre'nin Meclis Hükümetinin Dış Politika İlkeleri Açısından Anlamı

İzmir İktisat Kongresi literatürde –isminden de kaynaklı olarak- genellikle ekonomi temelli bir kongre olarak tarif edilmektedir. Oysaki İzmir İktisat Kongresi'nin yapıldığı tarihe, yere ve kongrede yapılan konuşmalara bakıldığı zaman dönemin dış politikası açısından oldukça önemli bir yere sahip olduğunu söylemek mümkün olacaktır.

İzmir İktisat Kongresi'nin yapıldığı tarih bu kongrenin yapılış amacı konusunda oldukça önemli fikirler vermektedir. İzmir İktisat Kongresi daha önce de belirtildiği gibi Lozan görüşmelerinin kesildiği bir tarihte gerçekleştirilmiştir. Lozan görüşmelerinin kesilmesine neden olan konulara bakıldığı zaman ise ekonomik bağımlılık ile ilgili konuların ön planda olduğu görülmektedir. Türk diplomasi tarihinin en kritik masa başı olarak nitelendirebileceğimiz Lozan Antlaşması süreci, Anadolu'da yeni kurulacak devlet için savaşın farklı bir mecrada devam ettiğini göstermiştir. Ankara'nın bu savaştan galip ayrılabilmesi ve bağımsız bir devlet kurabilmesi için müzakereci devletlere kırmızı çizgilerini net bir şekilde ifade etmiştir. İsmet İnönü'nün görüşmeleri yarıda kesmesinin en önemli sebebi Ankara tarafından çizilen kırmızı çizgilerdir. Bu kırmızı çizgilerin başında da “bağımsızlık” gelmektedir. Müstakbel Türkiye Cumhuriyeti'nin siyasi ve ekonomik bağımsızlığı konusundaki kararlı tutumu görüşmelerin en belirleyici özelliklerinden birisi olmuştur.

İzmir İktisat Kongresi'nde yapılan konuşmalara bakıldığı zaman Lozan görüşmelerinin yarıda kesilmesine yol açan konularla ilgili oldukça net vurguların yapıldığı görülecektir. Özellikle de Mustafa Kemal Atatürk'ün açılış konuşmasında ifade ettiği “iktisadi bağımsızlık” vurgusu iç politikadan ziyade dış politik gelişmelere yönelik yaptığı bir göndermedir. Kongreye de damgasını vuran “bağımsızlık” fikrinin temeline bakıldığı zaman bu kavramın zaten iç politikadan ziyade dış politika açısından daha anlamlı olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Bağımsızlık kavramının bu noktada daha detaylı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir.

Bağımsızlık fikri, Ankara açısından dış ülkelerin politik ve ekonomik baskısı altından kurtulmayı ve kendi adına karar verebilme yeteneğini yeniden kazanmayı ifade etmektedir. İzmir İktisat Kongresi'nin bu bağlamda Lozan görüşmelerindeki müzakereci ülkelere yönelik bir mesaj içerdiğini de söylemek mümkündür. Kongrenin ekonomi politikaları ile ilgili bütüncül ve detaylı bir plan önermediği alınan kararlarda net bir şekilde görülmektedir. Buna karşılık kongre, her ne kadar bütüncül bir ekonomi modeli önermese de bir taraftan bağımsız ve milli bir ekonomi kurma isteğiyle diğer yandan da serbest girişimcilerin devlet eliyle teşviki ile kendisine mevcut iki modelden farklı olarak “karma ekonomi” olarak nitelendirilen üçüncü bir modelin inşası ile ilgili ipucu vermiştir. Bu ara model, ne doğrudan doğruya Batılı bir kapitalizmi ve liberal ekonomiyi temsil etmekte ne de Sovyet sosyalist ekonomik modelini temsil etmekteydi. İzmir İktisat Kongresi ile ilgili yapılan değerlendirmelerin belirli bir bölümü bu kongreden “liberalizm” doğrultusunda karar alındığını öngörmüşlerdir. Ancak Kuruç'un belirttiği gibi bu model “karma ekonomi” adı verilen ve Lenin döneminde SSCB'nin uyguladığı bir geçiş ekonomisi modeli olan Yeni Ekonomi Politikası (NEP)'na benzemektedir. Klasik bir Sovyet tipi sosyalist ekonomi modeline bakıldığı zaman NEP'in bu sistemi de doğrudan karşılamadığı görülecektir (Kuruç, 2012: 252). Zira özel sektöre yer vermeyen tamamen devlet merkezli bir kalkınma modeli de NEP ile uyumlu görünmemektedir. Aynı şekilde burjuvazinin devlet eliyle yaratılması, serbest girişimcilik ve yabancı sermayeye gerektiği durumlarda devlet freni gibi özellikler de Batılı bir kapitalizme de doğrudan uyum göstermemektedir.

İzmir İktisat Kongresi'nden çıkan bu karar iktisadi modelin neye benzeyeceğinden çok neye benzemeyeceği konusunda daha net fikirler vermektedir. Bu noktadan hareketle Ankara'nın dış dünyaya bu kongre üzerinden oldukça önemli bir mesaj verdiği söylemek mümkün olacaktır. Özellikle de Mustafa Kemal Atatürk'ün yaptığı konuşmanın içeriğindeki iktisadi bağımsızlık vurgusuna bakıldığı zaman Lozan görüşmelerinde yapılan pazarlıkla ilgili Türk tarafının şartları oldukça net bir şekilde belirtilmiştir. Timur'a göre, Lozan görüşmelerinin kesildiği dönemde Batılı müttefiklere bir an önce toplu görüşme şartlarının bildirilmesi gerekmektedir. Başka bir deyişle İsmet İnönü'nün Lozan görüşmelerinin tansiyonu içinde yarım kalan ve görüşmeleri kesintiye uğratan konularla ilgili derli toplu bir şekilde anlaşma koşullarının ifade edilmesine ihtiyaç bulunmaktaydı. Kongre bu açıdan bakıldığı zaman Lozan görüşmelerinin seyri açısından da oldukça önemli bir gelişme olmuştur (Timur, 2001: 45).

Kongrenin yapılış amacı itibariyle Mustafa Kemal Atatürk'ün bu noktadaki merkezi rolüne de değinmek gerekmektedir. Mustafa Kemal Atatürk kongreye müzakereci olarak katılmamış, gelişmeleri uzaktan takip etmiştir. Ancak, Lozan görüşmelerinin kesintiye uğraması ve tansiyonun giderek yükselmesi sebebiyle Atatürk'ün sürece gayriresmi yollardan müdahale ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Fiilen kurulu olan Türkiye Cumhuriyeti'nin Reisi olarak Türk tarafının elinin güçlenmesi ve Türk tarafının taleplerindeki ciddiyetin pekiştirilmesi için de Atatürk'ün böylesi bir müdahaleye ihtiyaç duyduğu da düşünülebilir. Atatürk'ün İzmir İktisat Kongresi aracılığı ile yaptığı bu müdahale, Türk tarafının taleplerinin hem içeriğinin belirginleşmesini hem de pazarlık sürecindeki kararlılığın pekiştirilmesini sağlamıştır.

Ankara, gerek Batı'ya gerekse SSCB'ye "nevi şahsına münhasır" bir sistem inşa etmek istediğini bildirmiştir. Yeni kurulacak bu sistemin ne Batılı bir kapitalizm ile ne de Sovyet sosyalizmi ile bir ilişkisi bulunmamaktadır. Siyasi bağımsızlık ve iktisadi bağımsızlığın böylesine iç içe girdiği bir dönem itibariyle iktisadi model tercihleri aynı zamanda dış politikadaki tercihler konusunda da büyük ölçüde fikir vermektedir. Burada Milli Mücadele döneminde başlayan "denge" siyasetinin İzmir İktisat Kongresi üzerinden devam ettiğini görmekteyiz. Dış politikada "denge" siyaseti, Ankara açısından bağımsız bir dış politika takip etmenin deyim yerindeyse anahtarı haline gelmiştir. Ankara'nın bağımsızlık konusundaki ısrarı, denge merkezli siyasetin pazarlık masasında dahi terkedilmemesini beraberinde getirmiştir. "Denge" merkezli dış politika Milli Mücadele'den Lozan'a, Lozan'dan Atatürk'ün vefatına kadar geçen süreçte Türk dış politikasının temel dinamiği olacaktır.

Bağımsızlık konusundaki bu ısrarın Batı ile ilişkilerin koparılması anlamına geldiğini ifade etmek doğru olmayacaktır. Ankara, fiilen var olan bir ülkenin diğer ülkelerle eşit seviyede dünya siyasetinde yer almasını talep etmektedir. Bu bağlamda ilişkilerin kopmasından değil devam etmesinden yanadır. Türkiye'nin Batı ile ilişkilerinin yeni bir aşamaya geçtiği bu dönem genel olarak Ankara'nın Batı ile yakınlaşması ya da Batı sistemi içinde dahil olması şeklinde ifade edilmektedir. Örneğin, Demirci Türkiye'nin Lozan'da İngiltere ile yakınlaşma arzusundan bahsederken (Demirci, 2015: 328). Öte yandan Oran, İzmir İktisat Kongresi sonucunda Türkiye'nin Batı'nın sistemi içinde yer almayı kabul ettiğini belirtmiştir (Oran, 2003: 50). Akyol da Oran'a bu konuda destek vererek İzmir İktisat Kongresi'nde alınan kararların Batı ile bütünleşme idealini gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Akyol'a göre yeni Türkiye, Bolşeviklere değil Batı'ya benzeyen bir rejim kurmak istemiştir. Lozan'ın zorlu diplomasi masasında Batı'ya yaklaşmak için Batı'yı yumuşatmaya çalışmıştır (Akyol, 2008: 297).

Oldukça zorlu geçen bir Milli Mücadele döneminde ve yarıda kesilen Lozan görüşmelerine bakıldığı zaman Ankara'nın "denge" siyasetinin hiçbir dönemde elinden bırakmayacak, en kritik anlarda dahi dış politikasına duygularını karıştırmaktan imtina edecek ve elindeki kaynakların yarattığı kapasite ölçüsünde bu süreci yönlendirecek kadar reel bir siyaset üreten Ankara'nın Batı ile ilişkilerinin bu denli duygulara, ideallere ve arzulara indirgenmesi bu döneme kadar izlenen siyasetle çelişkili görünmektedir. Taktik ve diplomatik bir mücadele olarak kabul edilen Lozan görüşmeleri sürecinde Batılı devletlerle ilişkilerinde aynı taktiksel zeminde değerlendirilmesi dönemin dış politika ilkeleri ile daha uyumlu bir yorumu beraberinde getirebilir.

Gerek Lozan görüşmelerinde gerekse İzmir İktisat Kongresi'nde Sovyet bir temsilcinin bulunması bu noktada oldukça manidardır. Ankara bu hamle ile Batılı devletlere seslenirken Sovyet temsilcilerini hem denge unsuru olarak doğrudan kullanmış hem de onlara da iletmek istediği mesajları doğrudan verme şansına sahip olmuştur. Öte yandan İzmir İktisat Kongresi'nde alınan yabancı sermayenin ulusal çıkarlar ölçeğinde kabulü kararının ilk örneği Lozan görüşmelerinin ikinci evresi başlamadan kabul edilen Chester Demiryolları Projesi'dir. Bu proje ile hem İzmir İktisat Kongresi'nde verilen söz tutulmuş, aynı zamanda da ABD, Lozan müzakerecilerine özellikle de İngiltere'ye karşı bir denge unsuru olarak kullanılmıştır.

Ankara, Batı'nın dünya siyasetindeki belirleyici rolünün farkındadır. Aynı zamanda bu belirleyici konumun başat aktörünün İngiltere olduğunun da farkındadır. Zira İngiltere müttefik ülkelerin lideri konumundadır (Sönmezoğlu, 2011: 190). Hatırlanacağı gibi Lozan görüşmelerinin kesildiği süreçte Türk basınının tepkisi İngiltere'den ziyade Fransa ve İtalya'ya olmuştur. Bu durumun bilinçli bir tercih olduğunu söylemek mümkündür. Zira Ankara esas pazarlığın müttefik ülkelerin tamamından ziyade İngiltere ile yapılması gerektiğinin farkındadır. İngiltere açısından bakıldığı zaman da Türkiye ile kurulan ilişkiler büyük ölçüde dönemin siyasal ortamının şartları ile doğrudan alakalıdır. İngiltere açısından da Türkiye ile ilişki kurmak kritik önemdedir. Zira, Milli Mücadele döneminde Türkiye'nin SSCB ile kurduğu ilişkiler İngiltere'yi tehdit edecek boyuta gelmiştir. Başta Boğazlar Meselesi olmak üzere Moskova'nın Türkiye üzerinden etki alanını genişletme ihtimali İngiltere'yi tedirgin etmiştir. Olası bir yeniden Türk-Sovyet ittifakını engellemek ve İngiltere'nin bölgedeki etkisini artırabilmesi için Türkiye ile yakınlaşmaya ihtiyacı bulunmaktadır. İngiltere'de yaşanan iç siyasal değişiklikler ve buna bağlı olarak yeniden "Türk dostluğu"na yönelik taleplerin ortaya çıkması da Türk-İngiliz ilişkilerinin Lozan gibi gergin bir dönemde dahi kopmasını engellemiştir (Kürkçüoğlu, 1978: 257-258).

Ankara açısından bakıldığı zaman İngiltere ile kurulan ilişkilerin bir başka boyutu daha bulunmaktadır. Dünya siyasetinde bağımsız bir devlet olabilmek için Lozan görüşmelerinin küresel ölçekte sağlayacağı meşru zemin Ankara'nın elini büyük ölçüde kuvvetlendirecektir. Bu nedenle Ankara genel olarak sorunların kaynağı olan bir düşman devlet gibi gözükmek istememiştir. Sıcak savaşın kesildiği noktada her ülke kendi ulusal çıkarları doğrultusunda bir uzlaşma talep etmektedir. Ankara da bu uzlaşmanın taraflarından biri olmak istemektedir. Batılı ülkelere özellikle de İngiltere'ye verilmek istenen mesaj, Türkiye'nin Batılı sistemin bir parçası olmaktan ziyade Batı'nın düşmanı bir devlet olmadığını anlatmaktır (Kürkçüoğlu, 1978: 279). Lozan'ın ikinci evresinin Ankara açısından bir kazanım haline gelmesi için idealize edilen Batı'nın sistemine dahil olmaya gerek bulunmamaktadır.

Batı ile kurulan ilişkilerin "idealler" temelinde mi yoksa "çıklarlar" temelinde mi olduğu sorusu bugüne kadar çok net bir cevap bulabilmiş değildir. Mevcut literatür bu soruyu genellikle ilk şıkla yanıtlama eğilimi göstermektedir. Müstakbel Türkiye Cumhuriyeti'nin Batı ile ilişkilerinin hangi boyutta olduğunun tespit edilebilmesi için öncelikle sorunun daha uzun bir süreç içinde incelenmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Bunun yanı sıra Batı kavramına olan eğilimin yüzyıllardır süregelen bir uygarlığı mı, yalnızca siyasal kültürünü ya da bilimsel ilerlemesini mi yoksa mevcut ülkelerle ilişki kurma halini mi yansıttığı da derinlemesine incelenmelidir. İzmir İktisat Kongresi gibi oldukça kısa süreli ve Lozan görüşmeleri bağlamında çözüm odaklı bir sürecin Batı ile ilişkilerdeki "ideal" yönlerini aramak oldukça zor görünmektedir. İzmir İktisat Kongresi, Lozan süreci ve buna bağlı gelişmeler ile birlikte değerlendirildiğinde elde edilen veriler Ankara açısından ideal olanı değil reel olanla ilgili daha çok bilgi sunmaktadır. İzmir İktisat Kongresi bir yönüyle de Lozan'da yapılan taktik ve diplomatik mücadelenin bir uzantısı niteliği taşımaktadır. Kongre sürecinden taktik ve çıkar odaklı birtakım hedeflere ulaşmaktan daha geniş ve sürece yayılmış bir anlam çıkarmak oldukça zor görünmektedir.

Sonuç

İzmir İktisat Kongresi, yalnızca alınan kararlar ile değil, kongrenin gerçekleştiği tarihten açılış konuşmalarına kadar bütünüyle bir anlam ifade etmektedir. Özellikle de kongre için seçilen tarih amacın yalnızca iktisadi meseleler olmadığı noktasında da önemli fikirler vermektedir. İzmir İktisat Kongresi'ne yalnızca bir iktisat kongresi olarak bakıldığı zaman dönemin iktisadi yönelimleri ve ülkenin iktisadi bilgi kapasitesi anlamında oldukça önemli ipuçları vermektedir. İttihat ve Terakki döneminden miras alınan "milli iktisat" kavramı kongrede ağırlığını hissettirmesine rağmen gerek dönemin ekonomi bilgisi gerekse ekonomi uzmanı eksikliği net bir şekilde kendisini göstermiştir. Bu durum da kongrenin her ne kadar bir iktisat kongresi olsa da geleceğe dönük, bütünlüklü ve derinlikli bir ekonomi programının oluşmasını engellemiştir.

Kongrede alınan kararlara bakıldığı zaman belirtildiği şekilde bir ekonomi politikasının oluşturulmasından ziyade önemli ölçüde topluma motivasyon aşılayan, çalışmanın ve üretmenin önemini anlatan ifadeleri görmek mümkün olacaktır. Dönemin temel iktisadi yönelimleri çeşitli hareket noktaları ortaya koyabilmiştir. Fakat bu noktalar Balkan Savaşları ve 1. Dünya Savaşı sürecinde yaşanan tecrübelerden hareketle ortaya çıkan "milli iktisat" anlayışının devamı niteliğindedir. İzmir İktisat Kongresi'nin önceki dönemden farklı olmasını sağlayan husus ise ekonominin belirleyiciliği ve iktisadi sömürü konularında açılış konuşmasında yaptığı net vurgular olmuştur.

Kongrenin yapıldığı zaman ve özellikle de Mustafa Kemal Atatürk'ün açılış konuşmasına bakıldığında kongrenin dış politik amacı da net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Atatürk, tıkanan Lozan görüşmelerinin

arasında düzenlediği bu kongrede Türk tarafının taleplerinin daha net ve kararlı bir şekilde dünya kamuoyuna duyurma ihtiyacı hissetmiştir. Kongre bir taraftan Lozan görüşmeleri ile ilgili sürece dolaylı bir müdahale niteliği taşımakta öte yandan da resmen kurulacak olan Türkiye Cumhuriyeti'nin rejimi konusunda da çeşitli mesajlar içermektedir. Kongrenin iradesi, kurulacak rejimin neye benzeyeceğinden çok neye benzemeyeceğini ifade etmek istemiştir. Zira bu kongrenin de temelini oluşturan "bağımsızlık" vurgusu, mevcut sistemlere benzemeyen farklı ama milli ve yerli bir rejimin oluşması talebini beraberinde getirmiştir. Bu sebeple Türkiye'nin kendine ait bağımsız bir yol inşa etme ihtiyacını da bu kongre bağlamında görmek mümkün olacaktır. Lozan ve sonrası sürece bakıldığı zaman İzmir İktisat Kongresi'ni iradesinin bütünüyle dönemin iktidarı tarafından uygulanmadığı da görülecektir. Kapitülasyonların kaldırılmış olması Türk tarafı açısından oldukça önemli bir kazanım haline gelse de Osmanlı borçlarının kabul edilmesi ve Lozan sonrası imzalanan "Ticaret Sözleşmesi", oluşturulmak istenen milli bir iktisadi modelin gecikmesine de neden olmuştur. 1929 yılına kadar süren ve gümrük meselesinin merkezinde olduğu bu ekonomik rejimdeki değişiklik aynı yıl yaşanan Dünya Ekonomik Bunalımı'nın sonrasında uygulamaya geçen "Devletçi ekonomi" adı altında kendisini gösterecektir.

Kaynakça

- Ahmad, F. (2012). Modern Türkiye'nin Oluşumu. (Çev.Yavuz Alogan). İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Akyol, T. (2008). Ama Hangi Atatürk. İstanbul: Doğan Yayıncılık.
- Avcıoğlu, D. (1998). Türkiye'nin Düzeni Dün-Bugün-Yarın. İstanbul: Tekin Yayınevi.
- Boratav, K. (2006). Türkiye'de Devletçilik. Ankara: İmge Yayınları.
- Demirci, S. (2015). Belgelerle Lozan: Taktik-Stratejik-Diplomatik Mücadele 1922-1923. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Gencer, M. (2015). Jön Türk Modernizmi ve "Alman Ruhu": 1908-1918 Dönemi Türk-Alman İlişkileri Ve Eğitim. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Gönlübol, M., Sar, C. (2013). Atatürk Ve Türkiye'nin Dış Politikası (1919-1939). Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.
- İlhan, A. (2008). Hangi Atatürk. İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- İnan, A. (1989). İzmir İktisat Kongresi 17 Şubat-4 Mart 1923. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Karabekir, K. (2001). İktisat Esaslarımız: Hatıraları Ve Zabıtlarıyla 1923 İzmir İktisat Kongresi. İstanbul: Emre Yayınları.
- Kepekçi, Y. (1984). Türkiye Ekonomisi. Ankara: Savaş Yayınları.
- Keyder, Ç. (2011). Türkiye'de Devlet Ve Sınıflar. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Koraltürk, M., Çetin, C. (2013). "Türkiye'de Liberal İktisadi Düşünce". Murat Yılmaz (Ed.). Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt 7: Liberalizm (316-355). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kuruç, B. (2012). Mustafa Kemal Döneminde Ekonomi: Büyük Devletler Ve Türkiye. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kürkçüoğlu, Ö. (1978). Türk-İngiliz İlişkileri (1919-1926). Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Oksaçan, H. E. (2016). "Kadro" Dergisi Ve İktisadi Devletçilik. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Oran, B. (2003). "Türk Dış Politikasının Teoriği ve Pratiği", Baskın Oran (Ed.). Türk Dış Politikası Cilt 1:1919-1980 (19-53). İstanbul. İletişim Yayınları
- Ökçün, A. G. (1997). Türkiye İktisat Kongresi 1923-İzmir: Haberler-Belgeler-Yorumlar. Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu Yayınları.
- Pamuk, Ş. (2015). Türkiye'nin 200 Yıllık İktisat Tarihi. İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Sonyel, S. (2013). Türk Kurtuluş Savaşı Ve Dış Politika Cilt 2. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Sönmezoğlu, F. (2011). İki Savaş Sırası Ve Arasında Türk Dış Politikası. İstanbul: Der Yayınları.
- Şahinkaya, S. (2009). Gazi Mustafa Kemal Ve Cumhuriyet Ekonomisinin İnşası. Ankara: Odtü Yayıncılık.

Timur, T. (2001). Türk Devrimi Ve Sonrası. Ankara: İmge Yayınları.

Toprak, Z. (2012). Türkiye’de Milli İktisat 1908-1918. İstanbul: Doğan Yayıncılık.

Yıldırım, N. (2006). Atatürk’ün İktisadi Egemenlik İlkesinin Kalkınma Politikaları. Ankara: Platin Yayınları.

TÜRKİYE’DE SİYASİ PARTİLERİN KAPATILMASI REJİMİNDE SON DÖNEMDE YAŞANAN GELİŞMELER

Hakan Sabri ÇELİKİYAY

Yrd. Doç. Dr., Trakya Üniversitesi, İ.İ.B.F.

hakancelikyay@yahoo.com

Rengül EKİZCELEROĞLU

Yrd. Doç. Dr., Trakya Üniversitesi, İ.İ.B.F.

rengulekizceleroglu@trakya.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışmanın amacı Türkiye’de siyasi partilerin kapatılması rejiminde son dönemde yaşanan gelişmeleri Avrupa standartlarıyla karşılaştırmalı olarak ortaya koymaktır.

Yöntem: Mevzuat ve mahkeme kararları incelemesi ile literatür araştırması gerçekleştirilmiştir.

Bulgular: Türkiye’de siyasi partilerin kapatılması açısından mevzuatta bir takım iyileştirmeler yapıldığı ancak buna rağmen Avrupa standartlarının oldukça gerisinde kaldığı tespit edilmiş, AİHM kararları ışığında yeni bir siyasi partiler kanunu yapılması ve Anayasa Mahkemesi içtihadının AİHM kararları ve uluslararası hukuk standartlarıyla uyumlu hale getirilmesi gerekliliği ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Siyasi Partiler, Siyasi Partilerin Kapatılması, Anayasa Mahkemesi, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi

RECENT DEVELOPMENTS IN THE REGIME OF DISSOLUTION OF POLITICAL PARTIES IN TURKEY

Abstract

Objectives: The aim of this study is to compare recent developments in the regime of closure of political parties in Turkey with European standards.

Methods: Examination of legislation and court decisions and literature survey has been conducted.

Results: The study determines that a number of improvements have been made in the legislation in terms of the closure of political parties in Turkey but it has been found to be far behind European standards and it is necessary to make a new political party law in the light of ECtHR judgments and to make the Constitutional Court case law harmonized with ECtHR judgments and international legal standards.

Key Words: Political Parties, Dissolution of Political Parties, Constitutional Court, European Court of Human Rights

Giriş

Günümüzde modern demokrasi denince onun ayrılmaz bir parçası olarak akla ilk gelen kuruluşlar siyasi partiler olmaktadır. Siyasi partiler demokrasinin işleyişi için öylesine önemlidirler ki modern demokrasinin “partiler demokrasisi” olarak anıldığına rastlamak mümkündür (Özbudun, 1977: 162; Hatipoğlu, 2009: 237). Öte yandan, 2000’li yıllara gelindiğinde siyasi partiler pek çok ülkede yaygın bir şekilde itibar kaybına uğramış, siyasi partilere ve siyasetçilere duyulan güven büyük ölçüde güvensizliğe dönüşmüş[1], partiler hem yapısal, hem işlevsel anlamda önemli değişikliklere uğramış, deyim yerindeyse aşınmıştır (Linz, 2002: 291-301; Crotty, 2006: 501; Ignazi, 1996: 549-553). Ancak siyasi partiler halen temsili demokrasinin işletilebilmesi için zorunlu kuruluşlar olarak varlıklarını sürdürmektedir ve oy verme yoluyla temsil mekanizmasını işletebilecek güçte alternatifleri de bulunmamaktadır. Demokrasi için bu kadar önemli kabul edilen siyasi partilerin serbestçe kurulup, faaliyetlerine devam edebilmeleri büyük önem taşımakta ve buna uygun olarak da pek çok ülkede çeşitli hukuki düzenlemeler ile bir güvence sağlanmaktadır. Ancak, devletlerin demokratik, laik ve hukuk devleti niteliklerinin korunması için bu kuruluşların denetlenmeleri, devletin sayılan nitelikleri açısından tehlike oluşturmaları halinde ise çeşitli yaptırımlara tabi tutulmaları gerektiği görüşü de yaygın olarak kabul görmektedir. Diğer bir deyişle siyasi partilerin serbestçe kurulma ve siyasi iktidar için mücadele etme hakları, demokratik düzene zarar verme hürriyetini kapsayacak kadar geniş yorumlanmamaktadır. Öte yandan, siyasi partilere uygulanacak yaptırımların orantısız olması ise demokratik düzene zarar verebileceğinden, denetim mekanizmasının nasıl işletildiği ve kapatma yaptırımına konu olabilecek yasakların ne şekilde düzenlendiği büyük önem taşımaktadır.

Bir yandan demokratik düzenin sağlıklı işleyebilmesi için siyasi partilerin serbestçe kurulup faaliyette bulunabilmesi gerekliliği, diğer yandan demokratik düzen açısından tehdit oluşturmaları halinde yasaklanmaları ve/veya kapatılmaları gerekliliğinin oluşturduğu ikilem, her devletin kendine özgü hukuki düzenlemeleri ile çözülmeye çalışılmaktadır. Şüphesiz, demokratik düzen içinde ortaya çıkan “antidemokratik partiler” olgusunun çözüme kavuşturulmasında, anayasal ve liberal yönleri güçlü demokrasileri hareket noktası olarak kabul etmek gerekmektedir. Bu konuda, insan haklarının hukuksal açıdan korunması konusunda en güçlü uluslararası belge niteliğindeki Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi (AİHS) ve bu sözleşmeyi yorumlarıyla geliştiren Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM)’nin içtihatlarıyla (Turhan, 2001) da ideal bir takım ölçütlerin geliştirildiği söylenebilir. Nitekim siyasi partiler, Türkiye’de de artık iç hukukun bir parçası olan ve yargı yerlerince özellikle ve öncelikle uygulanmak durumunda olan AİHS’nin koruması altındadırlar.

AİHS’de siyasi partilere ilişkin özel bir hüküm yer almamakla birlikte, siyasi partiler Sözleşmenin “toplantı ve dernek kurma özgürlüğü” başlığını taşıyan 11. maddesi ile “ifade özgürlüğü” başlığını taşıyan 10. maddesi kapsamında değerlendirilmektedirler. AİHM de Sözleşmeyi yorumlarken siyasi partileri demokrasinin işleyişi açısından vazgeçilmez kabul etmekte ve kuruluş ve faaliyetleri bakımından geniş güvencelerden yararlanmalarını ve zorunlu olmadıkça özgürlüklerinin kısıtlanmaması gerektiğini savunmaktadır (Uygun, 2000: 257). AİHM’nin neredeyse Türkiye’de kapatılan siyasi partilere ilişkin gördüğü davalarından oluşan bu yöndeki içtihadı (Turhan, 2002) Avrupa Konseyine bağlı ‘Hukuk Yoluyla Demokrasi Komisyonu’nun (Venedik Komisyonu) “*Siyasal Partilerin Yasaklanması, Kapatılması ve Benzer Önlemler Hakkında Temel İlkeler*” adlı raporunda da özlü bir şekilde yer almaktadır. Buna göre siyasi partilerin kapatılması ancak siyasi partilerin antidemokratik ve totaliter amaçlarla özgürlükçü demokratik düzeni yok etmeye yönelmiş olmaları, bu doğrultuda şiddet kullanılmasını savunmaları ya da şiddeti politik bir araç olarak kullanmaları, bu yönde ciddi bir tehlike oluşturmaları, tehlikenin daha hafif önlemlerle giderilmesinin mümkün olmaması hallerinde kabul edilebilir bir yaptırımdır.

Türkiye’de de gerek Anayasa’da, gerek Siyasi Partiler Kanunu’nda siyasi partiler “demokrasinin vazgeçilmez unsurları” olarak kabul edilmekte, ancak partilere getirilen yasaklar ve parti kapatma yaptırımına neden olabilecek fiiller düzenlenirken Avrupa standartlarından oldukça uzaklaşmaktadır. AİHM parti kapatma yaptırımına “son çare” olarak başvurulabileceğini kabul ederken, tarihsel süreçte Türkiye’de siyasi partilerin Anayasa Mahkemesince kapatılması statükonun ya da sistemin sıradan bir reaksiyonu haline gelmiştir (Algan, 2001: 829). Nitekim Avrupa Konseyi’nin 2008 yılı Parlamenterler Meclisi görüşmesinde “Türkiye’de Demokratik Kurumların İşleyişi: Güncel Gelişmeler” isimli 1622 numaralı kararının 12. maddesinde Türkiye’nin siyasi parti kapatma konusunda adeta bir “miras”ı olduğu, AİHM tarafından Türkiye’deki siyasi parti kapatmalarıyla ilgili olarak görülen davaların neredeyse hepsinde AİHS’nin 11. maddesinin ihlal edildiği vurgulanmaktadır (Council of Europe, 2008). Gerçekten de ilki 1954, sonuncusu 2009 yılında olmak üzere günümüze dek Türkiye’de 28 siyasi parti kapatılmıştır (TBMM Araştırma Merkezi, 2008: 36-39). Bu noktada Türkiye’de parti kapatma yaptırımına diğer ülkelere kıyasla daha sık başvurulmasının Türkiye’deki

demokratik standartların düzeyinin düşük olmasından mı, yoksa Türkiye’de kapatılan siyasi partilerin demokratik standartlar dışına çıkmasından mı kaynaklandığı sorusu akla gelebilir. Kanaatimizce Türkiye’deki siyasi parti yasakları ile ilgili anayasal ve yasal düzenleme ile yargı organlarının içtihatlarının demokratik standartlar ile uyumlu olduğunu söylemek mümkün değildir. Diğer taraftan, kapatılan siyasi partilerin en azından bazılarının özellikle terör faaliyetleri ile aralarına mesafe koyma konusunda yeterli hassasiyeti göstermedikleri ve bu nedenle demokratik değerleri ihlal ettikleri sonucuna da varmak mümkündür. Ancak zaman içinde gerek AİHM’nin Türkiye’deki parti kapatmalarına ilişkin kararları, gerek Venedik Komisyonu’nun konuya ilişkin raporları, gerekse de ulusal konjonktürün etkisiyle Türkiye’de siyasi partilerin yasaklanması ve kapatılmasına ilişkin bir takım anayasal ve yasal iyileştirmeler yapılmıştır. Bu süreç, yapılan hukuki düzenlemeler ve konuya ilişkin son dönemlerde AİHM’de görülen davalar ışığında aşağıda kısaca incelenmektedir. Ayrıca Türkiye’de parti yasakları ve kapatılmaları rejiminde gelinen nokta da Avrupa standartlarıyla karşılaştırmalı olarak değerlendirilmektedir.

1. Türkiye’de Siyasi Parti Yasakları ve Parti Kapatma Nedenleri

Türkiye’de siyasi partilerin anayasal düzeyde düzenlenmesi ilk kez 1961 Anayasası ile gerçekleşmiştir. 1961 Anayasası öncesinde siyasi partiler dernekler ile aynı hukuki statüde değerlendirilirken, 1961 Anayasası’nın 56 ve 57. maddeleri siyasi partiler ile ilgili özel hükümlere, bu arada, siyasi parti yasaklarına da yer vermiştir. Ancak, anayasal hükümlerin yasal düzeyde somutlaştırılması 13.07.1965 tarih ve 648 sayılı Siyasi Partiler Kanunu (R.G., 16.07.1965, Sayı 12050) ile olmuş, siyasi partilerle ilgili yasakların uygulanmaya başlaması da yasal düzenlemenin yürürlüğe girmesinden sonra söz konusu olmuştur. Diğer taraftan, 1961 Anayasası ile kurulan Anayasa Mahkemesi (AYM), siyasi parti yasakları ve parti kapatma davalarında da görevli mahkeme olarak belirlenmiştir. Böylece, siyasi partilerin anayasal düzeyde düzenlenmesi ve kapatma davalarının diğer mahkemeler yerine AYM’nin görev alanına bırakılması, partiler için önemli bir güvence olarak düşünülmüştür. Siyasi partilerin derneklerden ayrı bir hukuki statüde ele alınmasının ve anayasal düzeyde düzenlenmesinin, Avrupa’da İkinci Dünya Savaşı sonrasında gerçekleştiği dikkate alındığında, Türkiye’deki pozitif hukuk düzenlemelerinin bu süreç ile uyumlu olduğunu söylemek mümkündür. 1961 Anayasası’nın yürürlükte kaldığı dönemdeki uygulamaya bakıldığında, siyasi parti kapatma davalarının *laik devlet niteliğinin korunması*, *milli devlet niteliğinin korunması* ve *demokratik düzenin korunması* başlıklarında toplandığı söylenebilir. 1982 Anayasası ile karşılaştırıldığında, 1961 Anayasası döneminde “az sayıda” partinin kapatıldığını söylemek de mümkündür.

1982 Anayasası’nın değişiklikler yapılmadan önceki orijinal halinde, siyasi parti yasakları genel olarak 68 ve 69. maddelerde düzenlenmiştir. Bu maddelerde yer alan yasaklar ilk bakışta 1961 Anayasası hükümleri ile benzerlik gösterse de, esasen yasaklar daha da genişletilmiş, açık ve tutarlı bir şekilde düzenlenmemiştir. Bu durum uygulama açısından ciddi sorunları beraberinde getirmiştir. Diğer taraftan, 22.04.1982 tarih ve 2820 sayılı Siyasi Partiler Kanunu (R.G., 24.04.1983, Sayı 18027) siyasi parti yasaklarını Anayasa hükümlerine göre daha da genişletmiş, anayasal yasakları aşan kanun hükümleri uygulamada da etkili olmuştur. 1982 Anayasası da siyasi partilerle ilgili davalara bakma görevini AYM’ne vermiştir. Bu dönemde AYM tarafından görülen kapatma davalarının genel olarak *milli devlet niteliğinin (devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünün) korunması* ve *laik devlet niteliğinin korunması* nedenlerine dayandığı görülmektedir. 1961 Anayasası döneminde *demokratik düzenin korunması* nedenine dayanarak kapatılan- sınıf egemenliğini savunduğu iddia edilen- siyasi partilerle ilgili yasaklayıcı hükümler 1982 Anayasası’nda ve 2820 sayılı Siyasi Partiler Kanunu’nda bulunmakla beraber, AYM 1982 Anayasası döneminde verdiği kararlarda bu kapatma nedeni açısından özgürlükçü bir yaklaşım sergilemiştir. AYM’nin sınıf partilerine ilişkin içtihat değişikliğini, sosyalist blok ülkelerinde yaşanan değişimle birlikte, komünizmin “tehlike” olmaktan çıkmasına bağlamak mümkündür.

1982 Anayasası’nın uygulandığı ilk dönemde asıl dikkat çeken husus, siyasi parti kapatma davalarının ve kapatılan siyasi partilerin sayıca artmış olmasıdır. Ayrıca, siyasi partilerin eylemlerinden ziyade, tüzük ve programlarında yer alan hükümlerin kapatma davalarına dayanak teşkil etmesi de kayda değer olup, uluslararası hukuk standartlarıyla çelişkili bir durum yaratmıştır. 1982 Anayasası’nın orijinal metninde siyasi parti yasaklarının ihlali halinde öngörülen tek yaptırımın “kapatma” olarak belirlenmesi de parti özgürlüğü açısından tehdit olarak yorumlanmaya müsait bir düzenleme olmuştur. Uygulamada çok sayıda siyasi partinin kapatılmış olması, bu tehdidin gerçekleştiğini açıkça göstermektedir. Ayrıca, siyasi partiler hakkında 2820 sayılı Kanunun dördüncü kısmında yer alan parti yasaklarının ihlali nedeniyle kapatma kararı verilebildiği gibi, bu kısım dışında kalan emredici hükümlere aykırılık nedeni ile de kapatma kararı verilmiştir. Siyasi partilerin tüzük, program ve diğer parti mevzuatı ile partinin yetkili organlarının beyanlarının yasakları ihlal

etmesi halinde 2820 sayılı Kanunun 101/a,b,c hükümleri gereğince partiler hakkında kapatma davası açılmış, siyasi partinin kanunsuz siyasi faaliyetlerin odağı olması halinde ise 103 ve 101/d hükümlerine göre kapatma davası açılması öngörülmüştür.

Buna karşılık dördüncü kısım dışında kalan emredici hükümlerin ihlali halinde, önce söz konusu ihlalin giderilmesi için Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısının istekte bulunması ya da AYM'nin ihlalin giderilmesi için ilgili partiye ihtar vermesi gerekmektedir. Bunlardan sonuç alınmaması halinde, ilgili partinin kapatılması için dava açılması öngörülmektedir. Yeri gelmişken belirtmek gerekir ki, siyasi partilerle ilgili yasakların ihlali halinde dava açma yetkisi Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısına verilmiştir. Adalet Bakanı veya başka bir siyasi parti, Cumhuriyet Başsavcısından dava açmasını talep edebileceği gibi, Başsavcı bir kapatma davasını kendi takdirine dayanarak ve herhangi bir siyasi kontrol ya da denge olmaksızın re'sen de açabilmektedir. Bu durum Avrupa standartlarıyla uyumsuzdur. Zira parti kapatmaya ilişkin kuralları bulunan Avrupa ülkelerinde bu gibi bir davayı açma kararı demokratik siyasi kurumlara bırakılmıştır veya en azından bir takım demokratik denetim unsurlarına tabidir (TBMM Araştırma Merkezi, 2006).

Kısacası, Anayasa ve 2820 sayılı Kanunda yer alan yoğun yasaklama rejimi AYM kararları ile birleşince siyasi parti özgürlüğü üzerinde ciddi bir sınırlayıcı etkisi olmuştur. Gerek mevzuat, gerekse AYM kararları demokratik ölçütlere uymadıkları için çeşitli eleştirilere uğramıştır. Bu eleştiriler sonuç vermiş ve 1995 yılında yapılan anayasa değişiklikleri sırasında siyasi partilerle ilgili hükümlerde siyasi parti özgürlüğü lehine önemli düzenlemeler yapılmıştır (23.07.1995 tarih ve 4121 sayılı Kanun: R.G., 26.07.1995, Sayı 22355). Bu bağlamda, Anayasa'nın 68 ve 69. maddelerinde yapılan değişiklikler ile "siyasi parti yasaklarının anayasa ile sınırlılığı" ilkesi benimsenmiştir. Bu anayasa değişikliklerinin 2820 sayılı Kanuna yansıtılması ancak 1999 yılında yapılan yasal düzenleme ile gerçekleştirilmiş (12.08.1999 tarih ve 4445 sayılı Kanun: R.G., 14.08.1999, Sayı 23786), ancak bu yasal düzenlemeler anayasa değişikliğinin gereklerini tam olarak kanuna yansıtamamıştır.

2001 yılında yapılan anayasa değişikliği ile siyasi partilerin kapatılmasında "yasaklara aykırı eylemlerin odağı olması" belirleyici bir ölçüt olarak anayasaya eklenmiştir (03.10.2001 tarih ve 4709 sayılı Kanun: R.G., 17.10.2011, Sayı 24556). Bu düzenleme, AYM'nin kapatma davasını gördüğü siyasi partinin gerçekten yasaklanmış eylemlerin odağı olup olmadığına ilişkin takdir yetkisini kısıtlama amacıyla yapılmış olmakla birlikte, gerçekte AYM'nin parti kapatma kararı vermesini pek de zorlaştırmamıştır (Öden, 2003). Bu durumda sorunun kaynağının Anayasa'nın 69. maddesi değil, Anayasa Mahkemesi'nin kendisi olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Gözler, 2001: 40-41).

Yapılan önemli bir diğer değişiklik ise yasakları ihlal eden partiler için kapatma yaptırımının tek yaptırım olmaktan çıkartılması olmuştur. Yeni düzenleme ile partinin devlet yardımından kısmen ya da tamamen yoksun bırakılması şeklinde yeni bir yaptırım getirilmiştir (AY.md.69/7). Kapatmadan çok daha hafif sayılabilecek bu yaptırımın getirilmesi olumlu bir gelişme olmakla birlikte, bir takım haklı eleştirilere de uğramıştır. Yaptırımın sadece devlet yardımından yararlanabilen partilere uygulanabilecek olması ve alınan oylara göre belirlenen devlet yardımı miktarlarının farklı olmasından kaynaklanacak eşitsizlik eleştirilerin başında yer almaktadır.

Diğer taraftan, AYM'nin kapatma kararı verebilmesi için gereken oy sayısı 3/5 olarak düzenlenmiş[2], parti kapatma için salt çoğunluk değil, daha büyük çoğunluğun aranması benimsenerek olumlu denilebilecek bir adım atılmıştır. Nitekim Adalet ve Kalkınma Partisi'nin kapatılması davasında parti, kapatılmaktan bu yeni düzenleme sayesinde kurtulmuştur. Siyasi parti özgürlüğü lehine yapılan 2001 anayasa değişiklikleri, 2820 sayılı Kanunda 2002 yılında yapılan değişikliklerle yer bulmuştur (26.03.2002 tarih ve 4748 sayılı Kanun: R.G., 09.04.2002, Sayı 24721). Keza, 2820 sayılı Kanunda 2003 yılında yapılan değişiklikle parti yasakları ile ilgili yeni anayasal hükümleri somutlaştırıcı düzenlemeler kanuna eklenmiştir.

2. Mevzuat Değişiklikleri Sonrasında Türkiye'de Parti Kapatma Rejimi

1995 yılından itibaren Anayasa ve 2820 sayılı Siyasi Partiler Kanunu'nda yapılan olumlu değişikliklere rağmen, siyasi parti kapatma davaları sayıca azalmakla beraber, AYM önüne gelmeye devam etmiş, özellikle bazı davalar kamuoyu gündeminde yoğun biçimde yer almıştır. Bu bağlamda koalisyon iktidarının büyük ortağı iken *Refah Partisi*[3] hakkında verilen kapatma kararı ve yine tek başına iktidar iken aleyhine dava açılan *Adalet ve Kalkınma Partisi*[4] hakkında verilen devlet yardımından yoksun bırakılmasına ilişkin karar özellikle dikkat çekicidir. Her iki parti hakkında açılan davalar, partilerin *laiklik ilkesine aykırı eylemlerin odağı* haline geldiği iddiasını dayanmaktadır. Bunlardan Refah Partisi, konuyu AİHM'ne de taşımış, ancak AİHM Türkiye'de kapatılan diğer siyasi partilere ilişkin kapatma yaptırımlarını Sözleşmeye aykırı gördüğü halde,

Refah Partisi kararında Türkiye lehine karar vermiş, Sözleşmeye aykırılık tespitinde bulunmamıştır. Bu durumda, AİHM'nin bölünmezlik ilkesine aykırı partilere yönelik örgütlenme özgürlüğünü geniş biçimde yorumlayan yaklaşımından, laikliğe aykırı partiler söz konusu olduğunda uzaklaştığını söylemek mümkündür. AİHM, Türkiye'deki din eksenli siyasi partileri, kategorik olarak demokratik siyasi sistemin dışında görme eğilimindedir.

1995 anayasa değişiklikleri sonrasında da bölünmezlik ilkesine aykırılık siyasi partiler için bir kapatma nedeni olarak uygulanmaya devam etmiştir. *Emek Partisi*[5] programında yer alan hükümlerin bölünmezlik ilkesine aykırı olması nedeniyle, *Halkın Demokrasi Partisi*[6] ise bölünmezlik ilkesine aykırı eylemlerin odağı haline gelmesi gerekçesiyle kapatılmıştır. *Hak ve Özgürlükler Partisi*[7] aleyhine partinin tüzük ve programında yer alan hükümlerin bölünmezlik ilkesine aykırı olması iddiasıyla açılan dava, söz konusu hükümler nedeniyle parti hakkında kapatma kararı verilmesinin örgütlenme ve ifade özgürlüğüne ağır bir müdahale oluşturacağı ve kapatma ya da yerine başka bir yaptırım uygulanmasının demokratik bir toplumda zorunlu bir tedbir niteliğinde görülmeyeceği gerekçesiyle reddedilmiştir. Bu davada AYM üyelerinin çoğunluğu partinin anayasal hükümleri ihlal ettiği sonucuna ulaşmışlarsa da, kapatma kararı için Anayasanın aradığı nitelikli çoğunluk sağlanmadığından davanın reddine karar verilmiştir. Bu dönemde *Demokratik Toplum Partisi*[8] de bölünmezlik ilkesine aykırı eylemlerin odağı haline geldiği gerekçesiyle kapatılmıştır. *Türkiye Sosyalist İşçi Partisi*[9] hakkında AY.md.68/4'de yer alan yasaklardan, "sınıf diktatörlüğünü savunma ve yerleştirmeyi amaçlama" ve "suç işlenmesine teşvik etmek" eylemlerinin odağı olduğu iddiasıyla dava açılmışsa da, tek bir eylem nedeniyle açılan davada, odaklaşma için zorunlu olan "yoğunluk" ve "kararlılık" unsurları gerçekleşmediği için davanın reddine karar verilmiştir. Böylece, 1995 anayasa değişikliği sonrasında AYM'nin içtihadını daha özgürlükçü bir çizgiye taşımaya başladığını söylemek mümkün hale gelmiştir.

Diğer taraftan, 2820 sayılı Kanunun bazı hükümleri de anayasaya aykırı hale geldikleri için AYM tarafından iptal edilmiş, böylece, 2820 sayılı Kanunda yer alan ve anayasal yasakları aşan yasakların temizlenmesinde AYM önemli bir rol oynamıştır. Oysa bu hükümlerin temizlenmesi öncelikle yasama organından beklenen bir görevdir. AYM, kapatma yaptırımı yerine devlet yardımından yoksun bırakma kararı verilmesine olanak sağlayan 2820 sayılı Kanunun 101. maddesinin son fıkrasında yer alan hükmü, yoksun bırakılacak devlet yardımını belirleme yetkisinin Anayasa ile AYM'nin takdirine bırakıldığı, oysa anılan hükümde AYM'nin takdir yetkisine sınırlama getirildiği gerekçesiyle iptal etmiştir[10]. Bu bağlamda AYM, 2820 sayılı Kanunun 101. maddesinde yer alan yasaklara aykırılık nedeni ile yaptırım uygulanmasına olanak veren durumlar dışında, diğer emredici hükümlerin ihlali halinde uygulanması gereken prosedürü düzenleyen 104. maddenin 2. fıkrasının ikinci cümlesini de iptal etmiştir. Bu fıkra, yasaklara aykırılığın giderilmesi için partiye AYM kararı ile ihtar verilmesi, ihtar kararının yerine getirilmemesi halinde ise kapatma ya da devlet yardımından yoksun bırakılması yaptırımı uygulanması öngörülmekteydi. AYM, ihtarın gereğinin yerine getirilmemesi halinde yaptırım uygulanmasını öngören ikinci cümleyi, anılan hükümde Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısına dava açmak hususunda takdir yetkisi tanınmış olmasının Anayasanın 10. maddesinde yer alan eşitlik ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle iptal etmiştir[11]. AYM, 2820 sayılı Kanunun seçimlere katılmama nedeniyle siyasi partilerin kapatılmasına olanak veren 105. maddesini de Anayasada sınırlı sayıda olarak belirlenen kapatma nedenleri arasında yer almadığı gerekçesiyle iptal etmiştir[12]. AYM, siyasi partinin kapanma kararı almasının, parti hakkında açılan kapatma davası sonucunda verilen kapatma hükmünün sonucuna etkili olamayacağına dair 2820 sayılı Kanunun 108. maddesini de iptal etmiştir. Mahkemeye göre, asıl sorumlu olan parti tüzel kişiliğinin hukuki ve fiilî varlığı sona erdirilmiş olsa bile, açılmış kapatma davasının sürdürülmesine imkân tanıyan kural, Anayasada güvence altına alınmış siyasi haklara ikincil yaptırımlarla ölçsüz bir müdahale sonucunu doğurabilecek nitelikte olduğundan hukuk devleti ilkesine aykırı olup, iptali gerekir. Böylece, 2820 sayılı Kanunun bahsi geçen hükümlerinin iptali ile bu hükümlere dayanarak açılmış bazı kapatma davaları da konusuz kalmış, ayrıca kanunun Anayasa ile uyumu ile ilgili adımlar atılmıştır.

2010 yılında yapılan anayasa değişikliğine ilişkin teklif metninde yer alan ve Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısının kapatma davası açılması talebinin TBMM'de oluşturulacak bir komisyonun iznine bağlayan hüküm daha sonra kanunlaşmamış ise de, üzerinde durulmayı gerektirecek niteliktedir[13]. Bu hükme göre, TBMM'de gurubu bulunan partilerin beşer üye ile temsil edileceği komisyon, üye tamsayısının üçte iki çoğunluğu ile karar vermedikçe kapatma davası açılmayacaktır. Bu düzenleme, uluslararası hukuk standartları ile uyumlu niteliktedir. Ancak Türkiye'deki yerleşik uygulama ile uyumsuz olduğundan ve özellikle yasama-yargı ilişkileri açısından sakıncalı görüldüğünden kabul görmemiştir. Buna karşılık, 2010 Anayasa değişikliği ile Anayasanın 84. maddesinin son fıkrası yürürlükten kaldırılmış olup, bu fıkra partisinin kapatılmasına beyan ve eylemleri ile sebep olan milletvekilinin milletvekilliğinin düşmesini hükme

bağlamaktaydı. Bu düzenleme eleştiriye açık olup, parti kapatma yaptırımını yerine, kapatmaya konu olan eylemlerden sorumlu olanlara yaptırım uygulanmasına dair uluslararası standartla çelişki halindedir. 2010 yılında yapılan/yapılmayan bahsi geçen anayasal düzenlemeler, kendisi de parti kapatma davasına muhatap olmuş iktidardaki Adalet ve Kalkınma Partisi'nin bir tepkisi niteliğinde olup, parti tüzel kişiliğini ve partinin kapatılması halinde mevcut milletvekillerini koruma amacını taşımaktadır.

Sonuç Yerine

Anayasa ve 2820 sayılı Kanunda yapılan yukarıda yer verilen değişiklikler genel olarak olumlu olmakla beraber, siyasi partilerin güvenceye kavuşturulması için yeterli olmamış, kapatma davaları, sayıca azalsa da devam etmiş ve AYM tarafından kapatma kararları verilmiştir. Bu durum, mevzuat değişikliklerinin yeterli olmadığını, AYM'nin de içtihadını değiştirmeye ihtiyacı olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, yukarıda değinilen *Hak ve Özgürlükler Partisi* ve *Türkiye Sosyalist İşçi Partisi* kararları olumlu yöndeki değişimin izlerini taşımaktadır. Anayasanın 90. maddesinde 2004 yılında yapılan değişiklikte temel hak ve özgürlüklerle ilgili uluslararası sözleşmelerin kanunlardan üstün tutulmasına ilişkin düzenleme dikkate alındığında, AYM'nin içtihadında AİHS hükümlerini ve bunları somutlaştıran AİHM kararlarını kullanması olumlu sonuçlar verecektir.

Diğer taraftan, son yıllarda AYM'de açılan parti kapatma davalarında ve verilen kapatma kararlarında sayıca azalma görülmekle beraber, bu durumun salt mevzuattaki olumlu değişikliklerden kaynaklandığını söylemek güçtür. Bu durum kısmen de olsa konjonktürel bağlantılıdır. 2002 yılından bu yana kendisi de kapatma davasına muhatap olan ve devlet yardımından yoksun bırakılma yaptırımını uygulanan Adalet ve Kalkınma Partisi iktidarı devam etmektedir. Esasen, mevzuattaki iyileştirmelerin bir bölümü, bu partinin iktidarı döneminde yapılmıştır. Öte yandan, daha önce bölünmezlik ilkesinin ihlali gerekçesiyle kapatılan siyasi partilerle aynı çizgideki siyasi partiler hakkında kapatma davası açılmadığı da görülmektedir. Şu an gündemde olmamakla beraber, 2016 yılında yapılan genel seçimlerin öncesine kadar devam eden PKK terör örgütüyle yürütülen görüşmeler, bu partinin siyasi uzantısı olarak değerlendirilen ve bölünmezlik ilkesinin ihlali gerekçesiyle kapatılan siyasi partilerin çizgisinde görünen Halkların Demokratik Partisi'ne de bir güvence sağlamış, bu parti hakkında kapatma davası açılmamıştır. Gerek iktidar partisi Adalet ve Kalkınma Partisi'nden, gerekse bu partinin genel başkanı ve başbakan iken cumhurbaşkanı olarak seçilen Recep Tayyip Erdoğan'dan gelen açıklamalar da partiler hakkında kapatma yaptırımının uygulanmasının arzu edilmediğini göstermektedir. Ancak, bu konjonktürün değişmesi halinde, yeniden parti kapatma davalarıyla karşılaşılacağı düşünülebilir. Diğer taraftan konjonktürel nedenlerin yanında, iktidardaki değişimden kaynaklanacak yaklaşım farklılıklarının, iktidar partilerinin öznel ve çoğu zaman da siyasi hesaplar ile konuyu ele almalarının da gelecekteki hukuki düzenlemeleri ve uygulamayı etkileme potansiyeli bulunmaktadır. Dolayısıyla, konjonktürdeki değişimin tek başına siyasi parti özgürlüğü açısından yeterli bir direnç sağlaması güç görünmekte olup, asıl hedef siyasi parti yasakları alanında tam bir kurumsallaşma sağlamak olmalıdır.

Geçmiş yıllarda mevzuatta yapılan ve kapatma kararı verilmesini güçleştiren değişikliklere rağmen AYM'nin bir süre daha kapatma kararı vermeye devam etmesi, AİHM içtihatlarıyla uyumlu olmadığı gibi, AYM ile TBMM arasındaki bir yaklaşım farklılığını da ortaya koymaktadır. Son yıllarda yapılan anayasa değişikliği ile AYM'nin yapısının ve üye kompozisyonunun değişmiş olması, en azından bugün için bahsi geçen yaklaşım farklılığını büyük ölçüde ortadan kaldırmış gibi görünmektedir.

Diğer taraftan, bugüne kadar yapılan anayasa değişikliklerinin gereklerinden Siyasi Partiler Kanununa yansıtılanların yeterli olduğunu savunmak güçtür. Kanunda yapılan bazı değişiklikler sistematik açısından sorun yaratmıştır. Ayrıca, Kanunun anayasaya aykırı hale gelen bazı hükümleri de varlığını sürdürmektedir. Bu durumda, AİHM kararları ışığında yeni bir siyasi partiler kanunu yapılması ve AYM içtihadının AİHM kararları ve uluslararası hukuk standartlarıyla uyumlu hale getirilmesi öncelikli sorunlar olarak varlığını korumaktadır.

Son Notlar

[1] Uluslararası Şeffaflık Örgütü'nün 2013 yılı Küresel Yolsuzluk Barometresinde katılımcı 107 ülkenin 51'inde halkın gözünde "en yozlaşmış kurumlar" olarak siyasi partilerin ilk sırada yer aldığı görülmektedir.

[2] Bu konuyu düzenleyen AY.md.149 hükmü 2010 yılında yeniden düzenlenirken, bahsi geçen oran 2/3 olarak belirlenmiştir. Bu konuda bkz. 05.07.2010 tarih ve 5982 sayılı Kanun, Resmi Gazete, 13.05.2010, Sayı 27580.

[3] Erişim: 12.02.2017, <http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/0acac7b9-4875-4c09-a89d-16336ed73728?excludeGerekce=False&wordsOnly=False>

[4] Erişim: 12.02.2017, <http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/5664600f-6ce5-4b3b-885f-6a936d14abe2?excludeGerekce=False&wordsOnly=False>

[5] Erişim: 13.02.2017, <http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/f0783b6e-e791-4cd3-b6dc-e734fd6f8b39?highlightText=emek%20partisi&excludeGerekce=False&wordsOnly=False>

[6] Erişim: 14.02.2017, <http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/edb5ab7a-0fd0-45ee-b448-d8d6c6795f8c?highlightText=emek%20partisi&excludeGerekce=False&wordsOnly=False>

[7] Erişim: 16.02.2017, <http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/c7840e39-c482-4164-ab0b-1594257118c3?highlightText=hak%20ve%20%C3%B6zg%C3%BCrl%C3%BCkler%20partisi&excludeGerekce=False&wordsOnly=False>

[8] Erişim: 16.02.2017, <http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/bcc31b06-16c4-46cf-8c82-e293fbfce13e?highlightText=demokratik%20toplum%20partisi&excludeGerekce=False&wordsOnly=False>

[9] Erişim: 17.02.2017, <http://www.kararlaryeni.anayasa.gov.tr/Karar/Content/6ac8393f-e6f1-4b2f-9f61-ef79c69f2a24?highlightText=t%C3%BCrkiye%20sosyalist%20i%C5%9F%C3%A7i%20partisi&excludeGerekce=False&wordsOnly=False>

[10] Esas Sayısı:2002/104, Karar Sayısı:2003/72, Karar Tarihi: 16.07.2003, Resmi Gazete,06.12.2005, Sayı 26015.

[11] Esas Sayısı:2008/5, Karar Sayısı:2009/81, Karar Tarihi: 11.06.2009, Resmi Gazete, 07.07.2009, Sayı 27281.

[12] Esas Sayısı:2003/21, Karar Sayısı:2003/13, Karar Tarihi: 01.04.2003, Resmi Gazete, 22.07.2003, Sayı 25176.

[13] “Siyasî partilerin kapatılmasına ilişkin davalar, Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısının talebi üzerine, talebin Türkiye Büyük Millet Meclisine ulaştığı tarihte Mecliste grubu bulunan her bir siyasi partinin beşer üye ile temsil edildiği Komisyonun üye tam sayısının üçte iki çoğunluğu ve gizli oyla vereceği izin üzerine açılır ve Anayasa Mahkemesince kesin olarak karara bağlanır. Meclis Başkanı, bu Komisyona Başkanlık eder; ancak, oy kullanamaz. Komisyonun kararları, yargı denetimi dışındadır. İzin talebinin Meclise ulaşmasından itibaren otuz gün içinde Komisyon oluşturulur ve Komisyon, kararını izin talebinin Meclise ulaşmasından itibaren en geç altmış gün içinde verir. Meclisteki siyasî parti gruplarınca, izin talebiyle ilgili görüşme yapılamaz ve karar alınmaz. İzin talebini karara bağlayacak Komisyonun oluşumu, izin talebinin görüşülme usul ve esasları Meclis İçtüzüğüyle düzenlenir.” Bu düzenleme için bkz. Erişim: 10.03.2017, <https://www.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem23/yil01/ss497ek1.pdf>

Kaynakça

Algan, B. (2011). Dissolution of Political Parties by The Constitutional Court in Turkey: An Everlasting Conflict Between The Court and The Parliament?. *AÜHFĐ*, 60 (4), 809-836.

Council of Europe-Parliamentary Assembly, 26 Haziran 2008 Toplantısı, 26. Oturum, “Functioning of Democratic Institutions in Turkey: Recent Developments”, [\[http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=17664&lang=en\]](http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=17664&lang=en) Erişim Tarihi: 14/02/2017.

Crotty, W. (2006). “Party Transformations: The United States and Western Europe”, Ed. Richard S. Katz ve William Crotty. Handbook of Party Politics, London: Sage Publications

European Commission for Democracy Through Law (Venice Commission) (2000), “Guidelines on Prohibition and Dissolution of Political Parties and Analogous Measures”, CDL-INF(2000)1, [\[http://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-INF\(2000\)001-e\]](http://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-INF(2000)001-e) Erişim Tarihi: 13/03/2017.

Gözler, K. (2001). Anayasa Değişikliği Gerekli mi? 1982 Anayasası İçin Bir Savunma. Bursa: Ekin Kitapevi

- Hatipoğlu, A. (2009). Siyasi Partilere Hazine Yardımı: Sosyolojik Bir Değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 41, 233-250.
- Ignazi, P. (1996). The Crisis of Parties and the Rise of New Political Parties. *Party Politics*, 2 (4), 549-566.
- Linz, Juan J. (2002). "Parties in Contemporary Democracies: Problems and Paradoxes", Ed.: R. Gunther, J. Ramon vd. *Political Parties: Old Concepts, New Challenges*, Oxford: Oxford University Press
- Öden, M. (2003). Türk Anayasa Hukukunda Siyasi Partilerin Anayasaya Aykırı Eylemleri Nedeniyle Kapatılmaları. Ankara: Yetkin Yayınları
- Özbudun, E. (1977). Siyasi Partiler. 2. Bası, AÜHF Yayını No: 409, Ankara
- Transparency International, *Global Corruption Barometer 2013*, Erişim: 13/03/2017, [http://www.transparency.org/whatwedo/publication/global_corruption_barometer_2013].
- Turhan, M. (2001). Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Siyasi Parti Kapatma Davaları. *Liberal Düşünce*, Bahar, 15-31.
- Turhan, M. (2002). Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Siyasi Parti Kapatma Davaları, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 57(3), 129-150.
- Türkiye Büyük Millet Meclisi Araştırma Merkezi (2008), "Siyasi Partilerin Kapatılması Konusunda Türkiye ve Bazı Ülkelerdeki Yasal Düzenlemeler", Mart 2008, Ankara, [http://www.pmd.org.tr/dosyalar/parti_kapatmalar.pdf], Erişim Tarihi: 10/3/2017.
- Türkiye Büyük Millet Meclisi Araştırma Merkezi (2006), "Venedik Komisyonu (Avrupa Hukuk Yoluyla Demokrasi Komisyonu), Türkiye'ye İlişkin Görüşleri, Seçimler, Yargı ve Referanduma İlişkin Karar ve Uygulama Kodları", [https://www.tbmm.gov.tr/yayinlar/venedik_komisyonu.pdf], Erişim Tarihi: 20/1/2017.
- Uygun, O. (2000). Siyasi Partilerin Kapatılması Rejiminin Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi Çerçevesinde Değerlendirilmesi. *Anayasa Yargısı* 17, Ankara, 256-272.

KIRILGAN SEKİZLİ ÜLKELERİNİN ORTA GELİR TUZAĞINA UZAKLIĞININ ÖLÇÜLMESİ: KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ

Furkan YILDIZ

Dr. Kırklareli Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü

furkan.yildiz@klu.edu.tr

Yüksel BAYRAKTAR

Prof. Dr. İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü

yuksel_bayraktar@yahoo.com

Özet

Amaç: Ülkeler arasındaki gelir farklılıkları, iktisadi büyüme literatüründe her zaman merak uyandıran bir problem olagelmıştır. İktisat literatüründe bu problemin kaynağını araştırmaya yönelik farklı yöntemlerle yapılmış birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Son yıllarda bu çalışmaların bir kısmı da orta-gelir tuzağı kavramı çerçevesinde yapıldığı için önemlidir. Bu çalışmanın amacı, kırılğan sekizli ülkelerinin farklı boyutlardaki seçilmiş göstergeleri aracılığıyla orta-gelir tuzağına olan uzaklıklarını (tuzağa düşme ihtimallerini) ele almaktır.

Yöntem: Bu amaca yönelik olarak kırılğan sekizli ülkeleri ve yüksek gelişmiş ülkeler seçilmiş göstergeler bağlamında karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

Bulgular: i) Orta gelir tuzağına düşme ihtimali en az olan ülke Rusya'dır. ii) Rusya'yı eşit derecede uzaklıkla Hindistan, Şili ve Türkiye takip etmektedir. Ardından Brezilya ve Endonezya gelmekte iken, Arjantin bu iki ülkeyi takip etmektedir. iii) Ele alınan göstergeler ışığında en kötü performansı sergileyen ve tuzağa düşme ihtimali en yüksek olan ülke ise Güney Afrika olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İktisadi Büyüme, Orta Gelir Tuzağı, Kırılğan Beşli

Bilgilendirme: Bu çalışma, -Bayraktar, Y., Yıldız, F. (2017), "Fragile Five and The Middle-Income Trap: A Comparative Analysis", International Congress of Management, Economy And Policy Icomep'17, 20-21 May, İstanbul- adlı bildirinin geliştirilmiş halidir.

MEASURING THE RANGE OF FRAGILE EIGHT COUNTRIES TO THE MIDDLE-INCOME TRAP: A COMPARATIVE ANALYSIS

Abstract

Objectives: Income differences across countries have always been a curious issue for economic growth in literature. It is possible to encounter that, there are many studies with different methods to search the roots of this issue. In recent years, some of these studies have carried out within the concept of middle-income trap. In this regard, the concept of MIT is essential for economic growth. The aim of this study is to investigate the distances of the fragile eight countries to middle-income trap via some indicators from different dimensions.

Methods: In order to achieve this aim, the fragile eight and highly developed countries have comparatively analyzed by using some selected indicators.

Results: i) Russia is the least likely country to fall to the trap. ii) Chile, India and Turkey follow Russia with equal degree. Then come Brazil and Indonesia while Argentina follows these two. iii) within the indicators used, South Africa has the worst position and is the most likely country to fall to the trap.

Keywords: Economic Growth, Middle-Income Trap, Fragile Five

Acknowledgement: This paper is enhanced version of Bayraktar, Y., Yıldız, F. (2017), "Fragile Five and The Middle-Income Trap: A Comparative Analysis", International Congress of Management, Economy And Policy Icomep'17, 20-21 May, 2017, İstanbul.

Giriş

Bir ekonominin gelişmişlik seviyesini yalnız ekonomik büyüme ile açıklamak, üretim yapısının geleneksel mal üretiminden bilgi yoğun malların üretimine doğru dönüşmesi ve refah seviyesini artıran çeşitli sosyal ve kurumsal ilerlemeler gibi unsurları göz ardı etmek anlamına gelir. Bazı ülkeler bu süreci başarılı bir şekilde tamamlayıp gelişmiş ülkeler seviyesine erişirken, bazı ülkeler ise az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülke olarak kalmışlardır. Neoklasik büyüme teorisi, ekonomilerin bir kez büyüme sürecine girmeleri ile birlikte yakınsama hipotezi gereğince uzun dönemde gelişmiş ülkelerle aralarındaki ekonomik farkların kapanacağını ileri sürmektedir. Ne var ki Neoklasik öngörü birkaç istisna dışında gerçekleşmemiş, ülkeler arası gelir farklılıkları kapanmamıştır. Bu durum iktisadi büyüme ve kalkınma literatüründe az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin neden gelişmiş ülke seviyesine erişemediği tartışmasının hızlanmasına neden olmuştur. Bu tartışmanın bir kısmı son yıllarda orta gelir tuzağı (OGT) kavramı çerçevesinde oluşmuştur. Literatürde OGT, iktisadi çerçeveden ele alınmış kavramsallaştırmaların yanı sıra, çok az sayıda da olsa beşerî olgular ve kurumsal farklılıkları da tanımlamak için kullanılmıştır. İktisadi perspektiften yapılan tanımlamalar genellikle kişi başına düşen gelir seviyesi değişimlerine odaklanmışlardır. Bu noktada; kişi başına düşen gelir seviyesi de *mutlak* ve *görece* olmak üzere farklı iki biçimde ele alınmıştır. Üzerinde genel bir mutabakat olmasa da OGT, bir ülkenin kişi başına düşen milli gelir düzeyi bakımından düşük gelirli ülke grubundan orta gelirli ülke grubuna geçmesinden sonra çeşitli ekonomik, sosyal ve kurumsal nedenlerden dolayı yüksek gelirli ülke grubuna geçememesi şeklinde tanımlanabilir. Başka bir ifade ile OGT, ülkelerin orta gelir seviyesine eriştikten sonra orada takılı kalarak yüksek gelir seviyesine erişememesidir.

Çalışmada Kırılğan Sekizli ülkelerinin OGT'ye düşme olasılıkları ölçülmüştür. Çalışmada OGT'nin tanımlanmasına yönelik yaklaşımlar ele alındıktan sonra ilgili literatüre ele alınacaktır. Sonrasında ise seçilmiş ekonomik, beşerî ve kurumsal göstergeler yardımıyla Kırılğan Sekizli ülkelerinin yüksek gelirli ülkeler ile orta gelir tuzağı bağlamında karşılaştırmalı analizine yer verilecek ve bulgulara dayalı politika önerileri sunulacaktır.

1. Kavramsal Çerçeve

OGT, literatürde ilk defa Geoffrey Garrett tarafından “*Globalization's Missing Middle*” adlı makalede ima yoluyla kullanılmıştır. Garrett'a göre 80'li yıllardan itibaren ülkeleri etkisi altına alan küreselleşme, ekonomik büyüme/kalkınma açısından orta gelirli ülkelerde birtakım olumsuzluklar yaratmıştır. Orta gelirli ülkeler, emek piyasalarında ücretlerin artışı sebebiyle basit imalat sanayi üretiminde maliyet avantajlarını yitirmişler ve düşük gelirli ülkelerle rekabet etmekte zorlanmışlardır. Aynı zamanda beşerî sermaye yetersizliğinden dolayı yüksek beceri gerektiren katma değeri yüksek inovasyon malları üreten yüksek gelirli ülkelerle de rekabet edemeyen orta gelirli ülkeler, bu iki ülke grubu arasında rekabet noktasında sıkışıp kalmıştır (Garrett, 2004: 86-94).

Bir kavram olarak OGT ilk defa Indermit Gill ve Homi Kharas tarafından yapılan “*An East Asian Renaissance Ideas for Economic Growth*” adlı çalışmada net bir biçimde kullanılmıştır. Gill ve Kharas'a göre Doğu Asya ülkeleri OGT'den kaçınmak için üç temel dönüşümle yüzleşeceklerdir. Bunlar sırasıyla ekonomilerde üretim ve istihdamda uzmanlaşmanın artmasıyla beraber ürün çeşitlendirmesinin yavaşlaması ve zamanla tersine dönmesi; inovasyon faaliyetlerinin hızlanmasıyla birlikte yatırımın öneminin azalması ve eğitim sisteminin yüksek kabiliyetlerle donatılmış işçiler yetiştirmek üzere dönüşmesidir (Gill ve Kharas, 2007: 17).

Kharas ve Kohli, OGT'yi fakirlik tuzağından çıkararak orta gelir seviyesine erişebilmiş, fakat ekonomik durgunluğa yakalanmış ve gelişmiş ülke seviyesine geçememiş ülkelerin düştükleri durum olarak tanımlamıştır. Bu olumsuz durumun sebebi ise bir yandan düşük gelirli ve düşük ücretli ülkelerin ihraç ettiği mallarla, diğer yandan yüksek beceri isteyen inovatif ürünler üreten ülkelerle rekabet edilememesine bağlanmıştır (Kharas ve Kohli, 2011: 181-182).

Dünya Bankası Atlas Metodunu kullanarak OGT'nin *mutlak* bir tanımını yapmıştır. Buna göre 2016 yılında GSYİH_{KB}'si 1.045\$ ve daha az olan ülkeler düşük gelirli ülkelerdir. 1.045\$ ve 12.736\$ arasında GSYİH_{KB}'ye sahip olan ülkeler orta gelirli, 12.736\$ ve üstünde bir GSYİH_{KB}'ye sahip olan ülkeler ise yüksek gelir grubundadır. Orta gelirli ülkeler de alt-orta gelirli ve üst-orta gelirli ülkeler olarak iki gruba ayrılmıştır. 1.046\$ ile 4.125\$ arasında kişi başına düşen milli gelire sahip olan ülkeler alt-orta gelirli ülkelerken, 4.126\$ ile 12.735\$ arasında milli gelire sahip ülkeler ise üst-orta gelirli ülkelerdir. (World Bank, 2016).

Yukarıda OGT'ye farklı açılardan yaklaşan tanımlamalara yer verilmiştir. Yapılan tanımlamalardan da anlaşıldığı üzere OGT kavramının ihtiva ettiği anlam üzerinde genel bir mutabakata varılamamıştır.

2. Literatür

Yeni bir kavram olan OGT hakkında yapılan çalışmalar incelendiğinde ekonometrik analizlerin yanında betimleyici analize dayalı çalışmaların da yapıldığı görülmektedir.

Vivarelli (2014), yapmış olduğu çalışmada literatürden yola çıkarak OGT'nin nedenlerini saptamış ve tuzaktan kurtulmak için birtakım enstrümanlar önermiştir. Vivarelli'ye göre OGT genel olarak toplam faktör verimliliğindeki düşüş, sermaye yatırımlarının azalan marjinal verimliliği ve daha önemlisi ekonomik yapıda gerekli dönüşümün gerçekleştirilememesinden kaynaklanmaktadır.

Chen ve Dai (2016), teknoloji eksikliği, ücretlerdeki yükseliş, yapısal dönüşüm gibi ekonomik ve yapısal sebeplerin ötesine geçerek OGT'yi politik iktisat yönünden yorumlamışlardır. Yazarlara göre sosyal refah ve politik uygulama arasında bir çıkar çatışması bulunmaktadır. Bir ekonomi önemli bir büyüme performansı yakaladıktan sonra politika yapıcılar, çarpık politikalar üreterek ekonomideki ranta sahip olmak için daha istekli davranır. Ekonomik ranta daha fazla sahip olmak adına üretilen bu politikalar, sosyal refahın azalmasına ve ekonomik kalkınmanın sekteye uğramasına neden olmaktadır. Bu durum ise o ülkenin OGT'ye yakalanmasına neden olmaktadır.

Gürsel ve Soybilgen (2013), Türkiye'nin 2008 krizi öncesindeki yüksek büyüme hızının kriz sonrası yavaşladığını saptamış, bu yavaşlamanın Türkiye'nin OGT ile yüzleşmesine neden olup olmayacağını analiz etmiştir. Çalışmada sermaye birikimi, istihdam artışı ve verimlilik artışı büyümenin kaynakları olarak belirlenmiştir. 2008 krizi öncesi dönemdeki (2002-2008) yüksek büyümenin yüksek yatırımlar, tarım dışı istihdamda yaşanan artışlar, verimlilikte yaşanan kısmi artış ve TL'nin değer kazanmasından kaynaklandığını savunmuşlardır. Yakalanan yüksek büyüme hızının, yüksek cari açık ve bol likidite ortamından dolayı TL'nin değer artışı devam ettiremeyeceği ve emek verimliliğindeki artışın neredeyse sıfıra düşmesi ile sürdürülebilir olmayacağını ifade etmişlerdir. Söz konusu durumun Türkiye için OGT olasılığını artırdığı görülmektedir.

Islam (2013), Çin'in üst orta gelir seviyesine ulaşmasıyla birlikte yüksek gelir grubuna mı geçeceği, yoksa OGT'ye mi yakalanacağı sorusuna cevap aramıştır. Islam, Çin'in adil gelir dağılımı politikasını ihmal etmesi ile birlikte ekonomik dengesizlik, aşırı ve gereksiz yatırım, sürdürülemez büyüme, kendi vatandaşları ile yabancı yerleşik kişiler arasında ayrımcılık, sosyal memnuniyetsizlik, çevrenin bozulması gibi birbiriyle bağlantılı birtakım problemlerin meydana geldiği iddiasındadır. Tüm bu problemlerin en aza indirilmesi için Çin'in gelir dağılımı adaletini yeniden tesis etmesi gerektiği savunulmaktadır.

Yılmaz (2014), Türkiye üzerine yaptığı çalışmada OGT literatürünü inceleyerek Türkiye'yi tuzağa yakalanmış ve yakalanmamış diğer ülkelerle karşılaştırmıştır. İyi organize olmuş yüksek kaliteli bir eğitim sisteminin OGT'den kaçınma noktasında önemli bir parametre olduğu saptanmıştır. Türkiye ve tuzaktan kurtulabilmiş ülkelerin beşerî sermaye yapıları karşılaştırıldığında Türkiye'nin eğitim sisteminin tuzaktan kurtulmak adına kritik bir öneme sahip olduğu ifade edilmiştir.

Yaptıkları çalışmada Kharas ve Kohli (2011), bazı ülkelerin tuzağa neden düştüklerini ve tuzaktan kaçınmak için uygulanması gereken stratejik politikaların neler olduğunu açıklamışlardır. Yazarlara göre OGT'nin sebebi düşük gelirli, düşük ücret seviyesine sahip ekonomiler ile eğitilmiş ve gelişmiş teknolojileri kullanabilen beşerî sermayeye sahip GÜ'ler arasında sıkışıp kalmak, her iki ülke grubu ile de rekabet edememektir. OGT'ye yakalanmış ülkelerin bu tuzaktan kurtulabilmeleri için daha önceki aşamada kullandıkları kalkınma stratejilerinden vazgeçip daha farklı bir kalkınma stratejisi uygulamaları gerekmektedir.

Paus (2012), çalışmasının merkezine orta gelirli ülkelerin geleneksel mal üretiminden bilgi yoğun üretime geçiş sürecinde yaşadığı zorlukları koymuştur. Bu durum orta gelirli ülkelerin OGT noktasında kırılma noktasını artırmaktadır. Çalışmada makro-ekonomik çevre, mikro-ekonomik davranış kalıpları ve mezo-ekonomik koşullar bütüncül bir biçimde ele alınmış ve OGT'den çıkış için bu üç katmanın uyumlu bir şekilde işlediği bir yol izlenmesi gerektiği belirtilmiştir.

Jimenez vd. (2012), Malezya ve Tayland'ın OGT'ye düşmemesi noktasında beşerî sermaye yatırımlarının önemini ortaya koyan bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada etkili bir eğitim sisteminin çalışanların emek piyasasının talep ettiği yetenekleri kazanmalarında önemli olduğu iddia edilmektedir.

Egawa (2013), Çin, Tayland, Malezya gibi üst orta gelir grubunda bulunan Asya ülkeleri özelinde yaptığı çalışmada gelir eşitsizliğinin ekonomik büyüme performansının azalmasında ve OGT'ye düşme noktasında önemli bir faktör olduğu tespit edilmiştir. Gelirin adil dağılımını tesis edecek önlemleri, tuzaktan çıkabilmek için gerekli politikalar olarak önermiştir.

Woo (2012), çalışmasında Çin'in OGT açısından konumunu incelemiştir. Yazara göre kişi başına düşen geliri ABD'nin kişi başına düşen gelirinin %55'inden yüksek olan ekonomiler yüksek gelirli, %55-20 arası ekonomiler orta gelirli ve %20'den düşük gelire sahip ekonomiler ise düşük gelirlidir. Bu sınıflandırma çerçevesinde Çin'in 2007-2008 döneminde orta gelirli ülke konumuna yükseldiği görülmektedir. Çin'in yüksek gelir seviyesine ulaşabilmesi için işgücü piyasasının serbestleşmesi, finansal sektörün genişlemesi, yargı bağımsızlığı, basın özgürlüğü gibi kurumsal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

Bozkurt vd. (2014), 1971-2012 arasında yıllık veriler ile Türkiye'nin OGT riski taşıyıp taşımadığını test etmişlerdir. Çalışmada yüksek eğitimde okullaşma oranı ve yurtiçi tasarruf oranının kişi başına düşen gelir üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ve Türkiye'nin yüksek gelirli ülkelere yakınsadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Eichengreen vd. (2011) yüksek büyüme hızına sahip ekonomilerin büyüme hızlarının ne zaman yavaşlayacağı, büyüme hızlarının yavaşlama zamanlarını etkileyen ülkelere has karakteristik özelliklerin neler olduğu ve özel koşullarının olup olmadığı sorularından hareketle 41 ülkenin ekonomik büyüme performansını yıllık veriler kullanarak 1957-2007 yılları arasında 7'şer yıllık ortalamalarla test etmişlerdir. Çalışmada ekonomik büyüme hızındaki herhangi bir düşüşün *büyümede yavaşlama* olarak tanımlanması, yani OGT'den bahsedilebilmesi için aynı anda gerçekleşmesi gereken üç koşul belirlenmiştir. Bu koşullar, 7 yıllık ortalama büyüme hızının en az %3,5 veya yukarısında olması, 7 yıllık ortalama büyüme hızının bir önceki yedi yılın ortalamasından en az %2 veya daha fazla olması ve ülkenin kişi başına düşen milli gelirinin 10000\$'dan büyük olmasıdır. Büyümede yavaşlamanın belirleyicileri olarak demografi, GSYİH harcamalarının yapısı, beşerî sermaye yapısı, dışsal faktörler, politik rejim, makroekonomik ortam gibi ekonomik sosyal ve kurumsal boyutlar ele alınmıştır. Elde edilen sonuçlar OGT riskinin kişi başına düşen milli gelirin 10000\$-11000\$ seviyelerine çıktığı anda oluşabileceği, büyümede yavaşlamanın daha çok toplam faktör verimliliğindeki düşüşten kaynaklandığı[1], finansal açıklık, dış ticaret hadleri ve rejim değişikliklerinin büyümedeki yavaşlamalar üzerinde anlamlı birer değişken olmadığı, yaşlı nüfus bağımlılığının yüksek oranda olmasının büyümedeki yavaşlamanın anlamlı bir parametresi olduğu, dış ticaret açıklığının daha yüksek olduğu ekonomilerde yavaşlama görülme ihtimalinin daha düşük olduğu şeklinde özetlenebilir (Eichengreen vd., 2011). Çalışma daha sonra 2013 yılında yazarlar tarafından yenilenmiştir. Yeni çalışmada incelenen ülke sayısı 45'e çıkarılmış ve incelenen dönem artırılarak 1957-2010 dönemi ele alınmıştır. Bu yeni durumda OGT riskinin 10000-11000\$ ve 15000-16000\$ şeklinde iki gelir seviyesinde görülebileceği ifade edilmiştir (Eichengreen vd., 2013).

Felipe vd. (2012), 124 ülke için yıllık verileri kullanarak 1950-2010 dönemini kapsayan çalışmalarında bir OGT tanımı geliştirmişler ve ülkeleri kişi başına düşen gelir üzerinden sınıflandırmışlardır. Buna göre kişi başına milli geliri 2.000\$'dan düşük olan ülkeler düşük gelirli, 2.000\$-7.250\$ arasında olan ülkeler alt-orta gelirli; 7.250\$-11.750\$ arasında gelire sahip ülkeler üst-orta gelirli ve son olarak 11.750\$'ın üzerinde kişi başına düşen milli gelire sahip ülkeler YGÜ'ler olarak belirlenmiştir. Bu gelir sınıflandırmasına göre 2010 yılında 40 ülke düşük gelirli, 38 ülke alt orta gelirli, 14 ülke üst orta gelirli ve 32 ülke ise yüksek gelirlidir. Yazarlara göre alt orta gelirli bir ülkenin üst OGT'den kaçınabilmesi için yıllık bazda minimum %4,7 oranında, üst orta gelirli bir ülkenin OGT'den kaçınabilmesi için ise yıllık minimum %3,5 oranında büyümesi gerekmektedir. Ayrıca alt orta gelir seviyesinin başlangıcında bulunan bir ülke en fazla 28 yılda, üst orta gelir seviyesinin başlangıcında bulunan bir ülke ise en fazla 14 yılda yüksek gelir seviyesine erişmelidir. Aksi takdirde söz konusu ülke OGT'ye yakalanacaktır. Yapılan tanımlamaya göre 2010 yılında 52 OGU'nün 35'i OGT'ye yakalanmıştır. Çalışmada OGT'ye yakalanmanın sebepleri olarak ekonomik yapının yeterli ve hızlı bir şekilde dönüştürülebilmesi, ihracat mallarında çeşitliliğin sağlanamaması gibi nedenler sayılmıştır.

Aiyar vd. (2013), OGT'nin belirleyicilerini kullanarak 5'er yıllık frekanslarla 11 periyot olmak üzere 1955-2009 yıllarını kapsayan dönemde çeşitli gelir seviyesinde olan 138 ülkeyi incelemiştir. Çalışmada OGT, ekonomik büyüme patikasından büyük, ani ve sürekli uzaklaşmaların yaşandığı, büyümede görülen yavaşlamaların özel bir durumu olarak tanımlanmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında diğer Asya ülkelerine nazaran Malezya, Filipinler ve Çin'in kurumsal yapılarının bozukluğundan kaynaklanan büyüme yavaşlaması riski ile karşı karşıya oldukları; Vietnam, Hindistan ve Endonezya için ise ulaşım ve iletişim altyapılarının eksikliğinden kaynaklı büyüme yavaşlamalarının yaşandığı saptanmıştır. Ticaret yapısı incelendiğinde Tayland ve Filipinler'in aksine Hindistan'ın bölgesel entegrasyonda önemli bir yol kat ettiği gözlenmiştir. Ülkelerde görülen sermaye girişlerindeki ani düşüşler ve ani sermaye çıkışları ile zayıf ihracat yapısı OGT'ye yakalanma açısından önemli faktörler olarak gösterilmiştir.

Robertson ve Ye (2013), OGT'yi refah seviyesi yüksek, dünya teknolojik sınırında ve dengeli bir patikada

büyüyen referans bir ülkenin ekonomik büyüme hızına yakınsama ya da iraksama şeklinde açıklamıştır. Çalışmada referans ülke olarak son 125 yılda ortalama yıllık %1,8'lik bir büyüme performansı gösteren ABD seçilmiştir. 2007'nin baz yılı olarak seçildiği çalışmada ABD GSYİH'sının %8-36'sı kadar kişi başına düşen milli gelire sahip olan ülkeler OGÜ'ler olarak belirlenmiştir. Buna göre 189 ülkenin 46'sı OGÜ'dür. 46 OGÜ'den 23 tanesi ise OGT'ye yakalanmaya aday ülkelerdir. 2016 yılında yazarlar tarafından yenilenen bu çalışmanın sonuçlarına göre OGÜ'lerin sayısında bir değişiklik olmazken OGT'ye yakalanma riski olan ülke sayısı büyük ölçüde azalarak 7'ye düşmüştür (Ye ve Robertson, 2016).

Wu (2014), 1961-2010 dönemini kapsayan çalışmasında 109 ülke için toplam faktör verimliliğinin iktisadi büyümeye olan etkisini incelemiştir. Toplam faktör verimliliğinin teknik etkinlik ve teknolojik ilerlemeden oluştuğu kabul edilmiştir. Çalışmada ülkeler bazında 1961 yılındaki kişi başına düşen gelirlerden hareketle düşük, orta ve yüksek gelirli ülkeler olmak üzere üç farklı ülke grubu oluşturulmuştur. 1000\$'ın altında kişi başına düşen gelire sahip ülkeler düşük gelirli, 1000\$-10000\$ arasında kalan ülkeler orta gelirli ve son olarak 10000\$ ve üzeri kişi başına düşen gelire sahip ülkeler ise YGÜ olarak gruplandırılmışlardır. Analizin başlangıcına tekabül eden 1961 yılında orta gelirli ülke grubunda 61 ülke bulunmaktadır. 2010 yılına gelindiğinde ise 24 ülkenin yüksek gelir grubuna geçtiği, 37 ülkenin ise hala orta gelir seviyesinde kaldığı tespit edilmiştir. Yazar çalışmasını toplam faktör verimliliğinin ekonomik büyümeye katkısı olduğu kabulünden hareketle temellendirmiştir. Buna göre toplam faktör verimliliğinin toplam çıktı üzerindeki etkisi incelendiğinde 1961-1990 yılları arasında tuzağa yakalanmış ülkelerde bu oran %-1,65, tuzaktan kurtulan ülkelerde %7,33, ve yüksek gelirli ülkelerde ise %34,83'tür. 1971-2000 ve 1981-2010 dönemleri arasında bu oranlar ise sırasıyla %12,91, %14,70, %52,41 ve %48,70, %41,43 ve %14,82'dir. Çin 1986 yılında 1000\$'lık bir kişi başına düşen gelire sahip olmuş ve orta gelirli ülkeler grubuna yükselmiştir. Çin'de 1991-2010 dönemi için toplam faktör verimliliğinin büyümeye katkısı %44,85 olarak gerçekleşmiştir. Yüksek faktör verimliliğine sahip olan Çin'in sürdürülebilir büyüme sürecinin aksamadan devam etmesi için bölgesel dengesizlikleri ortadan kaldırması ve toplam faktör verimliliğine önem vermesi gerekmektedir.

Yeldan vd. (2012) tarafından Türkiye için hazırlanan raporda, Türkiye'nin OGT probleminin kişi başına düşen gelirin sadece nicelik olarak belirli bir eşiğe erişmesi ile alakalı olmadığı ifade edilmiştir. Raporda Türkiye bölgelere ayrılmıştır. OGT noktasında risk taşımayan şehirler İstanbul, Sakarya, Kocaeli, Bolu, Düzce, Yalova, Bursa, Eskişehir, Bilecik, Tekirdağ, Edirne, Kırklareli, Ankara ve İzmir'dir. OGT riski taşıyan şehirler ise Antalya, Isparta, Burdur, Balıkesir, Çanakkale, Zonguldak, Karabük, Bartın, Aydın, Denizli, Muğla, Manisa, Afyon, Kütahya, Uşak, Adana, Mersin, Trabzon, Ordu, Rize, Giresun, Artvin, Gümüşhane, Konya, Karaman, Samsun, Tokat, Çorum, Amasya, Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir, Kayseri, Sivas, Yozgat, Kastamonu, Çankırı ve Sinop'tur. Son olarak OGT'de olan şehirler Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye, Erzurum, Erzincan, Bayburt, Malatya, Elâzığ, Bingöl, Tunceli, Gaziantep, Adıyaman, Kilis, Mardin, Batman, Şırnak, Siirt, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan, Şanlıurfa, Diyarbakır, Van, Muş, Bitlis ve Hakkari'dir.

Yeldan vd. (2013) tarafından hazırlanan raporun ikinci cildinde ise Türkiye için birtakım OGT'den çıkış stratejileri ortaya konulmuştur. Çalışmada Türkiye için OGT'de olan bölge ve OGT'de olmayan bölgeler ayrılarak gelir farklarına göre her bölge için ayrı ayrı yapısal bir makroekonomik model oluşturulmuştur. Ardından bölgelerin durumuna göre farklı stratejiler önerilmiştir.

Bozkurt vd. (2016), OGT'nin, orta gelirli bir grup ülke kapsamında analizini yapmıştır. 28 ülke için 1982-2012 yıllarını kapsayan ve panel veri analizi yönteminin kullanıldığı çalışmanın bulgularına göre Arjantin, Botswana, Çin, Dominik Cumhuriyeti, Ekvator, Grenada, Kosta Rika, Malezya, Mauritius, Meksika, Panama, Saint Lucia, Saint Vincent-Grenadinler, Türkiye ve Venezuela'nın yüksek gelirli ülkelere yakınsadıkları, yani OGT'ye yakalanma risklerinin düşük olduğu gözlenmiştir. Buna karşın Belize, Brezilya, Cezayir, Gabon, Güney Afrika, İran, Jamaika, Kolombiya, Macaristan, Peru, Tayland, Tunus ve Ürdün'de ise kişi başına düşen milli gelirin yüksek gelirli ülkelere iraksadığı yani OGT'ye yakalanma riskinin arttığı gözlemlenmiştir.

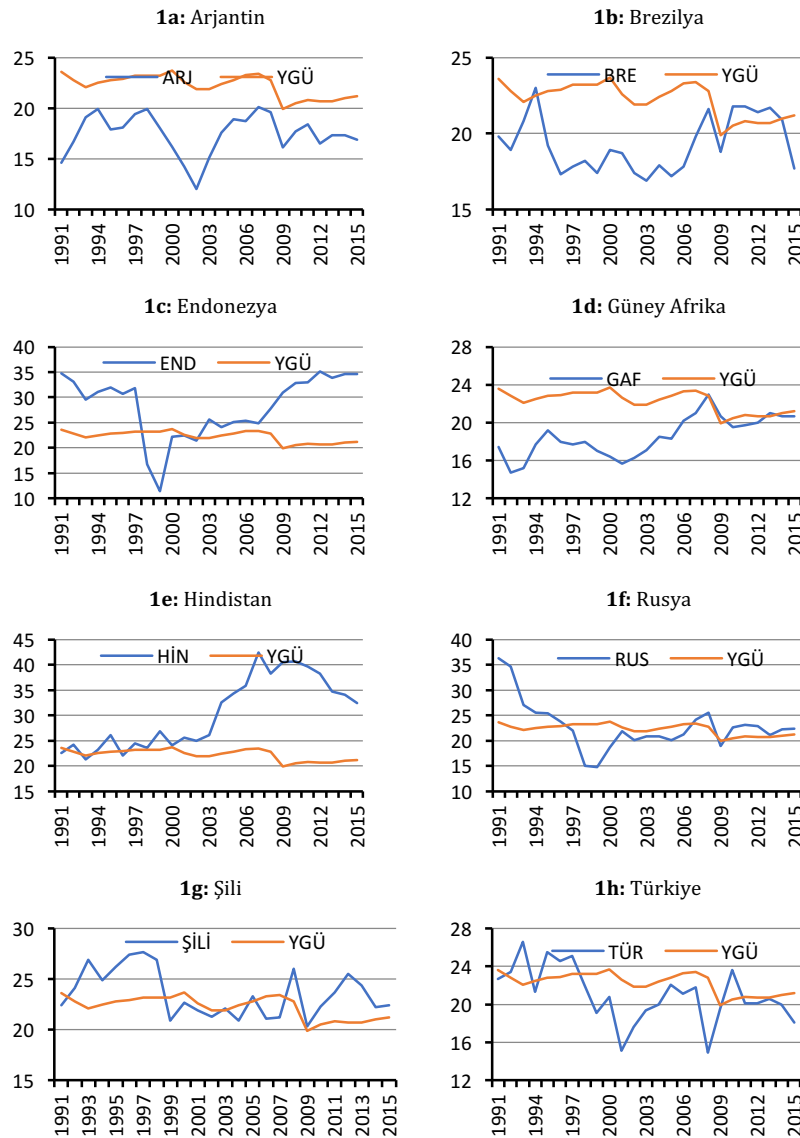
3. Kırılgan Sekizli Ülkelerinin OGT Bağlamında Karşılaştırmalı Analizi

Orta gelir grubunda bulunan Kırılgan Sekizli ülkelerinin seçilmiş ekonomik, beşerî ve kurumsal göstergeleri kullanılarak yapılan karşılaştırmalı analizin amacı, ele alınan ülkelerin OGT'de olup olmadığının tespiti değil, OGT'ye düşme/düşmeme olasılıklarını ölçmektir. Karşılaştırmalı analiz için beşi ekonomik, üçü de beşerî ve kurumsal olmak üzere toplam sekiz adet gösterge seçilmiştir. Seçilen göstergeler OGT literatüründe en sık kullanılan göstergelerdir. Kullanılacak ekonomik göstergeler brüt sermaye yatırımları, enflasyon, reel efektif döviz kuru (REDK), dış ticaret haddi (DTH) ve Ar&Ge harcamalarının GSYİH içerisindeki payı olarak belirlenmiştir. Analizde başvuru beşerî ve kurumsal göstergeler ise yüksek eğitime kayıtlı öğrenci sayısı,

insani gelişmişlik endeksi ve ekonomik özgürlükler olarak belirlenmiştir. Kırılgan sekizli için REDK haricindeki dört ekonomik gösterge yüksek gelirli ülkelerle; REDK ise ABD ile karşılaştırılmıştır. Dört ekonomik göstergenin hepsinde yüksek gelirli ülkelerin verilerinin ortalamasının kullanılmasında göstergelerin yapısı gereği bir sıkıntı bulunmamaktadır. Ancak reel efektif döviz kuru göstergesi her ülkenin ayrı ayrı para birimlerini ilgilendirdiği için söz konusu göstergenin ABD ile karşılaştırılması daha uygun olacaktır. Aynı şekilde daha çok ülke dinamiklerini ilgilendirdiği ve öznel yargılar barındırdığı için tüm beşerî ve kurumsal göstergeler de ABD verileriyle karşılaştırılmıştır.

Sermaye yatırımları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye bakıldığında söz konusu iki değişken arasındaki ilişkinin varlığı ve yönü bakımından literatürde genel bir görüş birliği olmamakla birlikte, sermaye yatırımlarının ekonomik büyümeye etkisinin pozitif olduğu görülmektedir (Tyler, 1981; Kormendi ve Meguire, 1985; Levine ve Renelt, 1992; Dritsakis vd., 2006; Pavelescu, 2008; Uneze, 2013; Bal vd., 2016). Grafik 1’de kırılgan sekizli ve yüksek gelirli ülkelerin brüt sermaye yatırımları karşılaştırmalı olarak verilmiştir.

Grafik 1: Brüt Sermaye Yatırımları %GSYİH (1991-2015)



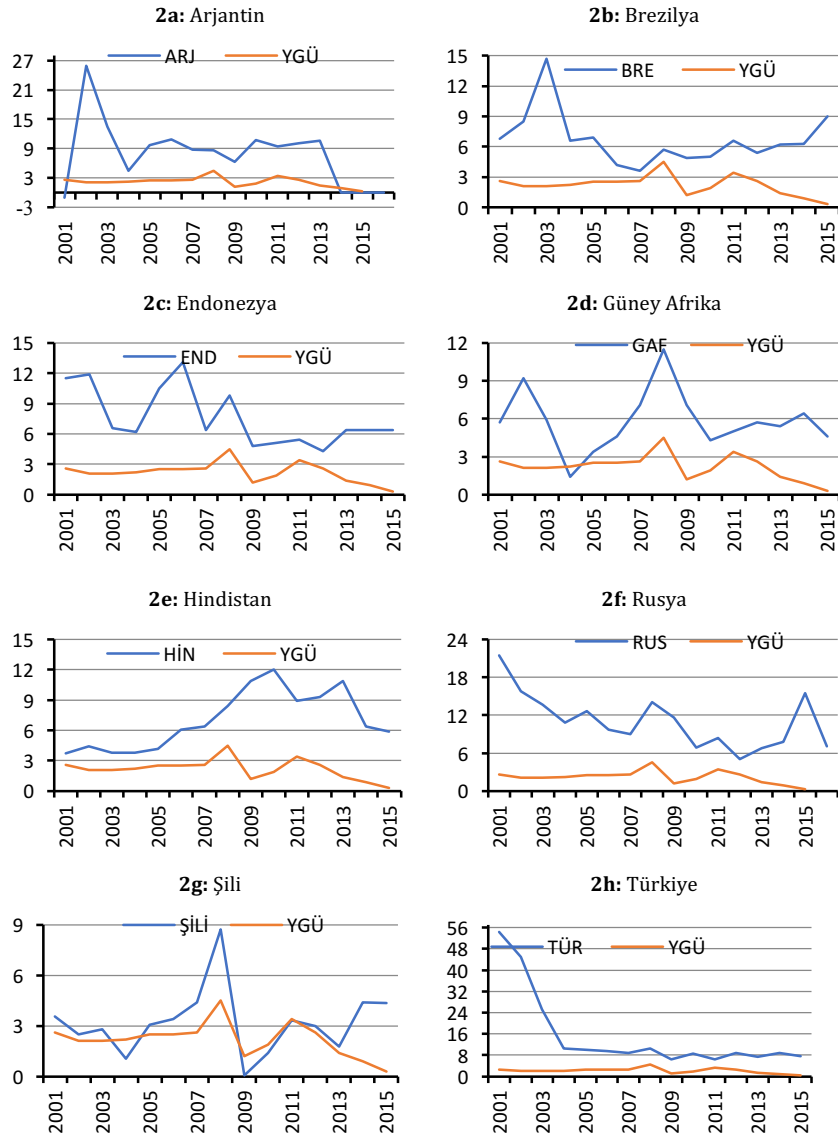
Kaynak: World Bank, World Development Indicators, 2017.

Ülkelerin brüt sermaye yatırımları performansları incelendiğinde Arjantin ve Brezilya haricinde tüm ülkelerin brüt sermaye yatırımları bakımından aşama kaydettiği söylenebilir. Arjantin incelenen dönemin tamamında yüksek gelirli ülkelere göre daha az brüt sermaye yatırımı çekmiştir. Brezilya'nın verilerine bakıldığında 2009-

2014 yılları arasında yüksek gelirli ülkelerle arasındaki farkı kapattığı, ancak 2015 yılında tekrar bir gerileme yaşandığı anlaşılmaktadır. Brüt sermaye yatırımları bakımından en iyi durumda olan ülkeler ise sırasıyla Hindistan, Endonezya, Şili, Rusya ve Türkiye'dir. Özellikle Hindistan'ın verileri incelendiğinde dönemin tamamında yüksek gelirli ülkelerden daha iyi bir performans sergilendiği görülmektedir. Genel bir değerlendirme yapmak gerekirse Arjantin haricindeki bütün ülkelerin bu göstere bakımından aşama kaydettiği ifade edilebilir.

İktisadi büyümenin belirleyicileri arasında sayılan önemli bir diğer göstere de enflasyondur. Grafik 2'de kırılmalı sekizli ve yüksek gelirli ülkelerin 2001-2015 dönemine ait enflasyon verileri bulunmaktadır.

Grafik 2: Enflasyon (2001-2015)

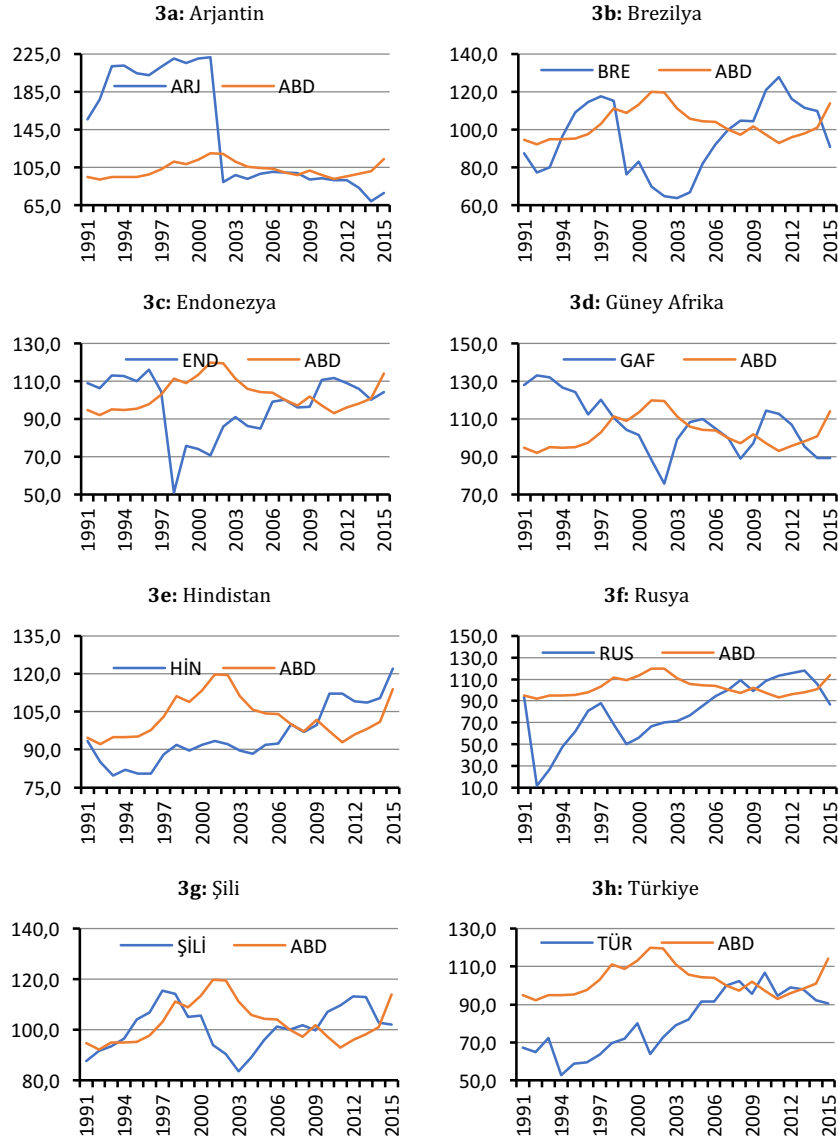


Kaynak: World Bank, World Development Indicators, 2017.

Veriler incelendiğinde 2015 yılı itibarıyla en düşük enflasyon Arjantin'de, en yüksek enflasyon ise Brezilya'dadır. Verili dönemde Hindistan, Şili ve Brezilya haricinde ülkelerin yüksek gelirli ülkelerle arasındaki enflasyon farkının azaldığı görülmektedir. Bu durum söz konusu ülkeler için ekonomik belirsizliği ve kırılmalılığı azaltıcı bir gelişmedir. Enflasyon rakamları incelendiğinde tüm ülkelerin tek haneli rakamları barındırdığı gözlemlenmektedir. Ancak Brezilya ve Hindistan için incelenen dönemde enflasyon açısından kısmi bir ilerleme söz konusudur. Söz konusu durum Şili için geçerli olsa da bu küçük bir etkiye sahiptir. Buna göre Arjantin, Endonezya, Güney Afrika, Rusya ve Türkiye enflasyon açısından ilerleme kaydetmişken, Şili, Hindistan ve Brezilya'daki gelişme kısmidir.

Çalışmada analiz edilen diğer bir gösterge de REDK'dir. Literatürdeki çalışmaların önemli bir kısmı REDK ile iktisadi büyüme arasında istatistiksel bir ilişkinin bulunduğunu; iki değişken arasında ilişkinin varlığını kabul eden bu literatürün büyük kısmı ise zayıf REDK ile iktisadi büyüme arasında pozitif bir korelasyonun bulunduğunu göstermektedir (Dollar, 1992; Hausmann, 2005; Rodrik, 2008; Di Nino vd., 2011; Gluzmann vd., 2012). Brezilya'nın REDK verileri incelendiğinde dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. Grafik 3, kırılğan sekizli ve ABD'nin 1991-2015 dönemi için REDK verilerini göstermektedir.

Grafik 3: Reel Efektif Döviz Kuru (1991-2015)



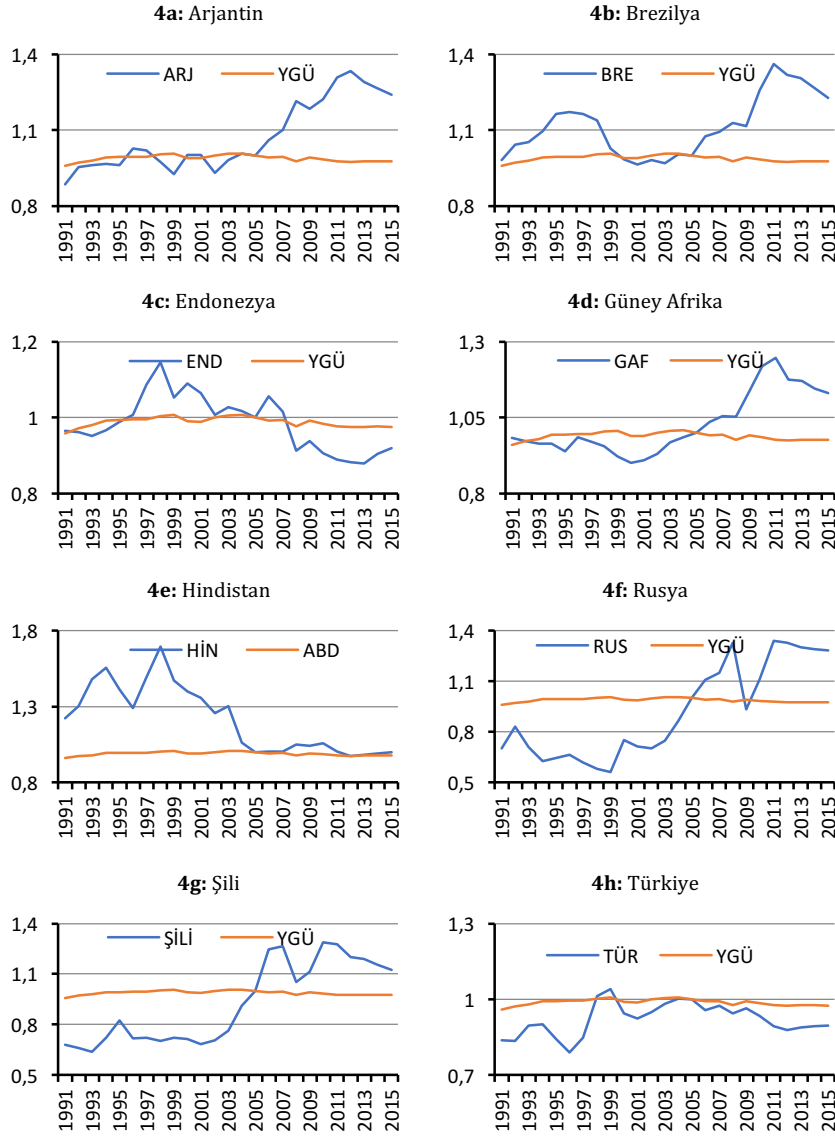
Kaynak: Bruegel Datasets, 2016.

Grafik incelendiğinde REDK'nin dalgalı yapısı kırılğan sekizli için genel bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkelerin genel durumlarına bakıldığında Güney Afrika haricindeki tüm ülkelerin incelenen dönemin çoğunda ABD'den daha düşük REDK büyüklüklerine sahip olduğu görülmektedir. Arjantin bu gösterge bakımından özellikle de 2002 ve sonrasında çok ciddi bir aşama kaydetmiştir. Dolayısıyla Güney Afrika haricindeki tüm ülkelerin REDK noktasında iyi pozisyonda olduğu sonucunu çıkarmak mümkündür.

DTH ülkelerin dış ticaretten kazançlı olup olmadıklarını gösterme açısından önemli bir göstergedir. DTH'deki yukarı yönlü değişimlerin genelde iktisadi büyümeyi pozitif; DTH'deki dalgalanmaların ise büyümeyi negatif etkilediğine yönelik bir literatür bulunmaktadır (Barro, 1996; Mendoza, 1997; Blattman vd., 2003; Grimes, 2006; Nabine, 2009; Wong, 2010; Haq ve Luqman, 2014). Yukarıdaki grafiğe göre yüksek gelirli ülkelerin oldukça istikrarlı bir DTH yapısına sahip olduğu görülmektedir. Kırılğan sekizlinin DTH performansına

bakıldığında ise Hindistan haricinde tüm ülkelerin dalgalı bir seyir izledikleri, yani istikrarsız bir yapıda oldukları görülmektedir.

Grafik 4: Dış Ticaret Haddi (1991-2015)

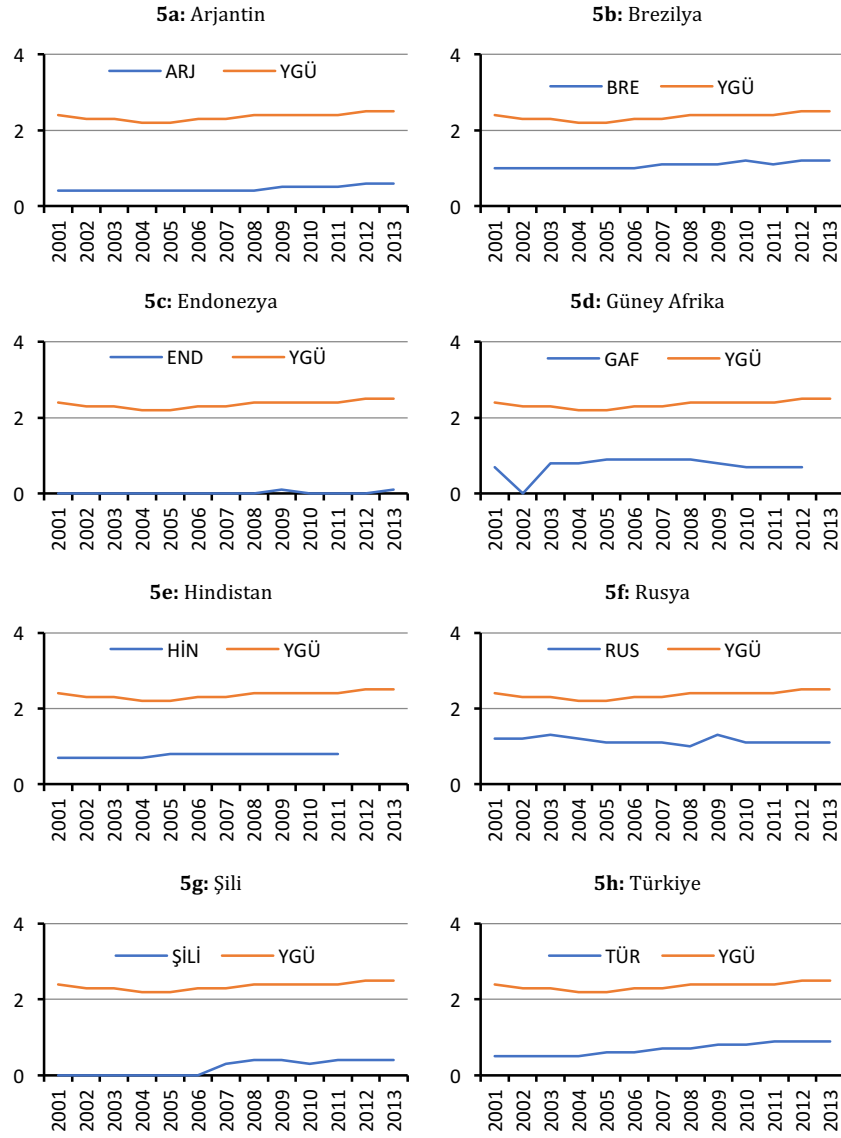


Kaynak: World Bank, World Development Indicators, 2017.

Ülkelerin DTH göstergeleri karşılaştırıldığında Türkiye ve Endonezya haricindeki ülkelerin yüksek gelirli ülkelerden daha büyük değerlere sahip olduğu görülmektedir. Bu gösterge açısından Hindistan hem istikrarlı yapısı hem de yüksek gelirli ülkeleri büyüklük olarak yakalaması bağlamında en iyi durumda olan ülkedir. İstikrarsız yapılarına rağmen yüksek gelirli ülkelerin üstünde DTH verilerine sahip olan Şili, Rusya, Güney Afrika, Brezilya ve Arjantin ise DTH bakımından kısmi gelişme kaydetmiştir. Türkiye ve Endonezya ise DTH verilerinin hem yüksek gelirli ülkelerin altında kalması hem de istikrarsız yapıları nedeniyle bu gösterge bakımından ilerleme kaydedememişlerdir.

Ar&Ge harcamalarının GSYİH içerisindeki payı, yine iktisadi büyümenin önemli belirleyicileri arasındadır. Bu iki değişken arasındaki ilişkinin pozitif olduğu ortaya koyan (Segerstrom, 2000; Zachariadis, 2004; Bilbao-Osorio ve Rodríguez-Pose, 2004; Falk, 2007; Gumus ve Celikay, 2015; Freimane ve Balina, 2016; Sokolov-Mladenović vd., 2016) çalışmalar bulunmaktadır. Aşağıdaki grafiğe göre yüksek gelirli ülkelerin Ar&Ge harcamalarının GSYİH'lerine oranı %2-%2,5 arasında değiştiği; buna karşılık kırılğan sekizli ülkelerinin göstergeleri Rusya haricinde %1 birimi geçmemektedir. Bu sebeple Ar&Ge harcamaları bağlamında kırılğan beşli ülkeleri Rusya haricinde ilerleme kaydedememiştir. Rusya'da ise kısmi bir ilerleme görülmektedir.

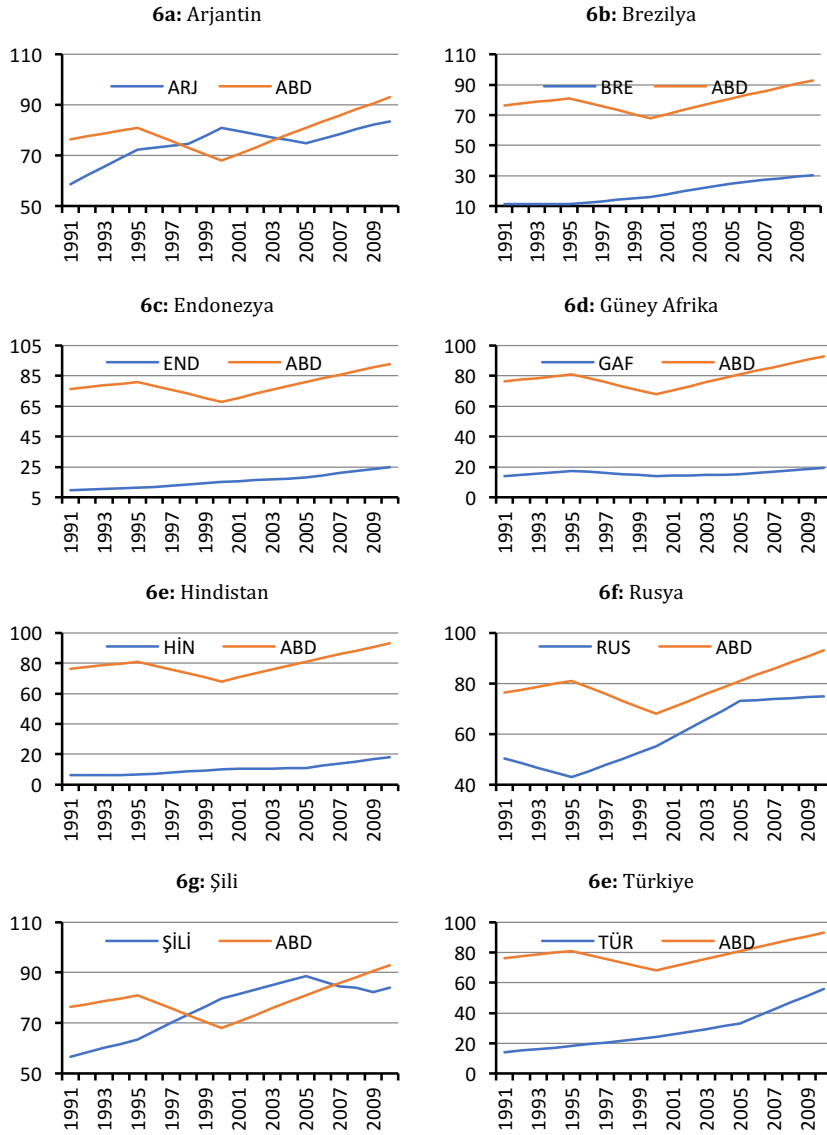
Grafik 5: Ar&Ge Harcamaları %GSYİH (2001-2013)



Kaynak: World Bank, World Development Indicators, 2017.

Analizde kullanılan beşerî ve kurumsal göstergelerden ilki yüksek öğretime kayıtlı öğrenci sayısıdır. Bu gösterge, yüksek öğretime kayıtlı nüfusun yüksek öğretime kayıt çağındaki toplam nüfusa oranını ifade etmektedir. Eğitim, iktisadi büyüme üzerinde pozitif etkisi olan beşerî göstergelerden biridir. Eğitim ve iktisadi büyüme ilişkisini inceleyen çalışmalar, iki değişken arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğunu ortaya koymaktadır. (Benhabib ve Spiegel, 1994; De Meulemeester ve Rochat, 1995; Gemell, 1996; Barro, 2000; Schultz, 2004; Lin, 2004). Yukarıdaki grafik incelendiğinde Brezilya, Endonezya, Güney Afrika ve Hindistan'ın yüksek eğitime kayıtlı öğrenci sayılarında bir artış yaşanmasına rağmen ABD ile aralarındaki farkın kapanmadığı açık biçimde görülmektedir. Bununla birlikte Arjantin, Rusya, Şili ve Türkiye'nin söz konusu gösterge bağlamında ciddi bir aşama kaydettiği görülmektedir. Özellikle Arjantin, Rusya ve Şili'nin oranları ABD'deki oranlara oldukça yakın seviyelerdedir.

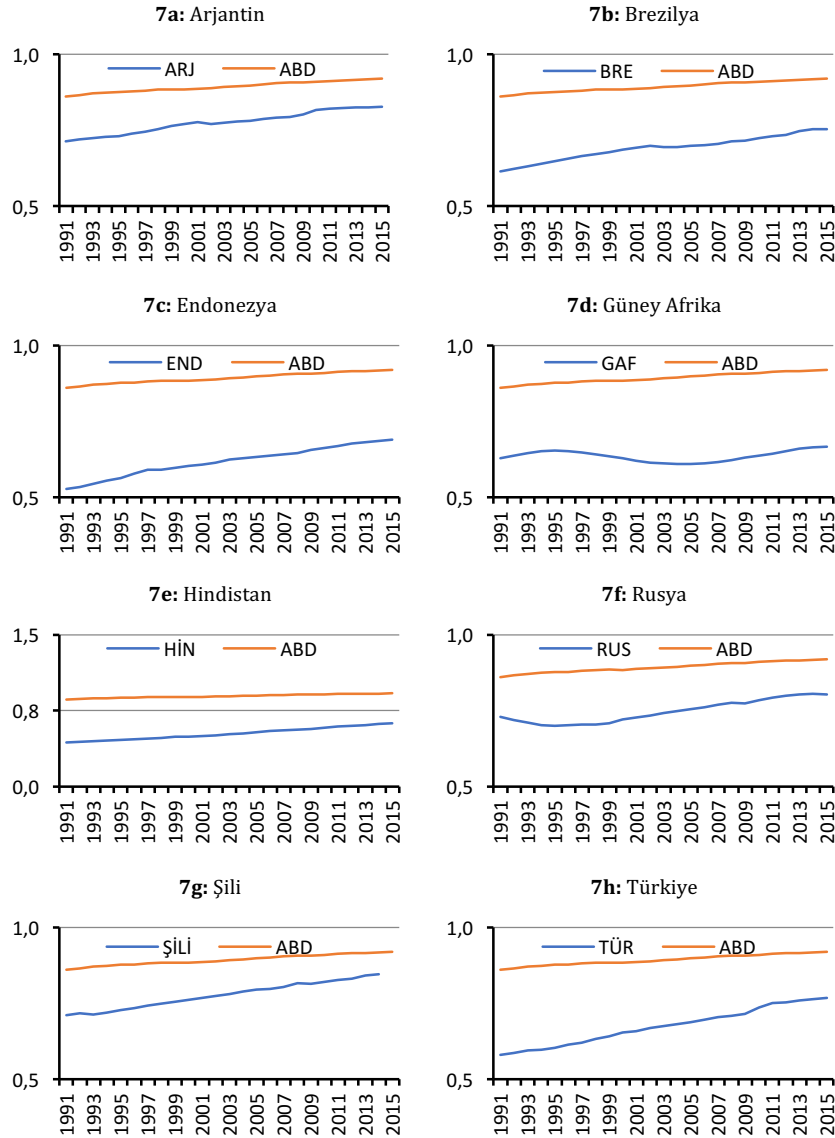
Grafik 6: Yüksek Eğitime Kayıtlı Öğrenci Sayısı (1991-2010)



Kaynak: V-DEM, 2016.

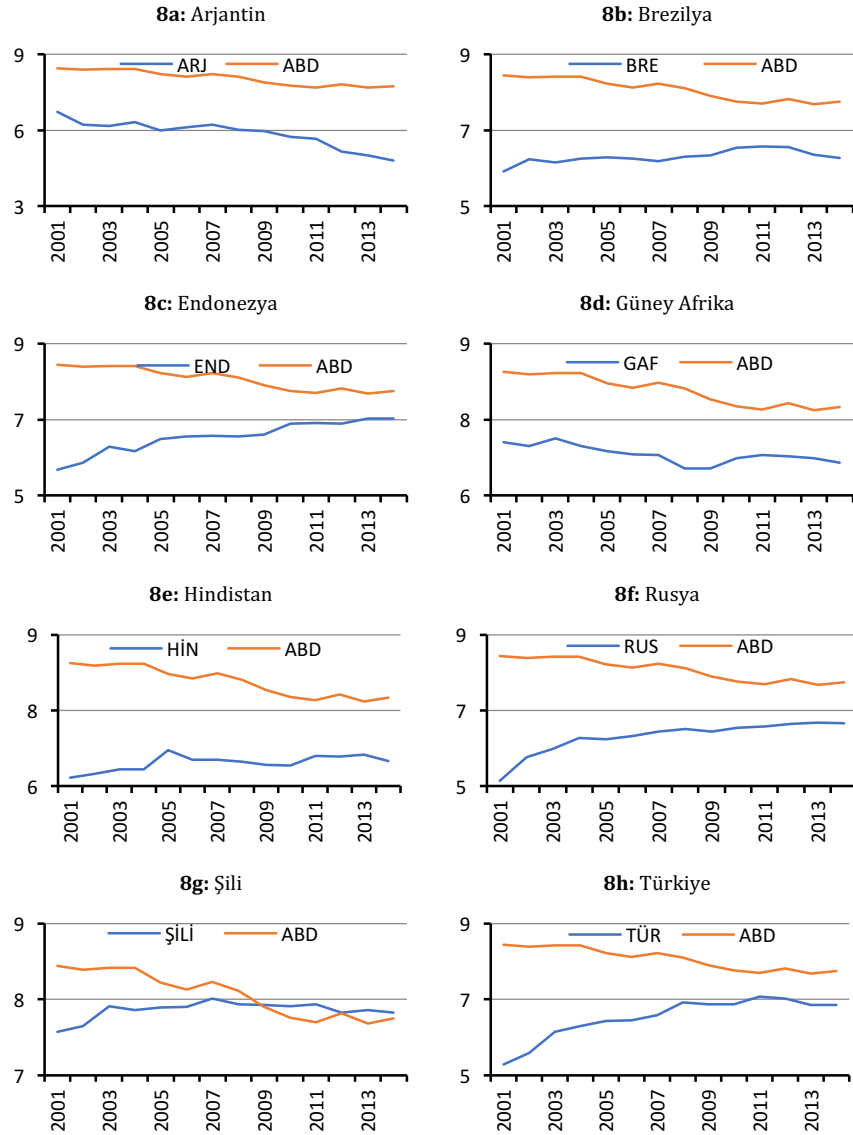
Çalışmada ele alınan bir diğer gösterge de insani gelişmişlik endeksidir. Bir toplumdaki bireylerin yetenekleri, ekonomik durgunluktan çıkmakta ve ekonominin büyümenin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Yüksek yaşam beklentisine sahip sağlıklı bireylerden oluşan, yüksek insani gelişmişlik seviyesine sahip bir toplumda yatırımların getirisi de elbette daha yüksek olacaktır. İnsani gelişmişlik ve iktisadi büyüme arasındaki bu pozitif ilişki, yapılan ampirik çalışmalarla da desteklenmektedir (Ramires vd., 1998; Ranis ve Stewart, 2002; Ranis, 2004; Ghosh, 2006; Tridico, 2007). Grafik 7, kırılğan sekizli ve ABD'yi insani gelişmişlik endeksi bakımından karşılaştırmaktadır. Buna göre tüm kırılğan sekizli ülkelerinin bu gösterge bakımından belirli bir aşama kaydettiği görülmektedir. Ancak incelenen dönem içerisinde Güney Afrika'daki gelişim sınırlıdır. Bu yüzden insani gelişmişlik bağlamında diğer yedi ülkenin her birinde gelişme bulunmakta iken, yalnızca Güney Afrika'da kısmi bir ilerlemenin yaşandığı ortaya çıkmaktadır.

Grafik 7: İnsani Gelişmişlik Endeksi (1990-2014)



Kaynak: UNDP, 2015.

Bireylerin ekonomik faaliyetlerini sürdürürlerken özgürce hareket edebilmeleri sağlıklı bir iktisadi büyüme için önemli bir faktördür. Ekonomik özgürlüklerin olduğu bir ekonomi ile olmadığı bir ekonomi, yatırım yapma noktasında karşılaştırıldığında rasyonel karar birimlerinin ekonomik özgürlüğe sahip ekonomiyi tercih edeceği aşikardır. Sahip olduğu ekonomik özgürlükler sayesinde daha fazla yatırım çeken bir ekonominin, iktisadi büyüme hızı daha yüksek olacaktır. Daha hızlı bir iktisadi büyüme ise, OGT'den daha hızlı bir biçimde uzaklaşmayı sağlayacaktır. Bu ilişki ekonomik özgürlükler ve büyüme arasındaki ilişkiyi test eden literatürdeki ampirik çalışmalarla da desteklenmiştir (Scully ve Slottje, 1991; Torstensson, 1996; De Haan ve Sturm, 2000; Bengoa ve Sanches-Robes, 2003; Dawson, 2003; Doucouliagos ve Ulubasoglu, 2005). Grafik 8 incelendiğinde Arjantin ve Güney Afrika'nın ekonomik özgürlük performansının ciddi bir düşme eğilimine girdiği görülmektedirken, Brezilya ve Hindistan'da ise kısmi bir ilerleme yaşanmıştır. Endonezya, Rusya, Şili ve Türkiye'nin özgürlük endeksi performansının oldukça iyi olduğu; hatta Şili'nin verilerine bakıldığında ABD'den daha yüksek bir ekonomik özgürlük seviyesine sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda söz konusu gösterge noktasında Arjantin ve Güney Afrika'da ilerleme yaşanmamış, Brezilya ve Hindistan'da kısmi bir ilerleme kaydedilmiş ve Endonezya, Rusya, Şili ve Türkiye'de ise ciddi bir gelişme kaydedilmiştir

Grafik 8: Ekonomik Özgürlükler

Kaynak: Fraser Institute, 2017.

4. Analiz Sonuçları

Kırılgan sekizli ülkeleri, kullanılan göstergeler bağlamında toplu bir biçimde karşılaştırmalı olarak tablo yardımı ile değerlendirilebilir. Göstergeler gelişme olan, kısmi gelişme olan ve gelişme olmayan olmak üzere 3 ayrı kategoride sınıflandırılmıştır. Söz konusu ülkeler arasında bir endeks oluşturmak üzere gelişme olan göstergelere 1 puan, kısmi gelişme olan göstergelere 0,5 puan ve gelişme olmayan göstergelere ise 0 puan verilmiştir.

Tablo incelendiğinde Arjantin'in ekonomik göstergelerden 2 tanesinde gelişme kaydettiği, 1 tanesinde kısmi gelişme kaydettiği, 2 tanesinde ise gelişme kaydetmediği; beşerî ve kurumsal göstergelerde ise yüksek eğitime kayıt ve insani gelişmişlik bağlamında ilerleme sağlamışken, ekonomik özgürlükler açısından ise gerileme yaşandığı görülmektedir. Brezilya'nın ekonomik göstergelerinden 2 tanesinde gelişme, 1 tanesinde de kısmi gelişme bulunurken, beşerî ve kurumsal göstergelerin 1 tanesinde gelişme, 2 tanesinde kısmi gelişme kaydedildiği görülmektedir. Endonezya'da ekonomik göstergelerin 3'ünde gelişme olduğu, 2'sinde ise gelişme olmadığı; beşerî ve kurumsal göstergelerin ise 1 tanesinde gelişme 2 tanesinde kısmi ilerleme olduğu görülmüştür. Güney Afrika'da 2 ekonomik göstergede ilerleme, 1 göstergede kısmi gelişme ve 2 göstergede de gelişme olmadığı; beşerî ve kurumsal göstergeler için 2 göstergede kısmi gelişme olduğu, 1 göstergede ise gelişme olmadığı saptanmıştır. Hindistan ekonomik göstergeler açısından ciddi bir gelişme göstermiş ve 3 adet göstergede gelişme, 1 adet göstergede ise kısmi gelişme sağlamıştır. Beşerî ve kurumsal göstergeler

bağlamında da iyi bir pozisyon yakalayan Hindistan 2 göstergede gelişme göstermiş, 1 gösterge açısından da kısmi bir ilerleme kaydetmiştir. Rusya'nın ekonomik göstergelerinden 2'si kısmi olmak üzere göstergelerin tamamında gelişme kat ettiği görülmektedir. Beşerî ve kurumsal göstergeler bağlamında da aynı performansı sergileyen Rusya tüm göstergelerde ilerleme kaydetmiştir. Göstergeler bağlamında oldukça iyi performans sergileyen ülkelerden biri de Şili'dir. Ekonomik göstergelerinin 2'sinde kısmi olmak üzere 4 göstergede gelişme kaydeden Şili, tüm beşerî ve kurumsal göstergeler bağlamında aşama kaydetmiştir. Türkiye, ekonomik göstergelerin 3'ünde ilerleme kaydederken, diğerlerinde ilerleme kaydedememiştir. Yine incelenen beşerî ve kurumsal göstergelerin tamamında Türkiye'nin ciddi bir aşama kaydettiği tespit edilmiştir.

Ekonomik göstergeler bağlamında ülkelerin durumuna karşılaştırmalı olarak bakıldığında en iyi durumda bulunan ülkenin 4 puanla Rusya olduğu görülmektedir. Rusya'yı almış olduğu 3,5 puan ile Hindistan takip etmektedir. Ardından 3 puan ile Şili, Türkiye, Brezilya ve Endonezya gelmektedir. Bu ülkeleri ise 2,5 puana sahip olan Brezilya ve Güney Afrika izlemektedir.

Beşerî ve kurumsal göstergelerdeki gelişme bağlamında ise en iyi duruma sahip ülkeler 3'er puanla Rusya, Şili ve Türkiye'dir. Bu ülkeler incelenen bütün beşerî ve kurumsal göstergeler bağlamında ilerleme kaydetmişlerdir. Bu ülkeleri beşerî ve kurumsal gelişme bağlamında 2,5 puan ile Hindistan takip etmektedir. Arjantin, Brezilya ve Endonezya almış oldukları 2 puan ile Hindistan'ı takip ederken, Güney Afrika yine düşük performansı sonucu aldığı 1 puanla sekizlinin en son sırasında kendine yer bulabilmiştir.

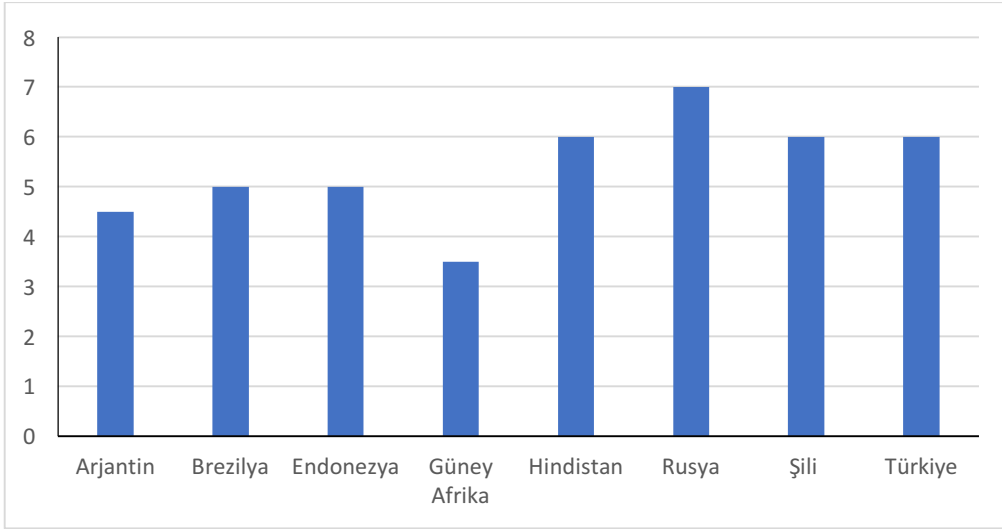
Tablo 1: Analiz Sonuçları

	Arj	Bre	End	G. Afr	Hin	Rus	Şili	Tür
Brüt Sermaye Yatırımları	Gelişme yok	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var
Enflasyon	Gelişme var	Kısmi gelişme var	Gelişme var	Gelişme var	Kısmi Gelişme var	Gelişme var	Kısmi gelişme var	Gelişme var
REDK	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme yok	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var
DTH	Kısmi gelişme var	Kısmi Gelişme var	Gelişme yok	Kısmi gelişme var	Gelişme var	Kısmi gelişme var	Kısmi gelişme var	Gelişme yok
Ar&Ge Harcamaları	Gelişme yok	Gelişme yok	Gelişme yok	Gelişme yok	Gelişme yok	Kısmi gelişme var	Gelişme yok	Gelişme yok
Yüksek Eğitim	Gelişme var	Kısmi gelişme var	Kısmi gelişme var	Kısmi gelişme var	Kısmi gelişme var	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var
İnsani Gelişmişlik Endeksi	Gelişme var	Gelişme var	Kısmi gelişme var	Kısmi gelişme var	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var
Ekonomik Özgürlükler	Gelişme yok	Kısmi gelişme var	Gelişme var	Gelişme yok	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var	Gelişme var
Gelişme olan gösterge sayısı	4	3	4	2	5	6	5	6
Kısmi Gelişme olan gösterge sayısı	1	4	2	3	2	2	2	0
Gelişme olmayan gösterge sayısı	3	1	2	3	0	0	1	3
Toplam Puan*	4,5	5	5	3,5	6	7	6	6

* Gelişme olan göstergeler 1 puan, kısmi gelişme olan göstergeler 0,5 puan, gelişme olmayan göstergeler ise 0 puan olarak hesaplanmıştır.

Tüm bu sonuçlara göre orta gelir tuzağına en uzak olduğu saptanan ülke, toplamda almış olduğu 7 puan ile Rusya'dır. Rusya'yı 6'şar puan alan Hindistan, Şili ve Türkiye izlemektedir. Ardından gelen ülkeler ise 5'er puanlık performanslarıyla Brezilya ve Endonezya'dır. Arjantin 4,5 puan ile bu ülkeleri takip etmekte iken toplam 3,5 puan elde eden Güney Afrika orta gelir tuzağı bağlamında en kırılgan ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum Grafik 9 yardımıyla ifade edilebilir.

Grafik 9: Orta Gelir Tuzağına Uzaklık Endeksi



Sonuç

Çalışmada kırılğan sekizli ülkelerinin seçilmiş bazı ekonomik, beşerî ve kurumsal göstergeleri yüksek gelirli ülkelerle karşılaştırılarak orta gelir tuzağına olan uzaklıkları ölçülmüştür. Analiz sonuçlarına göre tuzağa düşme ihtimali en uzak olan ülke Rusya'dır. Rusya'yı eşit derecede uzaklıkla Hindistan, Şili ve Türkiye izlemektedir. Ardından Brezilya ve Endonezya gelmekte iken, Arjantin bu iki ülkeyi takip etmektedir. Analiz sonuçlarına göre tuzağa düşme ihtimali en yüksek ülkenin Güney Afrika olduğu tespit edilmiştir. Kırılğan sekizlinin orta gelir tuzağından uzaklaşması için her ülkenin eksik kalan yanlarını geliştirmesi ve bu bağlamda bazı tedbirler alması gerekmektedir.

- ✓ Brüt sermaye yatırımları ve Ar&Ge harcamaları göstergelerinde ilerleme kaydedememiş olan Arjantin'in sermaye yatırımlarını artırıcı çeşitli teşvik politikaları, vergi muafiyetleri, fabrika ve arsa temini, sektörel yatırım planlamaları gibi politikalar üretmesi, Arjantin'in yatırımlar noktasında daha cazip hale gelmesini sağlayacaktır. Yine Arjantin için fiyat istikrarını oluşturacak çeşitli düzenleme ve politikalar, ekonomik belirsizliği azaltacaktır.
- ✓ REDK noktasında Güney Afrika'nın yaşadığı olumsuzluk göze çarpmaktadır. Bu bağlamda Güney Afrika'nın kur istikrarını ve katma değerli ürün çeşitliğinin artırıldığı bir dış ticaret yapısının oluşturulmasını sağlayacak adımlar önem taşımaktadır.
- ✓ Güney Afrika ve Türkiye'nin dış ticaret haddi noktasında aşama kaydedemediği görülmektedir. Bununla ilişkili olarak söz konusu ülkelerin uluslararası ticarete rekabetçi olabilecek katma değeri yüksek malların üretimi noktasında atacağı adımlar giderek önem kazanmaktadır.
- ✓ Rusya için kısmi bir ilerleme kaydedildiği görülse de tüm kırılğan sekizlide Ar&Ge harcamalarının istenilen seviyeye gelmediği görülmektedir. Yüksek gelirli ülkelerin ürettikleri ve uluslararası pazarlara sundukları katma değerli ve yüksek teknoloji içeren ürünleriyle rekabet edebilmek için yine ileri teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı ürünlerin üretilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla Ar&Ge harcamalarına ayrılacak her ek kaynak gereken ileri teknolojilerin üretilmesi için ciddi bir önem arz etmektedir.
- ✓ Bireylerin ekonomik faaliyetlerini sürdürürlerken özgürce hareket edebilmeleri sağlıklı bir iktisadi büyüme için önemli bir faktördür. Arjantin ve Güney Afrika'nın ekonomik özgürlükleri artırmak adına gerekli yasal ve kurumsal düzenlemeleri ivedilikle gerçekleştirmesi önemli bir politikadır.
- ✓ Tüm bu politikaların yanında ülkelerin yukarıda incelenen göstergeler bağlamında olumlu yanlarını daha da geliştirecek adımlar atmaları ise daha istikrarlı bir yapıya kavuşmalarına yardımcı olmak açısından önemlidir.

Son Notlar

[1] Çalışma sonuçlarına göre toplam faktör verimliliğindeki düşüş büyümedeki yavaşlamanın %85'ini açıklamaktadır.

Kaynakça

- Aiyar, S., Duval, R., Puy, D., Wu, Y., Zhang, L. (2013). Growth Slowdowns and the Middle Income Trap (IMF Working Paper No. 13/71). IMF'den alıntılanmıştır: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2013/wp1371.pdf>
- Bal, D. P., Dash, D. P., Subhasish, B. (2016). The Effects of Capital Formation on Economic Growth in India: Evidence from ARDL-Bound Testing Approach. *Global Business Review*, 17(6), 1388-1400. <https://doi.org/10.1177/0972150916660403>
- Barro, J., R. (1996). Determinants of Economic Growth: A Cross-Country Empirical Study (NBER Working Paper No.5698). NBER'den alıntılanmıştır: <http://www.nber.org/papers/w5698.pdf>
- Barro, R. J. (2000). Education and Economic Growth. Mimeo, Harvard University.
- Benhabib, J., Spiegel, M. M. (1994). The Role of Human Capital in Economic Development Evidence from Aggregate Cross-Country Data. *Journal of Monetary Economics*, 34(2), 143-173.
- Bengoa, M., Sanches-Robes, B. (2003). Foreign Direct Investment, Economic Freedom and Growth: New Evidence from Latin America. *European Journal of Political Economy*, 19(3), 529-545.
- Bilbao-Osorio, B., Rodríguez-Pose, A. (2004). From R&D to Innovation and Economic Growth in the EU. *Growth and Change*, 35(4), 434-455.
- Blattman, C., Hwang, J., Williamson, G., J. (2003). The Terms of Trade and Economic Growth in the Periphery (NBER Working Paper No. 9940). NBER'den alıntılanmıştır: <http://www.nber.org/papers/w9940>
- Bozkurt, E., Bedir, S., Özdemir, D., Çakmak, E. (2014). Orta Gelir Tuzağı ve Türkiye Örneği. *Maliye Dergisi*, 167, 22-39.
- Cheng, C., Dai, L. (2014). The Middle Income Trap, Branching Deregulation, and Political Influence. Erişim Tarihi: 11 Ekim 2017, https://scholar.princeton.edu/sites/default/files/liangdai/files/bank_deregulation_and_political_contribution-1_7.pdf
- Coppedge, M., Gerring, J., Lindberg, S., I., Ion, V. (2016). V-Dem [country-year/country-date] dataset v6.2, V-Dem'den alıntılanmıştır: <https://www.v-dem.net/en/data/data-version-6-2/>
- Dawson, J., W. (2003). Causality in the Freedom-Growth Relationship. *European Journal of Political Economy*, 19(3), 479-495.
- De Haan, J., Sturm, J. (2000). On the Relationship Between Economic Freedom and Economic Growth. *European Journal of Political Economy*, 16(2), 215-241.
- De Meulemeester, J., Rochat, D. (1995). A Causality Analysis of the Link Between Higher Education and Economic Development. *Economics of Education Review*, 14(4), 351-361.
- Doucoulagos, C., Ulubasoğlu, M., A. (2005). Economic Freedom and Economic Growth: Does Specification Make a Difference?. *European Journal of Political Economy*, 22(1), 60-81.
- Dritsakis, N., Erotokridos, V., Adamopoulos, A. (2006). The Main Determinants of Economic Growth: An Empirical Investigation with Granger Causality Analysis for Greece. *European Research Studies*, IX(3-4), 47-58.
- Eichengreen, B., Park, D., Shin, K. (2011). When Fast Growing Economies Slow Down: International Evidence and Implications for China (NBER Working Paper No. 16919), NBER'den alıntılanmıştır: <http://www.nber.org/papers/w16919>
- Eichengreen, B., Park, D., Shin, K. (2013). Growth Slowdowns Redux: New Evidence on the Middle-Income Trap (NBER Working Paper No. 18673), NBER'den alıntılanmıştır: <http://www.nber.org/papers/w18673>
- Egawa, A. (2013). Will Income Inequality Cause a Middle-Income Trap in Asia? (Bruegel Working Paper No. 2013/06), Bruegel'den alıntılanmıştır: <http://bruegel.org/2013/10/will-income-inequality-cause-a-middle-income-trap-in-asia/>

- Falk, M. (2007). R&D Spending in the High-tech Sector and Economic Growth. *Research in Economics*, 61(3), 140-147.
- Felipe, J., Abdon, A., Kumar, U. (2012). Tracking the Middle-Income Trap: What Is It, Who Is It, and Why? (Levy Economics Institute Working Paper No. 715), Levy Economics Institute'den alıntılanmıştır: http://www.levyinstitute.org/pubs/wp_715.pdf
- Fraser Institute. Economic Freedom Dataset. Çevrimiçi, <https://www.fraserinstitute.org/economic-freedom/dataset?countries=TUR&year=2014&page=dataset&min-year=2&max-year=0> 15 Eylül 2017.
- Freimane, R., Balina, S. (2016). Research and Development Expenditures and Economic Growth in EU: A Panel Data Analysis. *Economics and Business*, 29(1), 5-11.
- Garrett, G. (2004). Globalizations Missing Middle. *Foreign Affairs*, 83(6), 84-96.
- Gemmell, N. (1996). Evaluating the Impacts of Human Capital Stocks and Accumulation on Economic Growth: Some New Evidence. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 58(1), 9-28.
- Gill, I., Kharas, H. (2007). An East Asian Renaissance Ideas for Economic Growth. The International Bank for Reconstruction and Development, Washington.
- Ghosh, M. (2006). Economic Growth and Human Development in Indian States. *Economic and Political Weekly*, 41(30), 3321-3329.
- Grimes, A. (2006). A Smooth Ride: Terms of Trade, Volatility and GDP Growth. *Journal of Asian Economics*, 17(4), 583-600.
- Gumus, E., Celikay, F. (2015). R&D Expenditure and Economic Growth: New Empirical Evidence. Margin. *The Journal of Applied Economic Research*, 9(3), 205-217.
- Haq, M., Luqman, M. (2014). The Contribution of International Trade to Economic Growth through Human Capital Accumulation: Evidence from Nine Asian Countries. *Cogent Economics & Finance*, 2(1), 947000.
- Hausmann, R., Prichett, L., Rodrik, D. (2005). Growth Accelerations. *Journal of Economic Growth*, 10(4), 303-329.
- Nazrul, I. (2013). Beyond the Middle Income Trap: What Kind of High Income Country Can China Become? (ICSEAD Working Paper No. 2013-20), ICSEAD'dan alıntılanmıştır: <http://www.agi.or.jp/workingpapers/WP2013-20.pdf>
- Jimenez, E., Nguyen, V., Patrion, H., A. (2012). Stuck in the Middle? Human Capital Development and Economic Growth in Malaysia and Thailand (World Bank Policy research Working Paper No. 6283), World Bank'dan alıntılanan: <http://documents.worldbank.org/curated/en/603811468049817155/Stuck-in-the-middle-human-capital-development-and-economic-growth-in-Malaysia-and-Thailand>
- Kharas, H., Kohl, H. (2011). What is Middle Income Trap, Why Do Countries Fall Into It, and How Can It Be Avoided?. *Global Journal of Emerging Market Economies*, 3(3), 281-289.
- Kormendi, R., G., Meguire, P., G. (1985). Macroeconomic Determinants of Growth Cross Country Evidence. *Journal of Monetary Economics*, 16(2), 141-163.
- Lin, T. (2004). The Role of Higher Education in Economic Development: An Empirical Study of Taiwan Case. *Journal of Asian Economics*, 15(2), 355-371.
- Levine, R., Renelt, D. (1992). A Sensitive Analysis of Cross-Country Growth Regressions. *The American Economic Review*, 82(4), 942-963.
- Mendoza, E., G. (1997). Terms-of-Trade Uncertainty and Economic Growth. *Journal of Development Economics*, 54(2), 323-356.
- Nabine, D., W. (2009). The Impact of Chinese Investment and Trade on Nigeria Economic Growth (African Trade Policy Center Working Paper No. 77), United Nations Economic Commission for Africa'dan alıntılanan: <http://www1.uneca.org/Portals/atpc/CrossArticle/1/WorkinProgress/77.pdf>

- Paus, E. (2012). Confronting the Middle Income Trap: Insights from Small Latecomers. *Studies in Comparative International Development*, 47(115), 115-135.
- Pavelescu, F. M. (2008). Gross Capital Formation and Economic Growth During Early 2000's in EU-Member and Candidates States. *Romania*, 11(12.17), 0-48.
- Ramires, A. Ranis, G., Stewart, F. (2002). Economic Growth and Human Development in Latin America. *Cepal Review*, 12(78), 7-23.
- Ranis, G. (2004). Human Development and Economic Growth (Yale University Economic Growth Center Discussion Paper No.887), SSRN'den alıntılanan: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=551662
- Robertson P. E. Ye, L. (2013). On the Existence of a Middle Income Trap (University of Western Australia Economics Discussion Paper No. 13.12), University of Western Australia'dan alıntılanan: http://www.business.uwa.edu.au/_data/assets/pdf_file/0007/2275774/13-12-On-the-Existence-of-a-Middle-Income-Trap.pdf
- Schultz, T., P. (2004). Evidence to Schooling in Africa from Household Surveys: Monitoring and Restructuring the Market for Education. *Journal of African Economies*, 13(2), 95-148.
- Scully, G., W., Slottje, D., J. (1991). Ranking Liberty Across Countries. *Public Choice*, 69(2), 121-152.
- Segerstrom, P., S. (2000). The Long-run Growth Effects of R&D Subsidies. *Journal of Economic Growth*, 5(3), 277-305.
- Sokolov-Mladenović, S., Cvetanović, S., Mladenović, I. (2016). R&D Expenditure and Economic Growth: EU28 Evidence for the Period 2002–2012. *Ekonomika istraživanja*, 29(1), 1005-1020.
- Torstensson, J. (1994). Property Rights and Economic Growth: An Empirical Study. *KYLOKS*, 47(2), 231-247.
- Tridico, P. (2007). Institutions, human development and economic growth in transition economies. *The European Journal of Development Research*, 19(4), 569-592.
- Tyler, W., G. (1981). Growth and Export Expansion in Developing Countries: Some Empirical Evidence. *Journal of Development Economics*, 9(1), 121-130.
- UNDP. (2015). Human Development Index. Erişim tarihi: 9 Eylül 2017, <http://hdr.undp.org/en/data>
- Uneze, E. (2013). The Relation Between Capital Formation and Economic Growth: Evidence from Sub-saharan African Countries. *Journal of Economic Policy Reform*, 16(3), 272-286.
- Vivarelli, M. (2014). Structural Change and Innovation as Exit Strategies from the Middle Income Trap (The Institute for the Study of Labor Discussion Paper No. 8148), IZA'dan alıntılanan: <http://ftp.iza.org/dp8148.pdf>
- Wong, H. T. (2010). Terms of Trade and Economic Growth in Japan and Korea: An Empirical Analysis. *Empirical Economics*, 38(1), 139-158.
- Woo, W., T. (2012). China Meets the Middle-income Trap: The Large Potholes in the Road to Catching-up. *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, 10(4), 313-332.
- World Bank. (t.y.). Country and Lending Groups. Erişim Tarihi: 10 Eylül 2017.
- World Bank. (t.y.). World Development Indicators. Erişim Tarihi: 11 Eylül 2017.
- Wu, Y. (2014). Productivity, Economic Growth and the Middle Income Trap: Implications for China. *Frontiers of Economics in China*, 9(3), 460-483.
- Ye, L., Robertson, P., A. (2016). On the Existence of Middle Income Trap. *Economic Record*, 92(297), 173-188.
- Yeldan, E., Taşçı, K., Voyvoda, E., Özsan, M., E. (2012). Orta Gelir Tuzağından Çıkış: Hangi Türkiye? Cilt.1 Makro/Bölgesel/Sektörel Analiz. Türkonfed, İstanbul.
- Yeldan, E., Taşçı, K., Voyvoda, E., Özsan, M., E. (2013). Orta Gelir Tuzağından Çıkış: Hangi Türkiye? Cilt.2 Bölgesel Kalkınma ve İkili Tuzaktan Çıkış Stratejileri. Türkonfed, İstanbul.

- Yılmaz, G. (2015). Turkish Middle Income Trap and Less Skilled Human Capital, *İktisat İşletme ve Finans*, 30(346), 9-36.
- Zachariadis, M. (2004). R&D-Induced Growth in the OECD. *Review of Development Economics*, 8(3), 423-439.
- Zsolt, D. (2012). Real Effective Exchange Rates for 178 Countries: A New Database (Bruegel Working Paper No. 2012/06), Bruegel Datasets'den alıntılanmıştır: <http://bruegel.org/publications/datasets/real-effective-exchange-rates-for-178-countries-a-new-database/>

KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ'NDEKİ KOBİLERİN E-PAZARLAMA UYGULAMALARI

Hasan GEDİK

Yrd. Doç. Dr. KTO Karatay Üniversitesi, İYBF, Sigortacılık ve Sosyal Güvenlik Bölümü
hasan.gedik@karatay.edu.tr

Özet

Amaç: KOBİ yöneticilerinin bilişim teknolojileri kullanım düzeyi, e-pazarlama amaçları ve e-pazarlamaya geçiş engelleri ile ilgili düşüncelerinin e-pazarlama performansı üzerindeki etkilerini incelemektir.

Yöntem: Bu araştırmanın yöntemi nicel bir çalışmadır. Bu çalışmada keşifsel tanımsal ve nedensel araştırmalar yapılmıştır. Konya Sanayi Bölgesi'nde (KOS) bulunan WEB sitesine sahip 172 işletmeye ulaşılmıştır. Araştırma 120 firmayı kapsayan bir tarama modeline dayalıdır. Araştırma da verileri uygun olan 95 KOBİ bilgileri kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemiyle anket çalışması yapılarak gerçekleştirilmiştir. Tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen, 10 firma ile ankette yer alan soruların uygunluğu için pilot bir uygulama yapılmıştır.

Bulgular: Araştırma sonuçlarına göre, bilişim teknolojisini yüksek düzeyde kullanan ve yüksek düzeyde internet yoluyla satış performansına sahip işletmeler, daha iyi e-pazarlama performansı göstermektedir. E-pazarlama yapan KOBİ'lerin, yapmayan KOBİ'lere göre rekabet üstünlüğü sağladıkları görülmektedir. KOBİ'lerin e-pazarlama amaçları, yöneticilerin rekabet algılama düzeylerine göre farklılık göstermiştir. E-pazarlama genel amaçlarının %46'sının e-pazarlama performans faktörleri ile ilişkili olduğu anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Bilişim Teknolojileri, e-pazarlama, e-Ticaret, İnternet

Bilgilendirme: Bu çalışma yazar tarafından hazırlanan "KOBİ'lerde E- Pazarlamanın Önemi: Konya KOBİ'lerinde E - Pazarlama Uygulamaları" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

E-MARKETING APPLICATIONS OF SMEs IN KONYA INDUSTRIAL ZONE

Abstract

Objectives: In this article, IT adaptation level by SME administrators, their e-marketing aims and the effect of their opinions about transition obstacles on e-marketing performance were investigated in the frame of the research model.

Methods: This research is an exploratory, descriptive and causal research. In this study, exploratory, descriptive and causal researches were carried out. 172 enterprises located in the Konya Industrial Zone (KOS), which owns the WEB site, have been reached. The research is based on a screening model covering 120 companies. 95 SME information that is appropriate in the survey was used. It was carried out by surveying with easy sampling method. A pilot application was made for the suitability of the questions in the questionnaire with 10 firms selected by random sampling method.

Results: According to the results of our research, businesses adept at IT use and maintaining high sales performance via internet, have performed better at e-marketing. It was shown that, SMEs which adopted e-marketing achieved higher competitiveness compared to the SMEs who did not adopt. The e-marketing aims of SMEs differed according to the level of managers' perception of competition. It is understood that 46% of the general purpose of e-marketing of SMEs is related to e-marketing performance factors.

Key words: SME, Information Technology, E-Marketing, Internet, E-Commerce.

Acknowledgement: This study has been produced by author, a doctoral thesis titled "The Importance of E-Marketing in SMEs: E- Marketing Applications in Konya SMEs".

Giriş

“Dünyada yaşanan hızlı değişim ve küreselleşme süreci, iş dünyasında acımasız bir rekabet ortamının doğmasına neden olmuştur. Bu yeni iş dünyası modeli içerisinde işletmelerin başarılı olabilmesi; diğer işletmelerden farklı olmalarına, müşterileri için değer yaratabilmelerine ve bunu sürekli kılabilmelerine bağlıdır. İşletmeler artık bugün için rekabet etmek yerine gelecek için rekabet etmeye çalışmaktadırlar” (Hamel ve Prahalad, 1996:45).

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) günümüz rekabet ortamında ülkelerin en önemli ekonomik güçlerinden birisi halini almıştır. KOBİ’ler gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüme oranlarında ve ekonomik gelişim süreçlerinde önemli roller üstlenmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu (2016) rakamlarına göre, ülkemizde KOBİ’ler toplam işletmelerin %99’unu, istihdamın %76’sını, sermaye yatırımının %38’ini, yaratılan katma değer %27’sini ve ihracatın ise yaklaşık olarak %11’ini oluşturmaktadır (www.tuik.gov.tr, 2016). Bu makalede araştırmanın amacı, KOBİ yöneticilerinin bilişim teknolojileri kullanım düzeyi, e-pazarlama amaçları ve e-pazarlamaya geçiş engelleri ile ilgili düşüncelerinin e-pazarlama performansı üzerindeki etkileri incelemektir.

1. KOBİ’lerde E-Pazarlama

1.1. KOBİ’ler

1.1.1. KOBİ Kavramı

Genel olarak KOBİ’ler, az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeğiyle çalışan, çabuk karar verme yeteneğine sahip, düşük düzeyde yönetim giderleri ile çalışan ve ucuz üretim gerçekleştiren iktisadi teşebbüsler olarak ifade edilebilir (Uludağ ve Serin, 1990:14). Ekonomik sistem içerisinde büyük ölçekli işletmelerin üretim yapabilmeleri için onların gereksinim duyduğu hammaddeleri, ara mamullere çevirecek ya da onların istediği biçimde tedarik edecek işletmelere gereksinim duyulmaktadır. Çünkü, büyük ölçekli işletmeler kendi uzmanlık alanlarında üretim yaparlarken, ana iş sahalarının dışında kalan gereksinimlerini işletme dışından temin etme eğilimindedirler. Kısacası, KOBİ’ler “büyük ölçekli işletmeleri tamamlayan” ekonomik unsurlar olarak tanımlanmaktadır (More, 1990). Ülkemizde de birçok KOBİ büyük işletmelerin iş sahalarının dışında kalan gereksinimlerini karşılamaktadır. Bunun yanı sıra, ülke içerisinde istihdam yaratarak ülke ekonomisinin gelişimine katkıda bulunmaktadır. KOBİ’ler esnek ve dinamik yapıları sayesinde, yoğun emek ve az teknoloji kullanılan sanayilerde değişen ekonomik şartlara uyum gösterebilmekte ve Türkiye gibi kırılgan ekonomiler için vazgeçilmez bir ekonomik öge olmayı başarmaktadır. Resmî Gazetede yayınlanan yönetmeliğe göre, Türkiye’de “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler” kısaca “KOBİ” olarak adlandırılmış ve yayınlanan bu yönetmelikte, KOBİ’ler Çizelge 1’e göre sınıflandırmıştır:

Tablo 1: Türkiye’de KOBİ Tanımı

Tanım Kriteri	Mikro İşletmeler	KOBİ	Orta Ölçekli İşletmeler
Çalışan Sayısı	0-9	10-49	50-249
Yıllık Net Satış Hâsılatı	≤1 Milyon TL (606,000€)	≤5 Milyon TL (3 Milyon€)	≤25 Milyon TL (15.15 Milyon €)
Yıllık Mali Bilançosu	≤1 Milyon TL (606,000 €)	≤5 Milyon TL (3 Milyon €)	≤25 Milyon TL (15.15 Milyon €)

Kaynak: KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007-2009), www.rega.basbakanlikgov.tr

1.1.2. KOBİ’lerin Ekonomik ve Toplumsal Kalkınmadaki Yeri ve Önemi

Bütün dünya ülkelerinde küçük işletmeciliğin tarihsel olarak önemli bir yere sahip olduğu ve çok eski bir geçmişe dayandığı görülmektedir. Bu işletmeler, sanayi devrimi gerçekleşip, makineler yardımı ile kitlesel üretim tarzı ön plana çıkana kadar, ekonomilerin temel yapı taşı olarak hizmet vermişlerdir. Sanayi devriminden sonra, kitlesel üretim yapan ve bu yöntemle önemli maliyet avantajları elde eden büyük işletmelerin ortaya çıkması, küçük işletmeleri olumsuz yönde etkilemiş ve yeni rekabet şartlarına uyum sağlayamayan bu işletmelerin pek çoğu kapanmak zorunda kalmıştır (Bozkurt, 1999:20).

KOBİ'ler, sadece ekonomik sisteme katkıda bulunmayıp sosyal hayatta da önemli rollere sahiptir. KOBİ'ler bir ülke ekonomisinin kapsadığı tüm coğrafi yerleşim alanlarına yayılmışlardır. Geniş bir alana yayıldıklarından dolayı bölgesel gelişmişlik farklılıklarını gidermede, istihdam olanağını sağlamakta ve demokratik hayatın canlı tutulmasında önemli faktördür (Çelik, Akgemici, 2007:151). Ayrıca istihdam imkânı yaratırlar. Sonuç olarak, KOBİ'lerin gerek sosyal gerekse ekonomik açıdan önemli bir yer işgal ettiği görülmektedir. Aşağıda KOSGEB tarafından çıkarılan rakamsal oranlar bulunmaktadır (www.KOSGEB.org. tr. 2004):

- KOBİ'ler imalât sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin %99,5'ini oluşturmaktadır.
- İmalât sanayindeki istihdam %61,1 KOBİ'lerde yer almaktadır.
- Yaratılan katma değerde ise KOBİ'lerin payı %27,3'tür.

KOBİ'lerin ülkemiz ekonomisinin temel yapıtaşı olduğu kabul edilmektedir. Ancak ekonomik sorunlardan en çok etkilenenlerden biri olduğu için ekonominin yapısal karakteristiklerini en fazla taşıyan faktörlerden biridir. KOBİ'lerin önemi giderek artmaktadır. Unutulmamalıdır ki sağlam KOBİ yapısı siyasi istikrarın, ekonomik gelişmenin ve sosyal barışın teminatı ve en temel yapı taşıdır. KOBİ'ler büyük ölçekli işletmelere göre değişime daha çabuk ayak uydurduklarından dolayı ekonomik krizlerden daha az etkilenirler. Bilgi toplumuna geçişle birlikte KOBİ'ler teknolojik gelişmeleri takip ederek bunu üretim sürecine yansıtma potansiyeline sahip olmaları nedeniyle, stratejik öneme sahiptirler. Ulusal ekonomimizde, özellikle istihdam yönünden, önemli bir yere sahip bulunan KOBİ'lerin sisteme olan katkıları (Çetinkaya, 1992:251-257):

1. Bölge sanayisinin gelişmesine başlangıç oluşturmak,
2. Bölge sanayisinin tamir ve bakım yönünden sorunlarını çözmek,
3. Özel beceri ve teknik isteyen kimi malları üretmek,
4. İkincil (tali) kontrol yoluyla büyük sanayi işletmelerine yardımcı olmak.

KOBİ'ler Türk ekonomisinde geçmişte olduğu gibi, gelecekte de yerini ve önemini koruyacaktır. Ancak KOBİ'lerin önemini vurgulamak büyük işletmelerin yerini ve önemini reddetmek anlamına gelmemektedir.

1.1.3. KOBİ'lerin Temel Sorunları

KOBİ'lerde sorunların belirlenmesine farklı açılardan bakılabilir. Örgütlenme ve yönetim sorunları, kredi teminindeki sorunlar, tedarik sorunları, ihracat sorunları, halkla ilişkiler sorunları, muhasebe sorunları, nitelikli personel ihtiyacı, AR-GE sorunları, pazarlama sorunları, eğitim ve teknoloji ile ilgili sorunlardır. KOBİ'lerde sorunların belirlenmesine farklı açılardan bakılabilir. Bu sorunlar (Gedik, 2011):

- Örgütlenme ve yönetim sorunları,
- Pazarlama sorunları,
- Kredi teminindeki sorunlar,
- Nitelikli personel ihtiyacı,
- Tedarik sorunları,
- Halkla ilişkiler sorunları,
- Muhasebe sorunları,
- İhracat sorunları,
- AR-GE sorunları,
- Eğitim ve teknoloji ile ilgili sorunlardır.

1.2. E-pazarlama

E-pazarlama mal ve hizmet üretimini kolaylaştıran tüm çevrimiçi ve elektronik tabanlı etkinliklerin üretici tarafından müşterinin istek ve ihtiyaçlarını karşılama sürecidir. E-pazarlama, e-ticaret ve e-işin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Müşterilerle etkileşimli ilişki kurarak, onları daha iyi anlayarak yakınlaşırken, ürünlere değer katıp, dağıtım kanallarını genişletmekte ve satışları arttırmaktadır (Reedy ve Schullo, 2003:3-11). Pazarlama, kurum ve süreçleri yaratan, iletişimi kuran, ürün ya da hizmeti dağıtan ve müşteriler, tüketiciler, ortaklar ve toplum için değer arz eden ürün ve hizmetlerin değişimini sağlayan bir aktivitedir. İnternetin ve

ilintili dijital bilginin ve iletişim teknolojilerinin belirli bir pazarlama hedefine ulaşılması için kullanımına da “E-pazarlama” denir (Institute Of Direct Marketing, 2003).

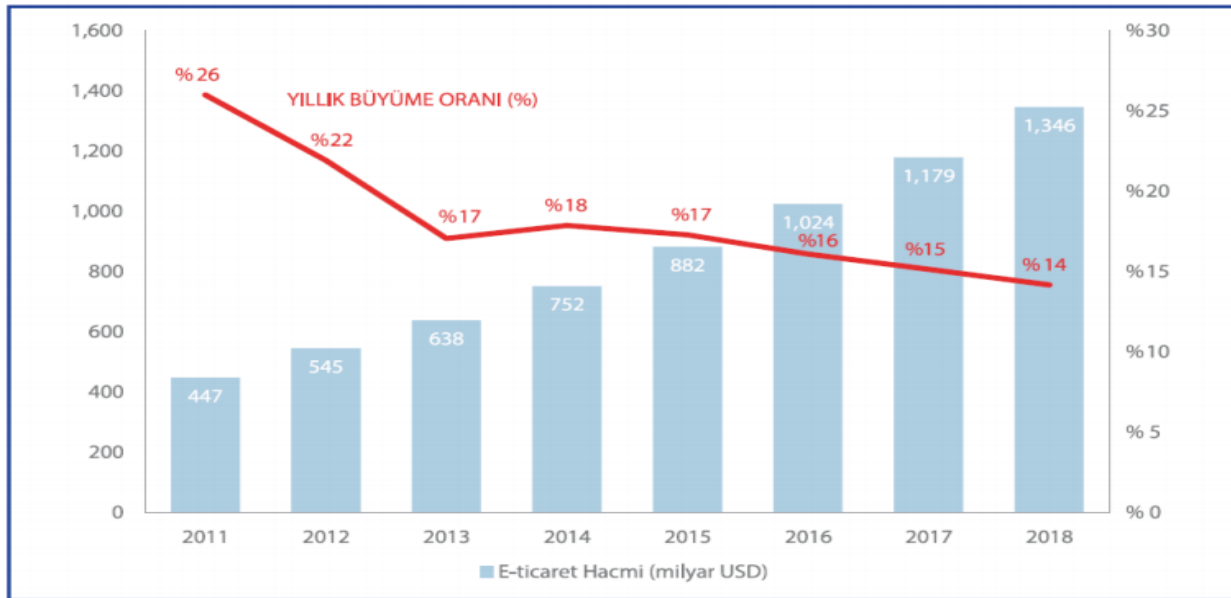
E-pazarlamanın esası, elektronik ortamın imkânlarını kullanarak müşterilere yaklaşmak, ürünlere değer katmak, tedarik kanallarını genişletmek, nihai olarak da satışları arttırmaktır. Tüm bu etkinlik özünde dinamik olup müşteri ile tedarikçi arasında sürekli devam eden bir iletişimi gerektirir. İnternet özelinde ise, bu süreç sürekli güncellenen internet siteleri aracılığı ile gerçekleşecektir. Günlük işleyişte e-iş kavramı ile e-ticaret ve e-pazarlama kavramları birbirinin yerine kullanılabilir. E-iş kavramı bir firmanın tüm birimlerindeki iş ve işlemleri kapsamakta ve yetkili kılınmış kişilerin onlara ulaşmasına ve kullanılmasına izin vermektir ki, bu işleyişte bir para akışı olması şart değildir. Aynı zamanda e-iş kavramı e-ticareti dolayısıyla e-pazarlama kavramlarını da içeren bir genelliştir (El-Gohary, 2010:216).

Türkiye Elektronik Ticaret Kurulu (ETİK)’una göre, e- ticaret mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır. E-ticaret, ticari işlemlerden biri veya tamamının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi yoluyla reklam ve pazar araştırması, sipariş ve ödeme ile teslim olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır (ETİK, 2015).

Chaffey ve Smith başarılı bir e-pazarlama uygulaması, müşterinin ihtiyaçlarını eksiksiz olarak belirler, olası yeni ihtiyaçları öngörür ve karşılar. İhtiyaçların belirlenmesinin ilk basamağı müşterilerin görüşlerini, şikâyetlerini ve önerilerini e-posta, sohbet odaları, elektronik forumlar ve anketler yardımı ile almak ve bunları değerlendirmek ile gerçekleşir. Buna ek olarak satışların izlenmesi, çok satan ürünlerin belirlenmesi ve buradan hareketle farklı müşteri profilleri oluşturulması ikinci önemli basamaktır. Müşteriden ve satışlardan gelen verilerin, veri işleme metotları kullanılarak ayıklanması ve analitik değerlendirilmesi o anki ihtiyaçlardan yola çıkarak gelecek için tahminde bulunması ve stokların düzenlenmesi için kritik bir rol oynar (Chaffey ve Smith, 2008:13). E-pazarlama, e-ticaret ve e-işin tanımlarında ve açıklanmasında bazı kavramların birbirinin yerine kullanıldığı görülmektedir.

20 yıllık tarihi olan e- ticaretin (e-pazarlama) işletmeden tüketiciye (B2C) satış hacmi bugün küresel olarak 1,2 trilyon doları aşmış bulunmaktadır (Büyükyıldırım, 2014:5). Uluslararası yatırım bankası Goldman Sachs’ın tahminlerine göre, 2012 yılı sonu itibarıyla 545 milyar dolar olan dünya e- ticaret hacmi, önümüzdeki 3 yıl içinde 1 trilyon Dolar’ı geçecektir (Goldman, Sacbs, 2014).

Şekil 1: Küresel E- Ticaretin Hacmi



Kaynak: Afra, 2014.

Şekil 1’de görüleceği üzere e- pazarlama, ülkelerin çoğunda geleneksel pazarlamayı değiştirmekte ve ekonomilerin büyümesinde çok önemli unsurlardan biri olmuştur. Küresel elektronik pazarın önümüzdeki yıllarda da büyümeye devam edeceği görülmektedir.

1.2.1. E-Pazarlama Araçları

Dünyadaki gelişmelere baktığımızda e-ticaretin gelişim sürecinde ilk uygulama 1970'lerde, bu konudaki ilk teknoloji sayılan elektronik fon transferi yani bankalar arasında kurulan EFT (Electronic Funds Transfer) ile yapılmıştır. EFT ile elektronik ödemeler, elektronik havaleler yapılmıştır. Yine aynı yılın sonlarında ortaya çıkan Elektronik Veri Değişimi (EDI) teknolojisi de e- ticaretin ilk uygulamalarından biridir. Kredi kartlarının kabulü ve kullanımının artmasıyla, bankamatik cihazları (ATM) ve telefon da 1980'lerin e- ticaretini oluşturmuştur. 1990'lardan sonra web sayfalarının kullanılmasıyla e-ticaret hızlı bir gelişim dönemine girmiştir (Subaşı, 2012:11). Yukarıda sayılan e-pazarlama araçları arasında internet en etkin araç olarak kabul edilmektedir. Bir hizmetin üretiminin, reklamının, satın alınmasının, ödemesinin ve teslimatının yalnızca internet aracılığıyla yapılması mümkündür. Ses, görüntü ve yazılı bir metni aynı anda ve daha hızlı iletebilme imkanının olması ve bu işlemlerin internet ortamında daha ucuz olması gibi nedenlerden ötürü daha çok tercih edilmektedir (Yörük, 2014).

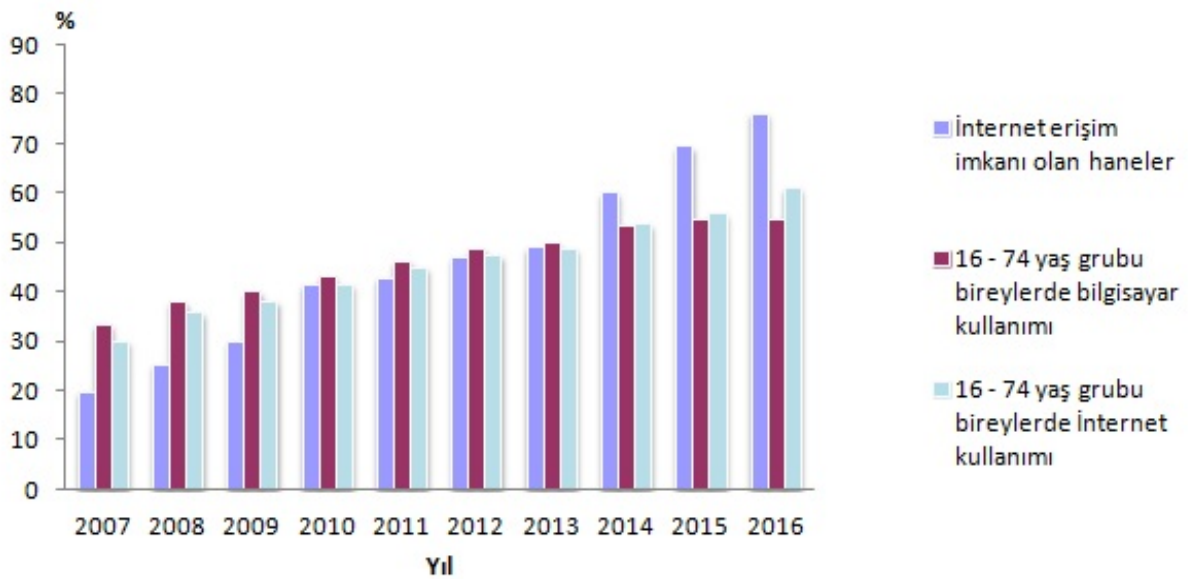
E-pazarlama araçları kısaca pazarlama talimatlarını tamamlamak için kullanılan teknolojik araçlardır. Girişimciler her zaman farklı teknolojilerin getireceği katkıları da değerlendirmelidir. E-pazarlama, her ne kadar internet üstünden yapılan pazarlama ile eşanlamli olarak algılsa da e-pazarlama yalnızca web ve e-mail'in kullanımıyla sınırlı değildir. Aynı zamanda interaktif dijital televizyon, interaktif radyo, akıllı telefonlar, interaktif kiosklar, CD kartları vb. araçların kullanımı da e-pazarlamanın önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bu araçlar sayesinde çevresel trendlerin daha iyi araştırılması, pazarın daha iyi hedeflenmesi, mevcut ve muhtemel müşteriler hakkında bilgi edinilmesi ve iletişimin sağlanması, yeni ürünler ve hizmetler hakkında geri dönüşümün alınmasını kolaylaştıran bu araçlar (ozlemserkan.tripod.com, 2016):

1.2.1.1. İnternet ve WEB

İnternet, işletmelerin tüketici ve müşterileri ile hizmet ve iletişim sağlaması için gerekli bir platformdur. Küresel trend takibi, müşteri ve tüketicilerin ihtiyaçlarını e- ticaret ile tanıştırmıştır (Hsu ve Diğerleri, 2013: 1026). İnternet alım satım işlemlerini etkileyen önemli bir etkiye sahiptir. Web teknik olarak kolay ve hızlı ulaşılabilen ve girilince de kolay kolay çıkılamayacak zengin bir içerikle tasarlanmış ve güncelliğini yitirmeyen bir yapıda olması gerekmektedir. İnternet, pazarlama için çok popüler bir araç hâline gelmiştir. Ürünlerini pazarlamak için İnterneti kullanan firmalar farklı çeşit ve büyüklüklerde karşımıza çıkmaktadır. Bu firmalar çok uluslu kurumlardan ev tabanlı firmalar kadar sıralanabilir (ozlemserkan.tripod.com, 2016).

İnternet ortamında pazarlamanın en önemli özelliği bire bir etkileşimdir. İnternet'in pazarlama açısından önemini anlamak için doğal başlangıç noktası çevrimiçindeki bilgisayarların birbirlerine bağlanarak oluşturdukları dünya çapındaki ağın (www) yapısıdır. Bu ağı betimleyen, www her yönde genişleyen, heterojen ve en önemlisi dağınık (merkezi olmayan), bir yapılanmadır. Sinir sistemini andıran şekildeki her uç bir kullanıcıyı (ip numarası) işaret etmektedir.

Şekil 2: TUİK 2007-2016 İnternet Kullanımının Artışı



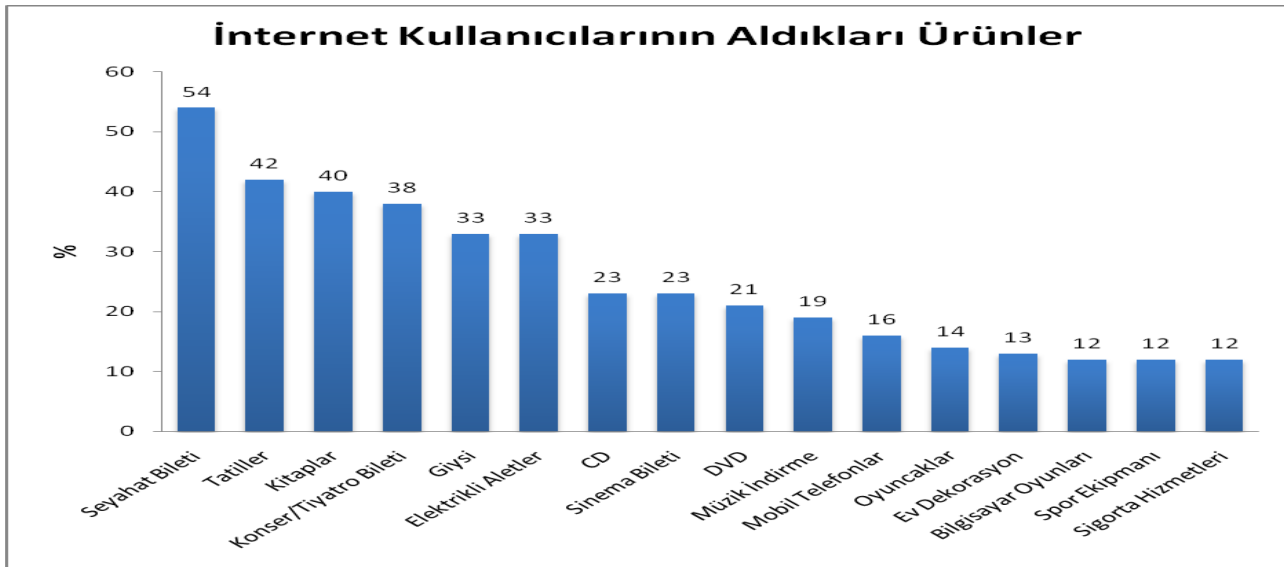
Kaynak: www.tuik.gov.tr, 2016

Şekil 2’de görüleceği üzere TÜİK (2016) raporuna göre İnternet kullanım amaçları dikkate alındığında, 2016 yılının ilk üç ayında internet kullanan bireylerin %82,4’ü sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşırken, bunu %74,5 ile paylaşım sitelerinden video izleme, %69,5 ile online haber, gazete ya da dergi okuma, %65,9 ile sağlıkla ilgili bilgi arama, %65,5 ile mal ve hizmetler hakkında bilgi arama ve %63,7 ile İnternet üzerinden müzik dinleme (web radyo) takip etti.

İnternet ve özellikle web büyük bir gelişme göstermekte, işletmelere çeşitli avantajlar sunmakta ve pek çok işletme ve müşteriyi bu küresel elektronik pazara çekmektedir. Ayrıca, işletmeler pazarlama faaliyetlerini etkin bir şekilde yürütebilmek için internetin çeşitli araçlarını kullanmaktadırlar. Dünyada internetin son yıllardaki gelişimi, toplam kullanıcı sayısı üzerinden incelendiğinde üstel artan bir büyümeye sahip olduğu görülmektedir. Türkiye’deki gelişmeler ise Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) raporunda izlenebilmektedir.

İnternet kullanıcılarını, ortak bir bilinçle hareket eden yekpare bir topluluk olarak görmek mümkün değildir. Milyonlarca potansiyel müşterinin coğrafi, demografik ve psikografik olarak gruplanması ve önce özelleşmiş gruplar bazında en nihayetinde ise kişi bazında değerlendirilmeleri ve dikkate alınmaları gerekmektedir. İnternetin belki de en büyük getirisi ürün satışından satış sonrası desteğe kadar her şeyde önemli ölçüde kişiselleştirme sağlamasıdır. Çevrimiçi satışların dağılımı da genel eğilimlerin anlaşılmasında önemli rol oynayacaktır. Şekil 3’de görüleceği üzere yakın zamanlarda yapılmış en geniş araştırmalardan biri olan EIAA raporuna göre Avrupalı kullanıcıların İnternette satın aldıkları ürünler gayrimenkul veya motorlu taşıtlar gibi uzun süre sahip olunup büyük kişisel yatırım gerektiren şeyler değil daha sık aralıklarla satın alınan bilet, kitap ve giysi gibi ürün gruplarıdır. Harcamaların miktarı incelendiğinde ise 6 aylık kişi başı alışveriş miktarının 647 € olarak gerçekleştiği görülebilir (www.eiaa.net, 2009).

Şekil 3: İnternet Kullanıcılarının Aldıkları Ürünler



Kaynak: www.eiaa.net, 2009

1.2.1.2. İnternet Dışındaki E-pazarlama Araçları

E- pazarlama, her ne kadar İnternet üstünden yapılan pazarlama ile eşanlamlı olarak algılsa da e-pazarlama sadece e-mail ve web kullanımı ile ilgili değildir. Girişimciler her zaman farklı teknolojilerin getireceği katkıları da değerlendirmelidir. Bu araçlar sayesinde çevresel trendlerin daha iyi araştırılması, pazarın daha iyi hedeflenmesi, mevcut ve muhtemel müşteriler hakkında bilgi edinilmesi ve iletişimin sağlanması, yeni ürünler ve hizmetler hakkında geri dönüşümün alınması kolaylaşır (Özlemserkan.tripod.com, 2016). Bu bölümde İnternet dışında e- pazarlamanın yapılabileceği alanlar olan etkileşimli televizyon, dijital radyo, mobil araçlar ve etkileşimli kiosklar ve elektronik veri değişimi sistemleri (EDI) hakkında kısa bilgi verilecektir.

1.2.1.2.1. İnteraktif Televizyon

İnteraktif televizyon bilgisayara göre basitleştirilmiş menü ve kullanım özelliklerini, müşterilerin en aşina olduğu elektronik alet ile birleştirerek en cazip e- pazarlama araçlarından birini ortaya çıkarmaktadır. Öncelikle artan kanal sayısı ile her zevke ve ilgiye hitap eden Niş’ler yaratılmış, reklamlar abonelerin coğrafi

yerleşimleri dikkate alınarak düzenlenmiş, bu sayede istenilen hedef kitleye çok daha etkili ulaşılması sağlanmıştır. (Lekakos, Choiranopoulos ve Doukidis, 2007)

Dijital televizyon yayıncılığının getirdiği önemli bir başka yenilik ise müşteri eğilimlerinin ölçülmesi için benzersiz bir ortam sağlamasıdır. Abonelik sistemi sayesinde önceden toparlanmış olan sosyo-ekonomik veriler sürekli olarak müşterilerin kullanım alışkanlıkları ile eşleştirilip, farklı müşteri gruplarının belirlenmesi yüksek bir doğrulukla yapılabilir. İnteraktif televizyonların e-pazarlama yapanlara sağladığı faydalardan bazıları aşağıdaki gibidir (www.madisonavenuejournal.com, 2009):

- Maliyet minimizasyonu
- Yüksek hedef kitlesi
- Müşteri hizmetlerinde engellerin azaltılması
- Toplu pazar reklamcılığında doğrudan tepki
- Müşterilerin eksiksiz alışveriş sürecinden geçişi
- Güvenlik (Web'e göre riski daha da az)
- Kontrol edilebilir (ölçülebilir)

1.2.1.2.2. Dijital Radyo

Radyo yayınlarının alıcılara dijital olarak ulaştırılması ile yapılan dijital radyo yayıncılığı da son dönemde öne çıkan bir yeniliktir. Bunda amaçlanan analog sinyallerde yaşanan sinyal karışması ve bozulması gibi sorunların tamamen aşılmasıdır. Bunun dışında merkezi bir altyapı üstünden yapılan yayınlar ve etkileşime izin veren radyo alıcıları sayesinde, beğenilmeyen içeriğe anlık olarak müdahale edilebilmekte, özel zevklere ve türlere uygun kişiselleştirilmiş radyo hizmeti sunulmakta ve dinleyiciye dinleme alışkanlıklarına uygun olarak ilgisini çekebilecek yeni içerikler tanıtılabilmektedir. Yaratılan artı değer sadece müşteri ve yayıncı için değil aynı zamanda bilinirliğini arttırmaya çalışan yeni müzisyenler ve yapımcı şirketler için de son derece önemli olmaktadır. Kişiselleştirme imkânı, yüksek sinyal kalitesi ve yayın akışının reklamlar ile bölünmemesi, bedelli abonelik ile çalışan dijital radyo yayıncılığını hâlihazırda FM bandından yayın yapan ücretsiz analog radyolara göre tercih edilir kılmıştır. Dijital radyo marka oluşturma, doğrudan tepki ve etkileme gibi avantajlar sunar (www.cesweb.org, 2009).

1.2.1.2.3. Mobil Araçlar

İnternet bağlantısı ile cep telefonu teknolojilerinin iç içe geçmesi telefonları bir alışveriş aracına dönüştürmüştür. Günümüzde GPRS, WAP ve I-Mode teknolojilerinin de gelişmesi cep telefonu kullanıcılarına yüksek hızda bağlantı imkânı vermekte ve daha fazla etkileşim sağlamaktadır (Chaffey ve Smith, 2008:197-204). Gelişen donanım özellikleri dışında şebekelerdeki gelişmeler ve bugün yaygın kullanımda olan 3G teknolojisi ile tek fonksiyonlu cep telefonlarının yerini cepte taşınabilen çoklu ortam telefonları almıştır (Korhonen, 2003:1-24). Mobil telefonlar ilk piyasaya çıktıklarında bile dramatik değişikliklerin habercisi olmuş, örneğin 1985 yılında ortaya çıkan kısa metin mesajı (SMS) uygulaması ile yeni bir iletişim şeklini gündelik hayata sokmuşlardır (Hillebrand, 2001:407-425). Günümüzde ise 3G teknolojisi sayesinde mobil iletişimin içine yüksek hızlı kablosuz İnternet erişimi de dâhil olmuş ve İnternet siteleri WAP gibi eski teknolojilerin aksine doğal formatlarında görüntülenebilir olmuşlardır. Bunun e- pazarlama açısından en önemli getirisi, bilgisayar üzerinde yürüyen tüm pazarlama etkinliklerinin taşınabilir bir şekilde de erişilebilir olmasıdır.

1.2.1.2.4. Etkileşimli Kiosklar

Kiosklar birçok farklı uygulama için kullanılan bağımsız terminallerdir. Kiosk tanımının içine ATM makineleri, yiyecek/içecek otomatları, elektronik bilet otomatları, otomatik fotoğraf kulübeleri ve bağımsız İnternet terminalleri gibi çok farklı satış araçları girmektedir (Mennecke ve Strader, 2003).

Kiosklar pazarlama amaçlıda kullanılmaktadır. Ayrıca sorunlarına çözüm getirmede ve müşterileri bilgilendirme 7 gün/24 saat kullanılabilir. Kioskların avantajı para çekmek veya bilet almak gibi hizmete özel tasarlandıklarından, normal bir bilgisayar terminalinden çok daha basit bir kullanımı mümkün kılmalarıdır. Kiosklar, şirketlerin reklam ve satış gibi ihtiyaçları dışında firma imajını yerleştirmekte de faydalanılan teknoloji harikası ürünlerdir (Gülmez ve Koçkaya, 2008). Ticari kullanımın dışında e-devlet uygulamalarında da yer almakta, örneğin İtalya'da vergi ödemelerinin yapılması için kullanılmaktadırlar.

1.2.1.2.5. Elektronik Ödeme ve Veri Transfer Sistemleri

Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri e-ticarette önemli bir işleve sahiptir. Canpolat (2001:16) şöyle ifade etmektedir; Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, elektronik kullanımları nedeniyle, e-ticareti önemli bir ölçüde kolaylaştırmakta ve bunun ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Ancak otomatik gişe makineleri olan ATM (Automated Teller Machines)' ler, kredi, borç ve akıllı kartlar sadece para aktarılmasında kullanıldıkları için ticarete sınırlı bir işleve sahiptirler. E-ticaret en çok 4 tür ödeme yöntemini kullanılır. Bunlar; Kredi kartı, Dijital para, Elektronik çek, Akıllı kartlardan oluşmaktadır (www.hugedomains.com, odahi&ecom, 2017).

1.2.1.2.6. Elektronik Veri Değişimi Sistemleri (EDI) ve Diğer E-Pazarlama Araçları

Firmalar EDI sistemleri ile kendi arasında bilgisayarlar vasıtasıyla belge ve bilgi değişimi yapabiliyorlar. Bu sistemler önemli bir araçtır. Diğer E-Pazarlama Araçları olarak da CD-ROM'lar ve interaktif işletme kartlarını sayabiliriz.

1.2.2. E-Pazarlamanın Faydaları

E-pazarlamanın sunduğu en büyük yenilik ise, müşteriye merkeze alan yeni bir iletişim modeline dayanmasıdır. Buna göre, işletmeden-işletmeye ve işletmeden-müşteriye modellerinin dışında sunulan müşteriden-işletmeye modeli ile müşteriler ürünlerin geliştirilmesi, tasarım, fiyatlandırma ve servis etkinlikleri konusunda şirketler ile birebir iletişim halinde olup sürekli bir geri bilgi akışı sağlayarak işletmenin kurumsal geleceği konusunda söz sahibi olurlar. Bugün birçok işletme tanımlanan çevrimiçi iletişim modellerini e-pazarlama uygulamaları içerisinde uygulamaktadır ya da uygulamaya koymak için çalışmalar yapmaktadır. Ancak, Chaffey ve Smith (2008:23)'e göre, "e-pazarlama ya geçmeden önce anlaşılması gereken en önemli konu doğru işleyen bir e-pazarlama uygulamasının işletmeye neler katacağıdır." Bu katkılara aşağıda yer verilmektedir;

Satışları Arttırmak; e-pazarlama fiziksel uzaklık problemini kaldırır ve çevrimdışı erişilmesi mümkün olmayan müşterilere çevrimiçinde ulaşılmasını sağlayarak dağıtım ağının genişlemesini mümkün kılar. Buna ek olarak ürün teşhirini de kolaylaştırdığı için çok daha geniş bir ürün yelpazesinin bir arada sunulmasına olanak sağlar.

Değer Yaratmak ve Hizmetlerin Geliştirilmesi; internet kullanan müşterilere özel fırsatlar ve gerçek zamanlı satış öncesi ve sonrası destek sunulur. Zamanında güncellenen ürün katalogları ve İnternet sitesi ile de hizmet kalitesinin artırılması sağlanır.

Müşterilere Yaklaşmak; elektronik ortamda yapılan testler, anketler, kurulan elektronik forumlar ve yönetilen sohbet odalarının izlenmesi ile sürekli güncelliği sağlanan çevrimiçi pazar araştırmaları yapılır. Böylece, müşteri ile çok yönlü diyalog ortamı kurulur ve sürekli geri bilgi akışı sağlayarak ürün gelişiminde müşterinin aktif katılımı sağlanır.

Maliyetlerin Azaltılması; yazışmaların, servis ve ticari işlemlerin elektronik ortamda yapılması ile fiziksel gönderilerden kaynaklanan posta masrafları azaltılır. İletişimin daha etkin hâle gelmesi ile de toplam eleman ihtiyacının düşmesi sağlanır.

Markanın Çevrimiçinde Büyümesi; markanın geleneksel imajı korunarak müşterilere çevrimiçinde yeni deneyimler sunulur ve marka bilinirliği ile tercih edilirliliğinin gelişmesi sağlanır.

Kişiselleştirme; muhtemel ihtiyaçların öngörülmesi ve ortak ilgileri olan müşterilerin alışveriş alışkanlıklarının belirlenmesi ile başlar. Kişiselleştirmedeki amaç benzer ilgilere sahip insanları satın almaları muhtemel diğer ürünlerle tanıştırmaktır (Chaffey ve Smith,2008). Kişiselleştirmenin amacı, müşteri ve şirket arasında sürekli iletişimin kurulmasıdır. Sürekli iletişimin kurulması sonucunda, isteyen müşteriye talep ettiği bilginin ve desteğin devamlılık içinde verilmesi mümkün olur. İş hayatında internetin sık kullanılması pazarlamanın bu yöne kaymasını sağladı. Geleneksel yöntemlerin aksine firmalar elektronik ortamda alışverişini tüketiciyle buluşturdular. Son 10 yılda pazarlama dünyasında çok fazla şey değişti; marka, ürün ve servisler hakkında bilgi vermek için e-pazarlama yöntemini seçmekte ve e-pazarlamanın başlıca avantajları (Ertaş, 2017):

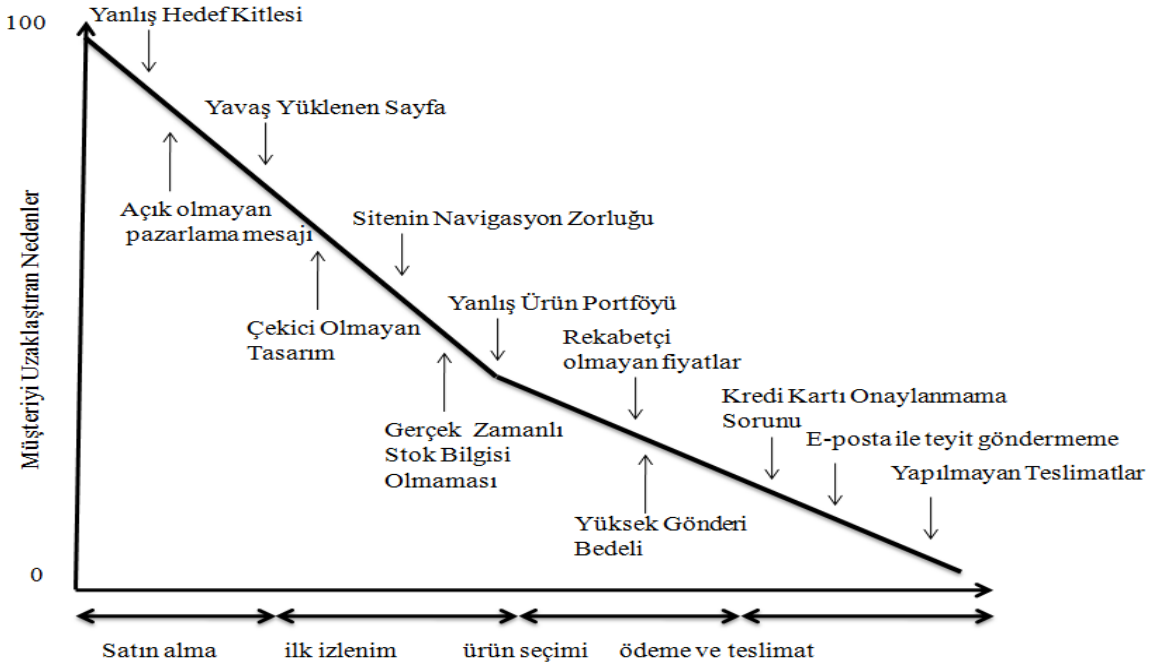
- * Zamandan kazanma
- * Müşteriyle daha yakın ilişki kurabilme
- * Masraflarda azalma

- * Büyük bir kitleye ulaşabilme imkânı
- * Uzak mesafelere hızlı ve kolay ulaşabilme

1.2.3. E-Pazarlamada Engeller

Pazarlamacılar e-pazarlamaya başlamadan önce müşterileri uzaklaştıran nedenlerin risklerini iyi değerlendirerek en aza indirmelidirler. Şekil 4’de görüleceği üzere Chaffey ve Smith (2008)’in çalışmalarında vurguladığı gibi e-pazarlamada başarısızlığı oluşturan etkenler arasında bir stratejinin olmaması, amaçların iyi belirlenmemesi veya uygulama eksiklikleri sayılabilir. E-pazarlamada bir diğer önemli konu da tüketicinin marka ve kalite algısının ürün menşei ile olan yakın ilgisidir (Ünüsün ve Kara, 1998).

Şekil 4: E-Pazarlama Engelleri



Kaynak: Chaffey ve Smith, 2008: 21

1.3. KOBİ’lerde E-Pazarlama

Bir işletme için e- pazarlamaya tam geçiş, çeşitli basamaklardan oluşan bir süreçtir. Bu sürecin ilerlemesi ve nihayet tamamlanması her adımda şirket içinde artması muhtemel yapısal engeller ve yatırım miktarı ile şekillenecektir. İnternet çok kısa sürede herhangi bir firmanın kolayca internet sitesi açabileceği, ürünlerini kolayca sergileyebileceği ve milyonlarca potansiyel müşterinin bulunduğu bir elektronik alışveriş merkezi halini almıştır (Herbig, ve Brian, 1997:95-100).

“Dijital Pazar, sadece yeni ürün ve hizmetlerin tanıtımı için değil, ayrıca yeni pazarlama yöntemlerinin doğmasına öncülük etmektedir. Bilişim Teknolojileri pazarlama bütçelerini düşürmekte, aracılara aradan kaldırmakta ve pazarlamayı yeniden tanımlandırmaktadır” (Haubl, ve Trifts, 2000:4-21).

E-pazarlama KOBİ’lerin pazarlama faaliyetlerine çok önemli katkılar sağlamaktadır. Bu bağlamda, internet üzerinden e-pazarlama yapma kavramı, KOBİ’ler için büyük potansiyel taşıyan bir fırsat halini almıştır.

Poon (2002:66-72)’un yapmış olduğu sınıflandırmaya göre, “Kurumsal bağlamda e-pazarlamanın en basit örneği, çevrimiçinde statik broşürler yolu ile reklam etkinliğine geçilmesidir”. E-pazarlamaya geçişte ikinci basamak ise elektronik reklamlara ek olarak parasal işlemlerin de çevrimiçine aktarılması aşamasıdır.

Bir sonraki aşamada işletmenin internet ara yüzü ile çevrimdışı işlemlerin birbirleriyle elektronik ortamda eşgüdümüne sokulması gelecektir. E-pazarlamanın son aşaması ise farklı iş kolları ile etkileşimi içerecek şekilde tüm pazarlama faaliyetlerinin elektronik ortama aktarılmasıdır. Böylesi bir işleyiş işletme için tam bir yeniden yapılanma getireceği için yatırım maliyeti ve şirket içi direnç en son raddede olacaktır. İyi işletilen böyle bir mekanizmanın rekabet gücüne olan katkısı ise tartışılmazdır.

Ancak, e-pazarlamaya geçişte KOBİ'lerin önünde bazı aşılması gereken engeller bulunmaktadır. KOBİ'lerin karşısına çıkan en büyük zorluk insan kaynakları yönetimi ile baş etmek olarak belirlenmiştir. Bu nedenle, firmalar tarafından bilişim teknolojileri ve e-iş modellerinin uygulanması öncelikli olarak kabul edilmemektedir. Bu karakteristik nedeni ile bahsi geçen uygulamaların KOBİ'ler tarafından uygulanması çok uzun süre almaktadır. Ayrıca, finansal yetersizlikleri, zaman yetersizliği ve eğitime yapılacak yatırım konusunda firmaların isteksizliği e-pazarlama önündeki diğer engeller olarak görülmektedir. Bu sorunun temelinde KOBİ'lerin e-pazarlamaya yaptıkları yatırımın geri dönüşünü çok kısa sürede istemeleri yatmaktadır (Collins, Buhalis, ve Peters, 2003:483-494).

KOBİ'lerin e-pazarlama faaliyetleri üzerine ülkelerarası en kapsamlı çalışmalardan birisi Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanmıştır. Türkiye'nin en büyük ekonomik partneri durumunda olan Avrupa Ülkeleri üzerine yapılan çalışma, çalışan sayısı az olan işletmelerde elektronik altyapı yatırımlarının hem büyüklük hem de kapsam olarak daha fazla çalışanı olan işletmelere göre geride kaldıklarını göstermiştir (Thomas, Vetter, ve Frahofer, 2008). Türkiye'deki firmaların pazarlama etkinliklerine bakıldığında internet sitelerinin içerik olarak şirket bilgileri ve tanıtımı üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bir diğer önemli konu ise web sitelerinin sıkça güncellenmemesidir.

Öte yandan, Türk KOBİ'leri e-pazarlama çalışmalarını hızlandırmaktadırlar. E-pazarlama için teknolojik altyapı dönüşümlerini hızlandırması için muhtemel bir etken de Türkiye'deki kamu kurumlarının da elektronik ortamda çalışmanın avantajlarını kullanabilmeleridir. Bu sayede işverenler devlet ile olan işlerini yürütürken çok daha etkin olacaklar ve elektronik dönüşüm için yaptıkları yatırımların karşılığını çok daha çabuk görebileceklerdir. (Pamukoğlu, 2006:18).

İnternet ve özellikle web büyük bir gelişme göstermekte, işletmelere çeşitli avantajlar sunmakta ve pek çok işletme ve müşteriyi bu küresel elektronik pazara çekmektedir. Ayrıca, işletmeler pazarlama faaliyetlerini etkin bir şekilde yürütebilmek için internetin çeşitli araçlarını kullanmaktadırlar. Omarlı (2016) İşletmeler rekabet üstünlüğünü sağlamak için elektronik pazarlarda bulunan tüketicileri iyi anlamalı, onların satın alma davranışlarına hangi e- pazarlama faaliyetlerinin daha çok etki ettiğini araştırmalıdır.

2. Araştırmanın Yöntemi

2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, KOBİ yöneticilerinin bilişim teknolojileri kullanım düzeyi, e-pazarlama amaçları ve e-pazarlamaya geçiş engelleri ile ilgili düşüncelerinin e-pazarlama performansı üzerindeki etkileri incelemektir. Ayrıca, KOBİ'lerin başarısında e-pazarlama ile *satışları arttırmak, değer yaratmak ve hizmetlerin geliştirilmesi, müşterilere yaklaşmak, maliyetlerin azaltılması, markanın çevrimiçinde büyümesi amaçlanmaktadır.*

Araştırmanın temel amaçları:

1. E-pazarlama uygulamalarını tespit ederek, e-pazarlama yapan ve yapmayan KOBİ'ler arasındaki farklılıkları ortaya koymak,
2. KOBİ'lerin e- pazarlama amaçları ile rekabet algısı arasındaki ilişkiyi ortaya koymak,
3. KOBİ'lerin genel e-pazarlama amaçlarında, e-pazarlama performans faktörlerinin etkisi ölçmek.

İşletmelerin e-pazarlama düzeyleri, e-pazarlama yapmaktaki amaçları, bu amaçlara ulaşma düzeyleri ve e-pazarlama performans düzeyleri belirlenerek, aralarındaki ilişki ortaya konmaya çalışılacaktır.

Bu bağlamda teorik bilgi ve KOBİ'lerin uygulamaları ışığında analiz etmek ve araştırma ile elde edilecek bulguları, yoğun rekabet koşullarında faaliyet sürdüren KOBİ'ler için yararlı sonuçlara dönüştürmektir.

2.2. Araştırmanın Önemi

Bilişim teknolojilerinin ve e-pazarlamanın KOBİ' performansı ile verimliliğine etkilerini belirlemeye dönük teorik ve uygulamaya dayalı çalışmaların çok yetersiz olması, araştırmanın bu konudaki boşluğu doldurması açısından önemli bilimsel ve akademik katkı sağlayacaktır. Araştırma sonucunda toplanacak verilerin değerlendirilmesiyle işletmelerde e-pazarlama ve işletme performansına olan etkisi ampirik olarak test edilecektir. Ayrıca araştırma ile Konya KOBİ'leri e-pazarlama düzeyleri ile ilgili güçlü ve zayıf yönlerini belirleme fırsatı elde edecektir. Bu bağlamda, web sitesi olan, KOS Bölgesi'nde önde gelen KOBİ'lerle gerçekleştirilecek araştırmanın sonuçları ülkemiz KOBİ'leri için iyi bir örnek oluşturacaktır.

2.3. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama:

Araştırmanın yöntemi nicel bir çalışmadır. Bu çalışma da keşifsel, tanımsal ve nedensel araştırmalar yapılmıştır. Keşifsel araştırma ile Literatür taraması yapılarak araştırma hipotezleri oluşturulmuştur. Tanımsal araştırmalarla örnek kütlelerin özellikleri ortaya konmaya çalışılmıştır. Yapılan nedensel araştırmalarla, KOBİ'lerin e-pazarlama amaçları ile yöneticilerin rekabet algılama düzeylerinde farklılık olup olmadığı ve KOBİ'lerin genel e-pazarlamaya bakışlarının, e-pazarlama performans faktörleri ile ilişkileri analiz edilmiştir.

Bu çalışma da keşifsel, tanımsal ve nedensel araştırmalar yapılmıştır. Keşifsel araştırma ile Literatür taraması yapılarak araştırma hipotezleri oluşturulmuştur. Tanımsal araştırmalarla örnek kütlelerin özellikleri ortaya konmaya çalışılmıştır. Yapılan nedensel araştırmalarla, KOBİ'lerde web sitesi kullanım amaçları ile yöneticilerin rekabet algılama düzeylerinde farklılık olup olmadığı ve KOBİ'lerin e-pazarlama performanslarının e-pazarlama performans faktörleri ile ilişkileri analiz edilmiştir. Araştırmanın evreni, Konya Organize Sanayi Bölgesinde WEB sitesine sahip olan işletmelerdir. Konya Sanayi Odasından alınan Liste ile 172 işletme örnekleme çerçevesi olarak belirlenmiştir. Örnek hacminin ana kütle temsil edecek kadar büyük, maliyet, zaman gibi açılardan araştırma yapılabilecek kadar küçük olması için örnek büyüklüğü belirlenmeye çalışılmıştır. %95 Güven düzeyinde, anlamlılık düzeyi $\alpha=0.05$ için $t= 1.96$, İncelenen olayın görülme sıklığı olan p ve q göstergelerini 0,5 alırsak; Örnek Büyüklüğü (n)

$n = (172) (1.96)^2 (0.5 \times 0.5) / (0.05)^2 (172-1) + (1.96)^2 (0.5 \times 0.5) = 119$ olarak bulunmuştur.

Araştırma, KOBİ'lerin işletme sahipleri, işletme müdürleri, pazarlama ve satış yöneticileri ile "Kolayda Örneklemeye" yöntemiyle anket çalışması yapılarak gerçekleştirilmiştir. Özellikle zaman ve bütçe darlığı nedeniyle, kolayda örneklemeye yöntemi ile araştırmaya ulaşılabilir olan KOBİ'ler dahil edilmiştir. İlk etapta, "Basit Tesadüfi Örneklemeye Yöntemi ile seçilen 10 firma ile ankette yer alan soruların uygunluğu için pilot bir uygulama yapılmıştır. Anket tekrar gözden geçirilerek 2009'da KOS Bölgesi'nde web sitesi olan 120 KOBİ ile anket çalışması yapılmıştır. Verileri araştırmaya uygun olmayan 25 anket çalışmaya dahil edilmemiştir. Kalan 95 KOBİ'den elde edilen anket verileri makalenin araştırma safhasında kullanılmış ve bu veriler ile tanımsal ve nedensel araştırmalar yapılmıştır. Araştırmamız, KOS Bölgesi'nde web sitesi olan 95 firmayı kapsayan bir tarama modeline dayalıdır. Araştırmamızdaki KOBİ'lerin anket içindeki 8. soru ile e-pazarlama uygulayışını ölçerken, e-pazarlama yapanlar ile yapmayanlar arasındaki ayrım; e-pazarlama etkinlikleri içinde internet üzerinden satış yapmaları veya yapmamalarıdır. Buna göre e-pazarlama yapmayan bir KOBİ'nin internet üzerinden reklam, ürün tanıtımı ve müşteri ilişkileri gibi pazarlamanın satış dışındaki bileşenlerini az da olsa kullandığı kabul edilmiştir.

Araştırmanın ana kütleleri Konya'da faaliyet gösteren 280 KOBİ'yi kapsamaktadır. Söz konusu işletmelerin tespitinde Konya Ticaret ve Sanayi Odası, KOS ve KOSGEB İşletme Geliştirme Merkezi'nde elde edilen veriler esas alınmıştır. Yapılan araştırmada, çalışma sahası olarak Konya ilinin seçilmesindeki etkenler arasında Türkiye ekonomisindeki önemli yeri, KOBİ'lerin sayıca fazla olması ve istihdama olan yüksek katkısı sayılabilir. KOS, 500 milyon doları aşan ihracatı ve 15.000 kişilik istihdam yapısı ile ülke genelindeki önemli ekonomik aktörlerden biri haline gelmiştir. Araştırma, KOS Bölgesi'nde web sitesi olan 95 firmayı kapsayan bir tarama modeline dayalıdır. Araştırmadaki KOBİ'lerin anket içindeki özel tasarlanmış sorular ile e-pazarlama davranışını ölçümlerken; e-pazarlama yapanlar ile yapmayanlar arasındaki ayrım ise e-pazarlama etkinlikleri içinde internet üzerinden satış yapmaları veya yapmamaları ile ölçümlenmektedir. E-pazarlama yapmayan bir KOBİ'nin İnternet üzerinden reklam, ürün tanıtımı ve müşteri ilişkileri gibi pazarlamanın satış dışındaki bileşenlerini az da olsa kullandığı kabul edilmiştir. Bu kapsamda e-pazarlama amaçlarına ulaşma düzeyini ölçümlemek için İnternet üzerinden satış dışındaki e-pazarlama faaliyetleri dikkate alınmıştır.

Araştırmada birincil veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi seçilmiş ve bu doğrultuda işletmelerin pazarlama ve satış yöneticileri ile anket yapılmıştır. Araştırmada birebir yapılan mülakat ve anketlere ek olarak İnternet vasıtasıyla tespit edilen işletme sahibi fabrika müdürü, pazarlama ve satış bölümlerinin yöneticilerinden birine veri toplama aracı ismen gönderilerek de veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle uygulamada kullanılan veri toplama aracının cevaplanmasında hem birebir hem de e-mail ile cevalayıcıdan yararlanılmıştır.

2.4. Araştırmanın Kısıtları

Araştırmaya katılan işletmelerin sayısı gerek örnek kütle gerekse buldukları sektörler itibarıyla sektörlerini temsiletmede yeterliliğe sahip olsalar da çalışma sonuçlarının genelleştirilme gücü sınırlıdır. Araştırma örnekleminde KOS bölgesinde bulunan işletmeler yer almıştır. Bu işletmeler genel olarak web sitesi ve ihracat

boyutu olan işletmelerdir. Bilişim teknolojilerindeki çoğu uygulama ve pazarlama faaliyeti ise yatırım gerektiren girişimlerdir. Bu nedenle, diğer KOBİ'lerle yapılan çalışmalarda farklı sonuçlar elde edilebilir. Kurumlardaki değişkenlerin ölçülmesinde tek kişiden toplanan bilgiler hatalara neden olabilir. Özellikle, toplanan bilgiler cevap verenlerin (yöneticilerin) yargılarını taşıyabilmektedir. Yöneticilerin önyargılı davranma olasılığı ise cevapların geçerliliğini azaltmaktadır.

2.5. Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen verilere yapılan normallik ve homojenlik testleri sonucunda anlamlılık değerlerinin ($p>0,05$)'den büyük çıkmıştır. Verilerin normal dağılım göstermesi ve homojen olmaları nedeniyle, analizinde parametrik testler kullanılmıştır. Analizlerin yapılmasında SPSS istatistik paket programı kullanılmıştır. SPSS yardımıyla veri toplama aracı ile elde edilen sorulara verilen cevapların yüzde dağılımları ve aritmetik ortalamaları hesaplanmıştır. Bu çalışmadaki amacımız çok düzeyli ve farklı istatistiksel analizler kullanarak varsayımlarımızı test etmek, tutarlı ve doğru tahminler yapabilmek olduğundan, amacımıza ulaşmamızı sağlaması açısından güvenilirlik analizleri, T-testi analizi, varyans analizi ve regresyon analizi uygulanmıştır.

2.6. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma ile ilgili 3 hipotez kurulmuştur.

H1: KOBİ'lerin e-pazarlama performansları, e-pazarlama yapan ve yapmayan işletmeler arasında anlamlı farklılık gösterir

H2: KOBİ'lerin e-pazarlama amaçları; yöneticilerin rekabet algılama düzeylerine göre farklılık gösterir.

H3: KOBİ'lerin genel e-pazarlamaya bakışları ile e-pazarlama performansları arasında anlamlı ilişki vardır.

3. Bulgular

İşletmelerde anketi cevaplayan yöneticilerin işletmedeki görevi ile ilgili bilgileri aşağıda tablo 2'de gösterilmektedir. Anketi cevaplayan kişilerin 24 'ü (%24,46) Pazarlama ve Dış Ticaret Müdürü 24'ü (%24,46) Muhasebe Müdürü, 22'si (%23,9) İşletme Sahibi veya İşletme Müdüründen oluşmaktadır. Üretim ve Ar-Ge Müdürü 12 (%13,04), İdari Bölüm 7'si, Satın alma müdür sorumlusu ise 6'sını oluşturmaktadır. Anket çalışması işletme sahipleri veya üst düzey yöneticileriyle yapılması planlanmış; özellikle üst düzey yöneticilerden pazarlama departman sorumluları tercih edilmiştir. Aşağıda tablo 3'te ankete katılan *Yönetici Kişinin Eğitim Durumu* ile ilgili bilgileri göstermektedir. İşletmelerin personel sayısının dağılımı (Büüklük) ile ilgili verdikleri bilgileri göstermektedir. Araştırmamızda web sitesi olan ihracat kapasitesi bulunan KOBİ'ler tercih edildiği için mikro işletmeler %5'lik bir oranda araştırmaya dâhil olmuşlardır. %58 oranında küçük işletme %37 oranında da orta işletmelerden alınan verilerle araştırma yapılmıştır.

Tablo 2: Cevaplayan Yöneticinin İşletmedeki Görevi

Anketi Cevaplayan Kişinin Statüsü	f	(%)
İşletme Sahibi veya Müdürü	22	23,9
Pazarlama ve Dış Ticaret Müdürü	24	24,5
Üretim ve Ar-Ge Müdürü	12	13
İdari Bölüm	7	7,61
Muhasebe Müdürü	24	24,5
Satın Alma Müdürü / Sorumlusu	6	6,52
Toplam	95	100

Tablo 3: Cevaplayan Yöneticilerin Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	f	(%)
İlköğretim	4	4,3
Lise	18	19,2
M.Y.O.	11	11,7
Üniversite	58	60,6
Lisansüstü	4	4,3
Toplam	95	100

Aşağıda tablo 4'de işletmelerin iş hayatındaki süresini göstermektedir. KOBİ'lerin iş hayatındaki süreler incelendiğinde özellikle 5'le 30 yıl arasında olduğu görülmektedir. İşletmelerin sadece %13'ü 30 yaşının üzerindedir. İşletmelerin uzun ömürlü olabilmeleri için kurumsallaşarak zamanın getirdiği bilimsel ve teknolojik gerekleri kısa sürede edinerek zamana ayak uydurmaları gereklidir. Aşağıda tablo 5'te firmaların sektörel dağılımı ile ilgili verdikleri bilgileri göstermektedir. Ankete cevap veren KOBİ'lerin 28'i (%29,47) Otomotiv yedek parça, 26'sı (%27,37) Makine, 17'si (%17,89) Metal döküm, 5'i (5,26) gıda ve inşaat, 14'ü (%14,74) diğer sektörlerden oluşmaktadır. Sonuç olarak, anket çalışmamıza otomotiv, yedek parça, makine, metal ve döküm ağırlıklı olmakla beraber diğer sektörlerden firmalarda katılmıştır.

Tablo 4: İşletmelerin İş Hayatındaki Süresi

Çalışma Yılı Aralığı	f	(%)
1-5	5	5,26
6-10	22	23,2
11-20	35	36,8
21-30	20	21,1
31-50	13	13,7
Toplam	95	100

Tablo 5: Firmaların Sektörel Dağılımı

Firmalar	f	(%)
Otomotiv Yedek Parça	28	29
Makine	26	27
Metal ve Döküm	17	18
Gıda	5	5,3
İnşaat	5	5,3
Diğer	14	15
Toplam	95	100

Aşağıda tablo 6 web sitesi kullanım durumları ile ilgili verdikleri bilgileri göstermektedir. İşletmelerin hemen hemen hepsinin web sitesi vardır fakat web sitelerini ve İnterneti çoğu etkin kullanmamaktadır

Tablo 6: Web Sitesi Kullanım Amaçları

Web Sitesi Kullanım Amaçları	f	%
Ürün ve Şirket Bilgileri	87	92
Satış Sonrası Hizmet	20	21
Müşterilerle İletişim Kurmak	64	67
Sipariş Almak	45	47
Çevrimiçi Satış	26	27
Reklam ve Tanıtım	86	91
Alıcı ve Tedarikçi İşlemler	13	14

Aşağıda tablo 7 yöneticilerin sektördeki rekabeti değerlendirmesi ile ilgili verdikleri bilgileri göstermektedir. Yöneticilerin rekabet algılamaları rekabetin %17 oranında orta, %55 oranında yüksek ve %27 oranında da çok yüksek olduğu yönündedir. Aşağıda tablo 8'de işletmelerin e-pazarlamaya başlama durumu itibariyle işletmelerin %75'i son 5 yıl içerisinde e-pazarlamaya başlamıştır. Bu durum şirketler için bilişim teknolojileri ve İnternette pazarlama, e-ticaret ve e-pazarlamanın öneminin kavrandığı ve bu konuda harekete geçtikleri görülmektedir.

Tablo 7: Rekabetin Değerlendirilmesi

Rekabet Oranı	f	(%)
Düşük	1	1,05
Orta	16	16,84
Yüksek	52	54,74
Çok Yüksek	26	27,37
Toplam	95	100

Tablo 8: E-Pazarlamaya Başlama Süreleri

E-pazarlama Faaliyetleri	f	(%)
1-2 yıl	20	38,46
3-5 Yıl	20	38,46
6 Yıl ve Yukarısı	12	23,08
Toplam	52	100

Aşağıda tablo 9'da e-pazarlama yapma durumu ile ilgili verdikleri bilgileri göstermektedir. Araştırmada yer alan işletmelerin %45,26'sı e-pazarlama faaliyetinde bulunmazken %54,74'ü e-pazarlama faaliyetinde bulunmaktadır. E-pazarlama faaliyeti olduğunu beyan ederken, 43 tanesi e-pazarlamada bulunmadığını söylemiştir. İşletmelerin bilişim teknolojilerinin kullanımı ile ilgili verdikleri bilgileri aşağıda tablo 10'dadır.

Tablo 9: E-Pazarlama Yapma Durumu

E-Pazarlama Yapıyor musunuz?	f	(%)
Evet	52	55
Hayır	43	45
Toplam	95	100

Tablo 10: Bilişim Teknolojilerinin Kullanım Düzeyi

Bilişim Sistemleri	Ort
Bilgisayar	4,58
İnternet	4,42
E-Ticaret Uygulamaları	2,83
E-işletme Programları	3,65

İşletmelerin e-pazarlama amaçları ve e-pazarlama amaçlarına ulaşma düzeyi açısından konuya bakıldığında aşağıdaki tablo 11'de önemli tespitler ortaya çıkmıştır. Bunlar: E-pazarlama yapan şirketlerde, 17 farklı başlığa dair oluşan beklentilerle bu beklentilerin gerçekleşmesi arasındaki fark 13 başlık daha düşük olmuş. Yani beklentiler daha yüksek bir oranda gerçekleşmiştir. Buna e-pazarlama yapan şirketler hem ticari hem de teknolojik ve altyapı alanlarındaki faaliyetlerini, planları doğrultusunda daha etkin bir şekilde iyileştirmişlerdir. E-pazarlama yapan ve yapmayan firmaların olması, firmaların KOBİ olmaları firmaların kendi sahipleriyle yönetilmeleri, yöneticilerin e-pazarlamaya ilişkin algılarının değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu nedenle, yöneticilerin e-pazarlama amaçları ile e-pazarlama amaçlarına ulaşma düzeyi arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. E-pazarlama amaçları ile e-pazarlama performansı arasında ilişki olduğu görülmüştür.

Tablo 11: E-Pazarlama Amaçlarına ve E-Pazarlama Amaçlarına Ulaşma Düzeyi

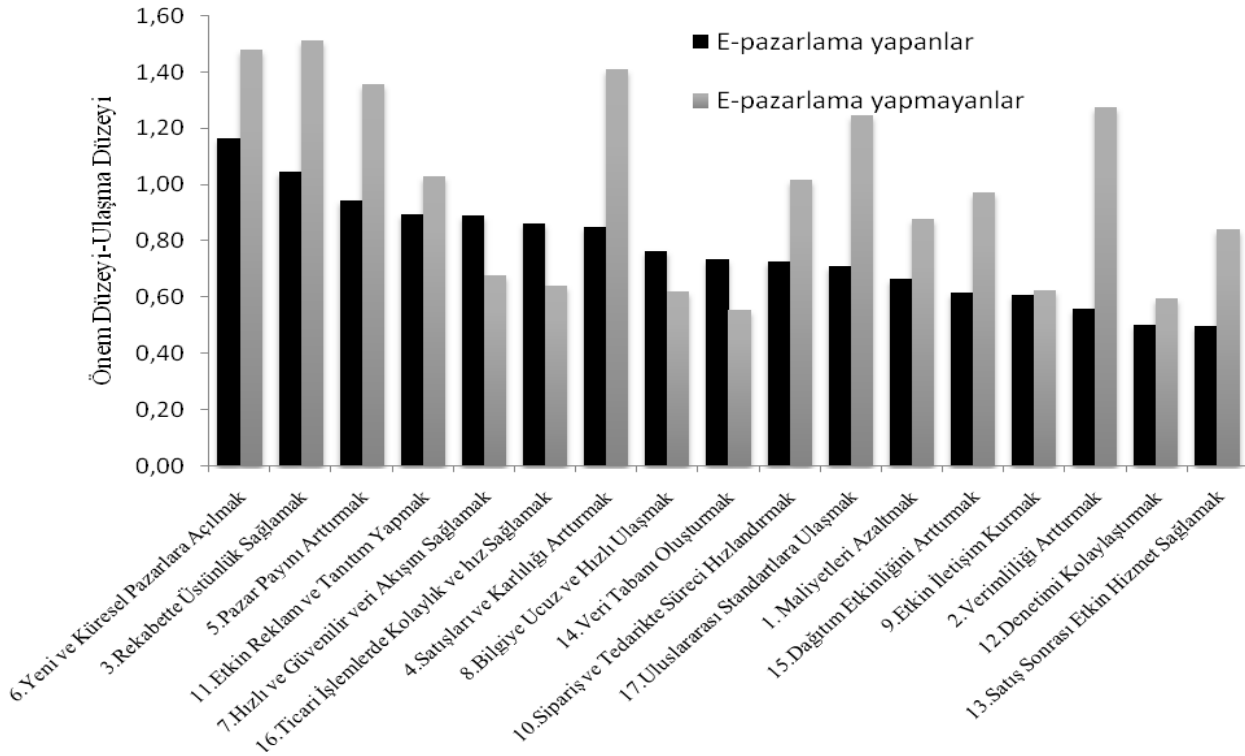
E-Pazarlama Amaçlarına			Amaçlar	E-Pazarlama Yapanlar Yapmayanlar	E-Pazarlama Amaçlarına Ulaşma Düzeyi		
N	Değer Atamalı Toplamı	Ortalama			N	Değer Atamalı Toplamı	Ortalama
52	199	3,83	1. Maliyetleri Azaltmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	158	3,16
32	110	3,44		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	69	2,56
52	205	3,94	2.Verimliliği Arttırmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	169	3,38
32	125	3,91		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	71	2,63
52	223	4,29	3.Rekabette Üstünlük Sağlamak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	162	3,24
32	129	4,03		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	68	2,52
52	217	4,17	4.Satışları ve Karlılığı Arttırmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	166	3,32
32	128	4,00		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	70	2,59
52	217	4,33	5.Pazar Payını Arttırmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	169	3,38
32	124	3,88		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	68	2,52
52	225	4,33	6.Yeni ve Küresel Pazarlara Açılmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	158	3,16
32	121	3,78		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	62	2,30
52	218	4,19	7.Hızlı ve Güvenilir veri Akışını Sağlamak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	165	3,30
32	119	3,72		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	82	3,04
52	225	4,33	8.Bilgiye Ucuz ve Hızlı Ulaşmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	178	3,56
32	129	4,03		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	92	3,41
52	221	4,25	9.Etkin İletişim Kurmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	182	3,64
32	123	3,84		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	87	3,22
52	221	4,25	10.Sipariş ve Tedarikte Süreci Hızlandırmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	176	3,52
32	118	3,69		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	72	2,67
52	236	4,54	11.Etkin Reklam ve Tanıtım Yapmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	182	3,64
32	135	4,22		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	86	3,19
52	176	3,39	12.Denetimi Kolaylaştırmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	144	2,88
32	108	3,38		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	75	2,78
52	182	3,50	13.Satış Sonrası Etkin Hizmet Sağlamak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	150	3,00
32	105	3,28		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	66	2,44
52	188	3,62	14.Veritabanı Oluşturmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	144	2,88
32	109	3,41		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	77	2,85
52	184	3,54	15.Dağıtım Etkinliğini Arttırmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	146	2,92
32	107	3,34		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	64	2,37
52	227	4,37	16.Ticari İşlemlerde Kolaylık ve hız Sağlamak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	175	3,50
32	120	3,75		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	84	3,11
52	219	4,21	17.Uluslararası Standartlara Ulaşmak	<i>E-Paz. yapanlar</i>	50	175	3,50
32	124	3,88		<i>E-Paz.Yapmayanlar</i>	27	71	2,63

14.A) 1=Önemsiz 5=Çok Önemli

14.B) 1=Hiç ulaşılmadı 5=Tam ulaşıldı.

İşletmelerin e-pazarlama amaçları ve e-pazarlama amaçlarına ulaşma düzeyi açısından konuya bakıldığında şekil 5’de görüleceği üzere önemli tespitler ortaya çıkmıştır. Bunlar; e-pazarlama yapan şirketlerde 17 farklı başlığa dair oluşan beklentilerle bu beklentilerin gerçekleşmesi arasındaki fark, 13 başlıkta daha düşük olmuş yani beklentiler daha yüksek bir oranda gerçekleşmiştir.

Şekil 5: İşletmelerin E-pazarlama Amaçları ve E-pazarlama Amaçlarına Ulaşma Düzeyi



İşletmelerin E-Pazarlamaya Geçişte Karşılaştığı Engeller ile ilgili verdikleri bilgileri aşağıda tablo 12’de gösterilmektedir. E-pazarlamaya geçişin önündeki engellerle ilgili araştırmada; e-pazarlamaya geçiş engelleri ile ilgili düşünceler sorulduğunda önem sırasına göre aşağıdaki tablo 12’de cevaplar alınmıştır:

Tablo 12: E-Pazarlamaya Geçişte Karşılaşılan Engellerin İstatistikleri (n=52/41)

E-Pazarlamaya geçişte karşılaşılan engellerin, önem düzeyini belirtiniz.	Ort.
Nitelikli eleman ve teknik bilgi eksikliği	3,98
Sanal ortamdaki güvenlik sorunu	3,97
Devlet desteğinin yetersiz olması	3,76
Tanıtım ve bilgilendirme eksikliği	3,7
Alt yapı yetersizliği	3,62
Firmaya kattığı değer anlaşılmaması	3,58
Finansal destek yetersizliği	3,57
Yönetim desteğinin yetersiz olması	3,46
Maliyetin yüksek olması	3,23
10. E-Pazarlamaya uymayan ürün çeşidi	3.13

3.1. Hipotezlerin Test Edilmesi

H1: KOBİ’lerin e-pazarlama performansları, e-pazarlama yapan ve yapmayan işletmeler arasında anlamlı farklılık gösterir hipotezine ilişkin T-testi analizi sonuçları tablo 16’de verilmiştir. Tablo 13’den anlaşılacağı üzere KOBİ’lerin genel e-pazarlamaya bakışları, e-pazarlama yapan ve yapmayan KOBİ’ler arasında anlamlı farklılık (0,001) göstermektedir. Bilişim teknolojileri kullanım düzeyi, e-pazarlama yapan ve yapmayan işletmeler arasında anlamlı bir fark (0,001) göstermiştir.

E-pazarlama amaçlarına ulaşma düzeyi, e-pazarlama yapan ve yapmayan KOBİ'ler arasında anlamlı fark (0,001) göstermiştir. E-pazarlama amaçları, e-pazarlama yapan ve yapmayan KOBİ'ler arasında anlamlı farklılık (0,181) göstermemiştir. E-pazarlamaya geçiş engelleri konusunda düşünceleri, e-pazarlama yapan ve yapmayan KOBİ'ler arasında anlamlı farklılık (0,485) göstermemiştir. Bu analizde de e-pazarlama yapan KOBİ'ler, e-pazarlama yapmayan KOBİ'lere göre işletmelerinde bilişim teknolojileri kullanımını yaygınlaştırarak e-pazarlama amaçlarına ulaşma yolunda avantaj elde etmişlerdir.

Tablo 13: KOBİ'lerde E-Pazarlama Davranışlarını Etkileyen E-Pazarlama Performans Faktörlerinin E-Pazarlama Uygulamasına Göre Farklılıkları.

<i>İşletmelerde E-Paz. Yapılması</i>		<i>n</i>	<i>t</i>	<i>Anlamlılık Düzeyi</i>
BT. Kullanım Düzeyi	<i>Evet</i>	50		
	<i>Hayır</i>	26	14,476	0,001
	<i>Toplam</i>	76		
E-Paz. Amaçları	<i>Evet</i>	50		
	<i>Hayır</i>	26	1,82	0,181
	<i>Toplam</i>	76		
E-Paz. Amaçlarına Ulaşma Düzeyi	<i>Evet</i>	50		
	<i>Hayır</i>	26	12,603	0,001
	<i>Toplam</i>	76		
E-Paz.Geç. Engelleri	<i>Evet</i>	50		
	<i>Hayır</i>	26	0,492	0,485
	<i>Toplam</i>	76		
<i>Genel e-pazarlamaya bakışları</i>			5,559	0,001

H2: KOBİ'lerin e-pazarlama amaçları; yöneticilerin rekabet algılama düzeylerine göre farklılık gösterir. KOBİ'lerin e-pazarlama amaçları; yöneticilerin rekabet algılama düzeylerine göre farklılık gösterir hipotezi ile ilgili varyans (ANOVA) analizi sonuçları aşağıda tablo 14'de gösterilmiştir. KOBİ'lerin e-pazarlama amaçları; yöneticilerin rekabet algılama düzeylerine göre anlamlı farklılık (0,015) göstermiştir. E-pazarlama amaçları yüksek olan KOBİ'lerin rekabet algısının da yüksek olduğu ve e-pazarlamayı rekabette avantaj elde edecek şekilde kullandığı, rekabet algısı düşük KOBİ'lerin ise olduğu e-pazarlamayı daha yüzeysel; tanıtım ve reklam amaçlı kullandıkları anlaşıyor.

Tablo 14: KOBİ'lerin E-Pazarlama amaçları İle Yöneticilerin Rekabet Algılama Düzeyleri

ANOVA	Sd.	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Web sitesi Gruplar Arası	2	9,367	4,422	0,015
kullanım Gruplar İçi	92	2,118		
amaçları Toplam	94			

H3: KOBİ'lerin genel e-pazarlamaya bakışları ile e-pazarlama performansları arasında anlamlı ilişki vardır, hipotezini test ettiğimizde, model özeti aşağıda tablo 15'deki R Kare sütunundaki değerlerden bağımsız değişken durumundaki "e-pazarlama performans faktörleri" bağımlı değişken durumundaki "KOBİ'lerin genel e-pazarlamaya bakışları" değişkenine ait varyansı %46 oranında açıkladığı, yani KOBİ'lerin genel e-pazarlamaya bakışlarının %46'sının e-pazarlama performans faktörlerine bağlı olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 15: Korelasyon Katsayıları

R	R²	Düzeltilmiş R²	Std. Hata
0,677	0,46	0,407	52,79
a. Bağımlı Değişken: E-paz. Amaçlarına ulaşma düzeyi.			

Varyans analizi çizelgesinin anlamlılık sütunundaki değere baktığımızda F, 8,887 (0,000) değişkenlerin aralarındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Aşağıda tablo 16'da katsayı çizelgesi regresyon denklemi için kullanılan regresyon katsayılarını ve bunların anlamlılık düzeylerini vermektedir. Örneğimizde KOBİ'lerin e-pazarlama performansı: e-pazarlama performans faktörlerine bağlıdır.

Tablo 16: Denklemdaki Değişkenler

Değişkenler	Katsayılar	Std. Hata	Beta	t	Anlamlılık
Sabit	168,05	79,463		2,115	0,040
Bilişim Teknolojisi Kullanım Düzeyi	12,48	16,516	0,11	0,755	0,454
E-pazarlama Amaçları	7,14	17,759	0,06	0,402	0,689
E-Paz. Geç. Engelleri.	-31,73	14,675	0,29	-2,16	0,036
İnternet Aracılığı İle Yapılan Satışların Toplam Satışlara Oranı.	25,52	5,48	0,56	4,657	0,000
a. E_PAZ.AMAÇLARINA ULAŞMA DÜZEYİ (e-pazarlama performansı)					

E-pazarlama performansı ile e-pazarlamaya geçiş engelleri, internet aracılığıyla yapılan satışların toplam satışlara $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı iken, bilişim teknolojisi kullanım düzeyi ve e-pazarlama amaçları arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. BT kullanım düzeyi ve e-pazarlama amaçlarının, e-pazarlama performansına anlamlı bir katkı yapmadığı söylenebilir. Verilerden e-pazarlama performansına en fazla etkiye sahip faktörün İnternetle yapılan satış performansı olduğu bunu ters yönde bir ilişkiyle e-pazarlamaya geçiş engellerinin izlediği anlaşılmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmanın amacı KOBİ yöneticilerinin bilişim teknolojileri kullanım düzeyi, e-pazarlama amaçları ve e-pazarlamaya geçiş engelleri ile ilgili düşüncelerinin e-pazarlama performansı üzerindeki etkileri incelemek ve KOBİ'lerin başarısında e-pazarlama ile *satışları arttırmak, değer yaratmak ve hizmetlerin geliştirilmesi, müşterilere yaklaşmak, maliyetlerin azaltılması, markanın çevrimiçinde büyümesi* amaçlanmaktadır. Bu bağlamda literatür taraması yapılarak KOBİ'lerin uygulamaları araştırma ile elde edilecek analizleri yapılmıştır. Bu bulgular, yoğun rekabet koşullarında faaliyet sürdüren KOBİ'ler için yararlı sonuçlara dönüştürülmeye çalışılmıştır.

İşletmelerin hemen hemen hepsinin web sitesi vardır, fakat web sitelerini ve İnterneti çoğu etkin kullanamamaktadır. E-pazarlamının diğer araçlarından interaktif televizyon, kiosklar ve mobil telefonlarda kullanıldığında pazarlama çeşitliliği yaratacak işletmelerin pazarlama ve tanıtım problemlerinin çözümünde faydalı olacaktır. Çağımız rekabet çağı olduğu için sürekli yenilik süreçlerde yenilik süreçlerde iyileştirme müşteri ihtiyaç ve beklentilerini iyi tespit ederek onlara ulaşabilecek bütün pazarlama kanallarını kullanarak rekabette yer almalıyız.

İşletmelerin bilişim teknolojilerinin kullanım şekillerine bakıldığında anketlere katılan tüm katılımcıların bilgisayarlardan faydalandığı, internet kullanımını tüm şirketler için söz konusu olmakla beraber bilgisayar kullanım oranının altında kalmaktadır. Buna göre şirket içi faaliyetlerde elektronik ortama geçiş yerleşmişken çevrimiçi faaliyetlerin henüz gelişme döneminde olduğu çıkarılabilir. Araştırmada; e-pazarlamaya geçiş engelleri ile ilgili düşünceler sorulduğunda önem sırasına göre nitelikli eleman, teknik bilgi eksikliği, sanal ortamdaki güvenlik sorunu, devlet desteğinin yetersiz olması, tanıtım ve bilgilendirme eksikliği olarak cevaplar alınmıştır.

İşletmelerin e-pazarlama amaçları ve e-pazarlama amaçlarına ulaşma düzeyi açısından konuya bakıldığında: E-pazarlama yapan şirketlerde 17 farklı başlığa dair oluşan beklentilerle bu beklentilerin gerçekleşmesi arasındaki fark, 13 başlıkta daha düşük olmuş yani beklentiler daha yüksek bir oranda gerçekleşmiştir. Buna e-pazarlama yapan şirketler hem ticari hem de teknolojik ve altyapı alanlarındaki faaliyetlerini planları doğrultusunda daha etkin bir şekilde iyileştirmişlerdir. KOBİ'lerin genel e-pazarlamaya bakışları, bilişim teknolojileri kullanım düzeyi, e-pazarlama amaçları bakımından, e-pazarlama yapan ve yapmayan işletmeler arasında anlamlı farklılık (0,001) göstermiştir. E-pazarlama yapan KOBİ'ler, e-pazarlama yapmayan KOBİ'lere göre işletmelerinde bilişim teknolojileri kullanımını yaygınlaştırarak e-pazarlama amaçlarına ulaşma yolunda avantaj elde etmişlerdir. E-pazarlama amaçlarına ulaşma düzeyi (0,181), E-pazarlamaya geçiş engelleri konusunda (0,485), e-pazarlama yapan ve yapmayan işletmeler arasında anlamlı farklılık görülmemiştir.

KOBİ'lerin e-pazarlama amaçları; yöneticilerin rekabet algılama düzeylerine göre anlamlı farklılık (0,015) göstermiştir. E-pazarlama amaçları yüksek olan KOBİ'lerin rekabet algısının da yüksek olduğu ve e-pazarlamayı rekabette avantaj elde edecek şekilde kullandığı, rekabet algısı düşük KOBİ'lerin ise olduğu e-pazarlamayı daha yüzeysel; tanıtım ve reklam amaçlı kullandıkları anlaşılıyor. Bağımsız değişken durumundaki "e-pazarlama performans faktörlerinin, bağımlı değişken durumundaki KOBİ'lerin genel e-

pazarlamaya bakışlarını %46 oranında açıkladığı, diğer bir ifade ile KOBİ'lerin genel e-pazarlamaya bakışlarının %46'sının e-pazarlama performans faktörlerine bağlı olduğu anlaşılmaktadır. Varyans analizi çizelgesinin anlamlılık sütunundaki değere baktığımızda değişkenler arasındaki ilişkinin %67 olduğu, $p < 0,000$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Örneğimizde KOBİ'lerin genel e-pazarlamaya bakışları, e-pazarlama performans faktörlerine bağlıdır ve e-pazarlamaya geçiş engelleri, internet aracılığıyla yapılan satışların toplam satışlara oranı (İnternetle yapılan satış performansı) arasındaki ilişki $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı iken, bilişim teknolojisi kullanım düzeyi ve e-pazarlama amaçları arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu bulgulardan hareketle, bilişim teknolojileri kullanım düzeyi ve e-pazarlama amaçlarının, Genel e-pazarlama bakışlarına anlamlı bir katkı yapmadığı söylenebilir. E-pazarlama performansına en fazla etkiye sahip faktörün İnternetle yapılan satış performansı olduğu bunu ters yönde bir ilişkiyle e-pazarlamaya geçiş engellerinin izlediği anlaşılmaktadır.

Konya'daki KOBİ'lerde yapılan araştırmanın sonucunda, KOBİ'lerin e-pazarlama uygulamaları, yöneticilerin algısına bağlı olmakta ve stratejik karar alma mekanizmasındaki insanların e-pazarlama ile ilgili görüş ve algularına göre şekillenmektedir. KOBİ'lerin temel sorunlarının çözümünde, verimlilik artışı sağlamada bilişim teknolojilerinin (BT) kullanımı KOBİ'lere avantaj sağlar. KOBİ'ler bilişim teknolojileri yardımıyla oluşturacakları yeni pazarlama teknikleri, e-ticaret, e-pazarlama, yeni iş yapış yöntemleri ve teknolojik altyapılarıyla verimlilik ve rekabet üstünlüğü sağlayabilirler.

E-pazarlama KOBİ'lere önemli fırsatlar sunmakta öne çıkmaktadır. E-pazarlamayı, pazarlamanın geleneksel yöntemleri ile karşılaştırdığımızda, KOBİ'lere önemli avantajlar sağladığını görmekteyiz. Rekabet edebilmek ve verimlilik konusunda yenilikleri ve gelişmeleri kendi bünyelerine uyarlamaları gerekir. Aksi halde belli sınırlar içinde faaliyet gösteren ve dışarıdan gelecek tehditlere karşı savunmasız ve zayıf durumda kalacaklardır. Yeni teknolojilerden yararlanarak bu yolla hem kendi pazarımızda hem de gerektiğin de küresel pazarlarda faaliyet göstermek mümkün olacaktır. KOBİ'ler, yaşanan bu gelişmelerden korkmadan, yeni anlayışlar doğrultusunda bütün işletmenin her alanında gerekli değişiklikleri yaparak ve rekabet avantajı sağlayacak şekilde bilişim teknolojileri, e-pazarlama için gerekli eğitim, personel ve sistemleri kurmak zorundadırlar. E-pazarlama diğer elektronik süreçlerle birlikte düşünülmeli ve bütün firma bu yapıya uygun düzenlenmelidir.

Araştırmamızda İşletmelerin bilişim teknolojilerinin kullanım şekillerine bakıldığında internet kullanım oranlarını yüksekliği, Hsu ve Diğerleri (2013)'te interneti, işletmelerin tüketici ve müşterileri ile hizmet ve iletişim sağlaması için gerekli bir platform olduğunu ve küresel trend takibi, müşteri ve tüketicilerin ihtiyaçlarını e- ticaret ile tanıştırmıştır ifadelerini desteklemektedir.

Özen (2015)'in çalışmasında, tüketicileri web siteleri üzerinden pazarlamanın etkilediğini belirtmiştir. KOBİ'lerin e- pazarlama amaçlarından en önemlileri olarak *Etkin Reklam ve Tanıtım Yapmak, Pazar Payını Arttırmak ve Rekabette Üstünlük Sağlamak* olarak görmeleri, KOBİ amaçlarıyla örtüştüğünü göstermektedir.

KOBİ'lerin %45'i e-pazarlama faaliyetinde bulunmazken %55'i e-pazarlama faaliyetinde bulunmaktadır. Türkdönmez (2014) araştırmasında işletmelerin, e-pazarlama aktivitelerinde yetersiz kaldıklarını gözlemlenmiştir. İşletmelerin internet çağında, e-pazarlama faaliyetinde çok daha etkin olmaları gerekir.

KOBİ'lerin en önemli e- pazarlama amaçlarından biri olarak, *Yeni ve Küresel Pazarlara Açılmayı* görmesi ile Sürer (2012)'in e-pazarlama ve girişimcilik yönelimlerinin firmaların ihracat performansı üzerinde etkilerinin olduğunu gösteren bulgular elde etmesi araştırma sonuçlarının benzerliğini ortaya koymaktadır.

Kılıç (2010)'da e-pazarlamanın yakın gelecekte geleneksel pazarlamaya göre daha etkin olarak kullanılacağı, işletmelerin daha geniş kitlelere ulaşmak için e-pazarlama faaliyetlerine başladığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Araştırma bulgularımız e- pazarlamada satışta; *Satışları ve Karlılığı Arttırmak* noktasında hala zayıf olduğunu, fakat *Etkin Reklam ve Tanıtım Yapmak, Etkin İletişim Kurmak* konusunda, KOBİ'lerin *E-Pazarlama Amaçlarına Ulaşma Düzeyinde* en çok kullanılan alanlar olduğu görülmektedir.

Öztrak (2012) Çalışmasında, tüketicilerin online alışveriş sitelerine güven duyma ve bu web sitelerinden satın alma sürecine ilişkin değerlendirmelerinin olumsuz olduğunu söylemektedir. KOBİ'lerin e-pazarlamaya geçiş engelleri ile ilgili düşüncelerinde de en önemli engel olarak *Nitelikli Eleman ve Teknik Bilgi Eksikliği ve Sanal Ortamdaki Güvenlik Sorunu* olarak görülmektedir.

Omarlı (2016) e-pazarlamaya yönelme nedenleri ve elektronik tutundurma faaliyetlerinin tüketici davranışları üzerindeki etkisi her iki değişkenin tüketici davranışlarına olumlu yönde etkilediği sonucuna

varmıştır. KOBİ'lerin *E-pazarlama Amaçları ve E-Pazarlama Amaçlarına Ulaşma Düzeyleri* birlikte değerlendirildiğinde; *Yeni ve Küresel Pazarlara Açılmak, Rekabette Üstünlük Sağlamak, Pazar Payını Arttırmak, Etkin Reklam ve Tanıtım Yapmak*; ilk 4 sırada gelmektedir. KOBİ'lerin tespitlerinin bu araştırmayla örtüşüğü görülmektedir.

KOBİ'ler başarılı olabilmek için teknolojik gelişmeleri takip etmelidir. Teknolojik gelişmeleri iç yapılanmasında, pazarlama, alım, satım üretim, müşterilerle bağlantı gibi alanlarda kullanılmalıdır. KOBİ'ler e-pazarlama faaliyetleri ile maliyetleri önemli ölçüde düşürebilirler. İşletmelerin e-pazarlama performanslarını artırmak amacıyla yeniden örgütlenmeye giderek bünyelerinde, konusunda uzman personelin çalıştığı e-pazarlama ve BT ekibi kurmaları gerekmektedir. KOBİ'lerin İnternette tanıtım faaliyetleri dışında e-tedarik, e-pazarlama, satış sonrası hizmet, bilgilendirme, müşteriyle interaktif ilişki, reklam konusunda da etkin olarak yararlanmanın yeni yolları aranmalıdır.

KOBİ'lerin giderek sertleşen pazar konusunda rekabet üstünlüğü elde edebilmeleri için yatırım maliyetlerini azaltmak amacıyla bilişim teknolojilerinden etkin olarak yararlanılmalıdır. Bilişim teknolojileri kullanım düzeyiyle, e-pazarlama başarısı arasında çok güçlü ilişki vardır. Maliyetlerin düşürülmesi ve rekabete etkilerinin son derece önemli olduğu görülmüştür. Bilişim teknolojileri pazarlama faaliyetlerinin hızlandırılmasında, maliyetlerin düşürülmesinde, ürün geliştirmesine, etkin iletişim ve iş birliği sağlanmasında KOBİ'lere önemli avantaj sunmaktadır.

Uygulamadaki işletmelerin KOBİ' olması araştırmanın önemli sınırlılıklarından biri olarak kabul edilebilir. İlerideki araştırmalarda sadece büyük ölçekli işletmelere ya da küçük ve büyük ölçekli işletmelerin karşılaştırmasına dayanan bir uygulama gerçekleştirilebilir. Bu çalışmada sonuçların genelleştirilebilmesi amacıyla sektör ayırımına gidilmeden uygulama gerçekleştirilmiştir. İleride yapılacak çalışmalarda sektör bazında araştırılması sektörler göre durumun ortaya konması açısından yararlı olacaktır.

Kaynakça

- Afra, S. (2014). Dijital Pazarın Odak Noktası E-Ticaret: Dünya da Türkiyenin Yeri Mevcut Durum ve Geleceğe Yönelik Adımlar. *TÜSİAD Dergisi*, Yayın NO: TÜSİAD T/2014-06 (553), 28-34.
- Bozkurt, R. (1999). *Küresel Pazarlara Açılmak İsteyen KOBİ'lerin Uygulayabilecekleri Stratejik İş Birliği Seçenekleri ve Ortak Girişimler*, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Büyükyıldırım, Ü. (2014). "Yeni Başlayanlar İçin E-Ticaret Girişimciliği İçin Temel Başvuru Kılavuzu" [www.umityildirim.com/dosyalar/YeniBaslayanlar-Icin-E-Ticaret.pdf.] Erişim Tarihi: 06/11/2017.
- Canpolat, Ö. (2001). E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler. Ankara: T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği.
- Çelik, A., Akgemici T. (2007). Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler. İkinci Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çetinkaya, F. (1992). "Esnaf ve Küçük Sanayicilerin Sorunları ve Çözümleri" (Bildiri). II. Türkiye İktisat Kongresi Sosyal Gelişme ve İstihdam Komisyonu Tebliğleri, 1992, Ankara.
- Chaffey, D., Smith, P. (2008). E-Marketing Excellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing [Elektronik Sürüm]. London and Newyork: Butterworth-Heinemann.
- Collins, C., Buhalis, D., Peters, M. (2003). Enhancing SMTEs' Business Performance Through the Internet And E-Learning Platforms. *Education Training*, 45 (No.8/9), 483-494.
- El-Gohary, H. (2010). E-Marketing-A Literature Review From A Small Businesses Perspective. *International Journal of Business and Social Science*, 1(1), 214- 244.
- Ekonomi Bakanlığı (2017). "Elektronik Ticaret" [www.e-ticaret.gov.tr/] Erişim Tarihi: 03/04/2016.
- Ertaş, Ö. (2017). "E-Pazarlama" [www.omerertas.com/index.php/yeni-ortaginiz] Erişim Tarihi: 10/11/2017.
- Gedik, H. (2011). Günümüzde KOBİ'lerin Önemi. *Konya Ticaret Odası İpekyolu Dergisi*, 2011 (KTO Karatay Üniversitesi Özel Sayısı), 24.
- Goldman S. Global Investment Research, (2014). "eCommerce Experted to Accelerate Globally in 2014" [www.Equity Research, boletines.prisadigital.comGlobal_ecommerce.pdf.] Erişim Tarihi: 08/10/2017.

- Gülmez, M., Koçkaya, A. F. (2008). Doğrudan Pazarlama Aracı Olarak Kioskların Tüketiciler Tarafından Kullanım Etkinliği Üzerine Bir Pilot Çalışma. *MPM Verimlilik Dergisi*, 2008 (2), 157-174.
- Hamel, G., Prahalad, C.K. (1996). Geleceği Kazanmak. (Çev. Zülfü Dicleli). İstanbul: İnkılâp Kitapevi.
- Haubl, G., Trifts, V. (2000). Consumer Decision Making in Online Shopping Environments: The Effects of Interactive Decision Aids. *Marketing Science*, 19 (1), 4-21
- Herbig, P., Brian, K. (1997). Internet: The Marketing Challenge of The Twentieth Century. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 7 (2), 95-100
- Hillebrand. F. (2001). "GSM and UMTS: The Creation of Global Mobile Communication" [www.eu.wiley.com/WileyCDA Digital Version Available Through Wiley Online Library] Erişim Tarihi: 10/10/2017.
- Hsu, L., Wang, K., Chih, W. (2013). Effects of web site characteristic on customer Loyalty in B2B E-Commerce: Evidence from Taiwan. *The Services Industries Journal*, 33 (11), 1026-1050.
- Huge Domains (2017). "Domain Profile" [www.hugedomains.com/] Erişim Tarihi: 20/09/2017.
- Kılıç, E.C. (2010). *E-Pazarlama İnternet Üzerinden Pazarlama ve Yöntemleri Üzerine Bir Araştırma*, Marmara Üniv. SBE. BİS Sistemleri Böl., Gazetecilik ABD, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Korhonen, J. (2003). Introduction to 3G Mobile Communications [Elektronik Sürüm]. London: Artech House Publishers.
- Lekakos, G., Choiranopoulos, K., Doukidis, G. (2007). Interactive Digital Television: Technologies and Applications [Elektronik Sürüm]. London: IGI Publishing.
- Mennecke, B., Strader, T. (2003). Mobile Commerce-Technology, Theory and Applications [Elektronik Sürüm]. London: Idea Publishing Group.
- More, P. (1990). Competing with Technology in Microprocessors, *The Journal of High Management Research*; 1 (1), 1-13
- Omarlı, S. (2016). *E- pazarlamanın tüketicilerin satın alma davranışları üzerine etkisi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ABD, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Özen, M. (2015). *E-Pazarlama Stratejilerinde Çevrimiçi Arama Sitelerinin Önemi ve Bir Araştırma*, İstanbul Ticaret Üniversitesi SBE İşletme ABD, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Öztrak, L. (2012). *E-Pazarlama Etkinliklerinin Tüketici Davranışına Etkileri ve Bir Uygulama*, İstanbul Ticaret Üniv. SBE Uluslararası Ticaret ABD, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Pamukoğlu, K. (2006). *Bilişim Teknolojilerinin Devletin Etkinliğindeki Rolü ve Bir e-Devlet Uygulaması*, Selçuk Üniversitesi SBE İşletme ABD, Doktora Tezi, Konya.
- Poon, S. (2002), Have SMEs benefited from e-commerce? *Australian Journal of Information Systems*, 10(1), 66-72
- Reedy, J., Schullo, S. (2003). Electronic Marketing-Integrating Electronic Resources into The Marketing Process [Elektronik Sürüm]. South-Western College Pub. USA: Paperback Publisher.
- Serkan, Ö. (2017). "E-Pazarlama" [www.ozlemserkan.tripod.com/epazarlama] Erişim Tarihi: 15/08/2016.
- Subaşı, H.H. (2012). *E- Ticaret ve Güven: Bir Araştırma*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Sürer, A. (2012). *E-Pazarlama Yöneliminin İhracat Performansı Üzerine Etkisi: Gaziantep İlinde Bir Araştırma*, Gaziantep Üniversitesi, SBE Uls. Ticaret ve Lojistik ABD, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.
- The Madiso Avenue journal (2009). "Prediction" [www.madisonavenuejournal.com/ prediction nanogaming will/index.php] Erişim Tarihi: 06/08/2009.
- Thomas, R., Vetter, M., Fraunhofer, F.S. (2008). E-Business Guide for SMEs. European Commission [Elektronik Sürüm]. Stuttgart: FORMIT.
- TUİK (2016). "Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması" [www.tuik.gov.tr] Erişim Tarihi: 18/08/2016.

Türkdönmez, H. (2014). *İş Dünyasında Sistem ve Stratejinin Rolü: Stratejik E-Pazarlama Yönetimi*, Beykent Üniversitesi SBE İY. A.B.D. Yönetim Bil. Sis. Böl., Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Uludağ, İ., Serin, V. (1990). Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler. İstanbul: İTO Yayınları.

Yörük, M. A. (2014). “E- Ticaret” [www.mfa.gov.tr] Erişim Tarihi: 15/11/2014.

Yüksek Planlama Kurulu (2007). “KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007-2009)” [www.rega.basbakanlikgov.tr] Erişim Tarihi: 12/01/2007.

ORGAN BAĞIŞINDA KAMU SPOTU ETKİSİNİN NİTEL TERCİH MODELLERİ İLE ANALİZİ

Kevser TÜTER

Arş.Gör., Kırklareli Üniversitesi, İİBF, Ekonometri Bölümü

kevser.tuter@klu.edu.tr

Esin Cumhur YALÇIN

Yrd. Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, İİBF, Ekonometri Bölümü

esincumhur.yalcin@klu.edu.tr

Özet

Amaç: Çalışmada, Kırklareli Üniversitesi öğrencilerinin organ bağıışı konusundaki yaklaşım ve tutumlarına etki eden faktörler ele alınmıştır. Bu bağlamda özellikle Diyanet İşleri Başkanlığı'nın 2016 yılında yayınladığı kamu spotunun organ bağıışı üzerindeki etkisi analiz edilmeye çalışılmıştır.

Yöntem: Literatürdeki araştırmalarda organ bağıışına yönelik olumsuz tutumların başlıca nedeni olarak dini sebepler öne çıktığı için yayınlanan kamu spotunun organ bağıışını arttıracığı düşünülmüştür. Bu nedenle çalışmada literatürde kullanılan demografik sorular derlenmiştir. Buna ek olarak yayınlanan kamu spotunun, ele alınan örneklem üzerinde etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Bireylerin organ bağıışı sürecinde dini ve tıbbi sebepler ön planda olmasından dolayı örneklem seçiminde özellikle Kırklareli Üniversitesi bünyesindeki İlahiyat Fakültesi ile Sağlık Yüksekokulu öğrencileri seçilmiştir. Bunlara ek olarak Mühendislik Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi örnekleme dahil edilmiştir.

Bulgular: Toplam 1333 katılımcıdan bilgiler toplanıp Diyanet İşleri Başkanlığı'nın organ nakli ile ilgili kamu spotunun bireylerin organ bağıışına yönelik tutumunu etkileyip etkilemediği araştırılmıştır. Yöntem olarak nitel tercih modellerinden ikili Logit model Eviews paket programı kullanılarak uygulanmıştır. Bulgular kısmında tanımlayıcı istatistikler ve frekans analizi sonuçlarına yer verilmiştir ve elde edilen Logit model yorumlanmıştır.

Anahtar Kelime: Organ Bağıışı, Kamu Spotu, Logit Model

ANALYSIS OF PUBLIC SPOT EFFECT WITH QUALITATIVE CHOICE MODELS ON ORGAN DONATION

Abstract

Objectives: In this study, factors affecting the approach and attitudes of the students of Kırklareli University on organ donation were addressed. In this context, particularly the impact of the public spot which published on the organ donation by the Directorate of Religious Affairs in 2016, tried to be analyzed.

Methods: In the literature, as the main reason of negative attitudes towards organ donation comes out as the religious ones, it is thought that the published Public Spot will increase the organ donation. For this reason, in the study demographic questions were compiled. In addition, it was researched whether the published public spot was influential on the sample. Because the religious and medical causes are preliminary in the process of organ donation of individuals, the students of the Faculty of Theology and the School of Health of Kırklareli University have been elected as a sample. Furthermore, Faculty of Engineering and Faculty of Economics and Administrative Sciences have been included in the sample.

Results: Data were collected from a total of 1333 participants and have been researched whether the public spot on organ donation of Directorate of Religious Affairs affects the attitude of individuals towards organ donation or not. As a method, among qualitative preference models, binary logistic regression method and Eviews package program were applied. Descriptive statistics and frequency analysis results were included in the findings and the acquired meaningful logistic models were interpreted.

Key words: *Organ Donation, Public Spot, Logit Model*

Giriş

Günümüzde tıpta yaşanan sevindirici gelişmeler, organ ve doku naklinden başka bir tedavi şekli olmayan hastalara yaşama ümidi olmaktadır. Organ nakli geleneksel yöntemlerle tedavi edilemeyen hastalıkların tedavisinde kullanılmaktadır. Böylelikle organ yetmezliği yaşayan hastalar sağlıklı ve daha kaliteli bir yaşama kavuşmaktadır. Ayrıca organ ve doku nakli birçok tedavi yöntemine göre daha ekonomik ve kalıcı sonuçlar elde edilmesini sağlamaktadır. Bu nedenle tüm Dünya ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de organ ve doku naklinin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Organ bağıışı, “Kişinin hayatta iken, serbest iradesi ile tıbben yaşamı sona erdikten sonra doku ve organlarının başka hastaların tedavisi için kullanılmasına izin vermesidir. Organ bağıışı yapıldıktan sonra sadece bir yoğun bakım ünitesinde beyin ölümü kararı alınması halinde organlar kullanılmaktadır. Diğer ölüm hallerinde organlar alınmaz. 18 yaş veya üstünde olup akli dengesi yerinde olan herkes Sağlık Müdürlükleri’ne, hastanelere, organ nakliyle ilgili dernek, vakıf ve kuruluşlara başvurarak, doku ve organ bağıışı belgesi alabilir. Organ bağıışı yapıldığı mutlaka yakınlar da bildirilmelidir çünkü bir kişide beyin ölümü gerçekleştiğinde akrabalarının organ bağıışı konusunda karar vermeleri istenmektedir.” (<http://www.tbv.com.tr/blog/?p=410>, Erişim Tarihi: 05.12.2017)

Organ donörü yaşayan kişi veya kadavra olduğundan organ bağıışı gönüllülük esaslı bir uygulamadır. Bu nedenle kıt olan bir kaynaktır. Organ donörü olmak için bilinçlendirme ve teşvik etme çalışmaları günümüzde hız kazanmıştır.

Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, organ ticareti söz konusu olduğu için insanlar hayatlarını tehlikeye atarak organ mafyaları aracılığı ile organlarını satmaktadır. Ülkemizde de bu konuda sıkıntılar yaşanmaktadır. Organ bağıışçısının canlı olması şartı öncelikli şart değildir. Birçok Avrupa ülkesinde uygulanan ve tercih edilen yöntem ölüden organ bağıışıdır. Ölünün bedeninin bir değeri olduğu için ölen kişinin yakınlarının ve ölenin ölmeden önceki rızasının dikkate alınması gerekmektedir. Ayrıca ölüm anının tespit edilmesi sorunu yani “beyin ölümü” kararı da organ bağıışı konusunda tartışmalıdır (Koçak Süren 2007: 174-175).

Organ bağıışı yapmamayı düşündüren sebeplerden biri daha önceki çalışmalarda görüldüğü üzere dini nedenlerdir. Diyanet İşleri Başkanlığı dönem dönem çeşitli fetvalar yayınlamış ve organ naklinin caiz olduğunu söyleyerek organ bağıışı konusunda olan karışıklığı gidermeye çalışmıştır. Başkanlığın kamuoyuna en geniş kapsamda ulaşmayı hedefleyen ve kamuoyunu organ bağıışına teşvik etmeyi amaçlayan çalışması 2016 yılında yayınladığı kamu spotu olmuştur.

Literatürde organ bağıışı konusunu birçok açıdan ele alan çok sayıda çalışma yapılmıştır. Koçak Süren (2007); organ ve doku naklini yasal ve etik açıdan incelemiş ve nakil konusunda alınması gereken hukuki ve etik tedbirler hususunda katkılarda bulunmuştur. Yüken (2010); canlı böbrek vericilerinin ameliyat öncesi ve sonrası deneyimlerini belirlemek için görüşme tekniğine göre verileri toplayarak donörlerin düşüncelerini analiz etmiştir. Okka ve Demireli (2008); Konya ilindeki halkın organ bağıışı konusundaki bakış açısını incelemiş organ bağıışı konusunda bilgi edinme kaynaklarının en çok televizyon kanalı olduğunu belirlemiştir. Halkın organ bağıışı konusunda istekli olduğunu ancak organ bağıışında bulunanların oranının düşük olduğunu sonucunu elde etmiştir. Yurtdışında yapılan çalışmalarda da Türkiye’dekilere benzer sonuçlar elde edilmektedir. Hannah (2004); sağlık çalışanlarının organ ve doku bağıışı konusunda yeterli katkıları yapmadıklarını ifade etmektedir. Kent (2004); hemşirelerden mülakat yolu ile topladığı veriler üzerinden yaptığı analizlerle sağlık çalışanlarının organ bağıışı konusundaki tutum ve davranışlarının arkasında yatan sebepleri ortaya koymuştur. Yücen vd. (2003), doku ve organların hepsini kadavradan temin eden bir ülkenin olmadığını ifade etmiştir. Gelişmiş ülkelerde organ bağıışlayıcılarının %80’i kadavra %20’si canlı iken, ülkemizde bu oran tam tersi durumdadır. Yapılan çalışma göstermektedir ki kamuoyu üzerinde organ bağıışı ve nakli konusunda en etkili meslek grubu hekimler ve din adamlarıdır. Bu nedenle bu iki meslek grubunun organ bağıışı ve nakli konusunda bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Halka bu konuda belirli bir plan çerçevesinde toplumsal eğitim kampanyaları düzenlenmelidir. Yılmaz (2006); sağlık çalışanlarının organ bağıışına ve nakline ilişkin düşüncelerini incelemiştir. Yaşar vd. (2008) bir Sağlık Meslek Yüksekokulu son sınıf öğrencilerinin organ bağıışı konusundaki tutumları ve tutumlarına etki eden faktörleri, Kacaroğlu Vicdan (2011); Akşehir Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinin organ bağıışı ile ilgili tutumlarının belirlenmesi konusunda çalışma yapmıştır. Görüldüğü üzere yapılan çalışmalar daha çok sağlık eğitimi alan, sağlık sektöründe çalışan bireyler üzerinde olmaktadır. Çalışmamızın diğer çalışmalardan farklılaşan kısmı farklı fakültede eğitim gören öğrencilerin organ bağıışı konusundaki tutumlarının değerlendirilmesidir.

Ülkemizde organ bağıışı tutumu konusuna ışık tutacak organ nakli sayıları aşağıda Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Yıllara Göre Organ Nakli Sayısı, Tüm Sektörler, Türkiye

	2002	2011	2012	2013	2014	2015
<i>Böbrek</i>	550	2923	2903	2944	2924	3204
<i>Karaciğer</i>	159	904	1001	1248	1212	1216
<i>Kalp</i>	20	93	61	63	78	89
<i>Kalp Kapakçığı</i>	15	1	5	1	0	0
<i>Akciğer</i>	0	5	25	32	33	30
<i>Kalp- Akciğer</i>	0	0	2	0	0	0
<i>Pankreas</i>	0	26	6	4	9	7
<i>İnce Bağırsak</i>	1	1	5	2	5	6
Toplam	745	3953	4008	4294	4261	4552

Kaynak: http://www.saglikistatistikleri.gov.tr/dosyalar/SIY_2015.pdf T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık İstatistiği Yıllığı 2015

Tablo 1 incelendiğinde, yıllar itibari ile organ nakli sayısında bir artış olduğu görülmektedir. En çok nakil yapılan organlar sırası ile böbrek, karaciğer ve kalptir. Bu veriler ışığında organ naklinin ülkemizde oldukça düşük oranlarda olduğunu ve organ bağışının artması için gerekli çalışmaların ve kampanyaların yapılması gerektiği aşikardır. Çalışmada organ bağışını etkileyen faktörlerin üniversite öğrencileri bazında incelenmesi ve organ bağışı düşüncelerini sağlayan etmenleri modellemek amaçlanmıştır.

1. Veriler ve Yöntem

Veriler kolayda örnekleme yöntemi ile Ek'te yer alan anket uygulanarak elde edilmiştir. Kırklareli Üniversitesi'nin toplam öğrenci sayısı 24027 olup araştırmaya konu olan Mühendislik Fakültesi=(777öğrenci), İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF)=(2608 öğrenci), İlahiyat Fakültesi=(648 öğrenci) ve Sağlık Yüksekokulu=(1832 öğrenci)'nda toplam 5865 öğrenci öğrenim görmektedir. Uygulanması gereken anket için örneklem hacmi toplam 401 öğrenci olarak hesaplanmıştır. Anket çalışması sonucunda Kırklareli Üniversitesinin Mühendislik Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF), İlahiyat Fakültesi ve Sağlık Yüksekokulu birimlerinden toplam 1333 öğrenciye ulaşılmış ve araştırmanın örnekleme oluşturulmuştur. Araştırmaya katılan öğrencilere ait frekans analizi sonuçları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 2: Araştırma Kapsamındaki Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
<i>Kadın</i>	841	63,2
<i>Erkek</i>	490	36,8
Toplam	1331	100
<i>Eksik gözlem</i>	2	

Araştırmaya katılan öğrencilerin %63,2'si kadın ve %36,8'i erkektir. Ailelerinin en uzun yaşadığı bölge %69,8 ile Marmara Bölgesidir. Kırklareli Üniversitesi Marmara Bölgesinde yer aldığı için özellikle çevre illerde yaşayan öğrenciler tarafından tercih edilmektedir.

Tablo 3: Araştırma Kapsamındaki Öğrencilerin Fakülte/Yüksekokula Göre Dağılımı

Fakülte/Yüksekokul	Frekans	Yüzde (%)
İİBF	739	55,4
Mühendislik	241	18,1
İlahiyat	125	9,4
Sağlık	228	17,1
Toplam	1333	100

Öğrencilerin %55,4'ü İİBF'de, %18,1'i mühendislik fakültesinde, %17,1'i sağlık yüksekokulunda ve %9,4'ü ilahiyat fakültesinde eğitim görmektedir.

Tablo 4: Araştırma Kapsamındaki Öğrencilerin Sınıflara Göre Dağılımı

<i>Sınıf</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde (%)</i>
1. Sınıf	301	22,8
2. Sınıf	417	31,6
3. Sınıf	356	26,9
4. Sınıf	247	18,7
Toplam	1321	100
<i>Eksik Gözlem</i>	12	

Öğrencilerin sınıflara göre dağılımına bakıldığında %31,6'sı 2.sınıf, %26,9'u 3.sınıf, %22,8'i 1.sınıf ve %18,7'si 4.sınıfta öğrenimlerini sürdürmektedir. Öğrencilerin annelerinin %71,24'ü, babalarının %63'ü ilkokul ve ortaokul mezunudur.

Tablo 5: Araştırma Kapsamındaki Öğrencilerin "Organ Bağışında Bulunmayı Düşünüyor musunuz?" Sorusuna Verdikleri Cevapların Dağılımı

<i>Organ bağışında bulunmayı düşünüyor musunuz?</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde (%)</i>
<i>Düşünüyorum</i>	802	61,6
<i>Düşünmüyorum</i>	500	38,4
Toplam	1302	100
<i>Eksik gözlem</i>	31	

Tablo 5'de görüldüğü üzere araştırmaya katılan öğrencilerin %61,6'sı organ bağışı yapmayı düşünüyorken %38,4'ü organ bağışı yapmayı düşünmemektedir.

Tablo 6: Araştırma Kapsamındaki Öğrencilerin "Hangi Organ/Organlarınızı Bağışlamayı Düşünüyorsunuz?" Sorusuna Verdikleri Cevapların Dağılımı

		<i>Sayı (n)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Bağışlamayı düşündüğünüz organınız			
Organ	<i>Kalp</i>	<i>Evet</i>	53 6,6
		<i>Hayır</i>	749 93,4
	<i>Karaciğer</i>	<i>Evet</i>	161 20,1
		<i>Hayır</i>	641 79,9
	<i>Göz</i>	<i>Evet</i>	61 7,6
		<i>Hayır</i>	741 92,4
	<i>Böbrek</i>	<i>Evet</i>	235 29,3
		<i>Hayır</i>	567 70,7
	<i>Pankreas</i>	<i>Evet</i>	81 10,1
		<i>Hayır</i>	721 89,9
	<i>Kornea</i>	<i>Evet</i>	176 21,9
		<i>Hayır</i>	626 78,1
	<i>Kemik İliği</i>	<i>Evet</i>	431 53,7
		<i>Hayır</i>	371 46,3
	<i>Tümü</i>	<i>Evet</i>	72 9,0
		<i>Hayır</i>	728 91,0
Toplam		802	100

Öğrenciler "Hangi Organ/Organlarınızı Bağışlamayı Düşünüyorsunuz?" sorusuna %53,7'lik oran ile en yüksek kemik iliği cevabı verilmiştir. Tablo 5 ve Tablo 6 birlikte değerlendirildiğinde öğrencilerin organ bağışı yapma konusunda istekli oldukları görülmesine rağmen hangi organınızı bağışlarsınız sorusuna verdikleri cevaplar organlarını bağışlama konusunda tereddüt yaşadıklarını göstermektedir.

Tablo 7: Araştırma Kapsamındaki Öğrencilerin "Daha Önce Kan Bağışı Yaptınız mı?" Sorusuna Verdikleri Cevapların Dağılımı

<i>Daha önce kan bağışı yaptınız mı?</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde (%)</i>
<i>Evet</i>	68	5,2
<i>Hayır</i>	1250	94,8
Toplam	1318	100
<i>Eksik gözlem</i>	15	

Öğrencilerin %94,8'i daha önce kan bağışı yapmamış ve %5,2'si kan bağışında bulunmuştur. Kan bağışında bulunma oranı oldukça düşüktür. Kızılay gerek yerleşkeye gelerek gerekse belirli noktalarda aralıklarla bağış için çadır kurmaktadır. Böylelikle bağış yapmayı kolaylaştırmayı ve teşvik etmeyi amaçlamasına rağmen kan bağışı da gönüllülük esasına dayandığı için öğrencilerin bu konuda yeterli ilgiyi göstermedikleri görülmektedir. Bu konuda öğrencilerin bilinçlendirilmesi ve teşvik edilmesi önem arz etmektedir.

Tablo 8: Araştırma Kapsamındaki Öğrencilerin "Organ Bağışı Hakkında Bilgi Sahibi misiniz?" Sorusuna Verdikleri Cevapların Dağılımı

<i>Organ bağışı hakkında bilgi sahibi misiniz?</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde (%)</i>
<i>Evet</i>	497	38,0
<i>Hayır</i>	812	62,0
Toplam	1309	100
<i>Eksik gözlem</i>	24	

Araştırma kapsamındaki öğrencilerin %38'i organ bağışı hakkında bilgi sahibi iken %62'si bilgi sahibi değildir.

Tablo 9: Araştırma Kapsamındaki Öğrencilerin "Son 6 Ay İçinde Organ Bağışı ile İlgili Bilgi Edindiniz mi?" Sorusuna Verdikleri Cevapların Dağılımı

	<i>Son 6 Ay İçinde Organ Bağışı İle İlgili Bilgi Edindiniz Mi?</i>		<i>Sayı (n)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
<i>TV-Dizi Filmler</i>	<i>Evet</i>		153	11,5
	<i>Hayır</i>		1177	88,5
<i>Radyo/ TV Haberler</i>	<i>Evet</i>		86	6,5
	<i>Hayır</i>		1245	93,5
<i>Sağlık Programları</i>	<i>Evet</i>		170	12,8
	<i>Hayır</i>		1161	87,2
<i>Yazılı Basın</i>	<i>Evet</i>		67	5,0
	<i>Hayır</i>		1264	95,0
<i>Bilgi Kaynağı</i> <i>Duvar Panoları</i>	<i>Evet</i>		105	7,9
	<i>Hayır</i>		1225	92,1
<i>Okul</i>	<i>Evet</i>		65	4,9
	<i>Hayır</i>		1266	95,1
<i>Sosyal Çevre</i>	<i>Evet</i>		273	20,5
	<i>Hayır</i>		1058	79,5
<i>İnternet</i>	<i>Evet</i>		101	7,6
	<i>Hayır</i>		1230	92,4
<i>Sağlık Çalışanları</i>	<i>Evet</i>		29	2,2
	<i>Hayır</i>		1302	97,8
Toplam			1331	100

Öğrencilerin en çok bilgi edindikleri kaynak %20,5 ile sosyal çevreleri, ikinci kaynak ise %12,8 ile sağlık programlarıdır. Bilinçlendirme amaçlı olarak sosyal medya ve sağlık programlarında organ bağışı ile ilgili içerikleri arttırmak gençlerin bilgi düzeylerini arttırmada daha faydalı olabilir. Bu kaynaklar daha etkin şekilde kullanılabilir.

Tablo 10: Araştırma Kapsamındaki Öğrencilerin "Başkasının Organı İle Yaşamak İster misiniz?" Sorusuna Verdikleri Cevapların Dağılımı

<i>Başkasının organı ile yaşamak ister misiniz?</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde (%)</i>
<i>Evet</i>	565	42,8
<i>Hayır</i>	755	57,2
<i>Toplam</i>	1320	100
<i>Eksik gözlem</i>	13	

Öğrencilerin organ bağıışı yapmak istedikleri ancak %57,2'lik bir oranla başkasının organı ile yaşamak istemedikleri gözlenmektedir. Daha önceki yapılan çalışmalarla benzerlik gösteren bu sonuç ile denilebilir ki organ bağıışı konusunda tereddütler ve çekinceler mevcuttur.

Tablo 11: Araştırma Kapsamındaki Öğrencilerin "Diyanet İşleri Başkanlığı'nın 2016 Yılında Yayınlamaya Başladığı Organ Nakli İle İlgili Kamu Spotunu İzlediniz mi?" Sorusuna Verdikleri Cevapların Dağılımı

<i>Kamu spotunu izlediniz mi?</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde (%)</i>
<i>Evet</i>	410	30,9
<i>Hayır</i>	919	69,1
<i>Toplam</i>	1329	100
<i>Eksik gözlem</i>	4	

Çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran bir konu da Diyanet İşleri Başkanlığı'nın kamu spotunun ne kadar izlendiği ve bunun organ bağıışı konusundaki fikirlerini etkileyip etkilememesidir. Öğrencilerin %30,9'u organ bağıışı ile ilgili kamu spotunu izlemiştir. Kamu spotunu izleyenlerin % 86'sı organ bağıışı konusunda fikirlerinin değişmediğini söylemiştir.

1.1. Logit Model

Logit model iki kategoride sınıflandırılan bağımlı değişken ile bir ya da birden çok sayıda sürekli ya da kategorik özellikte olan bağımsız değişkenleri modellemek amacıyla kullanılmaktadır. Özellikle anket verileri ile yapılan çalışmalarda kukla değişkeni olarak tanımlanan kategorik değişkenlerin daha sık kullanılması Logit modellerin kullanım alanını arttırmaktadır. Bağımlı değişken olarak kukla değişkenlerin regresyon analizinde kullanılması ile doğrusallık varsayımı sağlanmadığı için En Küçük Kareler Yöntemi, güvenilir sonuçlar vermemektedir. (Çevik, 2011). Bu yüzden bağımlı değişken nominal ölçeğe sahip olduğunda doğrusal olmayan model olarak Probit ya da Logit modeller kullanılmaktadır. Çalışmada bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait model oluşturmada Logit modelinden faydalanılmıştır.

Lojistik dağılım fonksiyonu aşağıdaki gibi gösterilmektedir:

$$P_i = E(Y = 1 / X_i) = \frac{1}{1 + e^{-(b_0 + b_1 X_i)}} = \frac{1}{1 + e^{-Z_i}} \quad (1)$$

Burada $Z_i = b_0 + b_1 X_i$ ve $e = 2.7182...$ değerine sahip doğal logaritma tabanı sabit bir sayıdır. $-\infty \leq Z_i \leq \infty$ aralığında değer alırken $0 \leq P_i \leq 1$ aralığında değer almaktadır ve P_i ile Z_i doğrusal olmayan bir ilişkiye sahip olmaktadır. X_i ile P_i arasındaki ilişki modellenirken Eşitlik (1)'den,

$$1 - P_i = \frac{1}{1 + e^{Z_i}} \quad (2)$$

Ulaşılr. Bağımlı değişkenin 1'e eşit olma ve olmama olasılıkları birbirine oranlandığında,

$$\frac{P_i}{1 - P_i} = \frac{1 + e^{Z_i}}{1 + e^{-Z_i}} = e^{Z_i} \quad (3)$$

Eşitlik (3) elde edilir (Tarı,2010).

Bir olayın gerçekleşme ihtimali, gerçekleşmeme ihtimaline oranlandığında bahis (odds) oranı elde edilir. Bahis oranı aynı zamanda olayın gerçekleşme lehine fark oranı şeklinde de adlandırılır. Bahis oranı, 1'den büyük değerler aldığıında olayın gerçekleşme olasılığının yüksek, 1'den küçük değerlerde ise gerçekleşme olasılığının düşük olduğu şeklinde yorumlanmaktadır (Aksaraylı, Saygın, 2011).

Eşitlik (3)'de her iki tarafın logaritması alındığında,

$$L_i = \ln\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = Z_i = b_0 + b_1 X_i \quad (4)$$

fonksiyon doğrusal bir yapıya dönüşmektedir. Logit modeldeki b_1 katsayısı, X' teki bir birimlik artışın L_i 'de yaratacağı artışı göstermektedir.

Logit modelin parametrelerinin tahminlenmesinde En Yüksek Olabilirlik (EYO) yöntemi kullanılmaktadır. Modelin anlamlılığını ölçmekte kullanılan ölçütlerden biri -2LogL istatistiği diğeri de Hosmer ve Lomeshow (HL) g istatistiğidir (Çevik, 2011).

1.1.2. Parametrelerin Tahmininin Anlamlılığı Ve Uyum İyiliği Testi

Çalışmada Logit model ile elde edilen eğim parametresinin EYO tahmincisinin standart hatasına bölünmesiyle elde edilen Wald testi ile parametrelerin tahminlerinin anlamlılığı test edilmektedir. Elde edilen test istatistiği tablo değerinden büyük çıkması durumunda parametre tahminlerinin anlamlı olduğu sonucuna varılmaktadır. Test istatistiği eşitlik (5) ile hesaplanmaktadır.

$$W = \frac{\hat{\beta}_2}{s(\hat{\beta}_2)} \quad (5)$$

Uyum iyiliği testi, modelin bağımlı değişkeni ne ölçüde açıkladığını gösteren bir testtir. Bu testin ölçümünde HL (Hosmer Lemeshow, 2000) testi veya sınıflandırma tabloları kullanılmaktadır. Çalışmada HL testi uygulanmıştır. Modelin uyumunun iyi olduğu kararına varabilmek için hesaplanan HL test istatistiği χ^2 tablo değerinden küçük olmalıdır. HL test istatistiği Eşitlik 6'da yer almaktadır. O_j , j inci grupta gözlemlenen değer; E_j j inci grupta beklenen değer ve n_j ise j inci gruptaki gözlem sayısıdır. Test istatistiği, (j-2) serbestlik dereceli χ^2 tablo değeri ile karşılaştırılır.

$$G_{HL}^2 = \sum_{j=1}^{10} \frac{(O_j - E_j)^2}{E_j(1 - E_j/n_j)} \sim \chi_8^2 \quad (6)$$

2. Bulgular

Çalışmada tahmin edilen modeli Eşitlik 7'de yer almaktadır. Bağımlı değişken, bireylerin organ bağışında bulunup bulunmamaları ile ilgilidir. Ele alınan örneklem içerisinde, organ bağışında bulunan öğrenci yoktur. Bu nedenle, bu değişken için kullanılan değerler, 1=Organ bağışında bulunmadım, ama düşünüyorum, 0=Organ bağışında bulunmadım ve düşünmüyorum şeklindedir. Açıklayıcı değişkenler ise sırasıyla, X_1 Cinsiyet değişkeni 1=erkek, 0=kadın; X_2 İİBF 1=İİBF'de öğrenim gören öğrenci, 0= Diğer; X_3 Mühendislik 1=Mühendislik Fakültesinde öğrenim gören öğrenci, 0= Diğer; X_4 İlahiyat 1= İlahiyat Fakültesinde öğrenim gören öğrenci, 0= Diğer; X_5 Yakınlarından Organ Nakli olması, 1= Yakınlarınızdan (anne, baba, kardeş, akraba...) organ nakli olan birisi var, 0= Diğer; X_6 Organ bağışının nereye ve nasıl yapıldığını biliyor olması 1= Organ bağışının nereye ve nasıl yapıldığını bilen, 0=Diğer; X_7 Kan Bağışı 1= Kan Bağışı yapan, 0= Diğer; X_8 Kamu Spotu 1= Kamu spotu izleyip organ bağışı ile ilgili fikrini değiştiren, 0=Diğer şeklinde tanımlanmıştır. Temel sınıf özellikle fakülte değişkeninde Sağlık Yüksekokulu seçilmiştir. Çünkü sağlık eğitimi alan öğrencilerin organ bağışı konusunda gerekli bilgiye ve bilince sahip olduğu varsayılmıştır. Çalışmanın esasını oluşturan araştırma konusu, kamu spotlarının farkındalık yaratma etkisini ortaya koymaktır.

$$L_i = \ln\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = Z_i = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + b_8 X_8 \quad (7)$$

Çalışmadan elde edilen Logit model sonuçları Tablo 12'de yer almaktadır. Bu sonuçlara göre, cinsiyet, İİBF, yakınardan organ nakli olması, organ bağışının nereye yapılacağını bilmesi, kan bağışı yapıp yapmadığı ve kamu spotu değişkenlerine ait tahmin sonuçları istatistiksel olarak anlamlı elde edilmiştir. Modelin uyum iyiliği için yapılan HL testi sonuçları Tablo 13'de yer almaktadır. 10 grup için elde edilen test sonuçlarına göre χ^2 test istatistiğinin olasılık değeri 0.9439 olup oldukça yüksektir. Bir başka deyişle modelin uyumu iyidir.

Tablo 12: Logit Model Sonuçları

Bağımsız Değişken	Katsayı	Wald Testi	Bahis Oranı	Marjinal Etki
X ₁	0.405 [2.91]* (0.004)**	8.45 (0.003)	1.500 [2.91] (0.009)	0.096 [-2.66] (0.004)
X ₂	-0.519 [-2.62] (0.009)	6.84 (0.008)	0.594 [-2.62] (0.009)	-0.121 [-2.66] (0.008)
X ₃	-0.023 [-0.10] (0.921)	0.01 (0.921)	0.976 [-0.10] (0.921)	-0.005 [-0.10] (0.921)
X ₄	-0.241 [-0.88] (0.378)	0.78 (0.378)	0.786 [-0.88] (0.378)	-0.058 [-0.87] (0.385)
X ₅	0.563 [4.21] (0.000)	17.70 (0.000)	1.756 [4.21] (0.000)	0.131 [4.29] (0.000)
X ₆	-1.651 [-8.91] (0.000)	79.38 (0.000)	0.191 [-8.91] (0.000)	-0.391 [-8.80] (0.000)
X ₇	0.584 [1.79] (0.073)	3.21 (0.073)	1.794 [1.79] (0.073)	0.127 [1.99] (0.046)
X ₈	1.012 [4.25] (0.000)	18.09 (0.000)	2.751 [4.25] (0.000)	0.209 [5.17] (0.000)
Sabit	2.051 [6.67] (0.000)		7.779 [6.67] (0.000)	
Y =Pr(Y=1) = 0.616				
n=1130				
LR = 158.99 (0.000)				
Pseudo R2 = 0.105				

*Köşeli parantez içindeki değerler t istatistikleridir. **parantez içindeki değerler olasılık değerleridir.

Tablo 13: Logit Model Uyum İyiliği Testi Sonuçları

j	Olasılık	O=1	E=1	O=0	E=0	Toplam
1	0.3004	28	25.2	86	88.8	114
2	0.4701	56	59.9	86	82.1	142
3	0.571	115	110.8	80	84.2	195
4	0.5867	1	0.6	0	0.4	1
5	0.6092	79	80	54	53	133
6	0.6912	74	74.5	37	36.5	111
7	0.7004	77	78.4	35	33.6	112
8	0.7556	70	73.1	31	27.9	101
9	0.7973	100	97.5	23	25.5	123
10	0.951	84	84	14	14	98
n=1130						
j= 10						
Hosmer-Lemeshow $\chi^2(8) = 2.84 (0.9439)$						

Tablo 12'deki sonuçlara göre, ortalama özelliklere sahip bir öğrencinin organ bağışında bulunma olasılığı yaklaşık %62 olarak elde edilmiştir. Erkek öğrencilerin, kız öğrencilere göre, organ bağışında bulunmayı düşünme olasılıkları %9.6 daha yüksektir. Erkek öğrenciler organ bağışı konusunda daha duyarlıdır.

Sağlık Yüksekokulu öğrencilerine göre İİBF öğrencilerinin organ bağışında bulunmayı düşünme olasılıkları %12 daha azdır. Sağlık Yüksekokulu öğrencileri aldıkları eğitim sonucunda organ bağışı konusunda daha duyarlıdır. Ancak Mühendislik ve İlahiyat Fakültesi katsayı tahminleri istatistiksel olarak anlamsızdır. Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinin organ bağışındaki yaklaşımı diğerlerine göre daha olumludur. Yakınları içerisinde organ bağışı yapan biri olan öğrencilerin organ bağışını düşünme olasılıkları %13 daha fazladır. Organ naklinin önemini yaşayarak gören öğrencilerin organ nakli konusundaki algıları olumlu yönde etkilenmektedir. Yakınlarından organ nakli olan öğrencilerin olmayanlara göre organ bağışına yönelik tutumları %56.3 daha yüksektir. Organ bağışının nereye yapılacağını bilen öğrencilerin bilmeyenlere göre bağışta bulunma olasılıkları %39 daha düşüktür. Daha önce kan bağışında bulunmuş bir öğrencinin organ bağışı yapma olasılığı yaklaşık %13 daha fazladır. Halihazırda kan bağışında bulunmuş bir öğrencinin organ bağışı konusunda da olumlu tutum sergilemektedir.

Kamu spotunu izleyip fikrini değiştirenlerin organ bağışında bulunma olasılıkları %21 daha fazladır. Kamu spotu öğrencilerin organ bağışında bulunmaları üzerinde olumlu etki yaratmaktadır.

Sonuç

Araştırmaya katılan 1333 öğrencinin %63,2'si kadın ve %36,8'i erkek olup; %55,4'ü İİBF'de, %18,1'i Mühendislik Fakültesinde, %17,1'i Sağlık Yüksekokulunda ve %9,4'ü İlahiyat Fakültesinde eğitim görmektedir. Organ bağışı yapmayı düşünenlerin oranı %61,6 iken düşünmeyenlerin oranı %38,4'tür. "Hangi organınızı bağışlamayı düşünüyorsunuz?" sorusuna %53,7'lik oran ile en yüksek kemik iliği cevabı verilmiştir. Diğer organların bağışlanmayı düşünme oranının düşük olması öğrencilerin organ bağışını düşündüğü ancak tereddütleri olduğunu göstermektedir. Asıl araştırılmak istenen durum; kamu spotunu izleyip fikrini değiştiren öğrencilerin organ bağışında bulunma olasılıkları izlemeyenlere göre %21 daha fazla olduğu görülmekte ve kamu spotunun öğrencilerin organ bağışında bulunmaları üzerinde olumlu etki yaratmaktadır.

Bu çalışmanın sonucunda Kırklareli Üniversitesi'nde dört farklı fakültede eğitim gören öğrencilerin organ bağışı yapma konusunda daha çok bilgilendirilme yapılması gerektiği; organ bağışının yanı sıra kan bağışı konusunda da bilgilendirilmeye ihtiyaç duydukları görülmüştür. Diyanet İşleri Başkanlığı'nın yayınlamış olduğu kamu spotu, farklı yayın organları ile desteklendiğinde organ bağışının artabileceği düşünülmektedir.

Organ ve doku nakli ile ilgili tıbbi bilgi ve teknoloji yeterli seviyedeysen nakledilecek organın temini günümüzde en büyük sıkıntıdır. Bu konuda bilinçlendirme ve bilgilendirme çalışmaları yürütülmesi, organ bağışının teşvik edilmesi ile ilgili çalışmalar daha da önem kazanmıştır.

Kaynakça

- Aksaraylı, M., Saygın, Ö., (2011). Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Lojistik Regresyon Analizi İle Hizmet Tercihine Etkisinin Belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 21-37.
- Çevik, E.İ. (2011). Gelişen Piyasalarda Yaşanan Finansal Krizlerin Yeni Yaklaşımlar Çerçevesinde İncelenmesi. Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Zonguldak.
- Hannah, S. (2004). Increasing awareness of tissue donation: in the non-heart beating donor. *Intensive and Critical Care Nursing*, 20, 292-298.
- Hosmer, D. W. and Lemeshow, S. (2000). *Applied Logistic Regression*. John Wiley & Sons, New York, 16.
- Kacaroglu Vicdan,A., Peker, S., Üçer, B. (2011). Akşehir Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinin Organ Bağışı ile İlgili Tutumlarının Belirlenmesi. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 10(2), 175-180.
- Kent, B.C. (2004). Protection behaviour: a phenomenon affecting organ and tissue donation in the 21st century?. *International Journal of Nursing Studies*, 41, 273-284.
- Koçak Süren, Ö. (2007). Organ ve Doku Naklinin Yasal ve Etik Açısından İncelenmesi. *TBB Dergisi*, Sayı 73, 174-195.
- Okka, B., Demireli, O. (2008). Konya İlinde Halkın Organ Bağışı Konusunda Bakış Açılarının Değerlendirilmesi. *Türkiye Klinikleri Tıp Etiği-Hukuku-Tarihi Dergisi*, 16 (3), 148-158.
- Tarı, R. (2010). *Ekonometri*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Yaşar, M. vd, (2008). Bir Sağlık Meslek Yüksekokulu Son Sınıf Öğrencilerinin Organ Bağışı Konusundaki Tutumları Ve Tutumlarına Etki Eden Faktörler. *Genel Tıp Dergisi*, 18(1), 33-37.

Yılmaz, E. (2006). Sağlık Çalışanlarının Organ Nakli Ve Bağışına İlişkin Düşünceleri. Osmangazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.

Yüceci, L., Keçecioglu, N., Ersoy F.F. (2003). Türkiye’de Organ Bağışı Ve Nakline Bir Bakış. *Diyaliz Transplantasyon ve Yanık*, 14(2), 115-118.

Yüken, G. (2010). Canlı Böbrek Vericilerinin Ameliyat Öncesi ve Sonrası Deneyimlerinin İncelenmesi. Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans, İzmir.

<http://www.tbv.com.tr/blog/?p=410>, Erişim Tarihi: 05.12.2017.

http://www.saglikistatistikleri.gov.tr/dosyalar/SIY_2015.pdf, Erişim Tarihi: 17.10.2017.

EK 1: Anket Formu

Bu anket, Organ Bağışında Kamu Spotu Etkisinin Nitel Tercih Modelleri İle Analizi hedeflemektedir. Araştırma kapsamında verdiğiniz yanıtlar anonim olarak değerlendirilecek olup yalnızca bilimsel amaçlar için kullanılacaktır ve hiçbir şekilde üçüncü şahıslarla paylaşılmayacaktır.	
Arş. Gör. Kevser TÜTER	Yrd. Doç. Dr. Esin Cumhuri YALÇIN
Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü	
Cinsiyetinizi belirtiniz	<input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek
Okuduğunuz Fakülte / Yüksekokulu belirtiniz	<input type="checkbox"/> İİBF <input type="checkbox"/> Mühendislik <input type="checkbox"/> İlahiyat <input type="checkbox"/> Sağlık
Kaçıncı sınıfta okuduğunuzu belirtiniz	<input type="checkbox"/> 1.sınıf <input type="checkbox"/> 2.sınıf <input type="checkbox"/> 3.sınıf <input type="checkbox"/> 4.sınıf
Doğum yılınızı belirtiniz	
Annenizin eğitim durumu belirtiniz	<input type="checkbox"/> Okur-yazar değil <input type="checkbox"/> İlkokul <input type="checkbox"/> Ortaokul <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Lisansüstü
Babanızın eğitim durumu belirtiniz	<input type="checkbox"/> Okur-yazar değil <input type="checkbox"/> İlkokul <input type="checkbox"/> Ortaokul <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Lisansüstü
Ailenizin en uzun süre yaşadığı bölgeyi belirtiniz	<input type="checkbox"/> İç Anadolu <input type="checkbox"/> Akdeniz <input type="checkbox"/> Ege <input type="checkbox"/> Karadeniz <input type="checkbox"/> Marmara <input type="checkbox"/> Doğu Anadolu <input type="checkbox"/> Güneydoğu Anadolu
Ailenizin uzun süre yaşadığı yeri işaretleyiniz?	<input type="checkbox"/> Köy <input type="checkbox"/> Kasaba <input type="checkbox"/> İlçe <input type="checkbox"/> Şehir <input type="checkbox"/> Büyükşehir
Lütfen ailenizin aylık net gelirini belirtiniz	<input type="checkbox"/> 0-1000 TL <input type="checkbox"/> 1000-2000 TL <input type="checkbox"/> 2000-3000 TL <input type="checkbox"/> 3000-4000 TL <input type="checkbox"/> 4000 TL üzeri
Organ bağışında bulundunuz mu? Belirtiniz	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır ama bulunmayı düşünüyorum <input type="checkbox"/> Hayır ve bulunmayı düşünmüyorum
Hangi organlarınızı bağışladınız veya bağışlamayı düşünüyorsunuz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)	<input type="checkbox"/> Kalp <input type="checkbox"/> Karaciğer <input type="checkbox"/> Göz <input type="checkbox"/> Böbrek <input type="checkbox"/> Pankreas <input type="checkbox"/> Kalp <input type="checkbox"/> Kornea <input type="checkbox"/> Kemik iliği <input type="checkbox"/> Tüm Organlar <input type="checkbox"/> Hiçbiri
Daha önce kan bağışı yaptınız mı? Belirtiniz	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
Yakınlarınızdan (anne, baba, kardeş, akraba...) organ nakli olan herhangi birisi var mı? Belirtiniz	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
Organ bağışı hakkında bilgiye sahip misiniz? Belirtiniz	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
Organ bağışının nereye ve nasıl yapıldığını biliyor musunuz? Belirtiniz	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
Hastalığınızdan dolayı organ bağışına ihtiyacınız olsa, başkasının organı ile yaşamak ister misiniz? Belirtiniz	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
Organ bağışına katılımı arttırmak için organ bağışında bulunanların yakınlarına maddi ödül verilmeli mi? Belirtiniz.	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
Organ bağışına katılımı arttırmak için organ bağışında bulunanların yakınlarına manevi (plaket, belge) ödül verilmeli mi? Belirtiniz.	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
Son 6 ay içerisinde organ bağışı ile ilgili herhangi bir bilgi edindiniz mi? Edindiyseniz edinme kaynaklarını belirtiniz (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	<input type="checkbox"/> Bilgi edinmedim <input type="checkbox"/> TV-Dizi filmler <input type="checkbox"/> Radyo/TV haberler <input type="checkbox"/> Radyo/TV Konuya ilişkin sağlık programları <input type="checkbox"/> Gazete, dergi, kitap, broşür <input type="checkbox"/> Duvar panoları <input type="checkbox"/> Okul-eğitim sırasında <input type="checkbox"/> Aile üyeleri/arkadaşlar <input type="checkbox"/> İnternet ortamında <input type="checkbox"/> Sağlık çalışanları <input type="checkbox"/> Diğer
Diyanet İşleri Başkanlığı'nın 2016 yılında yayınlamaya başladığı organ nakli ile ilgili olan kamu spotunu izlediniz mi? Belirtiniz	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
Diyanet İşleri Başkanlığı'nın 2016 yılında yayınlamaya başladığı organ nakli ile ilgili olan kamu spotunu izledikten sonra organ bağışıyla ilgili fikriniz değişti mi? Belirtiniz	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır

PERAKENDECİLER VE TÜKETİCİLER AÇISINDAN PERAKENDECİ MARKALAR: KAVRAMSAL BİR ÇERÇEVE

Mehmet Zahid ECEVİT

Arş. Gör., Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

mzecevit@gsu.edu.tr

Ulun AKTURAN

Doç. Dr., Galatasaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

uakturan@gsu.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışma, perakendeci markaların gelişimini irdelemek ve bu markaların tüketimini etkileyen faktörleri bütüncül bir bakış açısı ile ortaya koyarak perakendeciler için yarattığı faydaları saptamak amacını gütmektedir.

Yöntem: Perakendeci markalara ilişkin bir literatür taraması yapılmış ve buna istinaden literatürde perakendeci markalarına ilişkin bulgular hem tüketici hem perakendeci açısından özetlenmiştir.

Bulgular: Kalite algısı perakendeci markaların (PM) tercihinde fiyat kadar önemlidir. Ancak perakendeci ve üretici markaları ile arasındaki subjektif kalite algısı farkı hala yüksektir. Sosyal risk algısının beklenenin aksine PM tercihinin olumsuz etkilememektedir. PM tercihi tüketici özelliklerine göre farklılık göstermekte, bununla birlikte tüketicinin deneyimi ve farkındalığı arttığında PM tercihi artmaktadır. PM için kategori genişleme fırsatı vardır. Ancak perakendecilerin kendi markalarının tercihi için mağaza imajına, sosyal sorumluluk faaliyetlerine, raf tahsisindeki dengeye önem vermeleri gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Özel Marka, Mağaza Markası, Perakendeci Markası, Üretici Markası, Literatür Taraması

EXAMINATION OF RETAILER BRANDS WITH CONSUMERS' AND RETAILERS' PERSPECTIVE: A THEORETICAL FRAMEWORK

Abstract

Objectives: This study aims to put forward the development of retailing brands, the summarize the importance of those brands for retailers, and identify the factors affecting their consumption from a holistic point of view.

Methods: Retailing brand literature was reviewed, and the findings were summarized in terms of both consumers and retailers.

Results: Literature shows that the quality perception is as important as the price in the retailer brand (RB) purchase decision but the difference of subjective quality perception between the producer and retailer brands is still high. The social risk perception does not adversely affect the RB preference contrary to the expectation. The preference of RB differs according to the consumer characteristics, and it increases as the experience and awareness of consumers increase. There is an opportunity for RBs to be successful in different product categories. On the other hand, it has been determined that retailers should pay attention to store image, social responsibility activities and balance of shelf allocation for RB success.

Key Words: Private Label, Store Brand, Retailer Brand, Manufacturer Brand, Literature Review

Giriş

Perakendeci markaları (PM) yüz yılı aşkın süredir perakendeciler tarafından kullanılmakta olup araştırma konusu olarak hala önemini korumaktadır. İlk yıllarda fiyat odaklı olan perakendeci markaları, fiyatın satın almaya etki eden en önemli faktör olmadığına anlaşılmaması ile birlikte perakendeciler tarafından da bir farklılaşma aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Perakendeci markası literatürde ve uygulamada özel marka (*private label*), kendi markası (*own brand*), mağaza markası (*store brand*), toptancı markası ve dağıtıcı markası gibi farklı isimlerle anılmaktadır. Amerikan Pazarlama Birliği tarafından perakendeci marka “*perakendecinin ürün veya hizmetlerini tanımlayan ve onları rakiplerden ayırt eden marka*” şeklinde tanımlanmıştır (Porral vd., 2013: 138).

İlk PM Amerika'da 1900'lü yıllarda süpermarket zinciri olan the Great Atlantic and Pacific Tea Company (A&P olarak ta bilinmektedir) tarafından (Hoch ve Banerji, 1993): 58), Almanya'da ise 1948 yılında Aldi tarafından pazara sunulmuştur. Avrupa'da PM'nin pazara girişi Amerika'dan çok daha sonra olsa da 2010 yılına gelindiğinde pazar payı neredeyse iki katına ulaşmıştır (Amerika %21, Avrupa %40) (Zippel vd., 2013: 271). Son yirmi yılda perakendeciler kendi markalarını yaratmak amacıyla finansal ve bilgi olarak büyük yatırımlar yapmışlardır. Perakendecilerin PM'lere olan bu ilgisinin altında Üretici Markalarından (ÜM) daha fazla kar getirmesi; kendi başına markasını yaratma, güçlendirme, sürdürme ve rakiplere karşı koruyabilme çabasının pazarlama açısından perakendecilere bir özerklik kazandırması; yatay rekabette (perakendeciler arası) perakendecilerin farklılaşmasına yardımcı olması gibi nedenler yatmaktadır. Perakendecilerin pazarlama açısından bağımsız hareket edebilme yeteneği kazanması aynı zamanda üreticiyle olan kanal ilişkisinde elini güçlendirmektedir (Fornari vd., 2013: 617).

Yalnızca karlı olduğu için değil aynı zamanda perakendecilerin farklılaşmasına katkı sağladığı için kullanımı hızla artan PM'ler ile ilgili yapılan akademik çalışmalar önemini korumaya devam etmektedir. Bu çalışma PM'ye ilişkin literatürün bütüncül bir bakış açısı ile incelenmesi ve bu markaların tüketimini etkileyen faktörlerin ortaya konmasını amaçlamaktadır. Bu bağlamda yapılan çalışmanın, gelecekte yapılacak çalışmalara bir temel oluşturması ve PM kavramının önemli bir araç olarak net bir şekilde tanımlanması açısından katkı üretmesi hedeflenmektedir.

1. Araştırma Yöntemi

Litaratür taraması olan bu çalışma kapsamında perakendeci markası, mağaza markası, özel marka ile ilgili yapılan çalışmalar araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmaya dahil edilen bu çalışmalar genel olarak iki kategori altında incelenmiştir; tüketicilerin perakende marka tercihini etkileyen faktörler ve perakendecilerin perakendeci markası kullanımını etkileyen faktörler. Daha sonra tüketicilerin ve perakendecilerin kararlarında etkili olan faktörler belirlenerek örnek çalışmalarla desteklenmiştir.

2. Teorik Çerçeve

Bu araştırma, PM tercihini etkileyen faktörlerin hem tüketici hem de perakendeci açısından irdelenmesine yönelik bir literatür taraması çalışmasıdır. Bu bağlamda PM ile ilgili yapılan çalışmalar literatür taraması çerçevesinde bu bölümde sunulmuştur.

2.1. Tüketicilerin PM Tercihini Etkileyen Faktörler

İlk olarak tüketicilerin PM kullanım kararını etkileyen faktörler incelenmiştir. Buna göre tüketicilerin PM'nin fiyatına, kalitesine, risk algısına, marka imaj algısına bakarak satın alma kararı verdiği anlaşılmaktadır. Bu kararlar aynı zamanda tüketicilerin özelliklerine, marka aşinalığına ve marka/mağaza deneyimine göre de farklılık gösterebilmektedir. Yukarıda sayılan tüketici kararlarını etkileyen bu faktörlerin detaylı incelemesi devam eden başlıkta açıklanmıştır.

2.1.1. Fiyat

Fiyat PM tercihinde önemli bir faktör olup fiyata karşı duyarlı olan tüketicilerin PM tercih etme olasılığının daha yüksek olduğu öne sürülmektedir. Ancak tüketicilerin fiyat hassasiyetleri durumsal olarak farklılık gösterebilmektedir. Sinha ve Batra (1999), fiyatın kategoride kalite çağrışımı yapmasının, ürün kategorisi riskinin ve ÜM fiyat adaletsizliğinin (eşitsizliği) tüketicilerin fiyat hassasiyetlerini etkilediğini ortaya koymuşlardır. Buna göre fiyat kalite çağrışımı yaptığında veya ürünün kategori riski arttığında fiyat hassasiyeti azalmakta; tüketiciler fiyat artışının maliyetlerdeki artışlardan değil de aşırı kar etme hırslarından kaynaklandığını düşündüklerinde ise piyasada oluşan fiyatların adaletsiz olduğu çıkarımında buldukları için fiyat hassasiyeti artmaktadır. Kategori riski hem doğrudan hem de fiyat hassasiyeti üzerinden PM satın alma niyetini etkilese de, fiyat adaletsizliğinin doğrudan satın almaya etki etmeyip fiyat hassasiyeti üzerinden satın alma niyetini etkilediği tespit edilmiştir (Sinha ve Batra, 1999). Tüketicilerin fiyat hassasiyetlerini

etkileyen bir diğer unsur da Üretici Markalarının (ÜM) uyguladığı fiyat kampanyalarıdır. ÜM'lerin yoğun fiyat kampanyaları düzenlemesinin tüketicilerin fiyat hassasiyetlerini artırdığı ve bu hassasiyetin tüketicilerin PM tercihini artırdığı tespit edilmiştir. Bu nedenle sık fiyat indirimlerine başvurmanın ÜM'ler için sakıncalı olduğu öne sürülmektedir (Dawes ve Thiel, 2013: 64).

2.1.2. Kalite

Yapılan ilk çalışmalarda PM tercihinin etki eden en önemli faktörün fiyat olduğu düşünülmekteydi. Ancak Nielsen (2005) raporuna göre PM ve ÜM arasındaki fiyat farklılığının en fazla olduğu kişisel bakım ürünlerinde PM pazar payının, bu varsayımın aksine en düşük seviyelerde olduğu görülmektedir. Bu nedenle sadece fiyat üzerinden rekabetin yeterli olmadığı söylenebilir. Aslında ürün kalitesinin PM tercihinde daha etkili olduğunu gösteren çalışmalar da mevcuttur (Fen vd., 2012: 49; Porral vd., 2013:138). Örneğin PM kalite algısının satın almaya etkisinin ÜM ile arasındaki fiyat farkı algısından daha fazla olduğu, bu nedenle tüketicilerin PM'yi tercih ederken kaliteden ödün vermeden maksimum değer elde etmeye çalıştığı düşünülmektedir (Sethuraman, 2014).

Tüketicilerin kalite değerlendirmesi yapacak yeterliliğe sahip olmadıklarında kalite göstergesi olarak dışsal ipuçlarından faydalandığı ifade edilmektedir. Suarez vd. (2016) kalite göstergesi olan fiyat, marka imajı, marka ünü gibi faktörlerin PM tutumuna karşı etkisini incelemiştir. Beklendiği üzere fiyat algısının tutum üzerinde negatif etkisi olurken, beklenenin aksine marka imajı ve marka ününün bir kalite göstergesi olarak PM tutumuna negatif etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile tüketicilerin marka imajına bakarak kalite çıkarımında bulduklarında PM'ye karşı beklenenin aksine pozitif tutum geliştirdiği anlaşılmaktadır (Suarez vd. 2016).

Tüketicilerin PM kalite alguları objektif kalite (kurumların hazırladığı raporlar) ve subjektif kalite (tüketici fiyat/kalite algısı) ile ölçülmektedir. Tüketicilerin fiyatı kalite göstergesi olarak gördükleri, fiyat arttıkça kalite algılarının da arttığı bilinmektedir. Ancak tüketicilerin PM marka tercihlerinde fiyatı kalite göstergesi olarak düşünmedikleri, diğer bir ifadeyle fiyat düzeyi arttıkça ÜM'de olduğu kadar kalite algılarının artmadığı tespit edilmiştir. PM ve ÜM arasındaki objektif kalite farkı düşük olsa dahi tüketicilerin PM'yi daha düşük kaliteli olduğunu düşünerek satın aldıkları tespit edilmiştir (Boyle ve Lathrop, 2013: 80, 84).

PM'lerin fiyatının, ambalaj kalitesinin ve tanınırlığının düşük, reklamlarının da az olması marka imajını ve marka denkliğini olumsuz etkilemekte, bu da tüketici kararlarına yansımaktadır. Ancak artık PM'lerin Premium ürün ve yüksek fiyat seçenekleri, daha iyi ambalajı olsa da negatif ürün dışı özellikleri (tanınırlığının düşük, ulusal reklamların az, tutundurma çalışmalarının fiyat odaklı olması) nedeniyle tüketiciler tarafından denenmeden negatif algılanmaktadır. Özetle objektif kalite açısından ÜM ve PM arasındaki fark azalmasına rağmen, imaj olarak PM'ler hala ÜM'lerin gerisinde görülmektedir (Olsen ve vd., 2011: 776; Yang, 2012: 1116).

Tüketicilerin marka seçimlerini genel marka kalitesine, içeriğine ve tadına göre yaptıkları; bu içsel özellikleri değerlendirirken de dışsal özellikler olan marka ismi, fiyat, ambalaj ve reklamlardan faydalandıkları tespit edilmiştir. PM eğilimi olan tüketicilerin tatla ilgili değerlendirme yaparken marka ismine, kalite değerlendirmesi yaparken de fiyatın kalite göstergesi olduğuna daha az güvendikleri tespit edilmiştir (Allan vd., 1996).

PM tercihinde kalite önemini artırsa da fiyatı göz ardı etmemek gerekmektedir. Zira fiyat/kalite çağrışımının doğrudan satın alma niyetini etkilediği gösteren çalışmalar da bulunmaktadır. Diğer bir ifade ile kategori risk algısı arttığında fiyat kalite göstergesi olarak algılanmakta ve tüketicilerin PM satın alma niyeti azalmaktadır (Sinha ve Batra, 1999). Benzer şekilde fiyatın kalite algısını pozitif etkilediği, kalite algısının da risk algısını azaltıp değer algısını artırarak satın alma niyetini artırdığı yapılan araştırmalar tarafından ortaya konmaktadır (Beneke vd., 2013).

Porral ve Mangin (2017), mağaza imajının, mağaza fiyat algısının ve mağazaya olan güvenin satın alma niyetini pozitif etkilediğini, ayrıca algılanan kalitenin bu ilişkide moderatör etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Örneğin, düşük kalite algısına sahip tüketiciler de fiyat satın alma niyetine etki ederken, yüksek kalite algısına sahip tüketicilerde fiyatın satın almaya etki etmediği tespit edilmiştir. Yine değer algısının satın alma niyeti üzerindeki etkisinin düşük kalite algısına sahip tüketicilerde daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Porral ve Mangin, 2017: 94).

2.1.3. Risk

Tüketicilerin risk algılarının kalite algısını etkilediği bilinmektedir. Risk algısının alt bileşenleri olan fiziksel, sosyal, performans ve finansal riskin PM kalite algısına etkisini inceleyen Fen vd. (2012), performans riskinin ve fiziksel riskin kalite algısını azalttığını ve PM satın alma kararını etkilediğini; ancak PM zaten düşük fiyatlardan olduğundan finansal riskin düşük algılandığını ve satın alma kararını etkilemediğini; bununla birlikte sosyal

risk algısının PM kalite algısını olumsuz etkilemesi beklenirken kültürel farklılıktan ve ürün kategorisinden dolayı etkisinin anlamlı olmadığını tespit etmişlerdir (Fen vd., 2012: 55). Beneke vd. (2012) Premium PM'lerde performans riskinin yanı sıra zaman risk algısının da satın almayı olumsuz etkilediğini; Mieres vd. (2006 / a), fiziksel, işlevsel ve zaman risk algısının PM'lerde daha fazla olduğu, yine sosyal ve psikolojik risk algısının düşük olduğunu ortaya koymuşlardır. Sosyal ve psikolojik risk algısının düşük olması tüketim ürününün görünür olmamasından ve tüketicilerin akıllı alışverişçi gibi hissetmelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir (Beneke vd., 2012; Mieres vd., 2006 / a).

PM'lerin daha çok gıda marketlerinde ve ilaç süpermarketlerinde (Amerika ve Avrupa'da yangın olan) görüldüğü, ürün kategorisinin satın alma niyetini etkilediği, risk faktörü nedeniyle dayanıklı tüketim mallarında tercih edilmediği ifade edilmektedir. Ancak Romero (2014), düzenli aralıklarla PM satın alındığında yaşanan deneyimin ve oluşan sadakatin dayanıklı ürün kategorisindeki risk algısını düşürdüğünü ve PM tercihinin artırdığını ortaya koymuştur. Bu nedenle müşterilerin PM deneyimi yaşamasının teşvik edilmesi önerilmektedir. Tüketici deneyim sonrası memnuniyet yaşadığında farklı kategorilerdeki PM'leri seçme olasılığının artacağı öne sürülmektedir (Romero, 2014). Dursun vd. (2011), kalite algısının risk algısını azaltmadığını, bunun tüketicinin markayı yeterince tanımamasından kaynaklanabileceğini ve bu nedenle tüketiciyle markanın buluşmasını teşvik edecek çalışmaların yapılması gerektiğini ifade etmektedir (Dursun vd., 2011: 9). Khan ve Rahman (2016), PM deneyiminin pozitif ağızdan ağıza iletişim ve daha fazla ödemeye razı olma eğilimini etkilediğini ortaya koymuştur (Khan ve Rahman, 2016). Bu nedenle deneyim sadece PM satın almayı teşvik etmekle kalmayıp, tüketiciler arasında yayılmasına ve markanın üst kategorilere genişlemesine de katkı yapmaktadır.

2.1.4. Marka Aşinalığı/Farkındalığı

Fen vd. (2012), marka aşinalığının PM satın alma niyetine en çok etki eden faktör olduğunu, risk algısını azaltıp kalite algısını artırdığını ortaya koymuştur. Farkındalığı (tanınması) düşük olan markanın düşük kalite algısı yarattığı, bunun da risk algısını artırdığı; artan risk algısının algılanan değer ve tatmin duygusunu olumsuz etkileyerek tüketicinin perakende markasına olan aidiyet duygusunu azalttığı tespit edilmiştir. Kalite algısının satın alma niyetini fiyattan daha fazla etkilediği bilgisinden yola çıkarak marka aşinalığını artıracak tutundurma faaliyetlerine önem verilmesi tavsiye edilmektedir (Fen vd., 2012: 56; Fornari vd., 2013: 619; Rubio, 2014; Sethuraman, 2014). Suarez vd. (2016) ise ÜM'ler ile ilgili marka aşinalığı arttıkça PM karşı tutumunun negatif etkilendiği ortaya koymuştur (Suarez vd. 2016).

Jara ve Cliquet'te (2012) çalışmalarında PM tercihinin en çok etkileyen faktörlerin farkındalık ve kalite algısı olduğunu ortaya koymuşlardır. Marka farkındalığı PM tercihinin hem doğrudan hem de marka imajı üzerinden dolaylı olarak etkilemektedir. Bu nedenle farkındalık yaratmak için marka ismini ve temel özelliklerini hafızaya kazıyacak hatırlatıcı reklamların yapılması, mağaza imajı kalite algısını etkilediği için de mağaza atmosferine ve mağazanın hizmet bileşenlerine önem verilmesi tavsiye edilmektedir (Jara ve Cliquet, 2012: 147).

Marka farkındalığının önemini bir kez daha değinen Girard vd. (2017), marka farkındalığının PM kalite algısını pozitif etkilediğini, kalite algısının artmasının da risk algısını azaltarak değer algısını artırdığını, değer algısının artmasının da PM marka sadakatini artırdığını ortaya koymuşlardır (Girard vd. 2017).

Porral ve Mangin (2016), mağaza imajının, PM aşinalığının ve PM fiyat algısının PM satın alma niyetini ve sadakatini etkilediğini, bu ilişkide güvenin PM sadakati üzerinde moderatör etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Ancak markaya daha çok güvenenlerin mağaza imajından, aşinalığından ve fiyat algısından etkilenerek daha fazla satın aldıkları teyit edilememiştir (Porral ve Mangin, 2016).

Hanna ve Levy (2017), PM'lerden birisi ile negatif bir deneyim yaşandığında PM'nin genel imajına olumsuz etki yapacağını, ancak tüketicinin mağazadan alışveriş yapma sıklığı ve PM aşinalığı yüksek ise bu olumsuz etkinin azalacağı tespit edilmiştir (Hanna ve Levy, 2017).

PM ve ÜM arasındaki kalite farkı algısı azaldığında risk algısı farkının da azaldığı tespit edilmiştir. Tüketici ürünü değerlendirebilecek yeteneğe, imkana sahip olmadığında dışsal özelliklere göre karar vermektedir. Bu durumdan PM kalite algısı olumsuz etkilenmekte ve risk farkı artmaktadır. Ancak ürün kategorisinde deneyim arttığında PM aşinalığının arttığı, dışsal özelliklere göre karar verme eğilimi azalarak kalite farkının azaldığı tespit edilmiştir (Mieres vd., 2006 / b).

2.1.5. İmaj

Kıyafetlerin görünür tüketim ürünleri ve kişinin kendisini ifade etme aracı olmasından ötürü tüketiciler bu kategorideki PM'ler için psikolojik risk algılamaktadırlar. Algılanan bu risk nedeniyle ürün kategorisi için algılanan değeri azalmakta ancak mağaza imajının bu risk algısını azalttığı ifade edilmektedir (Liljander vd.,

2009: 287). Aynı zamanda mağaza imajının (ürün, hizmet ve mağaza planı) ve fiyat imajının hem doğrudan hem de risk algısını azaltarak dolaylı yoldan PM tercihini artırdığı ortaya konmaktadır (Diallo, 2012: 363; Sethuraman, 2014).

Mağaza hizmet kalitesinin PM imajını pozitif etkileyerek genel risk algısını azalttığı (Wu vd., 2011), benzer şekilde mağaza kalite imajının finansal riski algısını, mağaza atmosfer imajının ise sosyal risk algısını azalttığı ve bunun sonucunda PM satın alma niyetini artırdığı tespit edilmiştir (Liljander vd., 2009: 287; Yang, 2012:1116).

Mağaza değer imajı ile PM arasında bir ilişki olduğu, mağazanın fiyata karşılık iyi değer sunduğu düşünüldüğünde bu olumlu algının PM içinde geçerli olduğu yapılan araştırmalarla ortaya konmuştur (Thiel ve Romaniuk, 2012: 176). Mağaza imajının PM imajını etkilemesinin seçimli dağıtım nedeniyle PM'lerin sadece ilgili mağazada bulunması, PM'lerin çoğunda mağaza ismi ve logosunun kullanılması, PM reklamlarında çoğunlukla mağaza isminin kullanılması gibi faktörlerden kaynaklandığı öne sürülmektedir (Thiel ve Romaniuk, 2012: 172).

Beneke ve Zimmerman (2014), mağaza imajı ve fiyatın PM prestij algısına (kalite, sadakat, farkındalık) etkisini anlamlı bulurken, mağaza imajının daha etkili olduğunu tespit etmiştir. Bununla birlikte mağaza imajının (0,50) kalite algısına etkisinin fiyata göre (0,18) çok daha fazla olduğu görülmüştür (Beneke ve Zimmerman, 2014). Porral ve Lang ise (2015), mağaza imajının yanı sıra kurum itibarının da kalite algısı ve PM imajına etkisini incelemiş, PM imaj algısında kurum itibarının, kalite algısında da mağaza imajının daha etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Satın alma kararında ise PM imajının kalite algısından daha etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Porral ve Lang, 2015).

2.1.6. Tüketici Özellikleri

Tüketicilerin PM ve ÜM kampanyalarına karşı tepkileri farklılık göstermektedir. Rubio (2015), piyasa uzmanlığı yüksek olan tüketicilerin PM risk algıları artarken değer algılarının da (fiyat/kalite) arttığını; değer bilinci yüksek olan tüketicilerin ise riski düşük algıladıklarında hem kaliteyi hem de fiyatı olumlu algılayarak değer algılarının arttığını tespit etmiştir. Değer algısı akıllı alışveriş yapıldığı hissi uyandırdığından nihayetinde değer algısının tüketicilerin marka aidiyetini de artırdığını öne sürmüştür (Rubio, 2015). Benzer şekilde Manzur vd. (2011), değer bilinci yüksek, akıllı alışveriş yaptığını düşünen tüketicilerin yalnızca uygun fiyata odaklanmadıklarını aynı zamanda kaliteyi de gözettiklerini, bu nedenle perakendecilerin ÜM'ler kadar, hatta daha fazla kaliteye sahip olduklarını gösteren kampanyalar düzenlediğini öne sürmektedir (Manzur vd., 2011: 290).

Suarez vd. (2016), PM'lere karşı tutumun PM tercihini pozitif etkilediğini ortaya koyarken tutumu etkileyen faktörleri de ele almıştır. Buna göre tüketici özelliklerinden fiyat ve değer hassasiyetinin, kendisini akıllı alışverişçi olduğu ile ilgili algısının PM tutumunu pozitif etkilediğini ortaya koymuştur (Suarez vd. (2016).

Tüketicilerin PM tercihinde dışsal ipuçlarından yararlandığı ancak riskten kaçınma eğilimi yüksek olan kişilerin daha çok içsel ipuçlarına göre karar verdiği ve bu nedenle mağaza imajının PM kalite algısına etkisinin azaldığı öne sürülmektedir (Bao vd., 2011).

Tüketici özelliklerinden hane halkı geliri arttıkça PM satın alma eğiliminin azaldığı tespit edilmiştir (Diallo, 2012: 364). Düşük gelir grubuna ait tüketicilerin daha dikkatli karar aldıkları ve faydalarını maksimize etmeyi amaçladıkları düşünülmektedir. Bu bağlamda düşük gelir grubunda bulunan tüketicilerin daha çok PM'leri ve indirimdeki büyük boy ÜM'leri tercih ettikleri tespit edilmiştir (Akbay ve Jones, 2005: 628). Ancak PM'lerin ağırlıklı olarak düşük gelir gurubu ve geniş aileler tarafından satın alındığı düşüncesinin yanlış olduğunu ortaya koyan çalışmalarda bulunmaktadır. Eğitimli tüketicilerin PM tercihini akıllı bir seçim olarak gördükleri, eğitim ve PM tercihi arasında güçlü bir pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir (Sethuraman, 2014).

PM pazar payının büyüdüğü, ülke ekonomilerinin durgunluğa girdiği dönemlerde bu büyümenin daha fazla olduğu ifade edilmektedir. Tüketicinin ekonomik olarak sıkıntıda olduğu dönemde denediği PM'den memnun kaldığı sürece ekonomik durum iyileşse de PM'ye sadık kalmaya devam ettiği tespit edilmiştir (Romero, 2014). Benzer şekilde, kriz ortamında tüketicilerin aynı fiyata daha fazla değer elde etmeye çalıştıkları ve bu alışkanlıklarını kriz sonrasında da devam ettirdikleri tespit edilmiştir (Porral vd., 2013: 137).

Diallo ve Kaswengi (2016), 2000'li yıllarda Avrupa'da baş gösteren ekonomik durgunluk döneminin tüketicilerin PM tercihlerini nasıl etkilediğini araştırmıştır. Ekonomik kriz dönemlerinde PM tercihinin arttığı doğrulanmıştır. ÜM'lerin yaptıkları tutundurma faaliyetlerinin PM performansını engellediği ortaya konmuş olsa da (Kaswengi ve Diallo, 2015), kriz dönemlerinde PM'lerin de kendi tutundurma faaliyetleri ile buna karşılık verebileceği tespit edilmiştir. Ayrıca kriz döneminde PM tercihinde pazarlama faktörlerinin (fiyat,

miktar, tutundurma) sosyo demografik özelliklerden (yaş, meslek, gelir, aile büyüklüğü) daha fazla etkili olduğu tespit edilmiştir (Diallo ve Kaswengi, 2016).

2.1.7. Diğer Faktörler

Tüketicilerin kalite algısı yalnızca ürün ve mağaza ile ilgili faktörlerden kaynaklanmamaktadır. Perakendeciler topluma ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda katkı sağlayarak sosyal kalitelerini geliştirmektedirler. Çalışmalar sosyal kalite algısının ürün kalite algısını da pozitif yönde etkilediğini ve PM'ye ve perakendeciye olan sadakati artırdığını ortaya koymaktadır. Tüketicilerin perakendecinin evrensel değerlere karşı duyarlı olduğunu ve bunun için çaba harcadığını düşündüklerinde PM'ye ve onu sunan mağazaya karşı sadakat geliştirdikleri, ancak güç arayışı güdüsüyle satın alma yaptıklarında PM'nin kalitesini olumsuz algıladıkları ve markayı tercih etmedikleri ifade edilmektedir (Mejri, 2014: 362).

PM'nin kalite algısı açısından ÜM karşısında dezavantajlı olduğu bir gerçektir. Bu durumla mücadele etmek için kullanılan yöntemlerden bir tanesi de para iade garantisidir. Para iade garantisi kalite algısını artırsa da bunun sadece mevcut mağaza müşterileri için geçerli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca tüketicilerin kalite çıkarımında iade garantisinden ziyade fiyata ve markaya daha çok güvendikleri tespit edilmiştir. Şöyle ki, ÜM ve PM arasındaki fiyat farkı arttığında garantinin etkisi de azalmaktadır. PM kalitesi artırılırsa da talep yaratmak için düşük fiyat stratejisi izlendiği için kalite algılarının zarar gördüğü tespit edilmiştir (Desmet, 2014: 1976).

Perakendeciler ÜM ambalajlarını taklit ederek tüketicilerin ÜM ile PM arasında kıyaslama yapmasını teşvik etmektedirler. PM ÜM'yi taklit ettiğinde veya ÜM ile doğrudan kıyas yaptığında kalite farkı algısının azaldığı ve tüketicilerin PM'ye karşı daha olumlu tutum geliştirdiği tespit edilmiştir (Olson, 2012: 104).

2.2. Perakendecilerin PM Kullanma Tercihini Etkileyen Faktörler

Perakende sektöründe PM kullanımını hızla artmaktadır. Bu bölümde perakendecilerin bu kararlarının altında yatan nedenler ve dikkat etmeleri gereken noktalar özetlenmiştir.

2.2.1. Mağaza Sadakati

Kolayda ürün grubundaki PM'lerde ürün tercihi mağazadan bağımsız yapıldığı için tüketicilerde gerçek bir mağaza sadakatinin olmadığı öne sürülmektedir. Çünkü tüketici farklı bir mağazanın PM ürününü tercih edebilmektedir. Buna karşın ilişkisel pazarlama araçları olan tatmin, güven ve taahhüt kullanılarak; PM'li kolayda ürünlerden dayanıklı ürünlere marka genişlemesi yapılarak perakendecilerin gerçek anlamda farklılaşma yaratabileceği öne sürülmektedir (Romero, 2014). Benzer şekilde mağaza sadakatini artırmak isteyen perakendecilerin kaliteli, daha az sıklıkta satın alınan, yüksek fiyatlı PM'lere yatırım yapmaları tavsiye edilmektedir. Bu ürünlerin her yerde bulunmamasının mağaza trafiğini de artıracığı iddia edilmektedir. Ayrıca PM'nin mağaza sadakati sağlaması için marka üzerinde mağazanın isminin açıkça belirtilmesinde fayda bulunmaktadır. Bu riskli olsa da ürünle mağaza arasında ilişki kurulmasını sağladığı için perakendecinin farklılaşmasına yardımcı olacağı ifade edilmektedir (Dawes ve Thiel, 2013:64).

Benito vd., (2012) yaptıkları çalışmada, tüketicinin PM cüzdan payı ile mağaza sadakati arasındaki ilişkinin tekdüze olmadığını öne sürmüşlerdir. Buna göre belirli bir seviyeye kadar PM cüzdan payı ve mağaza sadakati arasındaki ilişki pozitif iken, cüzdan payı belirli bir seviyeye ulaştıktan sonra ilişki terse dönmektedir. Diğer bir ifade ile PM'nin cüzdandaki payı düşük olduğunda tüketici nadiren PM satın almakta ve mağazaya sadakatte düşük olmaktadır. Bu durum perakendeciye güvenin düşük olmasından da kaynaklanabilir. Fakat PM cüzdan payı orta seviyelere ulaştığında tüketicilerin farklı ürün gruplarında bulunan PM'leri ayırt edebilecek seviyeye geldiği, yalnızca fiyat odaklı değil kaliteyi de dikkate alarak tercih yaptığı, ürünü kaliteli algıladığında mağaza sadakatinin de arttığı öne sürülmektedir. PM cüzdan payı yüksek olan tüketicilerin ise bu satın almaları fiyata olan duyarlılıkları nedeniyle yaptıkları düşünülmekte ve mağaza fark etmeksizin düşük fiyatı aradıkları ifade edilmektedir. Bu nedenle PM payı yüksek olduğunda mağaza sadakatinin az olacağı düşünülmektedir (Benito vd., 2012: 238). Ancak PM cüzdan payı yüksek olan tüketici grubu fiyata odaklı olduğundan PM kaliteden ziyade fiyat odaklı konumlandırılırsa bu negatif ilişkinin azaldığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde PM cüzdan payı ile mağaza sadakati ilişkisine ürün kategorisinin de etki ettiği tespit edilmiştir. Örneğin riskli ürün kategorisinde PM tüketim payı yüksek oranlara çıksa da marka kalite odaklı konumlandırıldığında mağaza sadakatine olumsuz etkisinin azaldığı tespit edilmiştir (Benito vd., 2012: 246). Yine PM'ler kendilerini düşük fiyat ve iyi değer sunan marka olarak konumlandıklarında ÜM'lerden farklılaşabildiği öne sürülmektedir (Thiel vd., 2010:1146).

Cüzdan payının yanı sıra ürün kategorisindeki PM payının sadakat üzerindeki etkisi araştırılmıştır. PM'lerin ürün kategorisindeki payı arttığında tüketicilerin ÜM'leri bırakıp PM'leri tercih etmeye başladıkları iddia edilmektedir. Fakat bu eğilimin PM cüzdan payı düşük olan tüketicilerde daha fazla olduğu, yüklü miktarda PM satın alan tüketicilerin ise rakip mağazalara yönelme eğilimine girdikleri öne sürülmektedir. Belirli bir

noktaya kadar ÜM kullanıcıları PM'leri (Premium olan) ürün çeşitliliği olarak görmekte ve olumlu tepki vermektedir. Ancak PM raf payı belirli bir seviyeyi geçtiğinde çoğunluğun mağazayı değiştirdiği tespit edilmiştir. Hane halkının farklı ihtiyaçlarını karşılamak için düşük fiyatın yanı sıra ürün çeşitliliğine de ihtiyaç duyulduğundan PM cüzdan payı yüksek olan tüketicilerde dahi mağaza değiştirme eğiliminin olduğu tespit edilmiştir (Ngobo, 2011: 268).

Ngobo (2011), markalama stratejisi ile (perakendeci isminin kullanılması) PM raf payını birlikte ele alarak mağaza sadakatine etkisini incelemiştir. Perakendecinin ismini taşıyan PM'nin raf payı artırıldığı zaman, PM cüzdan payı düşük olan tüketicilerde ÜM'den PM'ye geçişin görüldüğü ve bu geçişin perakendeci ismi taşımayan PM'lere kıyasla daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Yüksek miktarda PM satın alan tüketicilerde ise zaten PM satın aldıkları için mağaza sadakatlerinde ilave bir artışın olmadığı, daha çok ÜM'yi bırakıp perakendeci ismi kullanılmayan PM'yi tercih ettikleri tespit edilmiştir. Fakat perakendeci ismi taşıyan PM raf payı piyasa ortalamasının üzerine çıktığında her iki tüketici grubunun da mağaza sadakatlerinin düştüğü görülmüştür. Buradan yola çıkarak PM raf payını artırmak isteyen perakendecilerin kendi isimlerini taşıyan PM'lerden ziyade farklı isimli PM'leri kullanmaları tavsiye edilmiştir (Ngobo, 2011: 269).

PM kullanımının reddedilmesinde yayılma etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Şöyle ki, tüketici olumsuz bir PM deneyimi yaşadığında bunu bütün PM'ler için genellediği ve tercih etmediği tespit edilmiştir (Thiel ve Romaniuk, 2011: 98). Bunun altında tüketicilerin PM'leri bir genel alt kategori olarak görmesi ve olumlu veya olumsuz bir deneyim yaşadığından bunu bütün PM'ler için genelleme eğiliminde olması yatmaktadır. Perakendecilerin PM kullanım amacının mağaza sadakati yaratmak ve diğer perakendecilerden farklılaşmak olduğu düşünüldüğünde ve tüketicilerin de bu eğilimi dikkate alındığında PM sunarak farklılaşmanın zor olduğu söylenebilir. Çünkü bir mağazanın PM'sini kullanan tüketici PM'lere karşı olumlu tutum geliştirdiğinde diğer mağazaların PM'lerini de kullanabilmektedir (Thiel vd., 2010).

2.2.2. Marka Denkliği

Porral (2014), PM'lerin mağaza ile yakın ilişkisi olması nedeniyle marka denkliği ölçümünün ÜM marka denkliğinden farklı olması gerektiğini düşünerek alternatif marka denkliği modeli önermiştir. Buna göre perakendeci itibarı ve ticari imaj marka farkındalığını, kalite algısını ve sadakatini, nihayetinde de marka denkliğini etkilemektedir. Marka denkliği ile satın alma arasında da pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla marka denkliği PM tercihinin etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketicilerin PM'leri riskli algıladıkları bilinmektedir. PM üretici bilgisi içermediğinde tüketici perakendecinin itibarına ve mağazanın imajına güvenmektedir. Tüketiciler perakendecinin kendi imajına zarar verecek çalışmalardan kaçınacağını düşünmekte, bu nedenle perakendeci imajı ve itibarı garanti görevi görüp risk algısını azaltmaktadır. Bu nedenle tüketicilerin daha az bilinen ÜM yerine tanıdığı perakendecinin PM'sini tercih ettiği tespit edilmiştir (Porral, 2014). Porral vd. (2016) başka bir çalışmalarında PM imajı ile PM kalitesinin satın alma niyetine etkisinde üretici bilgisi kullanmanın etkisini incelemiştir. Buna göre PM imajı üretici bilgisi kullanılmadığında, PM kalite algısı ise üretici bilgisi kullanıldığında PM satın alma niyetine etki ettiği tespit edilmiştir (Porral vd., 2016).

Kapferer (2008) PM marka denkliğinde mağaza fiyat algısının da etkili olduğunu öne sürmüştür. Buradan yola çıkarak yeni bir PM marka denkliği modeli geliştirilmiştir. Mağaza ticari imajının (yüksek kalite ve iyi hizmet) ve mağaza fiyat imajının (makul ve hesaplı) PM marka denkliğini pozitif yönde ve en güçlü şekilde etkilediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla mağazanın tüketicide oluşturduğu imaj ve çağrışımlar önem arz etmektedir. Mağaza ticari imajı algılanan kaliteyi ve mağaza sadakatini de etkilemektedir. Kısacası mağaza ticari imajı marka denkliğinin öncüllerinin hepsini (kalite, farkındalık, sadakat) etkilemektedir ve perakendecinin daha fazla önem vermesi tavsiye edilmektedir (Porral vd., 2013).

PM tüketiminin temelinde fiyat hassasiyetinin olduğu düşünüldüğünde marka denkliğini en fazla fiyat imajının etkilemesi beklenirken mağaza imajından sonra gelmesi dikkat çekicidir. Bu nedenle hedef kitlenin düşük fiyata duyarlı tüketici grubu olduğu düşünülüp marka denkliği yaratmada düşük fiyata vurgu yapmak yerine mağaza ticari imajına daha fazla vurgu yapılması önerilmektedir. Bu öneri PM'lere farklı bir bakış açısı getirmiştir (Porral vd., 2013: 144). Benzer şekilde fiyatın PM tercihinin ve pazar payını etkileyen en önemli faktör olmadığını ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur (Fornari vd., 2013: 621; Jara ve Cliquet, 2012: 147).

2.2.3. Rekabet

ÜM çeşitliliğinin ve ÜM'ler arasındaki fiyat rekabetinin artmasıyla tüketiciler daha uygun fiyata kaliteli ürünlere ulaşma fırsatı yakaladığı için PM'lerin pazar payının azaldığı öne sürülmektedir. Bu nedenle uzun vadede fiyat rekabetinin PM'leri zararına olduğunu söyleyebiliriz (Sethuraman, 2014). Diğer taraftan rekabetle birlikte PM pazar payı arttıkça kategori fiyat seviyesinin düştüğü ancak bu düşüşün sürekli

olmadığını ortaya koyan çalışmalar mevcuttur. PM pazar payı %10'lara ulaşana kadar fiyatların hızlı bir şekilde düştüğü, bu seviyeden sonra ÜM'lerin fiyat rekabetini bırakarak diğer stratejilere (reklam, ürün geliştirme) yönelmesiyle birlikte fiyatlardaki düşüşün azaldığı tespit edilmiştir. Ayrıca PM pazar payının artması karşısında en çok kaybı lider olmayan ÜM'lerin yaşadığı, bunun nedeninin de tüketicilerin lider ÜM'ler için yüksek fiyat ödemeye razı olurken, benzer faydaları sunan (ortalama kalite, düşük fiyat) diğer ÜM'leri PM ile değiştirmesinden ve kar marjı düşük olan üreticilerin rafları perakendecilere bırakmak zorunda kalmasından kaynaklandığı öne sürülmektedir (Anselmssona vd., 2008: 50). İndirim mağazalarında rafların çoğunluğu PM'lerden oluşurken çok az bir kısmı talebi yüksek olan ÜM'lerden oluşmaktadır. PM'ler için üretim yapan ÜM üreticileri bunun karşılığında daha fazla raf yeri kazanmaktadır. Bu nedenle indirim marketlerinde güçlü üreticiler doğal olarak raf yeri kazanırken, daha az güce sahip olan üreticilerin PM ürünleri üreterek bu imtiyazı elde ettikleri ifade edilmektedir (Braak vd., 2013: 343).

Üreticiler PM'lerin pazara girmesiyle kaybettikleri pazar paylarını telafi edebilmek için farklı stratejiler izlemektedirler. Bunlardan bir tanesi de PM'ler için üretim yapmaktır. Ancak güven duyulan bir üretici isminin marka üzerinde kullanılması PM'ye karşı tutumu ve kalite algısını olumlu etkilerken, üretici markasına karşı tutumu ise olumsuz etkilemektedir (Cho, 2015: 135). Ulusal markaların üreticileri PM üretiminin getirdiği olumsuz algıdan korunmak için üretimlerini gizlemeye çalıştıkları, farklılaşmak için yoğun reklam yaptıkları, hatta PM üretimi için yeni şirket kurarak bunun üzerinden üretim yaptıkları tespit edilmiştir (Braak vd., 2013: 354).

Perakendecinin PM satışlarını artırmak için uyguladığı ürün çeşitliliği politikası ve ürün fiyatlandırma politikasının kategori performansına etkisi araştırılmıştır. Beklentilerin aksine, kategorideki PM payını artırırken ÜM payını azaltmanın kategori performansını düşürdüğü tespit edilmiştir. Ancak PM payının artması kategori fiyat seviyesini azaltırken, ÜM marka sayısının artması kategori performansı artırmaktadır. PM oranı en az ve ÜM oranı en yüksek olduğunda kategori performansı en iyi seviyede olmasına rağmen perakendeciler PM sayısını artırma ve ÜM sayısını azaltma eğilimindedir. Bunun nedeni olarak perakendecilerin kısa vadeli kategori performansından ziyade uzun vadeli hedeflere odaklandığı gösterilmektedir (Olbrich ve Grewe, 2013: 147, 152).

Choi ve Fredj (2013), dağıtım kanalındaki rekabette kanal liderliğinin ÜM ve PM fiyat oluşumuna ve karlılığa etkisini incelemişlerdir. Kanal üyesi stratejik gücünü artırdığında karlılığının da arttığı tespit edilmiştir. Piyasada oluşan fiyat açısından baktığımızda, perakendeci kanalda güce sahip olduğundan daha düşük fiyata PM sunmakta ve fiyatlar düşmektedir. Üretici kanal lideri olduğunda fiyatlar artmaktadır. Kanal liderliği olmadığı durumda tüketici ÜM'yi en düşük fiyatlara alabilmekte, perakendeciler arasındaki rekabetin artmasından ise üreticiler karlı çıkmaktadır (Choi ve Fredj, 2013: 173). Perakendecilerin karlarını artırması için rakip perakendecilerle arasındaki farklılığı artırması ve ÜM arasındaki farklılığı azaltması gerekmektedir. Perakendecilerin farklılaşmış mağazada ÜM'ye benzer ürün satma stratejisini izlemesi tavsiye edilmektedir (Choi ve Fredj, 2013: 166).

Piyasada oluşan fiyatları etkileyen bir diğer faktörde satın alma sıklığıdır. Satın alma sıklığının yüksek olduğu ürün kategorilerinde, PM ortalama fiyatlarının ÜM fiyatlarından çok daha düşük olduğu, ÜM fiyat indirimlerinin daha sık görüldüğü durumlarda PM'ler arasında rekabetinin daha fazla yaşandığı tespit edilmiştir. Bunların aksine satın alma sıklığının az olduğu, PM fiyatının ÜM'ye göre daha yüksek olduğu ve ÜM fiyat tutundurma kampanyalarının az olduğu ürün kategorilerinde PM ve ÜM arasındaki rekabetin daha fazla olduğu, PM'ler arasındaki rekabetin azaldığı öne sürülmektedir (Dawes ve Thiel, 2013: 64).

Perakendecilerin farklılaşmasının bir yolu da organik etiketli ürünleri piyasaya sunmalarıdır. Tüketicilerin organik etiketli ürünlere daha fazla ödemeye razı oldukları, markaların da organik ürünleri etkili bir farklılaşma aracı olarak kullandıkları bilinmektedir. Organik etiket kullanımından en fazla faydayı PM'lerin sağladığı ifade edilmektedir. Şöyle ki, tüketiciler organik etiket kullanan global, yerel ve PM arasında anlamlı bir fark görmemektedir. Ancak bilindiği üzere organik olmayan ürünlerde PM'ler daha az sağlıklı, daha az hedonik, daha az çevreye duyarlı ve daha az güvenli olduğu öne sürülmektedir. Ayrıca PM'li bu ürünler için fiyat düzeyi ve satın alınma niyeti de daha düşüktür. Fakat organik etiketli ürünlerde PM'ler diğer markaların seviyesine yükselmektedir. Yani PM'ler diğerleri ile eşit seviyede sağlıklı, hedonik, çevreye duyarlı ve güvenli görülmektedir. Tüketici organik ürün alımında markadan ziyade organik olup olmadığına baktığı için PM'li ürünlerin satın alınma niyetinin ve fiyat düzeyinin de yükseldiği ifade edilmektedir (Bauer vd., 2013: 1042).

3. Bulgular

Fiyat PM tercihinde önemli bir faktör olarak görülmektedir. Fiyata duyarlı tüketicilerin PM tercihleri daha fazla olsa da fiyat duyarlılığının duruma göre değiştiği tespit edilmiştir. Örneğin ürün kategori riski arttığında fiyat duyarlılığı azalmakta, piyasa ile ilgili fiyat adaletsizliği algısı arttığında fiyat duyarlılığı da artmaktadır

(Sinha ve Batra, 1999). Ayrıca firmalar tarafından fiyat indirimlerinin yoğun olarak kullanılması da tüketicilerin fiyat hassasiyetini artırmakta ve PM tercih olasılığı artmaktadır (Dawes ve Thiel, 2013).

PM tercihinde fiyat önemli olsa da önemini yitirdiği durumlar olmaktadır. Örneğin kişisel bakım kategorisinde PM ve ÜM arasındaki fiyat farkı yüksek olsa da PM payı düşük kalmaktadır. Bu nedenle PM tercihi için düşük fiyatın yeterli olmadığı görülmüş ve düşük fiyatın yanı sıra iyi kalitenin de sunulması gerektiği tespit edilmiştir. Ancak kalitenin tespitinde farklılıklar bulunmaktadır. Marka kalitesini raporlayan çalışmalar objektif kalite, tüketicilerin markayla ilgili algıları da sübjektif kalite olarak ifade edilmektedir. Tüketici algılarını çağrışımlar etkilemektedir. Bu bağlamda fiyat tüketicilerde kalite çağrışımı yapmakta, fiyat arttıkça kalite algısı da artmaktadır. Ancak PM ve ÜM arasındaki objektif kalite farkı azalsa da sübjektif kalite algısının daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Boyle ve Lathrop, 2013). Bu bağlamda, tüketici kalite algısı açısından PM'nin dezavantajlı bir durumda olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle PM kalite algısını etkileyen faktörlerin detaylı incelenmesi önem arz etmektedir.

Tüketicilerin PM tercihlerini etkileyen diğer faktörler risk algısı, marka aşinalığı/farkındalığı, imaj, tüketici özellikleri (piyasa uzmanı, değer bilinci) şeklinde sıralanabilir. Tüketicilerin risk algısının artması kalite algılarını olumsuz etkilemektedir. PM tercihi açısından incelendiğinde performans, zaman ve fiziksel risk algısının PM kalite algısını azaltarak marka tercihini olumsuz etkilediği; buna karşın beklentilerin aksine finansal ve sosyal risk algısının kaliteye etkisinin anlamlı olmadığı bulunmuştur (Fen vd., 2012; Beneke vd., 2012; Mieres vd., 2006 / a). PM'lerin genelde gıda marketlerinde tercih edildiği, risk faktörü nedeniyle dayanıklı tüketim mallarında tercih edilmediği bilinmektedir. Ancak olumlu marka deneyimi sonucunda tüketicilerin risk algısının azaldığı ve dayanıklı tüketim mallarında da PM tercihinin arttığı tespit edilmiştir (Romero, 2014) Bu nedenle tüketiciyle markanın buluşmasını teşvik edecek faaliyetler tavsiye edilmektedir. Marka deneyimiyle benzer şekilde tüketicilerin marka aşinalığı düşük olduğunda kalite algısının azaldığı ve dolayısıyla risk algısının da arttığı öne sürülmektedir. Risk algısının artması ise tüketicinin elde edeceği değer algısını ve marka aidiyet duygusunu azaltmaktadır (Fen vd., 2012; Fornari vd., 2013; Rubio, 2014; Sethuraman, 2014). Kategori deneyimi arttığında tüketicilerin PM aşinalığının arttığı ve dışsal özelliklerden ziyade içsel özelliklere göre karar verme eğiliminin arttığı ve böylece PM ile ÜM arasındaki kalite farkı algısının azaldığı tespit edilmiştir (Mieres vd., 2006 / b). Buradan yola çıkarak deneyimin PM kalite algısı ve tercihinde önemli bir rol oynadığı söylenebilir.

PM'lerin seçimli dağıtım yapılması, perakendeci logosuyla birlikte kullanılması, reklamlarda mağaza isminin geçmesi gibi nedenlerle mağaza imajı ile marka imajı birbirine geçmiş durumdadır. Giyim kategorisinde risk algısı fazla olduğu halde mağaza imajı risk algısını azaltmakta, kalite imajı finansal riski azaltmakta, atmosfer imajı sosyal riski azaltmaktadır. Hizmet kalitesi ise mağaza imajını artırarak risk algısını azaltmaktadır. Mağaza imajı ile fiyat imajının kalite algısına etkisi kıyaslandığında ise mağaza imajının çok daha etkili olduğu tespit edilmiştir. PM imajında ise kurum itibarının daha etkili olduğu görülmektedir (Liljander vd., 2009; Yang, 2012; Wu vd., 2011; Beneke ve Zimmerman, 2014; Porral ve Lang, 2015).

Tüketicilerin kalite algısı yalnızca ürün ve mağaza ile ilgili faktörlerden kaynaklanmamaktadır. Tüketici özellikleri açısından bakıldığında piyasa uzmanlarının risk algıları fazla iken değer algılarının da fazla olduğu, değer bilinci yüksek olanların ise riski düşük algıladıkları için değer algılarının fazla olduğu öne sürülmüştür (Rubio vd., 2015). Tüketici özelliklerinden hane halkı geliri azaldıkça fayda maksimizasyonu eğilimiyle PM tercihlerinin arttığı tespit edilmiştir. Ancak gelir ve eğitim seviyesi yüksek olduğu halde akıllı alışverişçi olduklarını düşündükleri için PM tercihi yapan tüketiciler de bulunmaktadır. Bu nedenle PM tercihinin düşük gelir ve eğitimle sınırlandırmak doğru değildir (Diallo, 2012; Akbay ve Jones, 2005; Sethuraman, 2014). Perakendeci faaliyetleri açısından bakıldığında perakendecinin sosyal duyarlılığının sosyal kalite algısını artırdığı ve tüketicilerin mağaza ve PM'ye karşı sadakat geliştirmesine neden olduğu tespit edilmiştir (Mejri, 2014). Perakendeciler ayrıca iade garantisi uygulayarak da PM tercihlerini artırmaya çalışmaktadırlar. Ancak bu kalite algısını artırır da sadece mevcut mağaza müşterileri ile sınırlı kalmaktadır (Desmet, 2014). Perakendeciler ÜM'ler ile kalite farkını azaltmak için ambalajlarını taklit etmekte, onlarla kıyaslama yapmaktadır. Bu durumda kalite farkının azaldığını ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır (Olson, 2012).

Kolayda ürünlerde PM'lerin mağaza sadakatine neden olmadığı, ancak tatmin ve güven sağlandığında dayanıklı veya prestijli (kaliteli, satın alma sıklığı düşük, pahalı) PM'lere marka genişlemesi yapılabileceğini ve böylece mağaza trafiğinin ve mağaza sadakatinin artabileceği öne sürülmektedir (Romero, 2014; Dawes ve Thiel, 2013). Tüketicilerin PM kullanım miktarı ile perakendecilerin PM ve ÜM için tahsis ettiği raf miktarı da mağaza sadakatini etkilemektedir. PM cüzdandan payı düşük olan tüketicilerin mağaza sadakati düşük, orta seviye olanların yüksek (değer odaklı olduğu için), yüksek seviye olanların ise düşük olduğu tespit edilmiştir (fiyat odaklı olduğu için mağaza değiştirme yüksek). Ancak PM kendisini kaliteden ziyade fiyat odaklı konumlandırır bu negatif ilişkinin azaldığı tespit edilmiştir (Benito vd., 2012). Kategorideki PM arttığında

ise PM cüzdan payı düşük olanlarda PM tercihi artarken, PM cüzdan payı yüksek olanlarda mağaza değiştirmenin arttığı tespit edilmiştir. Ancak PM raf payı belirli seviyenin üzerine çıktığında her iki grupta ürün çeşitliliği ihtiyacından dolayı mağazayı değiştirdiği tespit edilmiştir. Marka üzerinde perakendeci ismi kullanmak perakendeciler arasında farklılaşmayı sağlasa da PM raf payı belirli bir seviyenin üzerine çıktığında mağaza sadakatini düşürdüğü, bu nedenle kullanımının riskli olduğu tespit edilmiştir (Ngobo, 2011). Bu nedenle perakendecilerin PM'ler için raf tahsisi yaparken tüketici özelliklerini de dikkate alarak karar vermeleri gerekmektedir.

Konuya rekabet açısından bakıldığında fiyat farkı azaldığında satın alma tercihinde fiyat dışı faktörlerin etkisi artacağından uzun vadede fiyat rekabetinin PM için olumsuz sonuçlanabileceği öne sürülmektedir (Sethuraman, 2014) Perakendecilerin raf tesisinde de dikkatli olması tavsiye edilmektedir. Raflarda PM payı arttığında fiyat seviyesi azalmakta ancak ÜM fiyat dışındaki tutundurma stratejilerini uygulamaya ağırlık verdiğinde fiyat düşüşü yavaşlamaktadır. Fiyat seviyesinin düşmesi kategori performansını azaltsa da perakendecilerin uzun vadeli faydaları nedeniyle PM payını artırma eğiliminde olduğu tespit edilmiştir (Anselmsson vd., 2008) PM'lerin raf payını artırmasından en çok orta düzey ÜM'ler etkilenmektedir. Üreticiler ise rekabette kaybettikleri pazar payını PM'ler için üretim yaparak telafi etmeye çalışmaktadır. Ancak marka imajlarına ve kalite algılarına olumsuz etkisinin önüne geçmek için ambalajda üretici bilgilerini gizlemeye çalıştıkları, bunun için yeni bir firma kurma seçeneğini dahi değerlendirdikleri tespit edilmiştir (Cho, 2015; Braak vd., 2013).

Dağıtım kanalında üreticiler ve perakendeciler arasında bir rekabet bulunmaktadır. Kanal liderliği için girilen rekabet fiyatı ve karlılığı etkilemektedir. Perakendeci kanalda lider olduğunda fiyat seviyesi azalmakta, üretici lider olduğunda fiyat seviyesi artmakta, lider olmadığında ise tüketici ÜM'yi en uygun fiyata alabilmektedir. Perakendeciler karlarını artırmak için aralarındaki farklılığı artırmalı, ÜM'ler arasındaki farkı da artırmalıdır (Choi ve Fredj, 2013). Farklılaşma yöntemlerinden birisi de organik ürün piyasaya sunmadır. Organik etiket PM ile ÜM arasındaki farkı azaltmakta, kalite ve fiyat algısını da artırmaktadır (Bauer vd., 2013).

Sonuç

Perakende Markalarını farklı yönleriyle inceleyerek özetleyen bu çalışma tüketicilerin PM tercihlerini etkileyen birçok faktör olduğunu ortaya koymuştur. Perakendeciler bu faktörleri göz önünde bulundurarak hem PM tercihlerini hem de mağaza sadakatlerini artırabilirler. Organik etiketli PM piyasaya sunmanın PM algısını olumlu yönde etkilediğini ortaya koyan çalışmalar bulunmaktadır. Organik etiketli veya "Premium" PM ürün piyasaya sürmenin marka imajı ve perakende mağaza imajına etkisini inceleyen yeni çalışmalar literatüre katkı sağlayacaktır. Ayrıca PM ürünleri kullanan tüketicilerin düşük gelir grubuna ait olduğu düşünülse de diğer gelir grubundaki tüketicilerin de bu markaları tercih ettiği görülmektedir. PM kullanan tüketicileri kümelere ayıran ve satın alma nedenlerini inceleyen yeni çalışmalar faydalı olacaktır. Boyle ve Lathrop (2013), PM ve ÜM arasındaki objektif kalite farkı az olmasına rağmen subjektif kalite farkının fazla olduğu, ayrıca fiyatın ÜM'lerde olduğu kadar PM'ler için bir kalite göstergesi olarak algılanmadığını ortaya koymuştur. Türkiye'deki PM'ler ile ÜM'ler arasındaki objektif ve subjektif kalite farkının araştırılması, PM kalite algısına etki eden faktörlerin incelenerek önem derecelerinin ortaya konması faydalı olacaktır.

Kaynakça

- Akbay C., Jones E., (2005). Food Consumption Behavior of Socioeconomic Groups for Private Labels and National Brands. *Food Quality and Preference*, 16, 621-631.
- Alan D. Jain A. Richardson P. (1996). How Consumers Evaluate Store Brands. *Journal of Product and Brand Management*, 5 (2), 19 – 28.
- Anselmsson J., Johansson U., Maranon A., Persson N., (2008). The penetration of retailer brands and the impact on consumer prices—A study based on household expenditures for 35 grocery categories. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 15, 42-51.
- Bao Y., Sheng S., Bao Y., Stewart D., (2011). Assessing Quality Perception of Private Labels: Intransient Cues and Consumer Characteristics. *Journal of Consumer Marketing*, 28 (6), 448-458.
- Bauer H.H., Heinrich D., Schäfer D. B., (2013). The Effects of Organic Labels on Global, Local, and Private Brands More Hype Than Substance? *Journal of Business Research*, 66, 1035-1043.
- Beneke J., Flynn R., Greig T, Mukaiwa M., (2013). The Influence of Perceived Product Quality, Relative Price and Risk on Customer Value and Willingness to Buy: A Study Of Private Label Merchandise. *Journal of Product and Brand Management*, 22 (3), 218-228.
- Beneke J., Greene A., Lok I., Mallet K., (2012). The Influence of Perceived Risk on Purchase Intention – The Case

- of Premium Grocery Private Label Brands in South Africa. *Journal of Product and Brand Management*, 21 (1), 4-14.
- Beneke J., Zimmerman N., (2014). Beyond Private Label Panache: The Effect of Store Image and Perceived Price on Brand Prestige. *Journal of Consumer Marketing*, 31 (4), 301 – 311.
- Benito O. G., Partal M. M., (2012). Role of Retailer Positioning and Product Category on the Relationship Between Store Brand Consumption and Store Loyalty. *Journal of Retailing*, 88 (2), 236-249.
- Boyle P.J., Lathrop E.S., (2013). The Value of Private Label Brands to U.S. Consumers: An Objective and Subjective Assessment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20, 80-86.
- Braak A., Deleersnyder B., Geyskens I., Dekimpe M. G., (2013). Does Private-Label Production By National-Brand Manufacturers Create Discounter Goodwill? *International Journal of Research in Marketing*, 30, 343-357.
- Cho Y. S. C., Rha H, Burt S., (2015). The Impact of Customer Awareness of Manufacturer Name Disclosure on Retail Brand Attitudes and Loyalty in Korea. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 128-137.
- Choi S., Fredj K., (2013). Price Competition and Store Competition: Store Brands vs. National Brand. *European Journal of Operational Research*, 225, 166-178.
- Dawes J., Thiel M. N., (2013). Analyzing the Intensity of Private Label Competition Across Retailers. *Journal of Business Research*, 66, 60-66.
- Desmet P., (2014). How Retailer Money-Back Guarantees Influence Consumer Preferences for Retailer Versus National Brands. *Journal of Business Research*, 67, 1971-1978.
- Diallo M. F., (2012). Effects of Store Image and Store Brand Price-Image on Store Brand Purchase Intention: Application to an Emerging Market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19, 360-367.
- Diallo, M. F., Kaswengi, J. (2016). What Drives Store Brand Purchases During Crisis Periods? Evidence From Panel Data in Four Product Categories. *International Journal Of Retail and Distribution Management*, 44 (3), 301-319.
- Dursun İ., Kabadayı E. T., Alan A. K., Sezen B., (2011). Store Brand Purchase Intention: Effects of Risk, Quality, Familiarity and Store Brand Shelf Space. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 1190-1200.
- Fen Y. S., May L. S., Ghee W. Y., (2012). Store Brand Proneness: Effects of Perceived Risks, Quality and Familiarity. *Australasian Marketing Journal*, 20, 48-58.
- Fornari E., Fornari D., Grandi S., Menegatti M., (2013). The Influence of Retailing-Mix Levers on Private Label Market Share: The Case of the Itaian FMCG Market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20, 617-624.
- Girard, T., Trapp, P., Pinar, M., Gulsoy, T., Boyt, T. E. (2017). Consumer-Based Brand Equity of a Private-Label Brand: Measuring and Examining Determinants. *Journal Of Marketing Theory and Practice*, 25 (1), 39-56.
- Gómez-Suárez, M., Quinones, M., Yagüe, M. J. (2016). Store Brand Evaluative Process in an International Context. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 44(7), 754-771.
- Hanna G.G., H., Levy, S. (2017). Consumer Response to Private Label Brands' Negative Publicity: A Relational Effect on Retailer's Store Image. *Journal of Product and Brand Management*, 26 (2), 204-222.
- Hoch, S. J., Banerji, S. (1993). When Do Private Labels Succeed? *Sloan Management Review*, 34 (4), 57-67.
- Jara M., Cliquet G., (2012). Retail Brand Equity: Conceptualization and Measurement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19, 140-149.
- Khan, I., Rahman, Z. (2016). Retail Brand Experience: Scale Development and Validation. *Journal of Product and Brand Management*, 25(5), 435-451.
- Liljander V., Polsa P., Riel A., (2009). Modelling Consumer Responses to an Apparel Store Brand: Store Image As a Risk Reducer. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16, 281-290.
- Manzur E., Olavarrieta S., Hidalgo P., Farías P., Uribe R., (2011). Store Brand and National Brand Promotion Attitudes Antecedents. *Journal of Business Research*, 64, 286-291.

- Mejri C. A., Bhatli D., (2014). CSR: Consumer Responses to The Social Quality of Private Labels. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21, 357-363.
- Mieres C. C., Martin A. M. D., Gutierrez J. A. T, (2006 / a). Influence of Perceived Risk on Store Brand Proneness. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 34 (10), 761-772.
- Mieres C. C., Martin A. M. D., Gutierrez J. A. T, (2006 / b). Antecedents of The Difference in Perceived Risk Between Store Brands and National Brands. *European Journal of Marketing*, 40 (1/2), 61-82.
- Ngobo P. V., (2011). Private Label Share, Branding Strategy and Store loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18, 259-270.
- Olbrich R., Grewe G., (2013). Proliferation of Private Labels in The Groceries Sector: The Impact on Category Performance. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20, 147-153.
- Olsen N. V., Menichelli E., Meyer C., Næs T., (2011). Consumers Liking of Private Labels. An Evaluation of Intrinsic and Extrinsic Orange Juice Cues. *Appetite*, 56, 770-777.
- Olson E. L., (2012). Supplier Inferences to Enhance Private Label Perceptions. *Journal of Business Research*, 65, 100-105.
- Porral C. C., Lang M. F., (2015). Private Labels. The Role of Manufacturer Identification, Brand Loyalty and Image on Purchase Intention. *British Food Journal*, 117 (82), 506 – 522.
- Porral C. C., Mangin J. P. L., (2014). Private Label Brands: Major Perspective of Two Customer-Based Brand Equity Models. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 24 (4), 431-452.
- Porral C. C., Martinez F., V. A., Juanatey B., O., Lévy M., J. P., (2013). What Matters to Store Brand Equity? An Approach to Spanish Large Retailing in a Downturn Context. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 19 (3), 136-146.
- Porral, C.C, Martinez-Fernandez, V. A., Juanatey-Boga, O. (2016). Influence of Manufacturer Signature on Store Brands' Loyalty and Purchase Intention. *Revista de Administração de Empresas*, 56 (1), 29-42.
- Porral, C.C., Levy-Mangin, J. P. (2016). Food private label brands: the role of consumer trust on loyalty and purchase intention. *British Food Journal*, 118 (3), 679-696.
- Porral, C.C., Lévy-Mangin, J. P. (2017). Store Brands' Purchase Intention: Examining The Role of Perceived Quality. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 90-95.
- Romero M. J. M., Giner E. M. C., Sánchez C. A., (2014). Relationship Marketing Management: Its Importance in Private Label Extension. *Journal of Business Research*, 67, 667-672.
- Rubio N., Oubiña J., Villaseñor N., (2014). Brand Awareness–Brand Quality Inference and Consumer's Risk Perception in Store Brands of Food Products. *Food Quality and Preference*, 32, 289-298.
- Rubio, N., Villasenor, N., Oubina, J. (2015). Consumer Identification with Store Brands: Differences Between Consumers According to Their Brand Loyalty. *BRQ Business Research Quarterly*, 18 (2), 111-126.
- Sethuraman R., Gielens K., (2014). Determinants of Store Brand Share. *Journal of Retailing*, 90 (2), 141-153.
- Sinha I., Batra R., (1999). Price Consciousness on Private Label Purchase. *International Journal of Research in Marketing*, 16, 237-251.
- Thiel M. N., Romaniuk J., (2011). The Nature and Incidence of Private Label Rejection. *Australasian Marketing Journal*, 19, 93-99.
- Thiel M. N., Romaniuk J., (2012). Value-For-Money Perceptions of Supermarket and Private Labels. *Australasian Marketing Journal*, 20, 171-177.
- Thiel M. N., Sharp B., Dawes J., Romaniuk J., (2010). Competition for Memory Retrieval Between Private Label and National Brands. *Journal of Business Research*, 63, 1142-1147.
- Wu P. C.S., Yeh G. Y. Y., Hsiao C. R., (2011). The Effect of Store Image and Service Quality on Brand Image and Purchase Intention for Private Label Brands. *Australasian Marketing Journal*, 19, 30-39.
- Yang D., (2012). The Strategic Management of Store Brand Perceived Quality. *Physics Procedia*, 24, 1114-1119.
- Zippel C., Wilkinson J., Vogler T., (2013). The Influence of Private Labels on Retailer Cooperation. *Australasian Marketing Journal*, 21, 271-277.

KAR PAYI BİLMECESİNİN ARAŞTIRILMASI: BİST TEMETTÜ 25 ENDEKSİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Feyyaz ZEREN

Doç. Dr., Namık Kemal Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü Öğretim Üyesi

fzeren@nku.edu.tr

Özet

Amaç: Kar payı dağıtım politikaları firma değeri üzerinde etkiye sahip en önemli faktörlerin başında gelmektedir. Bu bağlamda kar payı dağıtımının firma değeri üzerinde ne yönde etki yaptığının incelenmesi önemli bir araştırma konusudur.

Yöntem: 2001-2017 yılları için nakdi kar payı dağıtım oranları ve firma değerleri arasındaki ilişkiyi BİST Temettü 25 endeksi için araştıran bu çalışmada kar payı politikalarının geçerliliği yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan Pedroni (1999, 2004), Kao (1999), Cusum (2005) ve Westerlund-Edgerton (2007) panel eşbütünleşme testleri ve bunları takiben DOLS/FMOLS eşbütünleşme tahminicileri ile araştırılmıştır.

Bulgular: Yapılan analizler sonucunda kar payı dağıtım ve firma değeri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişkiye rastlanmamış olup, Türkiye piyasalarının etkin olmadığı yönündeki literatür bulguları da hesaba katılarak, söz konusu örneklem için MM kar payı ilintisizliği yaklaşımının geçerli olmadığı, yalnızca Müşteri Etkisi Hipotezinin geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Böylelikle geçmiş literatürü destekler nitelikte kar payı bilmecesinin devam ettiği görülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Kar Payı Dağıtım, Firma Değeri, Müşteri Etkisi Hipotezi, Kar Payı Bilmecesi, Etkin Piyasalar Hipotezi.

THE INVESTIGATION OF DIVIDEND PUZZLE: AN APPLICATION ON BIST DIVIDENT 25 INDICES

Abstract

Objective: Dividend distribution policy is one of the most important factors having influence on firm value. In this context, the investigation of how dividend payment affects firm value is an important research area.

Method: In this paper which investigates the relationship between cash dividend distribution ratio and firm value between the years 2001 and 2017 for BİST Dividend 25 Indices, the validity of dividend policy is examined with Pedroni (1999, 2004), Kao (1999), Cusum (2005) and Westerlund-Edgerton (2007) panel cointegration tests and DOLS/FMOLS cointegration estimators.

Findings: As a result of analyzes, no significant relationship is statistically found between dividend distribution and firm value. By taking into account the literature findings about not efficiency Turkish stock market, it is resulted that the Customer Impact Hypothesis is valid for that sample and MM Dividend Irrelevance Approach is not. Hereby, It is seen that puzzle on dividend payments continuous with parallel to past literature.

Keywords: Dividend Payment, Firm Value, Customer Impact Hypothesis, Dividend Puzzle, Effective Market Hypothesis.

Giriş

Finans yöneticilerinin temel amacı firma değerinin en üst düzeye çıkarılmasıdır. Firmanın elde etmiş olduğu net karın ne kadarını kar payı olarak ortaklara dağıtacağı, ne kadarını ise otofinansmanda kullanacağı bu açıdan önem arz etmektedir. Firmalar birçok faktörü göz önüne almak suretiyle firma değerini en üst düzeye çıkartmak amacıyla ne kadar kar payı dağıtacağına karar vermektedir. Bu bağlamda firmaların kar payı dağıtım politikası firma değeri üzerindeki önemli faktörlerin başında gelmektedir (Aksoy, 2017, 212).

Literatürde kar payı dağıtım ile firma değeri arasındaki ilişkiyi ortaya koyan birçok yaklaşım mevcuttur. Bu teorilerin başında Modigliani ve Miller'in (1961) kar payı ilintisizliği yaklaşımı gelmektedir. Söz konusu yaklaşıma göre kar payı dağıtımının ne kadar olduğunun firma değeri üzerinde herhangi bir etkisi yoktur. Bu teorinin etkin piyasalar hipotezinin varlığı altında geçerli olduğu kabul edilir. Öte yandan etkin piyasalar hipotezinin varsayımlarının gerçek hayatta görülmesi pek mümkün değildir. Örneğin yatırımcıların homojen olması beklenemez. İşte bu sebeple kar payı ile firma değeri arasında bir ilişki olmadığını iddia eden müşteri etkisi yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşıma göre yatırımcıların tercihi önem arz etmektedir. Eğer yatırımcıların firmanın dağıtacağı kar payını yeniden yatırımlarda kullanmak gibi bir niyeti varsa kar payı ödeyen bir firmaya yatırım yapmayı tercih edecektir. Aksi bir durumda ise yatırımcılar sermaye kazancına yönelecektir (Aksöyek ve Yalçiner, 2014, 311).

Bir başka yaklaşım ise Gordon (1959, 1963) ve Litner'in (1962) Elde kuş tezidir. Buna göre eldeki kuş yani kar payı, daldaki kuştan yani sermaye kazancından daha iyidir. Bu tez kar payı dağıtımındaki artışın firma değerini pozitif yönde etkilediğini iddia etmektedir.

İşaret (sinyal) etkisi hipotezi kar payı ile firma değeri arasındaki ilişkiyi tartışan bir başka yaklaşımdır. Buna göre yüksek kar payı dağıtımını şirketin ilerideki karlarının artacağı, düşük kar payı dağıtımını ise şirketin gelecekteki karlarının azalacağı yönünde yorumlanmaktadır (Sayılğan, 2017: 411).

Kar payı ile firma değeri arasında pozitif bir ilişki olduğunu ileri süren bir başka çalışma ise davranışsal finansın kar payı tercihi tezidir. Buna göre iki yaklaşımdan bahsetmek mümkündür. Bunlardan birincisi olan özdenetim tezine göre yatırımcılar hisse senedi alıp satarak kazanç sağlamak yerine kurumsal destek ararlar, yani kar payını tercih ederler. Bir diğer davranışsal finans eğilimi ise pişmanlıktan kaçınma tezidir. Buna göre tüketim için elindeki hisseyi satan yatırımcı, hisse fiyatının yükselmesi halinde pişmanlık duyacaktır. Bu sebeple hisse senedi alıp satarak kazanç sağlamak yerine, hisseyi elinde tutarak hisse fiyatının olası bir yükselişi durumunda oluşacak pişmanlıktan kaçınmış olacaktır, yani kar payını tercih etmektedir (Saraç, 2012: 192).

Öte yandan Vergi farklılığı hipotezine göre ise düşük kar payı firma değerini maksimize edecektir. Vergi farklılığı hipotezi bu ilişkiyi iki şekilde açıklamaktadır. Bu açıklamaların birincisi sermaye kazançlarının kar paylarına kıyasla daha düşük oranlardan vergilendirilmesinden dolayı kar payı yerine sermaye kazancı tercih edilmesinin firma değerini artıracığı yönündeki fikirdir. İkincisi ise sermaye kazançlarının hisse senedi elden çıkarıldığında vergilendirilmesine karşın, kar paylarından alınan verginin kar payı dağıtıldığı anda tahsil edilmesidir. Bu sebeple hisse senedi elden çıkarılmadığı sürece alım-satım kaynaklı vergi oluşmayacaktır (Gürsoy, 2011, 614).

Kar payı ile firma değeri arasında ilişkinin negatif yönlü olduğunu öne süren bir başka yaklaşım ise temsilcilik ve ihraç maliyetleri hipotezidir. Bu yaklaşıma göre söz konusu maliyetlerden ötürü hisse senedi ihraç etmek yerine sermaye kazancı daha tercih edilebilir durumdadır. Bu sebeple hiç kar payı dağıtmamak ya da çok az kar payı dağıtmak firma değerini arttırmaktadır (Ceylan ve Korkmaz, 2015, 274).

Bu aşamaya kadar anlatılan kar payı ve firma değeri arasındaki ilişkiyi araştıran yaklaşımlar Tablo 1'de özet şeklinde sunulmuştur. Görüldüğü üzere kar payı ile firma değeri arasındaki ilişkiyi çeşitli gerekçelerle açıklayan birçok yaklaşım söz konusudur. Çalışmanın buradan sonraki kısmında ilk olarak literatürde bu konuda yapılmış eserler incelenmiş, daha sonra ise söz konusu ilişkinin BİST Temettü 25 endeksindeki durumu araştırılmıştır.

Tablo 1: Kar Payı ve Firma Değeri İlişkisi Yaklaşımları

	Kar payı ile firma değeri arasında ilişki yoktur.	Kar payı ile firma değeri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Kar payı ile firma değeri arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.
Yaklaşımlar	MM ilintisizlik yaklaşımı	Eldeki kuş tezi	Vergi farklılığı yaklaşımı
		İşaret etkisi hipotezi	
	Müşteri etkisi hipotezi	Davranışsal finansın kar payı tercihi	İhraç ve temsilcilik maliyetleri yaklaşımı

1. Literatür İncelemesi

Kar payı dağıtım ile firma değeri arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar incelendiğinde elde edilen bulgularda genel olarak bir netliğe rastlanmamıştır. Söz konusu ilişki hakkındaki bu karmaşa literatürde “kar payı bilmecesi” olarak isimlendirilmektedir. Hem Türkiye özelinde hem de dünya genelinde bu durum literatürde yapılmış çalışmalara yansımış durumdadır.

Türkiye’de bu ilişkiyi inceleyen çalışmaların başında, 1997 yılında Aydoğan ve Güney’in hazırlamış olduğu ve İMKB Dergisinin de ilk sayısında yer alan makaleleri gelmektedir. Bu çalışmada yüksek temettü veriminin görüldüğü zamanlarda hisse fiyatlarının da yükseldiği tespit edilmiştir. Bir başka çalışmada ise Aydoğan ve Muradoğlu (1998) kar payı dağıtımının fiyatlar üzerinde herhangi bir etki yapmadığı yönünde bulgulara ulaşmışlardır.

Demir’in 2001 yılında hazırlamış olduğu makalesinde; kar payı dağıtım, gelir ve kurumlar vergisi bakımından incelenmiş, kar payı dağıtım politikalarının firma değeri üzerindeki etkisi teorik bağlamda tartışılmıştır. Yapılan uygulamalı çalışmaların bir başkasında ise Batchelor ve Orakçioğlu (2003) kar payı dağıtımının hisse fiyatları üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Pekkaya (2006) regresyon analizini kullandığı çalışmasında 1987-2006 tarih aralığını kullanarak İMKB 30 endeksindeki firmaları incelemiştir. Analiz sonuçlarına göre kar payı dağıtım oranının firma değeri üzerindeki etkisi firmadan firmaya farklılık göstermektedir. Buna göre kar payı bilmecesinin devam ettiği öne sürülmektedir.

Karaca (2007) yapmış olduğu tez çalışmasında farklı kar payı dağıtım yöntemlerinin firma değeri üzerinde farklı etkilere sahip olduğunu tespit etmiştir. 2005-2010 yılının incelendiği çalışmada t testi kullanılmış olup; nakit ve melez kar payı dağıtım yöntemlerinin firma değerini olumlu yönde etkilediği, hisse senedi şeklinde kar payı dağıtımının ise firma değerini etkilemediği tespit edilmiştir. 1996-2006 yıllarının incelendiği bir başka tez çalışmasında ise Rodoplu (2008) yatırımcıların kar payı tercihleri sırasında hem sinyal hem de görünüm teorilerinin geçerli olduğunu tespit etmiştir.

Bayazıtlı ve diğerleri (2008) taş ve toprağa dayalı sanayide faaliyet gösteren bazı firmaları inceledikleri çalışmalarında kar payı duyurularının hisse senedi getirileri üzerindeki etkisini olay etüdü yöntemi kullanarak incelemişlerdir. Elde edilen bulgulara göre kar payı duyuruları firma değerini olumlu etkilemektedir.

Ünlü ve diğerleri (2009) 1986-2008 dönemini inceleyerek regresyon analizini kullandıkları çalışmalarında BİST 100 ve S&P 500 endekslerinde kar payı - firma değeri ilişkisini araştırmışlardır. Elde edilen bulgulara göre temettü veriminin hisse senedi yatırımında önemli bir karar kriteri olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Günalp ve diğerleri (2010) 83 adet BİST100 şirketi için 2003-2007 dönemini ele almışlardır. Ortaya çıkan bulgular vergi farklılığı hipotezini destekler niteliktedir.

Ertaş ve Karaca (2010) ise konuyu kar payı dağıtımının ilanı ve gerçekleşmesi arasındaki sürenin firma değeri üzerindeki etkisi bakımından incelemişlerdir. Elde edilen bulgulara göre söz konusu süre ne kadar kısa olursa firma değeri o derece artmaktadır.

Spor kulüplerinin incelendiği bir başka çalışmada ise Kar ve diğerleri (2012) pearson korelasyon analizini kullanmak suretiyle kar dağıtımı ile hisse senedi fiyatları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Kaderli ve Başkaya (2014) çalışmalarında firmaların kar payı ödemelerini arttırma ya da azaltma politikalarının hisse senedi fiyatları üzerinde etkiye sahip olduğu yönünde bulguya ulaşmışlardır.

Sandıkçı (2014) yapmış olduğu tez çalışmasında BİST 100 endeksinde yer alan 82 adet firma için 2008-2012 dönemini ele almış ve Gordon Litner yaklaşımının geçerli olduğunu belirlemiştir. Eldeki kuş teorisi adı da verilen bu teoriye göre bahsi geçen firmaların yatırımcıları kar payını sermaye kazancına tercih etmektedirler.

İleri (2016) kar payı politikasının firma değeri üzerindeki etkisini otomotiv sektörü için incelediği çalışmasında T testi kullanarak kar payı dağıtımı öncesi ve sonrası hisse senedi fiyatlarında istatistiki olarak anlamlı bir değişim olup olmadığını araştırmıştır. Çalışmanın sonucunda söz konusu ilişki hakkında net bulgulara ulaşamamış ve kar payı bilmecesinin devam ettiğini öne sürmüştür.

Çelik ve diğerleri (2016) BİST'te faaliyet gösteren üretim firmalarına ait 2007-2011 dönemi verilerini logit ve probit regresyon modelleri yardımıyla incelemişlerdir. Elde edilen bulgulara göre, uzun dönemli veriler üzerinden incelenen kar payı ve firma değeri arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğu, kısa dönemde ise bu iki değişken arasında herhangi bir ilişki tespit edilemediği ortaya konmuştur.

Gürel ve Bayazıtlı (2017) çalışmalarında kar payı verimi ile portföy getirileri arasında yüksek bir korelasyon tespit etmişlerdir.

Türkiye'de yapılan çalışmalarda olduğu gibi Dünya'da yapılan çalışmalarda da söz konusu belirsizliğin devam ettiği görülmektedir. Bu aşamada Dünya çapında yapılan birkaç çalışmaya değilinmiştir.

Chen ve diğerleri (2005) çalışmalarında 412 adet Hong Kong firmasını 1995-1998 yılları bağlamında incelemiş ve kar payı dağıtımının firma değeri üzerinde çok küçük bir etkiye sahip olduğunu belirlemişlerdir.

Amidu (2007) Gana borsasını incelediği çalışmasında kar payı dağıtımı ile firma değeri arasında negatif yönlü bir ilişki tespit etmiştir. Gana piyasalarının incelendiği bir başka çalışmada ise Agyei ve Yiadom (2011) 1999-2003 yılları için 16 ticari bankayı ele almış ve kar payı dağıtımının firma değeri üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu yönünde bulgulara rastlamışlardır.

Murekefe ve Ouma (2012) Kenya firmalarını inceledikleri çalışmalarında 2002-2010 yılları arasını incelemiş ve kar payı dağıtımının firma değeri üzerinde pozitif yönlü güçlü bir etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir.

Manjunatha (2013) Bombay borsasını incelendiği çalışmasında 29 firma ve bunların 2000-2009 arasındaki verilerini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda kar payı dağıtımı ile firma değeri arasında herhangi bir ilişki tespit edilmemiştir.

Ajanthan (2013) ise Srilanka'yı incelendiği çalışmasında kar payı dağıtımı ile firma değer arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişkiye rastlamıştır.

Görüldüğü üzere farklı ülkeler üzerine farklı veri aralıkları için yapılan çalışmalarda kar payı dağıtımı ile firma değeri arasındaki ilişkinin yönü hakkında farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Bu bağlamda kar payı dağıtımı ile firma değeri arasındaki ilişkinin genel olarak kabul edilebilecek bir yönü olmadığı açıktır. Literatürde kar payı bilmecesi adı verilen bu durum konunun araştırılmasını ilgi çekici yapmaktadır. Bu çalışmada literatürdeki araştırmalardan farklı olarak panel veri ekonometrisi kullanarak kar payı ve firma değeri arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Söz konusu durum çalışmanın özgün yayını ortaya koymaktadır.

Çalışmanın bu aşamasında kullanılan veriler ve ekonometrik metodoloji hakkında bilgi verilecek, devamında ise elde edilen bulgular sunulmak suretiyle BİST Temettü 25 endeksinde kar payı ile firma değeri arasındaki ilişkinin durumu incelenecektir.

2. Veri ve Ekonometrik Metodoloji

2.1. Veri

Bu çalışmada; kar payı verileri düzenli zaman serisi oluşturabilen, yani her yıl düzenli kar payı dağıtan ve BİST Temettü 25 endeksinde faaliyet gösteren firmalardan dokuz tanesi alınmak suretiyle paneller oluşturularak kar payları ile firma değerleri arasındaki uzun dönemli ilişkinin yönü panel veri analizleri ile belirlenmeye çalışılmıştır. Bu dokuz firmanın seçilmesinin iki sebebi mevcuttur. Birincisi bu firmaların kar dağıtım tarihlerinin birbirlerine oldukça yakın olmasından dolayı panel veri oluşturulmasına imkân sağlıyor olmasıdır. İkinci sebebi ise bu endekse dâhil edilen firmaların kar payı dağıtımını önemseyen ve sürekli kar payı dağıtan bir yapıda olmasından kaynaklanmaktadır. Böylelikle ekonometrik analizler yapılması için engel teşkil edebilecek olası bir veri kaybı engellenmiştir.

Öte yandan BİST Temettü 25 endeksi temettü verimi yüksek, son 3 yılda sürekli kar payı dağıtan ve halka açıklık oranı yüksek olan 25 firmadan oluşmaktadır. Bu firmalar hem likiditeye hem de kar payına önem vermeleri bakımından hisse senedi yatırımcılarına yol gösterici niteliktedir (Mazgit, 2013, 227). Bu gibi gerekçeler de BİST Temettü 25 endeksinin veri seti olarak alınmasının önemini göstermektedir.

Çalışmada 2001-2017 arasındaki yıllık veriler baz alınmıştır. Bu amaç doğrultusunda firmaların kar payını temsilen nakit temettü dağıtım yüzdesi kullanılırken, firma değerini ise kar payı dağıtımının 10 gün öncesindeki ve sonrasındaki hisse senedi fiyatları üzerinden hesaplanan getiri temsil etmektedir.

Kar payını temsil edecek veri kaynağı olarak temettü verimi, toplam temettü tutarı ve kar payı dağıtım oranı gibi diğer değişkenlere de ulaşmak mümkün iken, bunlar içerisinde en uygun değişken olarak nakit kar payı dağıtım oranı tercih edilmiştir. Zira nakdi olmayan hisse senedi şeklinde kar payı dağıtımını ya da hisse senedi çoğaltılması şeklinde bir uygulama hisse fiyatlarının düşürülmesi için yapılmaktadır. Öte yandan yekûn temettü tutarının kullanılmaması ise net kar rakamlarının volatilitésinden kaynaklanmaktadır. Net kardaki değişime göre dağıtılan kar payı rakamı da etkilenmektedir. Bu bakımdan oransal bir kar dağıtım değeri kullanılması daha makul görülmüştür.

Öte yandan, firma değerini temsil edebilecek değişkenin belirlenmesi hususunda ise FCFE (Firmaya Serbest Nakit Akımları), FCFE (Özsermayeye Serbest Nakit Akımları), DD/PD (Defter Değeri / Piyasa Değeri) oranı ve F/K (Fiyat / Kazanç) oranı gibi kuvvetli yöntemler mevcuttur. Ancak bu yöntemlerdeki firma değeri hesaplamalarının bilançolar üzerinden hesaplanması gerektiğinden dolayı, kar payı dağıtımının yapıldığı gün ve civarındaki etkiyi görmek adına böyle bir yöntemle başvurulmuştur. Zira kar payı dağıtımını ve bilançoların ilan edilişi aynı tarihe denk gelmeyebilir. Literatürde yapılan Karaca (2007), Bayazıtlı ve diğerleri (2008), Kaderli ve Başkaya (2014) gibi çalışmalara bakıldığında da yine bu yöntemin kullanıldığı görülmektedir. Söz konusu çalışmalar arasından hisse getirilerinin tespiti için Bayazıtlı ve diğerlerinin (2008) çalışmalarında kullandığı 10 gün önceki ve 10 gün sonraki hisse senedi fiyatları kullanılmak suretiyle hisse getirisini hesaplama yöntemi referans alınmıştır. Bu hisse getirisi şu şekilde hesaplanmaktadır:

$$\frac{(p_{t+10} - p_{t-10})}{p_{t-10}}$$

Burada p_{t+10} kar payı dağıtımını takip eden onuncu gündeki hisse fiyatını, p_{t-10} ise kar payı dağıtımından önceki onuncu günün hisse fiyatını temsil etmektedir. Adı geçen onuncu günlerin hafta sonuna denk gelmesi halinde bir sonraki iş günü baz alınmıştır.

Söz konusu kar payı dağıtım verileri www.isyatirim.com.tr adresinden, hisse fiyatı verileri ise www.ukfinance.yahoo.com adresinden elde edilmiştir.

2.2. Ekonometrik Metodoloji

Çalışmada dört adet ekonometrik metod kullanılmış olup bunlardan Pedroni (1999, 2004) ve Kao (1999) panel eşbütünleşme testleri literatürde yaygınlıkla kullanıldığından dolayı, bu testlere ilişkin ekonometrik metodoloji hakkında literatür tekrarına düşmemek adına açıklama yapmaya ihtiyaç duyulmamıştır.

Çalışmada kullanılan eşbütünleşme testlerinden bir diğeri Westerlund'un (2005) Panel CUSUM eşbütünleşme testidir. Panel Cusum testi daha küçük boyutlarda da başarılı sonuçlar verebilen ve içsellik sorununu da dikkate alması bakımından Pedroni (1999, 2004) panel eşbütünleşme testinden farklılık göstermektedir. Bununla birlikte hipotezlerin kuruluşu da Pedroni (1999, 2004) testinden farklılık arz etmektedir. Sıfır hipotezi paneller arasında eşbütünleşmenin olduğunu, alternatif hipotez ile bu ilişkinin olmadığını kanıtlamaya çalışmaktadır (Akbaş ve Şentürk, 2013, 52).

Çalışmada faydalanılan bir diğeryöntem ise Westerlund ve Edgerton (2007) tarafından geliştirilen panel eşbütünleşme testidir. Bu test yine Cusum testi gibi küçük örneklem için başarılı sonuçlar sunabilmektedir. Bununla birlikte McCoskey ve Kao (1998) tarafından geliştirilen Lagrange çarpanı yöntemine dayanan bu test yine Cusum testine benzerlik gösterir nitelikte içsellik sorununa çözüm üreten, değişen varyans ve otokorelasyonu dikkate alan bir yöntemdir. Westerlund ve Edgerton (2007) panel eşbütünleşme testinin özgün yanı bootstrap ve asimtotik değerleri sunmak suretiyle hem yatay kesit bağımlılığının olduğu hem de yatay kesit bağımlılığının olmadığı durumdaki eşbütünleşme bulguları sunmasıdır. Westerlund ve Edgerton (2007) bu yöntemde paneller arasındaki korelasyonu hesaba katmak suretiyle bootstrap simülasyonlarını kullanmaktadırlar. Öte yandan yatay kesit bağımlılığının olmadığı durumda ise asimtotik anlamlılık düzeyi dikkate alınarak yorum yapılmaktadır.

3. Ampirik Bulgular

Panel veri analizlerinde yatay kesit bağımlılığı ve homojenlik testleri önem teşkil etmektedir. Çünkü kullanılacak olan birim kök, eşbütünleşme ve nedensellik testinin seçiminde bu ön testlerden elde edilecek bulgular karar verici unsurdur. Bu bağlamda incelenen örneklem için yatay kesit bağımlılığına ilişkin test sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur. Pesaran ve diğerleri (2008) Düzeltilmiş CDLM testini ortaya atana değin grup ortalamaları sıfır olduğunda sağlıklı sonuçlar veren ancak bireysel ortalamaların sıfırdan farklı olduğu durumda verdiği sonuçlar güvenilir olmayan Breusch ve Pagan'ın (1980) CDLM testi kullanılıyordu. Pesaran ve diğerleri (2008) çalışmalarında varyans ve ortalamayı da test istatistiğine katarak bu eksikliği gidermişlerdir. Bu bağlamda çalışmada söz konusu yeni yatay kesit bağımlılığı test istatistiğini veren CDLM_{adj} testi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar Breusch ve Pagan'ın (1980) CDLM testine göre farklılık arz etmektedir. Breusch ve Pagan'ın (1980) testine göre her iki panelde de yatay kesit bağımlılığı varken, yeni yatay kesit bağımlılığı testi bu panellerde yatay kesit bağımlılığına rastlanmadığını göstermektedir.

Tablo 2: Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

	Nakdi Kar Payı Yüzdese	Hisse Senedi Getirisi
CDLM (1980)	71.31 (0.00***)	88.94 (0.00***)
Düzeltilmiş CDLM (2008)	-0.26 (0.61)	-1.027 (0.85)

Not: *** %1 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Panellerde yatay kesit bağımlılığının olmadığı böyle bir durumda birinci nesil panel birim kök ve eşbütünleşme testlerinin kullanılması uygun seçim olacaktır. Bu bağlamda yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan Im, Pesaran ve Shin (IPS) (2003) panel birim kök testi sonuçları Tablo 3'de sunulmuştur. Elde edilen bulgulara göre seviyelerinde birim köke sahip olan kar payı ve hisse getirisi panelleri birinci fark alma işlemi sonrasında durağanlaşmaktadırlar.

Tablo 3: IPS Panel Birim Kök Testi Sonuçları

	Nakdi Kar Payı Yüzdesi	Hisse Senedi Getirisi
Seviye	-1.23 (0.10)	-1.28 (0.10)
Birinci Fark	-3.85 (0.00***)	-3.94 (0.00***)

Not: *** %1 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Panellerin durağanlık seviyeleri incelendikten sonraki aşama ise bu paneller arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin araştırılması olacaktır. Her iki panelin de birinci farklarında durağan olduğu böyle bir durumda kullanılması uygun olan birinci nesil testlerden Pedroni (1999, 2004) ve Kao (1999) panel eşbütünleşme testlerine göre kar payı ve firma değeri uzun vadede birlikte hareket etmektedir. Elde edilen sonuçlar Tablo 4 ve Tablo 5’de görülmektedir.

Tablo 4: Pedroni Panel Eşbütünleşme Testi Sonuçları

	Test İstatistiği	Anlamlılık	Ağırlıklandırılmış Test İstatistiği	Anlamlılık
Panel v istatistiği	0.35	0.35	-1.81	0.96
Panel rho istatistiği	-3.25	0.00***	-2.17	0.02**
Panel PP istatistiği	-7.91	0.00***	-7.23	0.00***
Panel ADF istatistiği	-1.34	0.08*	-1.12	0.13
Grup rho istatistiği	-1.44	0.07*		
Grup PP istatistiği	-9.19	0.00***		
Grup ADF istatistiği	-1.30	0.09*		

Not: *** %1, ** %5 ve * %10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. Pedroni testinde Barlett Kernel metodu kullanılmış ve Bandwith genişliği Newey-West yöntemi ile belirlenmiştir.

Tablo 5: Kao Panel Eşbütünleşme Test Sonuçları

Test İstatistiği	Anlamlılık
-3.73	0.0001***

Not: *** %1 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Aralarında eşbütünleşme ilişkisine rastlanan bu paneller için eşbütünleşme katsayısının tahmini ise yine yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan DOLS ve FMOLS eşbütünleşme tahminçileri ile yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre katsayılar istatistiki olarak anlamlı görülmemektedir. Bu sonuçlara göre paneller arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin yönü hakkında bir yorum yapabilmek olanağı ortadan kalkmıştır. Söz konusu sonuçlar Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6: Eşbütünleşme Katsayı Tahmincisi Sonuçları

FMOLS	DOLS
-0.006 (0.90)	0.0216 (0.85)

Not: Parantez içindeki değerler anlamlılığı göstermektedir.

Yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan birinci nesil testlerden bir diğeri olan Panel Cusum (2005) eşbütünleşme testi sonuçları ise paneller arasında uzun vadede bir ilişkinin olmadığına işaret etmektedir. Zira Tablo 7'deki test istatistiğinin anlamlı olması H_0 hipotezinin reddini, alternatif hipotezine kabulünü işaret etmektedir ve bu test için sıfır hipotezi paneller arasında eşbütünleşme olduğunu, alternatif hipotez ise paneller arasında eşbütünleşme olmadığını göstermektedir. Panel Cusum testi (2005) Pedroni testine göre daha güvenilir bir testtir. Zira Cusum (2005) testi Pedroni testine göre küçük örneklerde daha başarılı sonuçlar elde edebilmektedir. Bununla birlikte Panel Cusum Testi (2005) paneli daha düşük boyut bozulmalarına uğratmaktadır.

Tablo 7: Panel CUSUM Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Test İstatistiği	Anlamlılık
4.24	0.00***

Not: *** %1 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Westerlund ve Edgerton (2007) tarafından geliştirilen panel eşbütünleşme testinin sonuçları da Cusum (2005) testi ile örtüşmektedir. Bu teste göre yatay kesit bağımlılığının olması durumunda bootstrap anlamlılık düzeyi, yatay kesit bağımlılığının olmaması durumunda ise asimtotik anlamlılık düzeyi dikkate alınmalıdır. Bu bağlamda Tablo 8'de sunulan test sonuçlarına bakıldığında asimtotik anlamlılık değeri paneller arasında eşbütünleşmenin olmadığı yönündeki alternatif hipotezi işaret etmektedir.

Tablo 8: Westerlund ve Edgerton Panel Bootstrap Eşbütünleşme Test Sonuçları

LM İstatistiği	9.03
Bootstrap Anlamlılık Düzeyi	0.491
Asimtotik Anlamlılık Düzeyi	0.00***

Not: *** %1 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Burada hem Panel Cusum (2005) hem de Westerlund ve Edgerton (2007) panel eşbütünleşme test istatistiklerinin anlamlı olmamasından dolayı bu paneller arasında eşbütünleşme katsayılarının tahmin edilmesine gerek duyulmamıştır.

Dört farklı eşbütünleşme testi ile yapılan analizlerin sonuçları istatistiki açıdan birbirinden farklı olmasına rağmen testlerin tamamı aynı bulguları işaret etmektedir. Zira Westerlund ve Edgerton (2007) ile Cusum (2005) testleri paneller arasında eşbütünleşme olmadığını gösterirken, Pesaran (1999, 2004) ve Kao (1999) testleri ise paneller arasında eşbütünleşme bulunmasına rağmen bu ilişkinin istatistiki olarak anlamlı olmadığını DOLS ve FMOLS eşbütünleşme katsayı tahmincileri ile kanıtlamıştır. Böyle bir durumda her dört

test için de kar payı dağıtımını ile firma değeri arasında istatistiki olarak anlamlı herhangi bir ilişkiye rastlamak mümkün değildir. Buna göre kar payı ve firma değeri arasında bir ilişki olmadığını iddia eden Modigliani ve Miller'ın kar payı ilintisizliği tezinin ve Müşteri Etkisi Teorisinin BİST Temettü 25 endeksi kapsamında ele alınan dokuz firma için geçerli olduğu savunulabilir. Ancak, bununla birlikte Türkiye piyasalarının etkin formda olmadığı literatürde yapılan birçok çalışma ile defalarca kanıtlandığından dolayı, bu firmalar için yalnızca Müşteri Etkisi Teorisinin geçerli olduğu yorumunu yapmak daha kabul edilebilir olacaktır. Zira MM kar payı ilintisizliği yaklaşımı piyasaların etkinliği varsayımı altında söz konusu olabilmektedir. Yalnızca kar payının firma değeri üzerinde etkiye sahip olmaması piyasaların yarı güçlü formda olduğuna işaret etmek için kendi başına yeterli olmayacaktır.

Sonuç ve Tartışma

Kar payı dağıtım politikası firma değerini etkileyen önemli faktörlerin başında gelmektedir. Bilinçli bir yatırımcı bir firmaya yatırım yaparken firmanın kar payı dağıtım geçmişini gözden geçirecektir. Bununla birlikte yarı güçlü formda etkin bir piyasada yatırımcılar hisse senedi bölünmesi, aracı kurum tavsiyesi ve kar payı dağıtımını gibi kamuya açıklanan haberlerden faydalanmak suretiyle normalin üzerinde getiri sağlayamamaktadırlar. Öte yandan literatürde dağıtılan kar payının firma değerini etkileyip etkilemeyeceği, etkileyecekse bu etkinin pozitif yönde mi yoksa negatif yönde mi olacağı konusunu açıklayan birçok teori mevcuttur.

Bu çalışmada BİST Temettü 25 Endeksi firmalarının nakdi kar payı dağıtımını ve firma değeri arasındaki ilişki panel eşbütünleşme testleri ve panel eşbütünleşme tahminçileri ile araştırılmıştır. 2001-2017 dönemine ait yıllık verilen kullanıldığı ve CDLM_{adj} test sonuçlarında yer alan bulgular sebebiyle yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan Pedroni (1999, 2004), Kao (1999), Cusum (2005) ve Westerlund-Edgerton (2007) panel eşbütünleşme testleri ve DOLS/FMOLS eşbütünleşme tahminçileri aracılığıyla yapılan analizlerin sonucunda kar payı ile firma değeri arasında istatistiki açıdan herhangi anlamlı bir bulguya rastlanmamıştır.

Bu durumda Türkiye piyasalarının zayıf formda etkinliği üzerine yapılan Özcan ve Yılcı (2009), Kapusuzoğlu (2013), Koyuncu ve Aslan (2017) gibi çalışmalar incelendiğinde Türkiye piyasalarında zayıf formda etkinliğin dahi geçerli olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde zayıf formda etkin olmayan bir piyasanın zaten yarı güçlü formda etkin olmayacağı ve bu sebeple Türkiye piyasaları için MM kar payı ilintisizliği yaklaşımının geçersiz olacağı söylenebilir. Çünkü her ne kadar MM kar payı ilintisizliği teorisini doğrulayacak şekilde kar payı ile firma değeri arasında bir ilişkiye rastlanmamış olsa dahi bu durum kendi başına MM kar payı teoreminin geçerliliği için yeterli değildir. MM kar payı teoreminin geçerli olması için kar payı ile firma değeri arasında bir ilişki olmamanın yanında piyasaların etkin olması gerekmektedir. Etkin piyasalar hipotezinin geçerliliği için verginin yokluğu, yatırımcıların homojen olması, düşük işlem maliyetlerinin ve finansal sıkıntı maliyetlerinin olmaması gibi birçok varsayımın sağlanması gerekmektedir. Bu sebepten dolayı Türkiye piyasalarının etkin olmaması MM kar payı ilintisizliği yaklaşımını geçersiz kılacaktır.

Böyle bir durumda kar payı ile firma değeri arasında herhangi bir ilişki olmadığını ifade eden iki yaklaşımdan sadece müşteri etkisi hipotezinin araştırma konusu BİST Temettü 25 Endeksi için geçerli olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Yani bu piyasalarda yatırımcıların tercihi önem arz etmektedir. Kar payı ile firma değeri arasında ilişki olmaması etkin piyasalardan dolayı değil, müşterilerin tercihlerinden kaynaklanmaktadır. Bazı yatırımcılar kar payını tercih ederken, bazı yatırımcılar sermaye kazancını tercih etmektedir. Bu durum sermaye kazancı ve kar paylarının farklı vergilendirilme oranlarından kaynaklanabilir. Yüksek gelir vergisi diliminde yer alan yatırımcılar sermaye kazancını tercih ederken, düşük vergi diliminde olan yatırımcılar kar payını tercih edecektir.

Sonuç olarak, kar payının dağıtımının firma değeri üzerindeki etkisinin ne yönde olduğu hususunda net bir bulguya rastlanmaması sebebiyle BİST Temettü 25 Endeksindeki firmalar için kar payı bilmecesinin devam ettiği kabul edilebilir. Söz konusu ampirik sonuçlar Aydoğan ve Muradoğlu (1998), Pekkaya (2006) ve İleri'nin (2016) bulguları ile örtüşmektedir. Bu çalışmayı özgün kılacak şekilde, literatürde kullanılan diğer yöntemlerden farklı olarak panel veri analizleri kullanılmasına rağmen araştırılan ilişkiye belirsizlik devam

etmektedir. Bu sebeple kar payı bilmecesinin devam ediyor olması söz konusu ilişkinin gizemini gelecek çalışmalara da taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Agyei, S. K., Yiadom, E. M. (2011). Dividend Policy and Bank Performance in Ghana. *International Journal of Economics and Finance*, 3(4), 202-207.
- Ajanthan, A. (2013). The Relationship between Dividend Payout and Firm Profitability: A Study of Selected Hotels and Restaurant Companies in Sri Lanka. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3(6), 1-6.
- Akbaş, Y., Şentürk, M. (2013). Mena Ülkelerinde Elektrik Tüketimi ile Ekonomik Büyüme Arasındaki Karşılıklı İlişkinin Analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 41, 45-67.
- Aksoy, E. E. (2017). *Finansal Yönetim*. Gazi Kitabevi, 1. Baskı.
- Aksöyek, İ., Yalçın, K. (2014). *Çözümlü Problemleriyle Finansal Yönetim*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2. Baskı.
- Amidu, M. (2007). How Does Dividend Policy Affect Performance of the Firm on Ghana Stock Exchange?. *Investment Management and Financial Innovations*, 4(2), 103-112.
- Aydoğan, K., Güney, A. (1997). Hisse Senedi Fiyatlarının Tahmininde F/K Oranı ve Temettü Verimi. *İMKB Dergisi*, 1(1), 83-96.
- Aydoğan, K., Muradoğlu, G. (1998) Do Markets Learn from Experience? Price Reaction to Stock Dividends in the Turkish Market. *Applied Financial Economics*, 8, 41-49.
- Batchelor, R., Orakçioğlu, I. (2003) Event-Related GARCH: The Impact of Stock Dividends in Turkey. *Applied Financial Economics*, 13(4), 295-307.
- Bayazıtlı, E., Kaderli, Y., Gürel, E. (2008). Kâr Payı Dağıtım Duyurularının Firmaların Hisse Senedi Getirilerine Etkisi: İMKB'ye Kayıtlı, Taş ve Toprağa Dayalı Sanayide Faaliyet Gösteren Bazı Firmalar Üzerinde Bir Olay Etüdü Çalışması. *Muhasebe ve Denetim Bakış Dergisi*, 8(26), 1-16.
- Breusch, T.S., Pagan, A.R. (1980). The Lagrange Multiplier Test and Its Applications to Model Specification Tests in Econometrics. *Review of Economic Studies*, 47, 239-53.
- Ceylan, A., Korkmaz, T. (2015). *İşletmelerde Finansal Yönetim*. Ekin Basım Yayın Dağıtım, 14. Baskı.
- Chen, Z., Cheung, Y. L., Stouraitis, A., Wong, A. S. (2005). Ownership Concentration, Firm Performance, and Dividend Policy in Hong Kong. *Pacific-Basin Finance Journal*, 13, 431-449.
- Çelik, Ş., Yenice, S., Onat, O. K. (2016). Temettü Ödemelerinin Belirleyicileri ve Firma Değeri: Kavramsal Bir Model ve Tahminlemesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(2), 115-146.
- Demir, Y. (2001). İşletmelerin Kar Payı Dağıtım Politikaları ve Firma Değerliliğinin Vergi Uygulamaları ile İlişkinine Teorik Bir Yaklaşım. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 55-71.
- Ertaş, F. C., Karaca, S. (2010). Kâr Dağıtımının İlânı ve Gerçekleşmesi Arasında Geçen Sürenin Firma Değerine Etkisi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 47, 58-68.
- Gordon, M. J. (1959). Dividends, Earnings and Stock Prices. *Review of Economics and Statistics*, 41, 99-105.
- Gordon, M. J. (1963). Optimal Investment and Financing Policy. *Journal of Finance*, 18, 264-272.
- Günalp, B., Kadioğlu, E., Kılıç, S. (2010). Nakit Temettü Bilgisinin Hisse Senedi Getirisi Üzerinde Önemli Bir Etkisi Olup Olmadığının İmkb'de Test Edilmesi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2), 47-69.
- Gürel, E., Bayazıtlı, E. (2017). Kar Payı Verimi ve Borsa İstanbul A.Ş. Üzerinde Bir Uygulama. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 122-133
- Gürsoy, C. T. (2011). *Finansal Yönetim İlkeleri*. Beta Basım Yayım, 2. Baskı

- Im, K.S., Pesaran, M.H., Shin, Y. (2003). Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels. *Journal of Econometrics*, 115, 53-74.
- İleri, F. Ş. (2016). Nakit Kar Payı Ödemesinin Firma Değeri Üzerine Etkisi: Türkiye’de Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Kar, A., Özer, Ö., Şantaş, F., Budak, F. (2012). Kar Dağıtımının Hisse Senedi Değeriyle İlişkisi: Spor Hizmetleri Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 4(1), 1-9.
- Karaca, S. (2007). Şirketlerin Kar Dağıtım Politikası ve Kar Payı Ödeme Şekillerinin Firma Değerine Etkisinin Analizi ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda Bir İnceleme. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Kaderli, Y., Başkaya, H. (2014). Halka Açık Firmalarda Kâr Payı Dağıtım Duyurularının Hisse Senedi Fiyatlarına Etkisinin Ölçülmesi: Borsa İstanbul’da Bir Uygulama. *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 49-64.
- Kao, C. (1999). Spurious Regression and Residual-based Tests for Cointegration in Panel Data. *Journal of Econometrics*, 25, 54-77.
- Kapusuzoğlu, A. (2013). Testing Weak Form Market Efficiency on the Istanbul Stock Exchange (ISE). *International Journal of Business Management and Economic Research*, 4(2), 700-705.
- Koyuncu, T., Aslan, A. (2017). Efficient Market Hypothesis and an Application on Developed Stock Markets: Panel Data Analysis. *Kapadokya Akademik Bakış - Cappadocia Academic Review*, 1(1), 17-30.
- Lintner, J. (1962). Dividends, Earnings, Leverage, Stock Prices and Supply of Capital to Corporations. *the Review of Economics and Statistics*, 64, 243-269.
- Manjunatha, K. (2013). Impact of Debt-Equity and Dividend Payout Ratio on the Value of the Firm. *Global Journal of Commerce & Management Perspective*, 2(2), 18-27.
- Mazgit, İ. (2013). Endeks Kapsamında Olmanın Hisse Senedi Getirilerine Etkisi: BİST Temettü 25 Endeksi Üzerine Bir Uygulama. *Sosyoekonomi*, 2, 226-264.
- McCoskey, S., Kao, C. (1998). A Residual-based Test of the Null of Cointegration in Panel Data. *Econometric Reviews*, 17(1), 57-84.
- Miller M. H., Modigliani F. (1961). Dividend Policy, Growth, and the Valuation of Shares. *the Journal of Business*, 34(4), 411-433.
- Murekefe, T. M., Ouma, O. P. (2012). The Relationship between Dividend Payout and Firm Performance: A Study of Listed Companies in Kenya. *European Scientific Journal*, 8(9), 199-215.
- Özcan, B., Yılandı, V. (2009). Türk Hisse Senedi Piyasasının Zayıf Formda Etkinliğinin Testi. *İktisat, İşletme ve Finans*, 24, 100-115.
- Pedroni, P. (1999). Critical Values for Cointegration Tests in Heterogeneous Panels with Multiple Regressors. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 61, 653-670.
- Pedroni, P. (2004). Panel Cointegration: Asymptotic and Finite Sample Properties of Pooled Time Series Tests with an Application to the PPP Hypothesis. *Econometric Theory*, 20, 597-625.
- Pekkaya, M. (2006). Kar Payı Dağıtımının Şirket Değeri Üzerine Etkisi: İMKB 30 Endeks Hisselerine Bir Analiz. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 183-209.
- Pesaran, H. M., Ullah, A., Yamagata T. (2008). A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence. *Econometrics Journal*, 11, 105-127.
- Rodoplu, İ. (2008). The Effects of Dividend Policy on Returns in Different Market Trends: Evidence from Istanbul Stock Exchange. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Sandıkçı, M. (2014). İşletmelerde Kar Payı Dağıtım Politikaları ve Finansal Performans Üzerine Etkileri: Borsa İstanbul’da Ampirik Bir Çalışma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Saraç, M. (2012). *Finansal Yönetim*. Sakarya Kitabevi, 1. Baskı.
- Sayılgan, G. (2017). *Soru ve Yanıtlarıyla İşletme Finansmanı*. Siyasal Kitabevi, 7. Baskı.

Ünlü, U., Bayrakdarođlu, A., Ege, İ. (2009). Hisse Senedi Endeks Getirileri ve Temettü Verimi: İMKB 100 ve S&P 500 Endeksleri Üzerine Bir Uygulama. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 143-158.

Westerlund, J. (2005). A Panel CUSUM Test of the Null of Cointegration. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 67(2), 231-262.

Westerlund, J., Edgerton, D. L. (2007). A Panel Bootstrap Cointegration Test. *Economics Letters*, 97, 185-190.

www.isyatirim.com.tr

www.ukfinance.yahoo.com

SOSYAL POLİTİKA AÇISINDAN VERGİ ADALETİ: KURAMSAL BİR TARTIŞMA

Tarkan PERAN

Öğr. Gör., Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Maliye Programı
peran@klu.edu.tr

İskender GÜMÜŞ

Yrd. Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, İİBF, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü,
iskender.gumus@klu.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışmada, tarafsız devlet anlayışından sosyal devlet anlayışına geçişle beraber meydana gelen değişimlerin bir sonucu olarak ifade edilen müdahaleci devlet anlayışı bağlamında vergi politikaları sosyal adalet çerçevesinde incelenecektir.

Yöntem: Çalışmada, ilgili literatürün eleştirel değerlendirmesi yapılmıştır.

Bulgular: Bu doğrultuda, vergi politikaları yoluyla tüm sosyal sınıflar üzerindeki vergi yükünün adil bir şekilde dağıtılabilmesi için çeşitli politikalar önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: Sosyal politika, vergi adaleti, vergileme.

TAX JUSTICE AS A MATTER OF SOCIAL POLICY: A THEORETICAL DEBATE

Abstract

Purpose: This study will handle the state's tax policies in accordance with social justice, considering the state's interventionist function redefined as a result of developments and changes in the understanding of state.

Method: In the study, relevant literature has been critically evaluated.

Findings: To this end, various policies are suggested for fair distribution of tax burden over all social classes using the tax policies.

Keywords: Social policy, tax justice, taxation.

Giriş

1929 dünya ekonomik krizinden sonra tarafsız devlet anlayışının yerini müdahaleci devlet anlayışına bırakmasıyla birlikte devlet anlayışındaki değişme ve gelişmeler sosyal politika uygulamalarının kapsamında hem kişi ve hem de konu açısından genişlemeyi beraberinde getirmiştir. Sosyal politika uygulamalarının ilk ortaya çıktığı sanayi devrimi sonrası dönemde önceleri sadece işçiler sosyal politikanın ilgi alanında iken daha sonra bağımlı çalışanların yanı sıra işsizlerle, küçük esnaf, topraksız köylüler gibi yeterli bir gelire ve yaşam şartlarına sahip olamayan sosyal sınıflar yani iktisadi ve sosyal açıdan güçsüz olanlar da kapsam içine alınmıştır. Özellikle refah devletinin altın çağına yaşandığı İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde, cömert kamu harcamaları yoluyla çocuklardan yaşlılara, engellilerden göçmenlere, gençlerden kadınlara kadar pek çok dezavantajlı grup sosyal politikanın ilgi alanına girmiştir. Böylece günümüzde sosyal politika, sosyal yardımlardan eğitime, aile ve çocuk yardımlarından vatandaşlık gelirine, işsizlik yardımlarından istihdam politikalarına kadar geniş kapsamda uygulama alanına sahip olmuştur.

Sosyal politikanın kapsamının genişlemesi ve refah sağlayıcı birim olarak devletin müdahaleci rolünün artması sosyal politika uygulamalarının finansman sorununu doğurmuştur. Kamusal hizmetleri sağlamak devletin temel görevleri arasında ve hatta zorunlu sayıldığından, buna ilişkin kamusal finansman kaynağının oluşturulması oldukça önemli bir hale gelmiştir. Devletlerin kamusal hizmetlerin sağlanmasında en önemli finansman kaynağını ise vergiler oluşturmuştur.

Sosyal politikaya ilişkin literatür incelendiğinde gerek kapsam ve gerekse de uygulamaya yönelik yürütülen tartışmalarda vergilemenin yer almaması ya da kısmen değinilerek ele alınması bir eksiklik olarak görülebilir. Oysa, kamusal hizmetlerin finansmanının temelini oluşturduğundan sosyal politika açısından vazgeçilemez bir meseledir. Kamusal hizmetlerin sağlanmasında önemli bir finansman kaynağı olmasının yanında, gelirin yeniden dağılımı hususunda da vergileme önemli bir politika aracı olarak kullanılmaktadır. Özellikle tarafsız devletten müdahaleci devlete geçiş ile birlikte bireylerin ve toplumun devletten olan beklentilerinin günden güne artması ekonomik mahiyette olan vergilemenin önemini de artırmaktadır. Diğer taraftan da zorunlu olan vergilerin kaynağını oluşturan toplum ve bu toplumun bir parçası olan bireylerle devlet arasındaki ilişkinin sağlıklı yürütülebilmesi anayasada yer alan, devlete vergilendirme yetkisini kullanımında sınırlama getiren, adil ve verimli bir vergi sisteminde bulunması gereken özellikler olarak da ifade edilebilen vergileme ilkeleri ile mümkün olmaktadır.

Dünyanın ilk anayasal belgesi sayılan Magna Carta ile Türk anayasa tarihinin ilk anayasal belgesi sayılan Sened-i İttifak'ın ortak noktalarından biri vergide keyfilik önüne geçmek ve vergi salma erkinin kimler arasında paylaşıldığını düzenlemektir. İngiltere'de ilk olarak vergileme yetkisine sınırlama getiren anayasal belge 1628 tarihli Haklar Dilekçesi (Petition Of Rights) olurken bu belge daha sonra 1689 tarihli İngiliz İnsan Hakları Bildirgesi (Bill Of Rights) ile tarihi süreçte İngiliz hukuku ve vergi yasaları bu belgelerde yer alan ilkeler dikkate alınarak oluşturulmuştur. ABD bağımsızlık savaşı zamanında 1776 yılında Virginia İnsan Hakları Bildirgesi ve arkasından gelen 1791 tarihinde ABD Anayasasına vergileme ilkeleri eklenirken 1789 Fransız Devrimi sonucunda oluşturulan Fransız İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesinde de vergi yükünün adaletli dağıtılması ile ilgili vergileme ilkeleri karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde Fransa, İtalya, İspanya, İsviçre, Macaristan, Portekiz, Yunanistan, Şili ve Türkiye anayasal olarak vergilemede adalet ilkesi ile beraber mali güce göre vergi alınmasını belirlerken, Almanya, ABD, Avustralya, Avusturya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Güney Kore, Hollanda, İrlanda, İsveç, Japonya, Kanada, Slovenya, Meksika ve Polonya ise anayasalarında genel eşitlik, sosyal refah devleti ve adil gelir dağılımı ilkelerine veya bunlardan en az birine yer veren ülkelerdir (Gök vd.,2013: 279).

Yine, 1982 tarihli Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının 73'üncü maddesinin 2'nci fıkrası "Vergi yükünün adaletli ve dengeli dağılımı, maliye politikasının sosyal amacıdır" şeklinde düzenlenmiştir. Bundan dolayı, ülkelerin ekonomik sisteminde vergi adaletini sağlamaya yönelik düzenlemelerin yapılması refah ve gelir eşitsizliğinin önlenmesi açısından olduğu kadar bireysel özgürlüklerin sağlanması açısından da önem arz etmektedir.

Bir ülkenin sosyal adaleti ahlaki bir zorunluluk olarak benimsemesinde, iktisadi kalkınmayı teşvik etmesinde ve hatta siyasi bir mesele olarak demokrasinin tesisinde yeniden dağılımın önemli bir yeri vardır. Sadece eşitlik ya da refah perspektifinden bakıldığında bile yeniden dağılım noktasında vergilemenin sosyal politikanın ayrılmaz bir parçası olduğu görülebilir. Vergi politikaları oluşturulurken sosyal politika üzerinde olumsuz sonuçlar doğurabilecek uygulamalardan kaçınılması ve ayrıca gelir eşitsizliklerini azaltmak için yapılacak reformlarda da iktisadi kalkınma ve istihdam üzerindeki muhtemel etkileri de hesaba katılmalıdır.

Bu doğrultuda, vergilemenin sosyal politikanın amacıyla uyumlu oluşturulabilmesi ve sosyal adaletin sağlanabilmesi için vergilemede adalet ilkesi öne çıkan bir husus olacaktır. Vergilerin kimlerden ve ne kadar alınacağı ile ölçüsünün ne olacağı vergilemede adalet ilkesi ile ilgilidir. Vergilemede genellik ilkesi gereği

kamu hizmetlerinin finansmanında bir ayırım yapılmaksızın herkesin ödeme gücüne göre kamu harcamalarının finansmanına katılmasının yanı sıra sosyal adalet açısından adil vergi katkısının nasıl sağlanacağı adalet ilkesi ile gerçekleştirilmelidir.

Bu çalışmada, devlet anlayışında gelişme ve değişmelerin bir sonucu olarak devletin müdahaleci işlevi bağlamında vergi politikaları sosyal adalet çerçevesinde incelenecektir. Öncelikle, vergi adaleti ile ilgili kuramsal tartışmalara yer verilmiş, ardından vergi adaletinin sağlanmasına ilişkin ortaya konulan yaklaşımlar ele alınmıştır. Son olarak da sosyal politika açısından vergi adaleti kuramsal çerçevede incelenerek sosyal sınıflar üzerindeki vergi yükünün adil bir şekilde dağıtılabilmesi için çeşitli politikalar önerilmektedir.

1. Vergi Adaleti: Kavramsal Çerçeve ve Kuramsal Tartışmalar

Vergi yükünün toplum ve bireyler tarafından kabul edilebilir bir şekilde dağılımı ve uygunluğu vergi adaleti olarak ifade edilebilir (Gök vd.,2013: 270). İnsanoğlunun toplu halde yaşamının bir sonucu olarak ortaya çıkan vergilerle ilgili geçmişten günümüze gelen en önemli tartışmaların başında adaletli bir vergi sisteminin zorunluluğu gelmektedir. Adil bir vergi sisteminin en önemli unsuru olarak, verginin zorla alınması özelliğini yumuşatan bir durum olarak da ifade edilen ve devletin kamu hizmetlerini gerçekleştirmek üzere alınacak vergilerin toplumu oluşturan bireyler arasında adil, eşit ve uygun bir şekilde dağıtılması önem arz eder. Kamu harcamalarının finansmanı olan vergilerin aynı zamanda ekonomik ve sosyal fonksiyonlarını da yerine getirebilmesi amacıyla kimlerden ne kadar hangi mali ve insani kriterlere göre alınacağı soruları vergileme ilkelerine ve özellikle vergide adalet ilkesine dikkatleri çekmiştir. (Edizdoğan, 2007: 229-230)

Vergi yükünün bu yüke katılanlar arasında adil bir şekilde paylaşılması vergi adaleti olarak kabul edilirken, bu yaklaşıma göre vergi adaleti geniş anlamda “Vergide Eşitlik” ilkesi ile ifade edilen aynı durumda olan herkesten eşit alınmasıdır. Dar anlamda ise, farklı mali gücü sahip olanlardan farklı şekilde yani mali gücü yüksek olandan yüksek mali gücü düşük olandan düşük vergi alınması ise “Mali Güce Göre Vergi Alınması” ilkesi ile ifade edilmektedir (Şenyüz vd, 2015: 20-21).

İlk tahlilde birbiriyle çelişir gibi görünen ama son tahlilde birbirini tamamlayan bu iki ilke aslında Anayasa'nın “Eşitlik” başlıklı 10'uncu maddesi bağlamında mutlak eşitlik ve nispi eşitlik kavramlarının vergi politikasına yansımış halinden başka bir şey değildir (Gözler, 2000: 182-183). Zira anayasal eşitlik ilkesine göre de eşitlik, her durumda herkese tıpa tıp aynı muamele etmek anlamına gelmemektedir. Yaşlıların, gazilerin, şehit ailelerinin, yoksulların ve buna benzer özel durumda olanlara devletin ayrıcalıklı muamele etmesi anayasal eşitlik ilkesine aykırı değildir. Tam aksine, Anayasa'nın 10'uncu maddesinin ikinci ve üçüncü fıkrasında bu tür toplumsal sınıflara farklı muamele edilmesinin bizatihi eşitlik gereği olduğu hüküm altına alınmıştır. Buna nispi eşitlik adı verilmektedir. Aynı statüde olan kişiler arasında ayrımcılık yapılmaması ise mutlak eşitlik ilkesidir ve vergi hukukunda aynı geliri elde eden iki yükümlü arasında ayırım yapılmaması bunun vergi hukukundaki yansımasıdır.

İşte vergi adaleti denildiği zaman bu ikisinin birbiriyle bağdaştırılır şekilde uygulanmasını ve bunu yaparken devletin hakkaniyet ve nısfeti gözetmesini, bir başka ifadeyle “insafı” olması anlaşılmaktadır.

“Vergide Eşitlik” ilkesi ile “Mali Güce Göre Vergi Alma” ilkesini kavramsallaştıran bazı kaynaklar “Vergide Adalet” ilkesini bu ikisinin de dışında, hakkaniyet ve nısfet çerçevesinde vergi salınması anlamında ele alarak dar bir anlam vermektedir (Şenyüz vd., 2015: 21). Kuşkusuz bu yaklaşım kavramların birbirinde ayrılması açısından olumludur fakat “adalet” kavramını hakkaniyet ve nısfetle sınırlanamayacak kadar geniş bir kavramdır.

Aristo'dan beri kabul edilegelen adalet kavramının üç işlevi vardır: Denkleştirici Adalet, Dağıtıcı Adalet ve Hakkaniyet (Aristoteles, 1997: 90-93). Denkleştirici adalet dünyadaki nimetleri paylaşmada herkesin eşit hakkı olmasını, fırsat eşitliğinin korunmasını öngören adalet yaklaşımıdır ve objektif adalet ile paraleldir. Çünkü statü farkı gözetmeden herkese aynı muamele edilmesini esas almaktadır.

Dağıtıcı adalet ise doğuştan dezavantajlı, savunmasız durumda olan kimselerin yani engellilerin, yaşlıların, kadınların, çocukların ve diğer bazı bireylerin özel durumunu öngörerek onların suçu olmayan bu durumları nedeniyle başkaları karşısında dezavantajlı hale getirmemeye dikkat ederek hak paylaşılmasını öngören adalet yaklaşımıdır (Fleischacker, 2004: 1-16). Görüldüğü üzere tıpkı sübjektif eşitlik anlayışının objektif eşitlik anlayışını tamamladığı gibi dağıtıcı adalet anlayışı da denkleştirici adalet anlayışını tamamlamaktadır.

Vergide denkleştirici adaleti, vergide eşitlik ilkesiyle, mali güce göre vergi alınması ilkesini ise dağıtıcı adaletle ifade etmek mümkündür (Şenyüz vd, 2015: 21). Adaletin üçüncü unsuru olan hakkaniyet ise somut durumlara özel çözümler üretmeye açık olunmasını ifade etmektedir ki aslında vergi mevzuatlarındaki çeşitli terkin sebepleri ve vergi affı, faiz affı gibi uygulamalar bu yaklaşımın uygulanmasına imkan tanımaktadır.

Tüm bu kavramsal benzerlikler ve kesişen kapsamalar ışığında adalet kavramının hakkaniyete ve nisfete indirgenemeyeceği gibi vergide adalet kavramının da sadece insafli vergi salınmasına indirgenemeyeceği söylenebilir. Vergide adalet aynı anda hem vergide eşitliği hem mali güce göre vergi alınmasını ve hem de somut olay adaletini gözeten geniş bir ilkedir. Bu çalışmada da bu ilkeyi geniş anlamıyla ele alınmaktadır.

2. Vergi Adaletinin Sağlanmasına İlişkin Yaklaşımlar

Vergi adaletinin sağlanmasına yönelik geçmişten günümüze kadar birçok görüş ileri sürülmüştür. Adaletli bir vergi sisteminin oluşturulması amacıyla ileri sürülen bu görüşlerden Fayda (yarar) Yaklaşımı ve Ödeme Gücü Yaklaşımı ön plana çıkmıştır (Yereli ve Ata, 2011: 24).

Her ne kadar geçmiş dönemlerde de ileri sürülen bu görüş Klasik iktisat görüşünün kurucusu olarak ifade edilen Adam Smith'in Milletlerin Zenginliği adlı ünlü eserinin beşinci bölümünde "adalet giderleri üzerine" başlığında, tam kamusal mal ve hizmetlere en güzel örnek teşkil eden adalet hizmetlerinin yargı tarafından ödenen harç benzerleri ile karşılanmasının aksine devletin hazinesine ödenecek bir vergi ile karşılanmasının bu hizmetlerde meydana gelebilecek adaletsizlikleri önleyebileceği ve adalet hizmetinin finansmanına bu hizmetten yararlananların yararlanma ölçüsüne göre vergi ödemesi gerektiğini ifade etmektedir (Durmuş, 2013).

Bu ilkeye göre vergilemede adaletin sağlanabilmesi için, kamu hizmetlerinden faydalanma ile ödenen vergi arasında bir bağlantının kurulması gerekir. Aksi takdirde, bir kesimin faydalandığı hizmetlerin bedelini başka bir kesim ödeyecektir. Bu durumda da vergilemede mali sömürü meydana gelecektir. Diğer yandan bedeli ödenmediği halde kamu hizmetlerinden fayda elde edenler de mali rant elde edeceklerdir. Fayda ilkesinin, özellikle tam kamusal mal ve hizmetlerin faydasının bölünememesi gibi özelliklerinden dolayı, tam olarak uygulanması da mümkün değildir. Buna rağmen bazı harç ve vergilerde devletin sunduğu hizmet ile vergiler arasında bir karşılık ender de olsa kurulabilir (Kirmanoğlu, 2009: 262). Fayda ilkesi, her ne kadar kaynakların etkin bir şekilde dağılımındaki etkinliğe katkı sağlamakla birlikte adaletli bir gelir dağılımının sağlanmasına ters gelmektedir (Edizdoğan, 2009: 232).

Öte yandan, "fayda" ölçülmesi mümkün olmayan bir kavram olarak karşımıza çıkmakta ve bu özelliği nedeniyle fayda yaklaşımının sosyal adalete ters olduğu da söylenebilir. Bu görüşe göre herkesin kamu hizmetlerinden yararlanmaları özel ekonomide üretilen mal ve hizmetlerde olduğu gibi yararlanma ölçülerine göre bunların maliyetlerine katılma zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Halbuki devletin sunduğu kamusal mal ve hizmetlere en çok sosyal politikanın ilgi alanına giren ve bu hizmetlerin maliyetine katılmayacak kesimler yani yoksullar, muhtaçlar ve çalışanlar girmektedir. Bu kişiler bu durumda en fazla ihtiyaç sahibi oldukları halde vergi ödeyemeyecekleri için kamu hizmetlerinden yararlanamamaları durumu sosyal adalet kavramı ile çelişmektedir (Durmuş, 2013).

Fayda ilkesinin özelliklerine göre verginin haklılığının açıklanması günümüzde yetersiz kaldığından dolayı en geçerli vergileme ilkesi olarak kamu hizmetlerinden yararlanma durumuna bakılmaksızın kişilerin ödeme gücüne uygun bir şekilde belirlenmesini öngören verginin ödeme gücüne göre alınmasıdır (Turhan, 1998: 216). Vergilemede adaletin sağlanmasına ilişkin olarak, ödeme gücü ilkesi savunulmaktadır. Fayda ilkesi kamu ekonomisinin etkinlik koşullarına uygun bir biçimde ele alınırken, ödeme gücü ilkesine göre vergi alınması vergilemede adaletin gerçekleşmesinin en önemli bir göstergesi olarak kabul edilmiştir. Geçmişte vergilemede adaletin artan oranlı vergi tarifesiyle sağlanabileceği anlayışı önemliyken, günümüzde ise, ödeme gücü ilkesinin özveride eşitliği sağlayacak biçimde uygulanması gerektiği önem kazanmıştır (Şener, 2006: 218).

Ödeme gücü ilkesine göre vergi alınması anlayışı 1960 yıllarda Musgrave gibi Keynesyen ekonomistler için yeniden bölüşüm ve gelir dağılımı politikalarının temellerini oluşturmuştur. Yüksek gelir elde eden ödeme gücü yüksek olan üst gelir gruplarından artan oranlı vergi tarifeleri uygulanarak alınan vergilerle elde edilen kamu bütçesinden yoksullara ve düşük gelir gruplarına yönelik sosyal güvenlik, işsizlik ödemeleri gibi doğrudan yapılan sosyal transfer harcamaları ve eğitim, sağlık, konut gibi ücretsiz sunulan bir takım dolaylı sosyal transfer harcamaları yapılarak söz konusu kesimin desteklenerek adil olmayan gelir bölüşümünün iyileştirebileceğini savunmuşlardır. Sosyal devlet anlayışı çerçevesinde Avrupa'da hayata geçirilen bu ilke Türkiye'de de Anayasal vergileme ilkeleri arasına girmiştir (Durmuş, 2013).

Vergi uygulamaları bakımından incelendiğinde herkesten eşit olarak vergi alınması adil bir vergi sistemine işaret etmemektedir. Yatay eşitlik ve dikey eşitlik açısından bakıldığında yatay eşitlik kanun önünde herkese eşit davranılmasını ifade ederken dikey eşitlik ise sosyal refah devletinin bir gereği olarak farklı gelir gruplarından farklı oranlarda vergi alınmasını gerektirmektedir. Yatay vergi eşitliği anayasalarda var olan verginin genellik ilkesinin bir gereği olarak herkesin kamu harcamalarının finansmanına katılmak zorunda

olması ile alakalı iken dikey eşitlik ise mali güce göre vergi alınmasının sosyal devletin gereği olduğunu göstermektedir. Vergi konusunda yapılması gereken vergi düzenlemeleri neticesinde toplumun en dezavantajlı kesimlerinin en üst düzeyde fayda sağlamaları sosyal devlette dikey eşitlik ve adalet için önem arz etmektedir. Ödeme gücünün en önemli göstergeleri gelir ve servetin yanı sıra harcamalar da günümüzde ödeme gücünün bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Gök vd., 2013: 271).

3. Sosyal Politika Açısından Vergi Adaleti

Devlet maliye politikası yoluyla gelirin yeniden dağıtılmasında, en etkili sosyal politika aracına sahip bulunmaktadır. Burada devlet, sosyal gruplardan farklı düzeylerde vergi toplayarak ve kimi gruplara farklı düzeylerde transfer gelirleri aktararak gelirin yeniden dağılımını sağlamaktadır. Yani, varlıklı kesimleri daha fazla vergilendirerek ve kamu harcamalarından yoksul kesimlerin ve dezavantajlıların daha çok faydalanmalarını sağlayarak, toplumdaki gelir eşitsizliklerini gidermeye yönelmektedir (Güven, 2013: 103-104). Böylece devletin, sosyal sorunlara müdahalesinin artması bir yandan sosyal politika uygulamalarının gelişmesine ve genişlemesine yol açarken diğer yandan koruyucu hukuki düzenlemeleri de arttırmıştır (Yorgun, 2013: 361).

Sosyal politika uygulamaları olarak eğitim, sağlık, konut vb hizmetlerin faydaları sadece bireysel anlamda değil toplumsal faydaları açısından da ele alındığında bu tür hizmetlerin finansmanında vergiler önemli bir rol oynamakta ve sosyal politikanın ortaya çıkan maliyetleri de ödeme gücü ilkesinin gereği olarak finansmanı toplumu oluşturan bireyler tarafından paylaşılmaktadır. Sosyal politika ile vergileme arasındaki diğer bir ilişki ise vergi politikalarının sosyal politikanın amaçlarına uygun bir şekilde vergi sisteminin sosyal politika aracı olarak düzenlenmesidir. Vergi sistemini oluşturan vergilerin seçimiyle beraber vergi mükelleflerinin ekonomik durumlarının yanı sıra kişisel ve ailevi durumlarının da vergilemede dikkate alınması, ayırma teorisinin gereği olarak emek gelirinin sermaye gelirlerine göre korunması, asgari geçim indirimlerinin sağlanması, dikey adaletin bir gereği olarak yüksek gelir elde edenlerden yüksek oranlı vergiler alınması vergilerin sosyal politika açısından uygun olup olmadığı ile ilgilidir. Dolayısıyla, devletin kamusal hizmetleri finanse etmek için emek ve sermaye gelirlerinden hangi oranda vergi aldığı, sunmuş olduğu kamusal hizmetlere ilişkin vergi seçimi ve oranları sosyal politika açısından vergi adaletinin sağlanmasında önemlidir (Karabacak, 2012: 227).

3.1. Vergilemenin Sosyal Politikayı Etkileme Araçları: Dolaylı ve Dolaysız Vergi Ayrımı

Sosyal politika aracı olarak vergilerin üstlenmiş olduğu fonksiyonların yerine getirilmesi açısından vergileri dolaylı vergiler ve dolaysız vergiler açısından bir sınıflandırma yapmak yerinde olacaktır.

Dolaylı ve dolaysız vergi ayrımı, uygulamada halen önemli ölçüde gerekli bir ayırım türüdür. Ancak bu ayırım, kesin kabul kısıtlara göre yapılmamaktadır. Genellikle konusu gelir ve servet unsuru olan vergiler dolaysız vergi sayılırken, mal ve hizmetlerde bir kısım ekonomik ve hukuki muameleler üzerinden alınan vergiler dolaylı vergi olarak nitelendirilmektedir. Vergilerin dolaylı ve dolaysız olarak ayrımı, vergilemede adaletin sağlanması bakımından üzerinde önemle durulan bir konudur (Pehlivan, 2013: 120).

Dolaysız vergiler vergi mükelleflerinin kişisel özelliklerini de dikkate alabildiklerinden dolayı örneğin gelir vergisinde olduğu gibi subjektif karaktere sahip olması nedeniyle ödeme gücünü dolaylı vergilere göre daha fazla dikkate almaktadır. Oysa dolaylı vergiler ödeme gücüne bakılmaksızın verginin muhatabının kim olacağı belli değildir (Akdoğan, 2011: 297). Maliyecilere göre, dolaysız vergiler, yükümlünün mali gücünü doğrudan doğruya, araya herhangi bir şey girmeksizin vergilendirdiklerinden daha adildirler. Bu bakımdan dolaysız vergilerde mükelleflerin ödeme gücü tespit edilmesi mümkündür. Dolaysız vergilerde; kişisel ve aileye ait yükler için çeşitli indirimler, gelir ve servet arttıkça artan oranlı tarifeler ve gelirin niteliğine ve kaynağına göre farklı vergilendirme yani ayırım ilkesi uygulanabilir. Buna karşılık, dolaylı vergiler anonimdir. Bu vergilerde kesin olarak bilinen kimse, aracı yükümlüdür. En son vergilendirilmek istenen kimse, ismen belli değildir (Edizdoğan vd., 2011: 288).

Bu açılardan harcama vergileri çok kısa bir şekilde değerlendirildiğinde, harcama vergilerinin, adil olmayan dolaylı vergiler içinde yer aldığı ve yine vergi ödeme gücünü dikkate almayan objektif vergi sınıflaması içine girdiğini söylemek mümkündür (Mutluer vd., 2010: 250). Bir ülkenin vergi sistemi, kendisine omurga olarak dolaysız vergileri seçtiği takdirde, gelir dağılımı üzerinde olumsuz etki yaratmadığı gibi, tam tersine bu vergilerle yapılan bütçe harcamaları yoluyla gelir dağılımının düzeltilmesinde olumlu katkıda bulunabilmektedir (Erol, 2009: 185).

Dolaylı vergilerde uygulanan vergi oranları kişinin geliri arttıkça tersine artan bir oran şekline dönüşmekte böylece kişinin vergi yükü gizli bir şekilde azalmakta ve gelir seviyesi düşük olanlarda bu vergilerin yükü daha fazla olmakta bu durum ise vergi adaleti açısından ve sosyal politika açısından sorunlar arz etmektedir.

Adaletli olarak ifade edilen, mükelleflerin kişisel ve ailevi durumlarını da dikkate alan gelir üzerinden alınan vergiler sosyal politika açısından verimli olabilmesi için toplam vergi gelirleri içerisindeki payının yüksekliği ile ilişkilidir.

3.2. Yoksullukla Mücadele Aracı Olarak Vergileme

Yoksullukla mücadele aracı olarak vergiler ele alındığında yine dolaysız vergiler ve özellikle gelir üzerinden alınan vergiler taşınmış oldukları özellikler dolayısıyla öne çıkmaktadır. Kurumlar vergisi de gelir üzerinden alınan bir vergi olmakla beraber gelir vergisinin aksine objektif karakterli bir vergi iken gelir vergisinin subjektif karakterli olması, mükellefin ve bakmakla yükümlü olduğu aile bireylerine yönelik engelli indirim, çocuk sayısı, eğitim ve öğretim gibi birtakım indirim, istisna ve muafiyetlerin var olması gelir vergisini yoksullukla mücadele açısından önemli bir vergi olarak ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca yoksul kesimlere aktarılan doğrudan ve dolaylı yardımların yanı sıra uygulanan politikaların finansmanı artan oranlı bir yapıya sahip olan gelir vergisi ile sağlanması söz konusudur (Aydın ve Türgay, 2011).

Ancak artan oranlı vergi her ne kadar nüfusun geneli için sabit bir ortalama orana yakın seviyelerde olsa da gelir veya servet üzerinden alınan vergi oranlarının giderek artması veya düşmesi eşitsizliğin artmasına yol açacaktır. Yine son zamanlarda küreselleşme ile sermayenin serbest dolaşımı vergi rekabeti açısından sermaye gelirlerinin vergiden muaf tutulmasına yol açarak emek gelirleri üzerindeki vergi yükünün de dolaylı olarak artmasına yol açtığı ileri sürülebilir. Emek gelirleri üzerindeki vergi yükünün artmasının aksine faiz, kar payı gelirleri gibi finansal kazançlar üzerinden alınan vergilerin azalmasına ve yüksek gelirlerin üzerine düşen vergilerin de azalmasına yol açmakta ve gelecekte servet eşitsizliklerinin de ortaya çıkmasına yol açacaktır (Piketty, 2014: 536-537).

Emek gelirleri üzerine yüklenen gelir vergisi işsizliğin artması ve sonucunda emek maliyetlerinin de artması ile vergi geliri açısından belirli bir sınıra geldiği ileri sürülmektedir. Emek gelirleri üzerindeki vergi yükünün artması ücretlerin düşmesine ve işsizliğe yol açarak yoksulluğu artırırken devletin de sosyal harcamaları artırmaya yol açacaktır. Buna rağmen ücret gelirleri dolaysız vergilerin önemli bir bölümünü üstlenirken dolaysız vergilerin toplam vergi gelirleri içindeki payının azalması sistemdeki sorunu da göstermektedir (Karabacak, 2012: 233-234).

Düz oranlı tarife yapısına sahip olan ve objektif nitelikli kurumlar vergisi gelir vergisinden farklı olarak kurumların gerçek kişilere göre düşük oranda vergilendirilmesinin yanı sıra var olan teşvikler ile bir yandan ekonomide gelir dağılımını bozucu bir etkiye bulunabilmekte diğer yandan ise kurumlar güçleri nedeniyle vergi yansıtılmasına neden olabilirler. Kurumlar vergisinde teşviklerin özellikle yeni yatırımlara yönelmelerine yol açacak şekilde düzenlenmesi ile yatırımları beraberinde istihdam artışına yol açarak yoksulluk ile mücadelede fayda sağlayacaktır. Harcamalar veya tüketim üzerinden alınan vergiler özellikle Katma Değer Vergisi ve Özel Tüketim Vergisi değerlendirildiğinde, bu vergiler düz oranlı vergiler olsa da kişilerin geliri arttıkça tersine artan oranlı bir tarife yapısına dönüşmektedir. Çünkü bu tür vergilerde gelir arttıkça vergi oranının artması bir yana gelir arttıkça sabit oranın vergi yükü mükellefler üzerinde azalmaktadır. Söz konusu bu durum ise özellikle düşük gelirli kişilerin vergi yükünü artırdığı için adil bir vergilemeden uzaklaşma durumunu ortaya çıkarmaktadır. Böyle bir durumda zorunlu tüketim mallarının vergi oranları düşürülürken bunlar dışındaki mal ve hizmetlerde yüksek oranlı vergi uygulanarak ödeme gücüne ulaşılması sağlanmaktadır (Aydın ve Türgay, 2011).

Gelir dağılımdaki adaletsizliğin giderilmesinin yanı sıra yoksullukla mücadelede uygulanan sosyal politika uygulamaları tüm ihtiyaç sahiplerini kapsamalı ve bu kişiler ve ihtiyaçları objektif bir şekilde belirlenmelidir. Bu yardımlar bazen dolaylı ve aynı yardımlar şeklinde olması durumunda ortaya çıkabilecek sorunlar giderilmelidir. İşte bu ve benzeri yardımların ortak sakıncalarını ortadan kaldırmaya yönelik ve bireylerin kendi çabalarıyla yaşam seviyelerini yükseltmeye yarayacak bir uygulama olarak negatif gelir vergisi uygulanabilir.

Negatif gelir vergisi, belirli bir gelir seviyesinin altında olan, yoksulluk ile mücadele eden ailelerin toplum için kabul edilen yaşam standartlarının sağlanması ihtiyaç duyulan gelir eksikliğinin aileye ödenmesini sağlayan bir sistemdir. Teknik olarak ise belirlenen asgari gelirin altında kalan herkese para yardımı yapılarak asgari gelirin tamamlamasıdır. Mükelleflerin tespit edilen asgari geçim miktarının altındaki gelirleri vergilenmediği gibi bu eksiklik devlet tarafından vatandaşa verilmektedir. Sistem kişilerin ve ailelerin gelirini artırarak dolaylı ve aynı yardımların aksine bu gelirin kullanımını ailenin kendisine bıraktığı için daha verimli kullanılarak yoksullukla mücadelede etkin bir rol oynayabileceği gibi beşerî sermaye unsurunun da gelişmesine yol açacaktır (Aktan ve Vural, 2006: 116-117).

Sonuç

Devlet anlayışındaki değişme ve gelişmelerin bir sonucu olarak günümüzün çağdaş refah devletlerinde vergi politikası, sosyal politikanın hedeflerine ulaşmada en etkili araçlardan biri olarak görülmektedir. Vergi politikaları, tarihsel gelişim içinde mali niteliğinin yanı sıra sosyal bir içerik kazanarak devletlerin sosyal politika uygulamalarında başvurduğu önemli bir teknik haline gelmiştir. Böylece devlet vergi politikaları yoluyla, hem gelirin daha adil bir şekilde dağıtılması amacını güderken hem de gelirin yeniden dağılımında sosyal politika açısından önemli bir rolü üstlenmiştir. Sosyal politika uygulamalarının yaygınlaşması ve çeşitlenmesi ile birlikte vergi politikalarının bu rolü artarak devam etmektedir.

Hem ekonomi hem de sosyal politikalar açısından etkili bir vergi sistemi oluşturabilmesi için vergileme politikaları uygulamalarında adalet ilkesine yer verilmesi, adalet ilkesini olumsuz etkileyebilecek faktörlerin azaltılması gerekmektedir. Zira, devlet vergilemeyi mali amaçlarının yanı sıra ekonomik ve sosyal amaçları doğrultusunda da kullanarak sosyal politika alanında vergiler yoluyla birtakım düzeltmeler yapmaktadır. Devlet sosyal politikanın ilgi alanına giren kişi ve gruplara muafiyet, istisna ve indirimler sağlayarak satın alma güçlerini doğrudan veya dolaylı olarak artırarak bu kişilerin dezavantajlarını gidermekte refah seviyelerini artırmaktadır.

Öte yandan, vergileme politikalarının tespitinde en temel ölçütler mali güce göre vergi alımında avantajlı toplum kesimleriyle avantajsız toplum kesimlerinin doğru ve eksiksiz tespit edilmesiyle elde edilebilecektir. Bu ölçütlerin hayata geçirilmesi de dolaylı vergilerden çok dolaysız vergiler üzerinde yapılacak değişikliklerle mümkün olacaktır çünkü dolaylı vergilerin tahsilatında yükümlüye göre farklı düzenlemelere girişmek vergiye aracı olan vergi yükümlüsünün işini zorlaştıracak ve amaca hizmet etmeyecektir. Doğrudan vergide yapılacak dikey adalet ayarlamaları ise devlet erkiyle vergi yükümlüsü arasında doğrudan doğruya işleyen mekanizmalar sayesinde farklılaşmaya imkan tanıyacaktır. Vergi adaletini olumsuz etkileyebilecek faktörler ise vergi hasılasında yer alan vergi türlerinin etkinsiz verimliliği, dolaylı vergilerin payının yüksekliği, kayıp ve kaçakçılığın yüksek boyutları, ödeme gücü ilkesinin yeterli düzeyde sağlanmamasıdır. Bu koşulların gerçekleşmediği durumda, vergilerin sosyal amacı sapmış, toplumun düşük gelir mükellefleri üzerinde vergi adaleti bozulmuş ve gelir dağılımı üst gelir dilimi mükellefleri lehine bozulmuş olmaktadır.

Kaynakça

- Aksoy, Ş. (1998). *Kamu Maliyesi*. 3. Baskı, İstanbul: Filiz.
- Aktan, C. C., Vural, İ. Y. (2006). Gelir Vergisinde Adaletin Sağlanması Açısından Negatif Gelir Vergisi. Dileyici, D., Aktan, C. C. ve Vural, İ. Y. (ed), *Vergileme Ekonomisi ve Vergileme Psikolojisi*. Ankara: Seçkin.
- Aristoteles (1997). *Nikomakos'a Etik*. Babür, S. (çev). Ankara: Ayraç.
- Aydın, M., Türgan, T. (2011). Yoksullukla Mücadelede Vergi Politikası ve Türkiye. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 16(1), 249-274
- Durmuş, M. (2013). Vergilemede Adalet Nasıl?. <http://www.kesk.org.tr/2013/02/27/mustafa-durmus-vergilemede-adalet-nasil/> (Erişim Tarihi: 15/06/2017).
- Edizdoğan, N. (2007). *Kamu Maliyesi*. Bursa: Ekin.
- Edizdoğan, N., Çetinkaya, Ö., Gümüş, E. (2013). *Kamu Maliyesi*. 5.Baskı, Bursa: Ekin.
- Erdem, M., Şenyüz, D., Tathoğlu, İ. (2013). *Kamu Maliyesi*. 11. Baskı, Bursa: Ekin.
- Erol, A. (2009). *Türk Vergi Sistemi ve Vergi Hukuku*. 2. Baskı, Ankara: Yaklaşım.
- Fleischacker, S. (2004). *A Short History of Distributive Justice*. London: Harvard University.
- Gök, M., Biyan, Ö., Akar, S. (2013). Vergilemede Adalet İlkesinin Anayasal Temelleri ve Uygulamaya Yansımaları: Seçilmiş OECD Ülkeleri Açısından Karşılaştırılmalı Bir Analiz. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 34(1), 269-292.
- Gözler, K. (2000). *Türk Anayasa Hukuku*. Bursa: Ekin.
- Güven, S. (2013). *Sosyal Politikanın Temelleri*. 5.Baskı, Bursa: Ezgi.
- Karabacak, Y. (2012). Sosyal Politika Aracı Olarak Vergilemenin İşlevleri: Türkiye Örneği. *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 62(2), 223-252.
- Kirmanoglu, H. (2009). *Kamu Ekonomisi Analizi*. 2. Baskı, İstanbul: Beta.
- Mutluer, M. K., Öner, E., Kesik, A. (2010). *Teoride ve Uygulamada Kamu Maliyesi*. 2. Baskı, İstanbul: Bilgi.

- Pehlivan, O. (2013). *Kamu Maliyesi*. Trabzon: Celepler.
- Piketty, T. (2014). *21. Yüzyılda Kapital*. İstanbul: İş Bankası Kültür.
- Rosenfeld, M. (2014). Derrida, Hukuk, Şiddet ve Adalet Paradoksu. Sağlam, R. ve Akbaş, K. (çev). *Hukuk Kuramı*, 1(1), 13-17.
- Şener, O. (2006). *Kamu Ekonomisi*. 8.Baskı, İstanbul: Beta.
- Şenyüz, D., Yüce, M., Gerçek, A. (2015). *Vergi Hukuku Genel Hükümler*. Bursa: Ekin.
- Turhan, S. (1998). *Vergi Teorisi ve Politikası*. 6. Baskı, İstanbul: Filiz.
- Yereli, A. B., Ata, A. Y. (2011). Vergi Adaletine Ulaşma Yöntemleri Çerçevesinde Fayda İlkesinin Teorik Açından Değerlendirilmesi. *Maliye Dergisi*, 161, 21-32.
- Yorgun, S. (2013). Sosyal Politika Açısından 6356 Sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu. *Çalışma ve Toplum*, 39, (4), 357-380.

LİSANS SEVİYESİNDE İKTİSAT EĞİTİMİNDE TEMEL SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Süleyman Emre ÖZCAN

Doç. Dr., Dumlupınar Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü

semre.ozcan@dpu.edu.tr

Özer ÖZÇELİK

Yrd. Doç. Dr., Dumlupınar Üniversitesi, İİBF

ozler.ozcelik@dpu.edu.tr

Özet

Amaç: Bu çalışma lisans düzeyinde iktisat eğitimi alan öğrencilerin, iktisat bölümünü tercih etmesi ile başlayan süreçte karşılaştıkları sorunları tespit etmeyi ve çözüm önerileri sunmayı amaçlamaktadır.

Yöntem: Bunun için; Dumlupınar Üniversitesinde, iktisat programında eğitim alan rastgele seçilmiş son sınıfa kayıtlı 150 öğrenciye, üç farklı soru grubu yöneltilmiştir. Betimsel soru grubu ile ankete katılan öğrencilerin – ailelerinin gelir düzeyleri ve ailelerinin eğitim durumları saptanmaya çalışılmış, ikinci grup sorular ile öğrencilerin iktisat programına bakışları saptanmaya çalışılmıştır. Üçüncü grup sorular ise derslerin içeriği ve işlenişine ilişkin sorulardır. Çalışmada öncelikle iktisadın bir bilim olarak ortaya çıkışı ve gelişimine kısaca yer verilecek ve bu süreçte iktisat ve eğitiminin karşılaştığı sorunlara değinilecektir.

Bulgu: Anketlerden elde edilen bulgular ışığında, Dumlupınar Üniversitesi İktisat programında eğitim alan iktisat öğrencilerinin genel bir görüntüsü oluşturularak, karşılaşılan sorunlara çözüm önerileri getirilecektir.

Anahtar Kelimeler: İktisat, İktisat Eğitimi, İktisat Eğitiminde Sorunlar.

Bilgilendirme: Bu makale, Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Araştırmaları Kongresi, 11 – 15 Eylül 2017 Tiran – Arnavutluk'ta sunulan bildirinin geliştirilmiş halidir.

THE BASIC PROBLEMS AND SOLUTION OF THE PROPOSALS ON UNDERGRADUATE ECONOMICS EDUCATION

Abstract

Objectives: This study aims to determine the problems faced by the students who have economics education at the undergraduate level starting with the process of choosing of the department of economics and to propose solutions.

Methods: For this; three different question groups were directed to 150 students selected at random in the economics department last class in Dumlupınar University. Descriptive questionnaire was used to determine the income levels of the students and their families participating in the survey and the educational status of their families, the students' views on the economics section were tried to be identified with the second group of questions. The third group of questions are questions about the content and functioning of the lessons. In the study, firstly the emergence and development of economics as a science will be briefly mentioned and the problems faced by economics education will be addressed in this process.

Results: Afterwards, in the light of the findings obtained from the applied questionnaires, a general image of the economics students who were educated in Dumlupınar University Economics Program will be presented and solutions will be provided for the problems encountered.

Key Words: Economics, Economics Education, Problems in Economics Education.

Acknowledgement: This article is the full text version of the report presented in the International Turkish World Social Science Research Congress, Tirana - Albania, 11 - 15 September 2017.

Giriş

Sınırlı kaynaklarla sınırsız insan ihtiyaçlarını – ihtiraslarını dengelemeye çalışan iktisat bilimi, bireylerin ve toplumun karar alma biçimlerini inceler. İktisatçılar ise birey ve firmaların karar alma süreçlerinde; ne, nasıl, niçin gibi sorularla kararların etkinliğini sağlamaya çalışmaktadır. Üniversitelerdeki iktisat – ekonomi lisans programları ise öğrencilerine güçlü bir teorik altyapı ve bu yapıya ilişkin analiz imkânı veren ekonometri – istatistik gibi üst yapı inşa etmeyi amaçlamaktadır. Lisans düzeyindeki iktisat programlarında bireylere günlük yaşamdaki iktisadi olaylara – sorunlara derinlemesine yaklaşabilme ve iktisadi sorunların çözümü için analitik araçları kullanabilme yeteneği aşılanması hedeflenmektedir.

Bu çalışmada; iktisadın bir bilim olarak anılmasından yirmi birinci yüzyıla kadar olan süreçte, geçirdiği evrim kısaca incelenecektir. İktisat lisans programlarının ders müfredatlarındaki değişime kısaca değinilerek, bu değişimde matematiğin iktisada olan etkileri irdelenecektir. Son bölümde, iktisat eğitiminde karşılaşılan sorunlara yönelik çözüm önerileri sunulacaktır.

1. Üniversitelerde İktisat Eğitiminin Kısa Geçmişi

Üniversite düzeyinde iktisat eğitimi ilk olarak on sekizinci yüzyıl ortaları İngiltere’inde felsefe, teoloji ve hukuk dersleri içinde görülmektedir. Rönesans ve reform ile başlayan aydınlanma hareketleri sonrasında “politik iktisat” adını alan iktisat; ulus devletlerin üretim ilişkilerini, sermayeyi, emeği, tüketimi, bölüşümü ve ticari ilişkilerini devlet – hükümet – kanun bağları ile açıklamayı amaçlamaktaydı (Uygur ve Erdoğan, 2005:60).

Politik İktisat (Economie Politique) ifadesi ilk olarak 1615 yılında Fransa’da Antoine de Montchrétien’in önemli eseri olan *Traité de l’économie politique*’de yer almıştır ve ilk önemli temsilcileri ise Adam Smith, David Ricardo ve Karl Marx’tır. İlk politik iktisat profesörü ise 1805’te İngiltere’de Doğu Hindistan Kumpanyası Koleji’nde (East India Company College), Thomas Malthus olurken, ilk politik iktisat kürsüsü de 1763’te Viyana Üniversitesi’nde kurulmuştur. ABD’de, ders olarak politik iktisat ilk kez 1784 yılında College of William and Mary’de okutulmuş ve zorunlu ders kitabı olarak Adam Smith’in ünlü kitabı *Ulusların Zenginliği* kullanılmıştır (Groenwegen, 1987:904-906).

19. yüzyılın sonlarında politik iktisat terimi; genellikle çalışmalarını üretim ve tüketim ilişkisi dışında matematiksel ve istatistik kanıtlar temeline dayandırmak isteyenler araştırmacılar tarafından iktisat terimi ile yer değiştirmiştir. 19. yüzyılın ikinci yarısı ile birlikte Fransa’da, Belçika’da ve İtalya’da Ticari Bilimler Okulları (Hautes Etudes Commerciales) açılarak ticaret eğitimi içerisinde iktisat eğitimi verilmeye başlanmıştır. Ancak iktisat eğitiminde öncü, 1890’lı yıllarda İngiltere’de açılan London School of Economics (LSE) olmuştur (Çakır ve Akar, 1998:271-272).

19. yüzyıla gelinceye kadar Osmanlı düşünce hayatında modern iktisadi düşünceler çok fazla yer almamıştır. Klasik Osmanlı Eğitim sisteminde güncel anlamda iktisat politikalarının varlığından da tam anlamıyla söz etmek mümkün değildir. Çünkü Osmanlı, batı iktisat teorileri ve politikalarının büyük ölçüde etki alanının dışında kalmıştır. Devletin somut ekonomik sorunları büyük ölçüde geleneksel yöntemlerle çözülmeye çalışılmıştır. Osmanlı medrese programlarında ağırlıklı olarak fıkıh, siyaset, ahlak, tefsir, hadis ve kelâm gibi daha çok İslam kültürünü yansıtan dersler yer almıştır. Söz konusu derslerde okutulan ilimler klasik Osmanlı iktisat düşüncesini barındırmaktaydı (Şahin, 2012:100).

Tanzimat ile birlikte Avrupa’daki gelişmeleri yakından takip eden Osmanlı Devleti’nde 19. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren açılan eğitim kurumlarında iktisat derslerinin okutulmaya başlandığı görülebilir. Bu okullardan bazıları Mülkiye Mektebi (1859), Hukuk Mektebi (1880), Yüksek Mühendis Mektebi (1883), Hamidiye Ticaret Mektebi-i Ali (1883)’dir (Çakır ve Akar, 1998:273-276).

İktisat eğitiminin yoğun olarak yapıldığı bir müessese olarak 1916 yılında Darülfünun Edebiyat Fakültesi’ne bağlı olarak İçtimaiyat Enstitüsü kurulmuş, bu kurum 1933 yılında İktisat ve İçtimaiyat Enstitüsü adını almış ve Hukuk Fakültesi’ne bağlanmıştır. 1934 Üniversite Reformu’ndan sonra, Almanya’dan Türkiye’ye gelen eğitimciler iktisat eğitiminin pekişmesine katkı sağlamış ve onların da etkileriyle 1936 yılında İstanbul Üniversitesi’ne bağlı olarak İktisat Fakültesi kurulmuştur. İktisat fakültesi 1937 yılında eğitime başlamış ve böylece Türkiye’de iktisat eğitiminin kurumsallaşması resmen temellendirilmiştir. Günümüzde çok sayıda iktisadi ve idari bilimler fakültesi bünyesinde ve farklı bölümler altında iktisat eğitimi yoğun bir şekilde devam etmektedir (Şimşek ve Cicioğlu, 2006:17-18).

2. İktisat Eğitimi ve Sorunları

Eğitim ve öğretimin temel amacı bir toplumsal kuruluşta, gelişmişlik düzeyine bakılmaksızın, o toplumsal kuruluşun yeniden üretimini, başka bir ifadeyle varlığını sürdürmesini sağlamaktır. Çeşitli bilim dallarında, hem doğa hem de toplum bilimlerinde, bu temel amaç değişmemektedir. Değişen tek şey biçim ve söylem düzeyinde ortaya çıkan farklılıklardır. Doğa bilimlerinde eğitim-öğretim genellikle gözleme dayanmaktadır. Toplum bilimlerinde ise odak noktası insan ve davranışları olduğundan, gözlem ancak tarihsel süreç içinde geriye doğru yapılmaktadır (Ardıç, 2001:26). İktisat biliminin işlevi, üretim biçimine bağlı olarak üretim ilişkilerinin sürdürülmesini ve yeniden üretiminin sağlanmasıdır. Örneğin sosyalist ya da kolektif üretim ilişkilerinin egemen olduğu Sovyetler Birliği'nde verilen iktisat eğitimi, Marksist iktisadi düşünceye dayanmaktadır. Ancak kapitalist sistemin egemen olduğu bir ülkede ise iktisat eğitimi piyasa ekonomisinin kurallarını ve kurumlarını öğretmeye yöneliktir. Nitekim merkezi planlamaya dayalı ekonomilerin S.S.C.B.'nin dağılması ile beraber yerini piyasa ekonomisine bırakması; kültür, davranış, gelenek ve değerlerde esaslı değişimler gerektirmiştir. Yaşanan değişimin bir yönü yüksek eğitim sisteminin ve özellikle iktisat eğitiminin dönüşümü olmuştur (Şimşek ve Cicioğlu, 2006:19).

21. yüzyıla birlikte; toplum bilimciler ve iktisatçılar arasındaki tartışmaların odak noktasını, toplum bilimlerinin doğa bilimlerinden farklılığının ne boyutta olduğu ve iktisat biliminin yerinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Söz konusu tartışmaların boyutu, iktisadın bilimselliğine kadar ulaşarak epistemolojik bir boyut kazanmıştır. Özellikle art arda yaşanan küresel ekonomik krizler; iktisat biliminin öngörülerine itibar edilmemesine, genellikle yanılan bir bilim olduğu yönündeki görüşler nedeniyle toplumsal yarar ve işlevinin sorgulanmasına yol açarak, iktisat ve iktisatçıların toplumsal sorunları ne ölçüde ele aldığına ilişkin tartışmaları beraberinde getirmiştir (Durusoy, 2008:3).

İktisat biliminden yol gösterici olmasının yanı sıra politika yapıcı olması da beklenilmektedir. Bu şekildeki beklentiler gerçekleşmesi güç olan beklentilerdir. Her ekonomik kriz sonrasında ekonomistler ve politika yapıcılar bir numaralı hedef haline gelmektedir. Doğa bilimlerinde koşulsuz geçerli olan tek doğru, genelde sosyal bilimlerde ve büyük ölçüde iktisatta, yerini zamana mekâna ve koşullara bağlı değişen doğrulara bırakır. Bu sebepten dolayı iktisat özelinde tüm sosyal bilimler fazla ciddiye alınmamaktadır. Bundan dolayı iktisat; sosyal bilimciler tarafından bilimsellik adına fizik ve matematik yöntemleri ile ilişkilendirilmeye çalışılarak, doğa bilimlerinin kullanıldığı yöntemler ile "ciddileştirilmeye" çalışılmaktadır.

Tüm bilimler, varsayımlara dayalı teoriler geliştirmektedir. Örneğin bir fizik profesörünün öğrencisinden "başlangıç durumuna hassas bağlılık" konusunda bir çalışma yapmasını istediğini düşünelim. Öğrenci tahtaya üzerinde birçok bilardo topu bulunan bir bilardo masası çizer. Öğrencinin başlangıç topu ile fiziğe aykırı şekilde başlangıç topuna benzer bir topu hayal etmesi gerekmektedir. Başlangıç topuna vurulduğunda hayalet topa da vurulacak ve bu iki topun başlangıç durumuna hassas bağlılıkları ölçülecektir. Bu örneği hiçbir fizik öğrencisi bilimsellikten uzak bulmaz ve saçma bir örnek olarak görmez. Ancak sosyal bilimlerde durum böyle değildir. İktisatta öğrenciler iktisat biliminin iki önemli varsayımı olan homo economicus (rasyonel birey) ve ceteris paribus (diğer değişkenler sabitken) varsayımlarına doğrudan itiraz edebilirler. Bunun temel sebebi, iktisadın politik ve ideolojik bir içeriğe sahip olmasıdır. Ancak yukarıdaki örnekte olduğu gibi fizikteki bu deneye ideolojik nedenlerle itiraz etme imkânı yoktur (Uçar, 1999:42-43). Örnekten yola çıkılarak ifade edildiği üzere, ne yazık ki iktisat bilimi matematiğe yönelerek kendisinin ciddiye alınmasını sağlamaya çalışmaktadır.

Marjinalist iktisatçı Leon Walras'ın (1834-1910) Genel Denge Analizi çalışmasında fiyat – miktar uyumu matematiksel olarak belirlenmiş ve sonrasında iktisadi analizlerde matematik kullanılmaya başlamıştır. Alfred Marshall (1842-1924) ile birlikte Neo Klasik İktisat, Ana Akım İktisat anlayışına tepki olarak iktisadi analizlerde matematiksel araçları sıklıkla kullanmaya başlamıştır. Marshall iktisadın temel ilkelerini açıklamak amacı ile modern geometrik gösterimi iktisat literatürüne dâhil etmiştir. Böylece iktisat biliminde de doğa bilimlerinde olduğu gibi kesin yasalar oluşturulmaya başlanmıştır (Bocutoğlu, 2012:182-187).

Neo Klasik iktisat teorisi matematiksel analizleri yoğun bir şekilde kullanarak politika önerilerinde bulunmaya çalışmıştır. İktisatçılar bir fizikçi gibi beklentilere cevap verebilmek için matematiği vazgeçilmez bir araç olarak görmüşlerdir. Kolm'un ifadesiyle "Her şeye rağmen iktisat matematik sayesinde büyük bir aşama kaydetmiştir" (Sarfati, 2001:6-7). Neo Klasik iktisadın önemli temsilcilerinden Samuelson, matematiğin bir dil olduğunu, hatta daha da ileri giderek matematiğin bir yazma biçimi olduğunu ifade etmiş ve eleştirilerin hedefi haline gelmiştir. Ancak bu konudaki en önemli eleştiri 1988 yılındaki Amerikan İktisatçılar Birliği'nin (American Economic Association) eleştirisidir. Amerikan İktisatçılar Birliğine göre iktisat öğrencileri teknik beceriye sahiptir, fakat var olan ekonominin konularından habersiz "aptal bilginler" olarak yetişmektedirler (Doğruel, 2001:231).

Buradan hareketle şöyle bir soru sormak mümkündür: “İktisat sosyal bir bilim mi yoksa fizik ve kimya gibi evrensel geçerlilikleri olan bir bilim midir?”. İktisat bilim olarak doğa bilimlerine benzemeye çalışarak yoğun matematik kullanarak ilerleme sağlamıştır, ancak bir sosyal bilim olarak toplum bilimlerinden uzaklaşmaya başlamıştır. Matematik; bir kesinlik sağlamakta, ancak iktisadın temel öngörülleri olan politik ve ideolojik yaklaşımlarda bulunmaya engel olmaktadır. Neo Klasik iktisat, analizlerini aşırı matematiksel yöntemler kullanarak yaptıkça realiteden kopmaya başlamıştır. Keynes “gereğinden fazla matematik spekülattir” diyerek, iktisatçıların matematiksel sembollerin ihtişamına kapılarak dünyanın karmaşık yapısını gözden kaçırabildiklerini belirtmektedir (Sarfati, 2001:7).

İktisat eğitimindeki sorunlar sadece matematiğin aşırı kullanımı ile sınırlı değildir. Neo Klasik iktisadın hâkim öğretisi olması ve Neo Klasik teorilerin kapitalist sistemin gerçeklerini veri olarak kabul etmesi, iktisadın görev alanını mevcut sosyo-ekonomik yapı ile sınırlandırmaktadır. İktisat eğitiminde egemen olan Neo Klasik öğretinin gerçek dünyadan uzaklığına alternatif olarak heterodoks öğretinin de var olduğu derslerde paylaşılmalıdır (Ruben, 2005:126-127).

2000’li yıllarda; Neo Klasik iktisat okuluna tepki olarak, Fransa’nın saygın okullarından Ecole Normale Supérieure öğrencilerinin yayınladığı bir bildirge ile Post Otistik iktisat hareketi ortaya çıkmıştır. Yayımlanan bildiri genelde öğrencilerin iktisat disiplini ve eğitimi üzerine şikâyetlerini ve önerilerini konu edinmiştir. Bildiride, Neo Klasik iktisadın ve buna bağlı matematiksel modellerin öğretilmesine ilişkin tepki ortaya konulmuştur. Bununla birlikte; Neo Klasik öğretisi ile üniversitelerin, hâkim güç olan sermayenin hâkimiyetine alınmakta olduğunu ve öğrencileri otistik insan olarak yetiştirmek amacıyla planlandığı belirtilmektedir. Post Otistik İktisat kuramının karşı çıktığı temel sorunlar şu şekilde sıralanabilir (Altunöz, 2014:15-17):

- Oluşturulan kurgusal dünyanın gerçeklere inememesi ve değişimleri açıklamada yetersiz kalması,
- Krizleri veya ekonomik ilişkilerin nedenlerini açıklamada çelişkiler ve tutarsızlıklar barındırması,
- Matematiğin iktisadı açıklamada artık araç değil amaç haline gelmesi ve ekonomide ölçülemeyecek birçok kavramın matematik kullanımıyla ölçülmesi girişimi,
- Devamlı olarak faydasını maksimize etmeye çalışan (homo economicus) bireyin gerçekçi olmayışı.
- Kolaycı bir yöntem olan Ceteris paribus varsayımı,
- Para konusuna Neo Klasik iktisatta yalnızca yüzeysel olarak değinilmektedir. Oysa ki para ekonomide olmazsa olmaz bir etkidir.
- Neo-klasik öğretisi sürekli olarak fiyat ve piyasaların denge noktasına doğru eğilimleri konusuna odaklanır. Bununla birlikte tümü ölçülebilir mal ve hizmet miktarına dayanan; teknik anlamda limitsiz banka kredisi arzı, sınır ötesi serbest sermaye akışları ve paranın değerini koruma konularında matematiksel modeller geliştirme çabası içindedirler.

Bir diğer sorun; iktisat programlarında yürütülen derslerde, geleneksel iktisat teorilerinin anlatılmasıdır. Mevcut koşullar nedeniyle güncel teori ve analiz yöntemlerine yer verilememektedir. Diğer yandan geleneksel teoriler de anlatılırken ülke koşullarına uyarlanmadan ve mukayese yapılmasına izin verilmeksizin, sadece soyut düşünce olarak aktarılmaktadır. Yirminci yüzyılın ortalarında, iktisatçıların derslerde anlattığı konular arasında makul bir ilişki gözlemlenebilirken, günümüzde bu durum ortadan kalkmıştır. Bunun temel sebebi olarak iktisat bilimi ile ders kitaplarının farklı bir şekilde gelişmesi gösterilebilir (İzdeş, 2001: 40).

İktisat eğitimindeki bir diğer sorun, iktisat ders kitaplarının Amerikan kökenli ders kitapları örnek alınarak yazılmış olmasıdır. İngilizceye dayalı eğitim yerli ders kitabı yazma gereğini de ortadan kaldırmış, ABD kaynaklı ders kitapları ana bilgilenme kaynağı olmuş, tek kutuplu dünyanın tek boyutlu bilim anlayışı da her yere yayılmıştır. Kısaca, iktisadın bilimsel hale geldiği varsayılan süreçte tek kutuplu dünyaya refakat eden bilimsel iktisat, serbest piyasa ekonomisini tanrılaştırmış, rekabet de bu tanrının peygamberi olmuştur. Bu yeni din, sadece zenginlere hizmet eder olmuştur. İnsanı; onun kurumlarını, gelişmişlik düzeyini dışlayıp, “işte tek yolu budur” şeklinde yapılan dayatma, başlı başına bir etik sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Çütcü, 2014:114).

3. İktisat Eğitimindeki Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri

İktisat eğitiminde karşılaşılan ve yukarıda sözü edilen sorunlara yönelik çözüm önerileri bir süredir tartışılmaktadır. İktisat öğretimine hâkim öğretisi olan Neo Klasik iktisadın realiteden uzak olması alternatif iktisat öğretiminin önemini ortaya koymaktadır. İktisat ders programlarında ana akım iktisada tepki olarak ortaya çıkan “heteredoks” öğretinin de yerleştirilmesi önem arz etmektedir. Evrimci iktisat, deneysel iktisat,

davranışsal iktisat, nöroiktisat, Marksist iktisat gibi dersler de lisans düzeyindeki programlarda yer alabilmelidir.

İktisat ders kitapları, Türkiye'nin konjonktürüne uygun bir şekilde güncellenmelidir. Öğrenciler Türkiye ekonomisindeki gelişmeleri iktisattaki varsayımlarla ilişkilendirebilmelidir. İktisat biliminin giderek matematiği ayrı bir dil gibi tüm iktisadi analizlerde kullanması bir zorunluluk olmaktan çıkarılmalıdır. Ancak, lisans döneminde matematik konularına hâkim olunmalıdır. Fakat iktisat biliminin sosyalliği ve diğer toplum bilimleri ile ilişkisi düşünüldüğünde, matematikleşen iktisadın diğer bilimleri besleyemediği ve güncel sorunlardan gittikçe uzaklaştığı, daha anlaşılabilir hale geldiği de unutulmamalıdır. Dolayısıyla iktisat biliminin soyut kavramlardan uzaklaşarak, matematiksel analizleri ise gerektiği ölçüde kullanarak geliştirilmesi gerekmektedir.

Sayısal dersler, öğrencilere analitik ve soyut düşünme becerisi kazandıracığı için iktisat öğretimine olumlu katkıda bulunmaktadır. Bilişim teknolojisinin ve verilerin kullanımı ile yapılacak uygulamalı iktisat çalışmaları, teoriden ve sosyal yaşamdan uzaklaşmadan yapılarak daha gerçekçi olmalıdır. Bu bağlamda küreselleşmenin ortaya çıkardığı sorunların çözümüne dönük alternatif bakış açıları geliştirilmelidir.

İktisadın sosyoloji, felsefe, psikoloji ve iletişim gibi alanlarla daha fazla ilişki içinde olması sağlanmalıdır. Genel iktisat öğretiminin içinde iktisadın farklı alanlarına da (bölgesel iktisat, finansal iktisat, sağlık ekonomisi, enerji ekonomisi, eğitim ekonomisi, tarım ekonomisi vb. gibi) yer verilmeli, hatta bu farklı alanları içeren bölümlerin kurulması özendirilmeli ve desteklenmelidir.

Ders programları güncel gelişmelere uygun olarak belirli aralıklarla yenilenmelidir. Bu doğrultudaki çalışmaların sonucunda ortaya çıkan bölüm kararlarının kabulü üniversite yönetimlerince öncelikle dikkate alınmalıdır. Öğrencinin sınıf dışı bilgiye ulaşımı desteklenmeli ve proje çalışmaları ders içerikleri ile bütünleştirilmelidir.

İngilizce bilmek günümüz dünyasında olmazsa olmaz şartlardan biri haline gelmiştir. İngilizce bilmeden, iktisat yazınının takip edilmesi imkânsız hale gelmiştir. Bu yüzden yabancı dil sorunu mutlaka lisans düzeyinde çözümlenmelidir.

Sınıf ortamında teknolojik gelişmelerden azami şekilde faydalanılması gerekmektedir. Ekip çalışması, çevrimiçi tartışma platformları, web siteleri gibi ekipmanlar kullanılarak dersler daha eğlenceli hale getirilmelidir.

4. Veri ve Analiz

Çalışmada, Dumlupınar Üniversitesi İ.İ.B.F. İktisat Bölümünde (normal ve ikinci öğretim) 2014 – 2015 öğretim dönemi bahar yarıyılında kayıtlı olan dördüncü sınıf öğrencilerine yönelik bir anket uygulanmıştır. Anket çalışmasında dördüncü sınıf öğrencilerinin tercih edilmesinin sebebi, almış oldukları iktisat eğitimi ve öğretimi gereği, alanları ile ilgili yeterli tecrübe ve bilgi birikimine sahip oldukları düşüncesidir. Bu amaçla rastgele seçilmiş toplam 150 öğrenciye (150 öğrencinin 80'i kız [%53,3] ve 70'i ise [%46,7] erkektir) ekteki anket soruları yöneltilmiştir. Anket sonuçları SPSS 13 paket programı ile incelenmiştir.

Anket, üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, betimsel soruların yer aldığı kişisel ve ailevi bilgileri içeren sorulardır. Bu sorular öğrencinin cinsiyeti, öğrenci ve ailesinin gelir durumu, aile reisinin mezuniyeti ve anket uygulanan öğrencinin ne tür bir liseden mezun olduğudur.

İkinci bölümde, öğrencilerin iktisat bölümüne bakışlarını ortaya koyabilmek amaçlı on dört soruya cevap vermeleri istenmiştir. Üçüncü bölümde ise iktisat derslerinin içeriği ve işlenişine ilişkin on sekiz soru sorularak öğrencilerin dersler ve derslerin işlenişine ilişkin fikirleri ortaya konmaya çalışılmıştır.

5. Değerlendirme

Anketteki ikinci betimsel soru öğrencilerin 0 – 1000 TL ile 5000 TL arasındaki burs dâhil aylık gelir durumunun dağılımını incelemek amacıyla sorulmuştur. Buna göre 39 öğrencinin (%26) aylık geliri 0 - 500 TL arasındadır. 91 öğrencinin (%60,7) aylık geliri 501 – 1000 TL arasındadır. 18 öğrencinin geliri 1001 – 1500 TL arasındadır. 1501 – 2000 TL aralığında geliri olan öğrenci bulunmamaktadır. 2001 TL ve üzeri geliri olan 2 öğrenci (%1,3) olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre (Tablo 1'den izlenebilir) öğrencilerin yarıdan fazlasının, burs gelirleri dâhil aylık gelirinin 501 – 1000 TL arasında olduğu görülmektedir. Buna göre öğrencilerin %86,7'sinin (130 kişi) gelirleri 0 – 1000 TL arasındadır. Bu durum öğrencilerin büyük bir kısmının maddi imkânlar açısından benzer koşullarda yaşadığını göstermektedir.

Tablo 1: Gelir Dağılımına Göre Öğrencilerin Dağılımı (%)

Gelir Aralığı (TL)	Kişi	%
0 - 500	39	26
501 - 1000	91	60,7
1001 - 1500	18	12
1501 - 2000	0	0
2001 - Yukarısı	2	1,3

Anketteki üçüncü betimsel soru, öğrencinin ailesinin gelir durumunun incelenmesine yöneliktir. Ailesi 0 -1000 TL arasında gelire sahip olan öğrenciler %8,7'lik pay ile 13 kişidir. 1001 – 2000 TL gelir dilimine giren 70 kişi ise %46,7'lik paya sahiptir. 2001 – 3000 TL arasında gelir elde eden aile sayısı 23'tür ve bu da toplamın %15,3'üne denk gelmektedir. Son olarak, 5000 TL ve üzerinde gelir elde eden 5 ailenin %3,3'lük bir paya sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre (Tablo 2'den izlenebilir) ailelerin gelir durumu 1001 – 2000 TL arasında yoğunlaşmaktadır.

Tablo 2: Öğrencilerin Aile Gelir Durumuna Göre Dağılımı (%)

Gelir Aralığı (TL)	Kişi	%
0 - 1000	13	8,7
1001 - 2000	70	46,7
2001 - 3000	39	26
3001 - 5000	23	15,3
5001 - Yukarısı	5	3,3

Elde edilen bulgular, 2015 Şubat ayı Türk – İş'in 1308 TL açlık ve 4259 TL yoksulluk sınırı verileri ile kıyaslandığında, öğrenci ailelerinin %96,7'sinin gelir düzeylerinin yoksulluk sınırı altında olduğu ortaya çıkmaktadır. Anketteki ikinci betimsel sorudan da teyit edilebileceği üzere öğrencilerin ve ailelerinin gelir durumları ankete verilen cevapların doğru olduğunu göstermekle beraber yaşam koşullarının orta alt düzeyde olduğuna işaret etmektedir.

Anketteki dördüncü betimsel soruda öğrencilerin aile reislerinin mezuniyet durumu belirlenmeye çalışılmaktadır. Öğrencilerin aile reislerinin %36,7'sinin (55 kişi) ilkökul mezunu, %21,3'ünün (32 kişi) ortaokul mezunu, %31,3'ünün (47 kişi) lise mezunu olduğu görülmektedir. Üniversite mezunu aile reislerinin oranı %10 (15 kişi)'dir. Yüksek lisans ve üstü eğitim alan aile reisi oranı %0,7 olup bu da 1 kişiye tekabül etmektedir. Sonuçlar incelendiğinde, (Tablo 3'ten izlenebilir) aile reislerinin %58'inin eğitim düzeylerinin düşük olduğu (ilk ve orta öğretim) göze çarpmaktadır. Bu da bize gelir durumlarının düşük olmasının eğitim seviyeleri ile ilişkili olduğunu göstermektedir.

Tablo 3: Öğrencilerin Aile Reislerinin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı (%)

Mezuniyet	Kişi	%
İlkokul	55	36,7
Ortaokul	32	21,3
Lise	47	31,3
Üniversite	15	10
Lisansüstü	1	0,7

Anketteki betimsel soruların beşincisi ile öğrencilerin yükseköğretim geçiş öncesindeki eğitim seviyelerine ilişkin sonuçlara ulaşılmaya çalışılmış ve bu yüzden mezun olunan eğitim kurumları sorulmuştur (Tablo 4'ten izlenebilir). Öğrencilerin %68'i gibi büyük bir kısmının (102 kişi) düz lise mezunu olduğu görülmektedir. %24'ü (36 kişi) Anadolu Lisesi, %4'ünün (6 kişi) Ticaret Lisesi, %0,7'sinin ise Fen Lisesi ve Endüstri Meslek Lisesi (biri kişi) mezunudur. %2,7'lik dilimi oluşturan 4 kişinin ise Açık Öğretim Lisesi, Kolej gibi diğer liselerden mezun olduğu görülmektedir. Üçüncü betimsel sorudan elde edilen gelir durumuna ilişkin bilgilere paralel bir şekilde, öğrencilerin %68'inin düz lise mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Öğrencilerin Mezun Oldukları Liselere Göre Dağılımı (%)

Mezuniyet	Kişi	%
Düz Lise	102	68
Anadolu Lisesi	36	24
Fen Lisesi	1	0,7
Ticaret Lisesi	6	4
Endüstri Meslek Lisesi	1	0,7
Diğer	4	2,7

Çalışmanın ikinci bölümü, öğrencilerin iktisat bölümüne ilişkin bakışlarını incelemeye yöneliktir. Öğrencilerin iktisat bölümüne ilişkin düşüncelerini ölçmek amacıyla, 14 soru sorulmuştur. İlk soru, öğrencilerin YGS'ye (Yüksek Öğretime Geçiş Sınavı) kaçınıcı girişlerinde iktisat bölümüne yerleştiklerini tespit etmek amaçlıdır. Bu sorunun sorulma amacı, öğrencilerin niteliğini belirlemektir. Diğer 13 soru ise öğrencilerin iktisat bölümü ve iktisat dersleri ile ilgili düşüncelerine ilişkin sorulardır.

Tablo 5: İktisat Bölümüne Yerleşim ve Tercih Sırasına Göre Dağılım

1. YGS'ye kaçınıcı girişinizde iktisat bölümüne yerleştiniz.					
	Kız	%	Erkek	%	Toplam
1	34	%42,5	20	%28,6	54
2	37	%46,3	38	%54,3	75
3	5	%6,3	10	%14,3	15
4+	4	%5	2	%2,9	6

Tablo 5'te görüldüğü üzere YGS sınavında iktisat bölümüne ilk tercihinde yerleşenlerin %42,5'i kız (34 kişi), %28,6'sı (20 kişi) ise erkektir. Ancak, ikinci tercih olarak iktisat bölümüne yerleşenlere bakıldığında, %54,3 (75 kişi) ile erkeklerin oranının daha yüksek olduğu görülmektedir. Ailelerin gelir durumları açısından incelendiğinde 0 - 1000 TL arasında gelire sahip olan ailelerin çocuklarının %61,5'inin birinci tercihinde yerleştikleri görülmektedir. Ailesinin geliri 1001 - 2000 TL olan öğrencilerin ise ilk tercihlerinde iktisat bölümüne girme oranı %45,7'dir. Ailesinin geliri 2001 - 3000 TL olan öğrencilerin ise ilk tercihlerinde iktisat bölümüne girme oranları %18,1'e düşmektedir. Gelir 3001 - 5000'e çıktığında ise ikinci ve üçüncü tercihte iktisat bölümüne girme oranı yükselmektedir. Bu durum bize ailelerinin gelir düzeyi düşük olan öğrencilerin genellikle ilk tercihlerinde iktisat bölümüne yerleştiklerini göstermektedir. Düşük gelirli ailelerin çocuklarının kazanacakları bir bölüm tercih etmelerinden dolayı ilk tercihlerinde bir lisans programına yerleştikleri görülmektedir. Dumlupınar Üniversitesi İktisat Bölümünü tercih eden öğrencilerin ailelerinin gelir durumları incelendiğinde, büyük bir bölümünün 0 - 2000 TL arasında yığılması, gelir düzeyinin düşük ailelerin çocuklarının iktisat bölümünü ilk iki tercih içerisinde seçtiği argümanını kuvvetlendirmektedir.

Tablo 6: Anketin 2 - 14 Arası Cevaplarına İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılım

Sorular	Evet			Kısmen			Hayır		
	Kız	Erkek	Top	Kız	Erkek	Top	Kız	Erkek	Top
2. YGS tercihi yaparken iktisat bölümü hakkında bilginiz var mıydı?	23 %28,8	12 %17,1	35	41 %51,3	39 %55,7	80	16 %20	19 %27,1	35
3. Zorunlu iktisat derslerinizi alırken içeriği hakkında önceden bilgi sahibi miydiniz?	13 %16,3	9 %12,9	22	39 %48,8	33 %47,1	72	28 %35	28 %40	56
4. Seçmeli iktisat derslerini alırken içeriği hakkında önceden bilgi sahibi miydiniz?	13 %16,3	15 %21,4	28	38 %47,5	28 %40	66	29 %36,3	27 %38,6	56
5. Seçmeli derslerinizi seçerken gelecek planlamınıza yönelik olarak mı seçmektesiniz? (Örnek KPSS, mali müşavirlik vs hazırlık amaçlı)	22 %27,5	18 %25,7	40	33 %41,3	25 %35,7	58	25 %31,3	27 %38,6	52
6. Seçmeli derslerinizi seçerken öncelikli kriteriniz dersin öğretim üyesi midir?	45 %56,3	37 %52,9	82	26 %32,5	26 %37,1	52	9 %11,3	7 %10	16
7. Aldığınız iktisat derslerinden teorik olarak yeterli bilgi alabildiğinizi düşünüyor musunuz?	18 %22,5	20 %28,6	38	47 %58,8	37 %52,9	84	15 %18,8	13 %18,6	28
8. Aldığınız iktisat derslerinden güncel hayata ilişkin olarak yeterli bilgi alabildiğinizi düşünüyor musunuz?	18 %22,5	19 %27,1	37	48 %60	32 %45,7	80	14 %17,5	19 %27,1	33
9. İktisat derslerinden öğrendiklerinizin diğer derslere katkı yaptığını düşünüyor musunuz?	41 %51,3	24 %34,3	65	30 %37,5	41 %58,6	71	9 %11,3	5 %7,1	14
10. İktisat derslerinizin güncel hayatınıza ve ekonomiye bakışınıza katkı yaptığını düşünüyor musunuz?	49 %61,3	44 %62,9	93	26 %32,5	22 %31,4	48	5 %6,3	4 %5,7	9

11. Bölüm dışındaki derslerinizin iktisat derslerine katkısı olduğunu düşünüyor musunuz?	14 %17,5	17 %24,3	31	44 %55	30 %42,9	74	22 %27,5	23 %32,9	45
12. İktisat derslerinde edinmiş olduğunuz bilgiler, ülke ekonomisinin geleceğine ilişkin beklentinizi değiştirdi mi?	37 %46,3	41 %58,6	78	35 %43,8	21 %30	56	8 %10	8 %11,4	16
13. İktisat dersleri ülkenin sorunlarına ilişkin bakış açılarınızı değiştirdi mi?	45 %56,3	47 %67,1	92	28 %35	17 %24,3	45	7 %8,8	6 %8,6	13
14. Gazete ve dergilerin ekonomi sayfalarını takip ediyor musunuz?	30 %32,5	33 %47,1	63	43 %53,8	33 %47,1	76	7 %8,8	4 %5,7	11

Tablo 6'daki ikinci soruda öğrencilerin YGS tercihleri sırasında iktisat bölümü hakkında bilgisinin olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Anket sonuçlarına göre öğrencilerin yarısından fazlasının iktisat bölümü hakkında bilgi sahibi olduğu görülmektedir. Ancak 35 öğrenci (%23,3), bölüm hakkında hiçbir bilgisinin olmaması, bilinçsiz tercih yapıldığının bir göstergesidir.

3. ve 4. sorularda öğrencilerin zorunlu ve seçmeli iktisat dersleri içeriği hakkında önceden bilgi sahibi olup olmadığı araştırılmaktadır. Verilen cevaplara göre öğrencilerin %37,3'ü derslerin içeriği hakkında hiçbir bilgi sahibi değildir. Bu sonuç, seçmeli ya da zorunlu iktisat dersi almadan önce öğrencilerin bu derse olan ilgisini ve içeriğine yönelik çok fazla hazırlığın yapılmadığını göstermektedir. Anketteki diğer sorularda da görüleceği üzere iktisat bölümündeki öğrencilerin dersin önemi ve ön hazırlığı olmaksızın ders seçmeleri, beklenen verimliliği düşürmektedir.

5. soru öğrencilerin seçmeli derslerini seçerken ileride girecekleri sınavlara hazırlık amaçlı olarak planlama yapıp yapmadıklarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Öğrencilerin yaklaşık %70'inin, Ticaret Hukuku, Anayasa Hukuku gibi dersleri seçerken gelecek planlamasına yönelik ders seçimi yaptığı görülmektedir.

6. soru öğrencilerin seçmeli derslerini seçerken öncelikli kriterlerinden birinin dersi veren öğretim üyesi olup olmadığını anlamaya yöneliktir. Ders seçimi yaparken en önemli kriterin öğretim üyesi olduğunu düşünen öğrenciler %72 oranındadır.

7. ve 8. sorularda öğrencilerin almış oldukları iktisat derslerinin teorik olarak ve güncel hayata ilişkin yeterli bilgi verip vermediği sorulmuştur. Her iki soruya da öğrencilerin %70'i olumlu cevap vermiştir. Verilen cevaplara göre iktisat dersleri öğrencilerin sosyal yaşamına olumlu yönde etki etmektedir.

9. soruda iktisat derslerinin, diğer derslere katkı yapıp yapmadığı sorulmaktadır. Öğrencilerin %90'ı bu soruya iktisat derslerinin diğer derslerine olumlu katkısı olduğu yönünde cevap vermiştir. Bu sonuç, disiplinler arası tüm derslerde önemli bir ders olan iktisat dersinin, diğer alan derslerine fayda sağladığını göstermektedir.

10. soruda, iktisat derslerinin öğrencilerin gözünde güncel hayata katkısının olup olmadığı araştırılmaktadır. Verilen cevapların %95'i olumlu bir katkı sunduğu yönündedir.

11. soru, iktisat bölümündeki bölüm dışı derslerin, iktisat ana derslerine katkısı olup olmadığına ilişkindir. Buna göre öğrencilerin sadece %35'i katkısı olmadığını düşünmektedir.

12. ve 13. soruda iktisat derslerinde edinilen bilgilerin, ülkenin güncel sorunlarına ve geleceğine ilişkin beklentileri değiştirip değiştirmediğine cevap aramaktadır. Buna göre, öğrencilerin yaklaşık %90'ı, edindikleri bilgiler ile birlikte güncel sorunlara ve geleceğe ilişkin beklentilerinin değiştiğini ifade etmiştir. Sosyal bir bilim olan iktisat, verilen teorik derslerle ülkenin güncel sorunlarına ilişkin öğrencilerin duyarlılığını artırmaktadır. Derslerde teorik olarak öğretilen birçok olgu, pratiğe dökülerek rakamlarla analiz edilip, sonuçları tahmin edilmektedir. Böylece, yöneticilerin almış olduğu ekonomik kararlar öğrenciler tarafından doğru yorumlanabilmekte ve toplumsal duyarlılığı artırabilmektedir.

14. soru öğrencilerin iktisadi yazını takip edip etmediklerini anlayabilmek amacıyla, gazete ve dergilerin ekonomi sayfalarını takip edip etmediklerini belirlemeye yöneliktir. Buna göre ankete katılan öğrencilerin %92,6'sı gazete ve dergilerin ekonomi sayfalarını takip etmektedir. Öğrencilerin %7,4'ünün gazete ve dergilerin ekonomi sayfalarını takip etmemeleri okudukları bölümü benimsemediklerini göstermektedir.

Tablodan da görüleceği üzere öğrencilerin iktisat bölümü hakkındaki görüşleri genellikle olumludur.

Anketin üçüncü bölümünde, iktisat derslerine ilişkin bir yöntem tartışması yapılmaktadır. Buna göre iktisat derslerinin içeriğine ve işlenişine ilişkin 18 soru ve cevapların frekans dağılımı aşağıda Tablo 7'de listelenmektedir.

Tablo 7'den görüleceği üzere öğrencilerin %90'ı iktisadın bir sosyal bilim olduğu konusunda hemfikirdir. Ancak iktisadın bir sosyal bilim olmasına rağmen, kantitatif iktisat yöntemlerinin de öğrenilmesi gerektiğini düşünen öğrenci oranı ise %84,7'dir. Öğrenciler matematik, ekonometri ve istatistik gibi derslerin de

öğrenilmesi gerektiği konusunda duyarlıdır. Ancak, iktisat eğitiminin matematik ve ekonometri ağırlıklı olması konusundaki soruya verilen cevaplara bakıldığında, hayır cevabını verenlerin oranının %34,7 olduğu görülmektedir. Matematik ve ekonometri ağırlıklı iktisat eğitimi isteyen öğrenci oranının %38,7 olması, öğrencilerin sadece teorik anlamda iktisat bilgisine değil, uygulamaya dayalı iktisat eğitimi de almayı istediklerini göstermektedir. Bu sonuçlar da bize 2000 yılında Fransa'daki iktisat öğrencilerinin öncülük ettiği, iktisadi gerçekliğin sadece neoklasik çerçeveden incelenmesinin eleştirildiği Post Otistik iktisada yönelik eğilimlerin çok da güçlü olmadığını göstermektedir. Ancak öğrencilerin matematiğin kontrolsüz kullanımına karşı olduklarını da iktisadın bir sosyal yönüne yaptıkları vurguya dayanarak ifade etmek mümkündür.

Tablo 7: 3. Bölüm Cevaplarına İlişkin Frekans Dağılımı

Sorular	Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran(%)
1. İktisat eğitimi sosyal bir bilimdir ve insanı incelemektedir	120	80	15	10	15	10
2. İktisat bir sosyal bilim olmasına rağmen, matematik – ekonometri – istatistik dersleri de öğrenilmelidir.	127	84,7	11	7,3	12	8
3. İktisat eğitimi matematik ve ekonometri ağırlıklı olmalıdır.	58	38,7	40	26,7	52	34,7
4. İktisat teorisinin varsayımları olan rasyonelite, denge, optimizasyon vs. gibi gerçek dünyada iktisadi sorunları açıklamakta başarılıdır.	79	52,7	52	34,7	19	12,7
5. İktisat teorisinin kullandığı varsayımlar iktisadın diğer sosyal bilimler (tarih, sosyoloji, psikoloji, antropoloji) ile etkileşimini artırmaktadır.	86	57,3	47	31,3	17	11,3
6. Almış olduğunuz kapitalist iktisat eğitimi (yerleşik iktisat eğitimi), gerçek dünyanın ve sorunlarının yorumlanmasında yeterlidir.	35	23,3	70	46,7	45	30
7. Alternatif iktisat eğitimi (Marksist iktisat, Post Keynesyen iktisat gibi), eğitim sisteminde yer alması gerekmektedir.	100	66,7	37	24,7	13	8,7
8. Okulumuzda verilen iktisat dersleri yeterli seviyededir.	30	20	63	42	57	38
9. İktisat derslerinde edindiğim bilgiler ile ekonomik refah düzeyimi artırabiliyorum (borsa, döviz, altın yatırımları)	44	29,3	41	27,3	65	43,3
10. İktisat bölümü öğretim üyelerinin ders işleme performansı başarılıdır.	59	39,3	70	46,7	21	14
11. İktisat bölümü öğretim üyelerinin derste öğrenciye yaklaşımları pozitifdir.	72	48	57	38	21	14
12. İktisat bölümü öğretim üyelerinin ders dışında öğrenciye yaklaşımı pozitifdir.	61	40,7	61	40,7	28	18,7
13. Derslerde öğretim üyelerinin kullandığı görsel yöntemler etkilidir. (slayt, tahta, v.b)	61	40,7	62	41,3	27	18
14. İktisat eğitiminde yazılı olarak ödev hazırlanması eğitime katkı yapmaktadır.	67	44,7	45	30	38	25,3
15. İktisat eğitiminde sunum ödevi hazırlanması eğitime katkı yapmaktadır.	78	52	39	26	33	22
16. Kütüphanenin süreli yayınlar bölümünden dönem içerisinde sıklıkla yararlanıyorum.	47	31,3	41	27,3	62	41,3

4. soru, iktisat teorisinin matematiksel varsayımları olan rasyonelite, denge, optimizasyon ve oyun teorisi gibi reel dünyada iktisadi sorunları çözmeye ne derecede başarılı olduğunu tespit etmeye yöneliktir. Buna göre öğrencilerin %52,7'si, iktisat teorisinin kullandığı varsayımların gerçek dünyayı anlatmada başarılı olduğunu düşünmektedir. Bu sonuç bize mevcut realite ile iktisadi kuram arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak rasyonelite, denge, oyun teorisi gibi kuramlar iktisadın optimal bir şekilde nicelleştirilebileceğini göstermektedir. Beşinci soru da iktisat teorisinin kullandığı varsayımların diğer sosyal bilimler ile disiplinler arası bir etkileşim içerisinde olup olmadığına ilişkindir. Öğrencilerin %57,3'ünün bir etkileşim olduğuna inanmaları, kantitatif iktisadi teorilerin uygulama sonuçlarının diğer bilim dalları üzerinde olumlu etkilerinin olduğunu göstermektedir.

6. soruda, öğrencilerin yerleşik iktisat eğitimi olan kapitalist iktisat eğitiminin, gerçek dünyanın sorunlarının yorumlanmasında yeterli olup olmadığına ilişkin görüşleri sorulmaktadır. Öğrencilerin %46,7'si, bu konuda kararsız kalmış ve %30'luk kısmı da kapitalist iktisat eğitiminin yetersiz olduğunu ifade etmiştir. Siyasal bakımdan ABD güdümlü dünyanın, iktisat eğitiminde kapitalist iktisat öğretisini hâkim bir öğretimiş gibi dayatmakta olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Öğrencilerin de bu hâkim öğretinin iktisadi sorunları çözmeye yetersiz olduğu düşüncesine sahip oldukları görülmektedir.

7. soruda, 6. sorudaki hâkim kapitalist iktisat eğitimine alternatif olarak Marksist iktisat, Post – Keynesyen iktisat gibi iktisadi sistemlerin gerekliliği tartışılmıştır. Buna göre öğrencilerin %66,7'si alternatif sistemlerin gerekliliğini vurgulamıştır. Öğrenciler, farklı iktisadi düşünce okullarının ve iktisadi felsefelerinin eğitim sisteminde yer alması gerektiğini ve iktisat öğretiminin tek bir hâkim düşünceye dayandırılmaması gerektiği konusunda ortak bir fikre sahiptir.

8. soruda öğrencilere bölümlerinde verilen iktisat derslerinin yeterli olup olmadığı sorulmuştur. Verilen cevaplarda kararsızların oranı %42, yetersiz olduğunu düşünenlerin oranının %38 olduğu görülmektedir. Derslerin yeterli olmadığını düşünen öğrenci oranının yüksek çıkması, iktisat biliminin üniversitelerde öğrencilere aktarılması noktasında eğitim sisteminin ve eğitim müfredatının sorgulanması gereğini ortaya çıkarmaktadır.

9.soruda öğrencilerin derslerde edindikleri bilgiler ile ekonomik refah düzeylerini artırıp artıramadıkları ortaya konmaya çalışılmaktadır. Öğrencilerin %43,3'ü iktisat derslerinin refah seviyelerine olumlu bir katkısının olmadığı düşüncesindedir. Ancak bu konuda betimsel sorularda da bahsedildiği üzere, öğrencilerin büyük bir kısmının 0 – 1000 TL arasında gelirlerinin olması, refah seviyelerini artırmada iktisadi bilgilerin önemli olmadığına bir kanıttır.

10. soru öğrenciler, öğretim üyelerinin ders işleme performanslarının yeterli olduğu konusunda ortak bir düşünceye sahiptirler.

11. ve 12. soru öğretim üyelerinin öğrenciye derste ve ders dışındaki yaklaşımlarına ilişkindir. Öğrenciler her iki soru için yüksek oranda pozitif görüş bildirmiştir.

13. soru öğretim üyelerinin derslerde kullandığı görsel yöntemlerin etkisini ölçmeye yöneliktir. Öğrencilerin %18'i görsel yöntemlerin (slayt vb.) etkisiz olduğunu, ancak geri kalan öğrencilerin ise görsel yöntemlerden olumlu şekilde faydalandığı görülmektedir.

14. ve 15. sorularda, öğrencilerin yazılı ve sunum ödevi hazırlamasının eğitimlerine katkıları sorulmuştur. Öğrencilerin ortalama %50'lik kısmının sunum ve yazılı ödev hazırlanmasının eğitimlerine olumlu katkı yaptığını düşünmektedir. Ancak 16. soruda, öğrencilerin %41,3'ünün kütüphaneyi kullanma sıklıklarının çok az olduğu görülmektedir.

Sonuç

Üniversitelerdeki iktisat – ekonomi programları, öğrencilerine güçlü bir teorik altyapı ve bu yapıyı analiz imkânı veren ekonometri – istatistik gibi bir üstyapı oluşturmaya yöneliktir. Eğitim alan bireylere, günlük hayatta karşılaştığımız sorunları derinlemesine analiz edebilme ve çözümleri için analitik düşünebilme yeteneği aşılana çalışılmaktadır. Üniversite düzeyinde iktisat eğitimi ilk olarak on sekizinci yüzyıl ortaları İngiltere'sinde felsefe, teoloji ve hukuk dersleri içinde görülmektedir. Rönesans ile politik iktisat ismini alan iktisat bilimi on dokuzuncu yüzyıl sonlarında matematik ve istatistik ağırlıklı hale getirilmiştir. Osmanlıya iktisat bilimi Tanzimat'la birlikte girmiş Türkiye Cumhuriyetinde ilk İktisat Fakülte 1937 yılında eğitime başlamıştır.

Eğitim ve öğretim faaliyetleri ile toplumların varlığının sürdürülmesi ve gelişmişliğin – refahın ilerlemesi sağlanmak istenir. Bu temel amaç tüm bilim dalları için geçerlidir. Doğa bilimlerinde eğitim – öğretim faaliyeti gözleme dayalı olurken, iktisat gibi toplum bilimlerinde ise merkezde insan ve davranışları yer aldığı için, gözlem tarihsel süreçte geriye doğru yapılabilir. Ancak 21. yüzyıla gelindiğinde toplum bilimciler ve iktisatçılar arasında tartışmalar iktisadın bilimselliğine kadar uzanmış, arka arkaya gelen krizler, iktisat bilimi ve öngörülerinin sorgulanmasına neden olmuştur. Sonrasında, Neoklasik akımla başlayan yoğun matematik kullanımı, "İktisat sosyal bir bilim mi, yoksa fizik ve kimya gibi evrensel geçerlilikleri olan bir bilim midir?" sorusunu gündeme getirmiştir. 2000'li yıllarda, hâkim Neoklasik iktisada bir tepki olarak Post Otistik iktisat hareketi ortaya çıkarak bu sorunları şiddetli bir şekilde dile getirmiştir. Ancak, tek sorun yoğun matematik kullanımı ve doğa bilimlerine dönüşüm baskısı değildir. Derslerde geleneksel iktisat teorilerinin anlatılması ve bu teorilerin ülke koşullarına uyarlanmaması, ders kitaplarının ABD kaynaklı olarak tek kutuplu anlayışla yazılması da önemli sorunlar olarak sıralanabilir. Bu sorunlara yönelik birçok çözüm önerisi mevcuttur.

Bu çalışmada, Dumlupınar Üniversitesi İktisat bölümü öğrencilerine anket uygulanmış ve bahsedilen konulara ilişkin görüşleri alınmıştır. Buna göre ankete cevap veren son sınıf iktisat öğrenci ailelerinin %96,7'sinin gelir düzeyinin yoksulluk sınırı altında olduğu saptanmıştır. Ailelerinin gelir düzeylerinin düşük olması, eğitim seviyelerinin düşük olmasından kaynaklanmaktadır. Diğer yandan; aile geliri çalışmada belirtilen ölçek içinde azaldıkça, iktisat bölümüne birinci tercihinden giren öğrenci sayısı artmaktadır. Yani ailesinin gelir düzeyi düşük olan öğrenciler genellikle ilk tercihlerinde iktisat bölümünü tercih etmişlerdir.

İktisat bölümünü tercih eden öğrencilerin yaklaşık dörtte biri, bölümün içeriği hakkında bilgi sahibi olmaksızın tercih yapmıştır. İktisat bölümüne kayıt yaptırdıktan sonra, bölümdeki derslerin içeriğine ilişkin bilgi sahibi olmayanlar ise üçte birden fazladır. Diğer sorulardan da edinilen bilgiler, iktisat bölümündeki öğrencilerin derslere ilişkin ön hazırlık olmaksızın seçmeli ders tercihi yaptığını ve bu yüzden de verimliliğin azaldığını göstermektedir. Aynı zamanda ders seçimi yapan öğrencilerin yaklaşık dörtte üçü, dersi veren öğretim üyesine göre bunu yapmaktadır.

Diğer yandan, iktisat derslerinin güncel hayata ilişkin bilgiler vermekte olduğu, iktisat derslerinin diğer derslere de katkı yaptığı ve iktisat derslerinde öğrenilenlerin gelecekteki beklentilerini değiştirdiğini düşünen öğrenciler ağırlıktadır. Bu görüşteki öğrencilerin büyük çoğunluğu, gazete ve dergilerin ekonomi sayfalarını sıklıkla takip etmektedirler. Lakin öğrencilerin %41,3'ü kütüphaneyi çok nadir olarak kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Öğrencilerin %84,7'si sosyal bir bilim olan iktisat eğitimi içinde kantitatif yöntemlerin de olmasını isterken, %65'i iktisat eğitiminin matematik ağırlıklı olmasını istememektedir. Buna göre post otistik iktisada yönelik eğilimler ve alternatif iktisata yönelik tercihlerin oranı %66,7 olarak görülmektedir. Öğrencilerin iktisadi sosyal bilim olarak görmelerinden dolayı matematiği amaç olarak değil araç olarak ders programlarında yer alma tercihleri bu kadar yüksek bir oranın temel sebebi olarak düşünülebilir. Öğrencilerin %30'u kapitalist iktisat eğitimi, iktisadi sorunları çözmeye yetersiz bulurken, %66,7'si alternatif iktisadi sistemlerin anlatılmasını gerekli görmektedir. Bununla birlikte, iktisat bölümünde verilen derslerin yetersiz olduğunu savunanların %42 oranında olması, müfredatın ve eğitim sisteminin sorgulanması gerektiğine ilişkin güçlü bir sinyaldir.

Kaynakça

- Altunöz, U. (2014). Egemen Neo Klasik İktisata Eleştirisel Yaklaşım: Post Otistik İktisat ve 2008 Küresel Krizinin Post Otistik Analizi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), 14-22.
- Ardıç, K. (2001). Türkiye'de İktisat Öğretimi Nasıl Olmalı?. *İktisat Dergisi*, 415, 26-27.
- Bocutoğlu, E. (2012). *İktisadi Düşünceler Tarihi*. Trabzon: Murathan Yayınevi.
- Çakır, C. ve Akar, Ş.K. (1998). İktisat Eğitiminin Beşiği İ.Ü. İktisat Fakültesinin Kuruluşu. *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 49, 271-310.
- Çütcü, İ. (2014). İktisat Eğitiminin Temel Sorunları ve Çözüm Önerileri: Adıyaman Üniversitesi Üzerine Bir Uygulama. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, Mayıs, 110-122.
- Doğruel, F. (2005). İktisat Öğretiminde Matematik. (Ed. Uygur, E.). *İktisat Eğitimi* (ss.227-240). Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu Yayını, İmaj Yayınevi.
- Durusoy, S. (2008). İktisat Biliminin Yeri ve Yöntemi Neden Sorgulanıyor?. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-26.
- Groenwegen, P. (1987). Political Economy and Economics. (Eds. Durlauf, Steven N. and Blume, Lawrence E.), *The New Palgrave: A Dictionary of Economics* (904-907). UK: Vol: 3, Palgrave Macmillan.
- İzdeş, Ö. (2001). Nasıl Bir İktisat Eğitimi?. *İktisat Dergisi*, 415, 40-45.
- Ruben, E. (2005). İktisat Öğretimi Üzerine Bir Yazın Taraması. (ed. Uygur, Ercan). *İktisat Eğitimi* (125-138). Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu Yayını, İmaj Yayınevi.
- Sarfati, M. (2001). İktisat Bilimi Üzerine Tartışma. *İktisat Dergisi*, 415, 5-11.
- Şahin, H. (2012), Osmanlı Medreselerinde İktisat Eğitimi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 93-102.
- Şimşek, S., Cicioğlu, Ş. (2006). İktisat Eğitiminde Temel Sorunlar ve Öneriler. *TÜHİS*, Ağustos, 17-28.
- Uçar, M. (1999). İktisat Eğitimi ve Piyasa Ekonomisi. *Liberal Düşünce Dergisi*, 4(155), ss.34-52.
- Uygur, E., Erdoğan, O. (2005). Avrupa, ABD ve Türkiye'de İktisat Eğitimi. (Ed. Uygur, E.). *İktisat Eğitimi* (57-116). Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu Yayını, İmaj Yayınevi.

TÜRKİYE'DE COĞRAFI İŞARET KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

Suzan KANTARCI SAVAŞ

Arş. Gör. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Ekonometri Bölümü

suzan.kantarci@klu.edu.tr

Özet

Amaç: Coğrafi işaret kavramı, bir malın veya ürünün coğrafi özelliklerine ilişkin bilgi veren işaretleri kapsamaktadır. Bilgi çağında gerçekleşen bilimsel gelişmelerle birlikte, küreselleşen dünyada malların ya da ürünlerin ticari faaliyetlerinin yapısı ve pazarlama yaklaşımları değişim göstermektedir. Bu doğrultuda, uluslararası alanda ticari faaliyetlerde önemli olan coğrafi işaret kavramı, Türkiye’de de önem kazanmaya başlamıştır. Bu çalışmanın amacı, Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS) anlaşmasının imzalanmasından itibaren günümüze kadar Türkiye’de coğrafi işaret kavramına yönelik yapılan gelişmeleri incelemek ve günümüze kadar tescil almış ve tescil almayı bekleyen coğrafi işaretlerin yıllara göre dağılımlarını gözlemlemektir. Ek olarak, bu çalışma Türkiye’de tescil edilen coğrafi işaretlerin işlevselliğini arttırabilmesine yönelik olarak sistematik bir yaklaşım sunmaktadır.

Yöntem: Türk Patent ve Marka Kurumu’nun sitesinden temin edilen tescil almış ve tescil almayı bekleyen coğrafi işaret sayılarının yıllara göre dağılımları oluşturulmuştur. Türkiye’de tescil edilen coğrafi işaretlerin işlevselliğini arttırabilmesine yönelik zeytinyağı, vb. ürüne yönelik şematik bir yaklaşım sunulurken, bilgi çağında önemi artan istatistik ve bilgisayar biliminin kullanımına örneklerle dikkat çekilmektedir.

Bulgular: Bu çalışmanın sonucunda, coğrafi işaret kavramı irdelenmiştir. Türkiye’de coğrafi işaret kavramının uygulama sürecinde karşılaşılan sorunlar ortaya konmaktadır ve coğrafi işaretlerin uygulanabilirliğinin artırılmasına yönelik bir metodoloji özetlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi İşaret, Yöresel Ürün, Sınai Mülkiyet Kanunu, Coğrafi Karakterizasyon.

OVERVIEW OF THE CONCEPT OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS ON TURKEY

Abstract

Objectives: The concept of geographical indications includes the signs, which give information about geographical features of goods or products. Along with the scientific developments that take place in the information age, the structure of the commercial activities of the goods or products in the globalizing world, and the marketing approaches are changing. In this direction, the concept of geographical indications, which has crucial manner in international business activities, has gained importance in Turkey. The aims of this study are to evaluate the improvements on geographical indications and to observe the yearly distribution of geographical indications registered and waiting to be registered in Turkey from Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS) agreement up to our day. In addition, this study is to provide a systematic approach to increase the functionality of the geographical indications registered in Turkey.

Methods: The distribution of the numbers of the geographical indications registered and waiting to be registered provided from the web site of Turkish Patent Authority are handled according to years. While the schematic approach is presented in order to increase the functionality of the geographical indications such registered product as olive oil, etc. in Turkey, the attention is drawn to the usage of statistics and computer science fields whose importance is increasing during the information age.

Results: As a result of this study, the concepts of geographical indications are scrutinised. The problems are encountered during the application process of geographical indications in Turkey, a methodology is summarized to increase the applicability of geographical indications.

Keywords: Geographical indication, local product, industrial property rights, geographical characterization.

Giriş

Coğrafi İşaretler, belirli bir bölgede ya da belirgin bir niteliğe, ya da üne sahip ürünlerin ya da malların özelliklerinin tanımlanmasıyla, söz konusu ürünün ya da malların tüketiciler tarafından tercih edilmesinde önemli rol oynayan kalite işaretleri olarak tanımlanabilir. Coğrafi işaretler, tüketicinin satın almak istediği ilgili ürünün ya da malın, işaret edilen coğrafi bölgede ve ayırt edici özelliklerine uygun bir şekilde üretildiğine ilişkin güven sağlamaktadır. Coğrafi işaretler, tüketicinin bilincinin artmasına katkı sağlarken, üreticinin ürettiği ürünlerinin ya da tüccarın satmış olduğu malın kalitesini arttıracak faaliyetlerde bulunmasını teşvik edici bir rol oynar.

1990'lardan günümüze kadarki süreyi içine alan çağ, bilgi çağı olarak adlandırılmaktadır. Bilgi çağıyla birlikte, bilgiye dayalı bir toplum yapısı ortaya çıkmaktadır. Bilgi çağının içerisinde bulunduğumuz 21.YY.'da teknolojik gelişmelerin hız kazanmasıyla birlikte, bilginin değer kazanmasıyla, üretim süreçleri ve pazarlama faaliyetleri farklılaşmaktadır. Bilgiye dayalı, yeni ürünler ve hizmetler ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu yeni ürünlerin ve hizmetlerin hakları Sınai Mülkiyet Hakları ile korunmaktadır.

Belirli bir ürünün ya da sürecin ticari anlamda piyasada ekonomik değerinin ifade edilebilmesi için marka, firma adı, ya da coğrafi işaret ile ayırt edici özelliğinin ortaya konması gerekmektedir (Gökovalı, 2010). Bir ürün coğrafi işaret almaya hak kazandığı an, ekonomik anlamda değeri artmaktadır. Coğrafi işarete konu olan ürün, üretici açısından düşünüldüğünde üreticilerin haklarının korunmasına ve ürettikleri ürünlerin değerlerinin artmasına katkı sağlamaktadır. Kırsal kalkınmayı destekleyici özelliğe sahip olup göçü önleyici bir faktör olarak görülebilir. Ürünlerin kalitesinin korunmasına olanak sağlayarak tüketiciler için güvenilir bir pazar oluşturmaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2008; Kan, Gülçubuk, Kan ve Küçükçongar, 2010; Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar, 2012).

Türkiye'de coğrafi konumu itibarıyla Asya ve Avrupa kıtasının arasında yer almaktadır. Doğası açısından düşünülürse, üç tarafının denizlerle çevrili olması, farklı iklim kuşaklarına sahip olması, toprak çeşitliği Türkiye'de coğrafi işaretli ürün yelpazesinin ne kadar çeşitli olabileceğine ışık tutmaktadır (Çalışkan ve Koç, 2012). Ayrıca, tarih öncesi çağlardan günümüze Türkiye'nin sınırlarıyla çevrili alanda bir çok medeniyetin izleri görülmektedir. Bu topraklarda hüküm süren medeniyetlerin bıraktıkları kültürel miras nesilden nesile ürünlerin varlığı ile devam etmektedir. Kültürel miras olarak aktarılan ürünlerin de coğrafi işaretler ile korunması gelecek nesillerin kimliklerinin bilincinde olmasına katkı sağlayacaktır. Uluslararası ticarete önemli bir etkisi olan coğrafi işaretlerin Türkiye'de de bilinçli bir tescilleme süreci ile tescillenerek belirli bir üne sahip ürünleri koruma altına almak, tüketicilerin ve üreticilerin kalite bilincinin artırılması, tarımsal kalkınmanın yaygınlaşması, ve küresel bazda ekonomik faaliyetler açısından önem arz etmektedir.

Bilgi çağında olduğumuz günümüzde, gelişmekte olan ülkemiz açısından coğrafi işaretli ürünlerin, ayırt edici özelliklerinin bilimsel çalışmalarla desteklenerek uluslararası pazarda yeni pazarlama stratejileri kullanılarak hak ettiği yeri alması için çalışmalar gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmanın birinci bölümünde, coğrafi işaret ve geleneksel ürün adının tanımı verilmiştir. İkinci bölümünde, uluslararası alanda coğrafi işaretlerin durumu açıklanmaktadır. Üçüncü bölümünde, Türkiye'deki coğrafi işaret kavramının tarihi ve uygulama esaslarına yönelik bilgiler özetlenmiştir. Ayrıca, Türkiye'de coğrafi işaret tescili almış ürünlerin ve tescil başvurusu yapmış ürünlerin yıllara göre dağılımına ilişkin güncel bilgiler yer almaktadır. Dördüncü bölümde, Avrupa Birliği'nde Coğrafi İşaret Koruması ile ilgili bilgiler verilerek Türkiye'de tescil almış aynı zamanda Avrupa Birliği'nin tescil sürecine dahil olan ya da başvuru yapan coğrafi işaretlerin durumu özetlenmektedir. Beşinci bölümde, Türkiye'de Coğrafi İşaret Kavramının Uygulamasında Karşılaşılan Sorunlar irdelenmektedir ve farklı bilim dallarının entegrasyonu ile Türkiye'de coğrafi işaretlerin yapısının sağlıklı çalışmasına ilişkin genel süreç özetlenmiştir. Bilgi çağında teknolojinin gelişmesiyle, verinin önem kazandığı günümüzde, önerilen sürecin istatistik ve bilgisayar bilimleriyle etkileşimine dayalı olduğuna dikkat çekilmektedir. Son bölüm olan, sonuç bölümünde gelişen Türkiye'de bilgi çağının getirileri olan bilimsel gelişmeleri kullanarak Coğrafi İşaretlerin yaygınlaştırılmasının önemi vurgulanmaktadır.

1. Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Tanımı

6769 Sınai Mülkiyet Kanunu'nun, coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adları ile ilgili ikinci kitapta coğrafi işaretler menşe ve mahreç işareti olarak isimlendirilirken, coğrafi işaretler kapsamına girmeyen ürünler geleneksel ürün adı ile ifade edilmektedir.

Menşe adı (Protected Designation of Origin), "Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen

ürünleri tanımlayan adlar” olarak açıklanmaktadır (Tanrıkulu, 2011; Sınai Mülkiyet Kanunu, 2016).

Mahreç adı (Protected Geographical Indication), ise, “Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlar” olarak tanımlanmaktadır (Tanrıkulu, 2011; Sınai Mülkiyet Kanunu, 2016).

Bir ürünün adı, geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı kanıtlandığı takdirde, eğer geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanıyorsa ya da geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş ise Geleneksel ürün (Traditional Specialities Guaranteed) olarak tescillenebilir (Sınai Mülkiyet Kanunu, 2016).

Coğrafi işaretlerin ve geleneksel ürün adlarının korunmasının temel amacı, konu olan ürünlerin kalite sürecinin korunması ve ürünün üretim sürecin sürdürülebilirliğini sağlamakla birlikte kültürel değerlerin varlığını yaşatmaktır. Aynı zamanda, bölgesel ekonomik kalkınmaya katkı sağlayarak göçün önlenmesini sağlamaktadır. Ülkelerin kendilerine has özellikteki ürünleriyle uluslararası piyasada var olabilmesini de sağlamaktadır.

2. Uluslararası Alanda Coğrafi İşaret Mevzuatı

Uluslararası alanda, bir malın veya ürünün coğrafi menşesine ilişkin işaretlerin korunması kavramı, ilk kez sınai mülkiyet haklarının korunmasına yönelik olarak 19. yüzyılın sonlarında 20 Mart 1883 tarihinde imzalanan Sınai Mülkiyetin Korunmasına yönelik Paris Sözleşmesi’nde hüküm olarak yer almıştır (World Intellectual Property Organization, 1967). Bu sözleşme, coğrafi işaretlere ilişkin hükümleri içeren ilk uluslararası sözleşme olarak adlandırılmaktadır. Bu sözleşmenin kapsamında yer alan ilgili maddelerde işaret hakkında sahip ürünün farklı bir bölgeden kaynaklandığının ifade etmesi yasaklanarak ürünlerin sahte kullanımlarının önüne geçilmesine yönelik yaptırımlar ortaya konmuştur (T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2015). 1891 yılında, Sahte ya da Aldatıcı Mahreç İşaretlerinin Engellenmesine konusu üzerinde durularak Madrid Anlaşması imzalanmıştır. 1958 yılında imzalanan Lizbon anlaşması kapsamında, menşe adı ilk kez uluslararası bir düzenlemede kullanılmıştır. Lizbon Anlaşmasının uygulayıcısı Dünya Fikri Haklar Örgütü (WIPO)’dür (World Intellectual Property Organization, 1967). Lizbon anlaşması hükümleri gereğince, tescil edilen coğrafi işaretler anlaşma ülkelerinin tamamında koruma altına alınmış olmaktadır. Lizbon anlaşmasında 2017 yılı itibariyle 28 devlet üye gözükmektedir. 1994 yılında Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS) imzalanmıştır. Bu anlaşmada, coğrafi işaretlerinde diğer fikri mülkiyet hakları (patent, marka, vs.) gibi uluslararası düzeyde korunması hedeflenmiştir. Anlaşma hükümleri Dünya Ticaret Örgütü (WTO) tarafından yürütülmektedir (World Trade Organization, 1994).

Dünya’daki coğrafi işaretlerin durumu incelendiğinde konu ile ilgili yapılan araştırmalar sonucunda (RAPOR) coğrafi işaretlerin bir kısmının ülke bazlı coğrafi işaret düzenlemeleri ile korunduğu görülürken, bazı devletlerin marka hukuk sistemi içerisinde koruduğu görülmektedir.

Coğrafi işaretlerin en iyi uygulamaları Fransa başta olmak üzere, İtalya ve İspanya’da yer almaktadır. Bu ülkelerde kendi iç bünyelerinde coğrafi işaret düzenlemeleri yer almaktadır. Ayrıca Avrupa Birliği Komisyonunca coğrafi işaretlerin tescil durumu söz konusu olmaktadır (Commission of the European Communities, 2007). Amerika Birleşik Devlet’lerinde marka hukuku hükümlerine göre koruma gerçekleştirilmektedir.

3. Türkiye’de Coğrafi İşaret Mevzuatı

Türkiye’de coğrafi işaretlere ilişkin ilk düzenleme ise, sınai mülkiyet sisteminin düzenlenmesi ile birlikte 1995 yılında yürürlüğe girmiş olan 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile gerçekleştirilmiştir (Çalışkan ve Koç, 2012). Son yıllarda, uluslararası alanda olduğu gibi Türkiye’de coğrafi işaret konusuna daha çok önem verilmektedir. Bu doğrultuda, 2016 yılında yayımlanan 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu yenilenmiş olup coğrafi işaretlere yönelik yeni düzenlemelere gidilmiştir. Türkiye’de coğrafi işaret tescili işlemlerini Türk Patent ve Marka Kurumu gerçekleştirmektedir. Türkiye’de tescil hakkı kazanmış bir coğrafi işaret sadece Türkiye sınırlarında koruma altındadır. Türkiye’de tescil edilen coğrafi işaretlerin diğer ülkelerde koruma altına alınabilmesi için, koruma altına alınması istenen ülkenin yasal düzenlemelerine bağlı olarak tescil başvurusu yapılarak değerlendirilmiş olması gerekmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017).

Türkiye’de coğrafi işaretli ürünlerin başvurularının yıllara göre dağılımı incelendiğinde toplam 841 başvuru söz konusudur (Türk Patent ve Marka Kurumu). Tablo 1.’de görüldüğü üzere, en yüksek başvurunun 182

başvuru ile 2017 yılında gerçekleştiği, 126 başvuru ile 2016 yılındaki başvuru sayısının ikinci sırada yer aldığı Tablo 1.'de görülmektedir. 1998 yılında ise hiç başvurunun alınmadığı görülmektedir (Tablo 1.).

Tablo 1: Türkiye’de Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Sayı	Yüzde(%)	Yıllar	Sayı	Yüzde(%)
1996	74	8,8	2007	14	1,7
1997	2	0,2	2008	16	1,9
1998	0	0,0	2009	11	1,3
1999	1	0,1	2010	29	3,4
2000	11	1,3	2011	27	3,2
2001	8	1,0	2012	38	4,5
2002	8	1,0	2013	9	5,0
2003	40	4,8	2014	9	8,1
2004	12	1,4	2015	48	7,4
2005	49	5,8	2016	126	15,0
2006	21	2,5	2017	182	21,6

841 başvurunun 10 adeti yurt dışından alınmış başvurulardır. Ayrıca, 10 adet başvurunun 4 adedi koruma hakkı kazanmıştır. Bu coğrafi işaretler, Prosciutto Di Parma (Parma Ham / Parma Jambonu), Scotch Whisky (İskoç Viskisi), Champagne, ve Hellim/ Halloumi’dir.

Başvuru sonrası, değerlendirilmesi tamamlanıp tescil hakkı kazanmış coğrafi işaretlerin yıllara göre dağılımı da Tablo 2.’de özetlenmiştir. Türkiye’de tescil almış coğrafi işaretli ürünlerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde toplam 841 başvurunun 309 adedi tescil hakkı kazanmıştır. 1996 yılında 74 adet başvuru alınmış olup 66 adedi tescil hakkı kazanmıştır. Başvuruların değerlendirme süreleri farklılık arz etmektedir. Bu duruma bağlı olarak tescil başvurularının ilgili yıla ilişkin tescil hakkı kazanma sayıları farklı tablolarla ifade edilmiştir.

Tablo 2: Türkiye’de Tescil Almış Coğrafi İşaretli Ürünlerin Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Sayı	Yüzde(%)	Yıllar	Sayı	Yüzde(%)
1996	66	21,36	2007	19	6,15
1997	1	0,32	2008	31	10,03
1998	0	0,0	2009	24	7,77
1999	2	0,65	2010	51	16,50
2000	3	0,97	2011	5	1,62
2001	10	3,24	2012	2	0,65
2002	12	3,88	2013	7	2,27
2003	12	3,88	2014	5	1,62
2004	14	4,53	2015	8	2,59
2005	1	0,32	2016	19	6,15
2006	4	1,29	2017	13	4,21

4. Avrupa Birliği Komisyonu Coğrafi İşaret Korumasına Genel Bakış ve Türkiye’nin Durumu

Dünya geneline bakıldığı zaman coğrafi işaretlerin en başarılı uygulandığı ülkelerin başında Fransa gelmektedir. İtalya ve İspanya’da coğrafi işaret kavramı başarılı bir şekilde uygulanabilmektedir. Bu ülkelerin başarılı olmalarının sebepleri incelendiğinde koruma altına alınma sürecinde üretici birliklerinin coğrafi işareti korumasına hak sahibi oldukları görülmektedir. Bu ülkeler Avrupa Birliği’ne üye olan ülkelerdir. Avrupa Birliği’ne üye ülkelerden biri ilgili ürüne coğrafi işaret başvurusunu Avrupa Birliği Komisyonuna yapabilmesi için önce ülkenin kendi resmi kurumu tarafından inceleme sürecine tabi olmuş olması gerekir. Ardından, incelemesi tamamlanan ürün ülkenin resmi kurumu tarafından Avrupa Birliği Komisyonuna iletilir. Avrupa Birliği Komisyonu, başvurunun yapılmasından sonraki 6 ay içerisinde incelemesini yaparak eksiklikler söz konusu ise başvuru sahibine ileterek sürecin kontrolünü yapar. İnceleme sonucunda kabulü gerçekleşen coğrafi işaretler Avrupa Birliği Resmi Gazetesinde yayınlanır.

Yayının yapılmasından itibaren geçen 3 aylık süreçte itiraz süresi tanınır. Olumlu sonuçlanan 3 aylık süreç sonunda başvuruların tescili sağlanır.

Avrupa Birliği'ne üye olmayan ülkeler de Avrupa Birliği Komisyonu'na başvuru yapabilmektedir. Bu kapsamda Avrupa Birliği Komisyonu coğrafi işaret koruma kapsamında, Türkiye'nin de tescili yapılmış 3 adet ve başvurusu sürecinde olan 11 adet coğrafi işareti bulunmaktadır. Türkiye'nin Avrupa Birliği'nce tescili yapılmış coğrafi işaretleri "Antep Baklavası", "Aydın İnciri" ve "Malatya Kayısı". Avrupa Birliği'nin gıda ve tarım ürünlerine ilişkin tescil edilmiş ya da tescil sürecindeki coğrafi işaretleri DOOR isimli veri tabanına kayıtlıdır (Commission of the European Communities, 2017).

5. Türkiye'de Coğrafi İşaret Kavramının Uygulamasında Karşılaşılan Sorunlar ve Öneriler

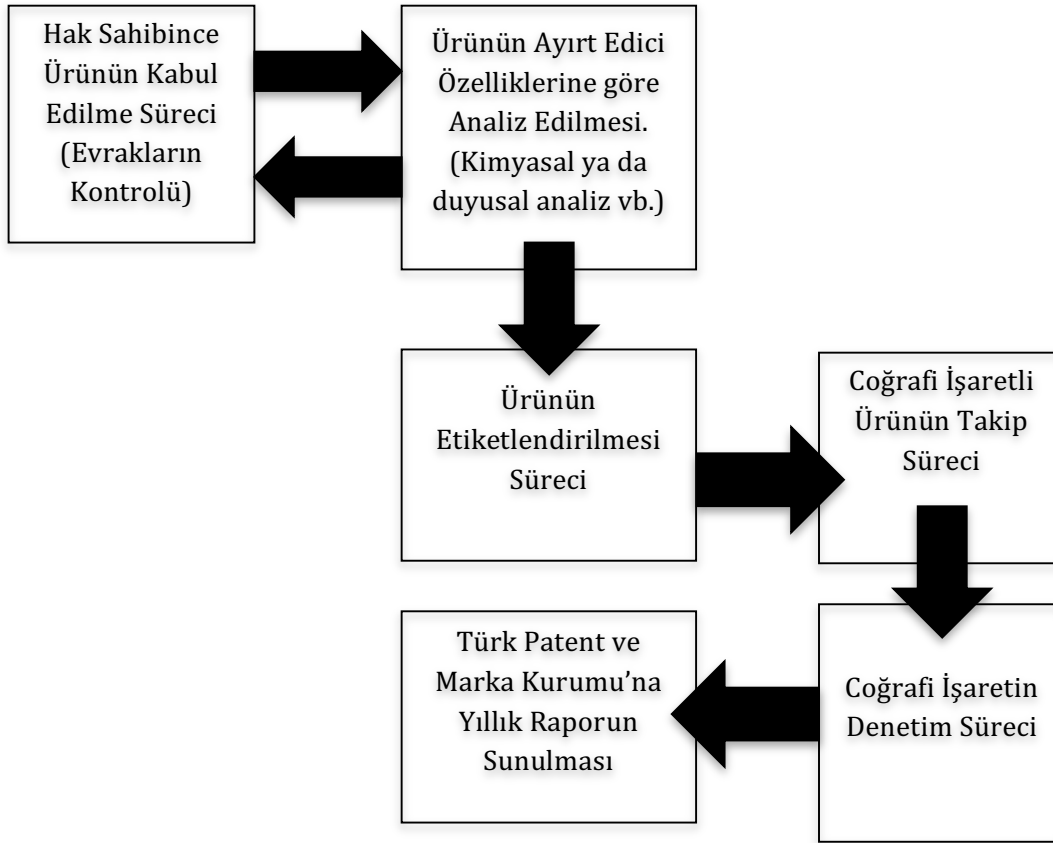
Coğrafi işaret korumasına hak kazanmış bir kurum ya da kuruluş, bir ürünün kabul edilme süreci, ürünün coğrafi işaret ile etiketlenmesi süreci ve denetim süreci olmak üzere üç ana süreç ile karşılaşmaktadır.

Bu sürecin başarı ile yürütülmesinde, tescil çerçevesinde ürün tanımı, ayırt edici özellikleri, denetleme şeklinin detaylı bir şekilde açıklanması önemlidir. Gerekli görüldüğü takdirde, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu Üçüncü Kısım Tescil ve Değişiklik Talepleri kapsamında değişiklik yapma hakları söz konusudur.

Türkiye'de coğrafi işaret tescil süreci incelendiğinde, ilgili coğrafi işaret tescil sürecinde yaşanan sorunların başında ilgili ürünün ayırt edici özelliklerinin belirlenmesi gelmektedir. Ayırt edici özelliklerinin ürünün çeşidine göre ilgili uzmanlar tarafından akademik çalışmalarla desteklenmesi gerekmektedir (Rezzi, Axelson, Héberger, Reniero, Marini ve Guillou, 2005; Galtier, Dupuy, Le Dr'eau, Ollivier, Pinatel, Kister ve Artaud, 2007; Gümüskesen ve Yemiscioglu, 2007; Petrakis, Agiomyrgianaki, Christophoridou, Spyros ve Dais, 2008; Nasiboğlu, Kantarcı, Kınay ve Vahaplar, 2016). Böylelikle, ilgili ürünün ayırt edici özelliklerinin coğrafi işaret korumasına dahil edilebilmesi için test edilebilmesi sağlanacaktır. Özellikle, tarımsal faaliyetler sonucu elde edilen ürünlerin zeytin, zeytinyağı, şarap vs. gibi ayırt edici özelliklerinin oluşturulmasında kimyasal ve duyu analizi tekniklerinden yardım alınması önerilmektedir (Nasibov ve Kantarcı, 2010; International Olive Commission, 1996). Bir ürünün ayırt edici özelliklerinin oluşturulması, ziraat mühendislerinin, gıda ve kimya mühendislerinin, istatistikçilerin, coğrafyacıların, sosyologların ve tarihçilerin kolektif çalışması ile bölgelerin özelliklerine ve ürünlerine yönelik akademik faaliyetlerin artırılmasıyla aşılabılır (Nizam, 2011; Meral ve Şahin, 2013; Nizam-Bilgiç, 2014; Toklu, Ustaahmetoğlu ve Öztürk Küçük, 2016; Nizam-Bilgiç, 2017).

Coğrafi işaret tescil hakkı kazanmış ilgili kurum ya da kuruluşun gelen ürünün kabul edilme süreci ilgili kurum tarafından gerçekleştirilmelidir. Ayrıca ayırt edici özelliklerin tespiti için ayrı bir değerlendirme biriminin olması gereklidir. Değerlendirme birimi tarafından onayı verilen coğrafi işaretli ürünlere ilişkin takip edebilmek adına bir bandrol ya da barkod sistemi tanımlanmalıdır. Denetim sürecinde, ürünün izlenebilirliği açısından kayıt sistemi önem arz etmektedir. Tüm bunları gerçekleştirirken coğrafi işarete ilişkin kayıt sisteminin bilişim ve istatistik bilimi ile desteklenmesi, yıllara göre coğrafi işaretli ürünün durumunun izlenmesi de önemli bir husustur (Harrington, Kister, Artaud ve Dupuy, 2009; Kantarcı, 2010; Kantarcı, Vahaplar, Kınay, ve Nasibov, 2013). Değişen çevre koşulları ve değişen kalite sistemlerinin coğrafi işaret tescil sürecini nasıl etkilediği de takip edilmesi gereken konulardandır.

Coğrafi işarete konu olan ürünün denetleme sistemi, ürünün yapısına, üretim süreçlerine, coğrafi yapıya ve üretim ilişkileri temeline göre farklılık göstermektedir. Coğrafi İşaret tescil sisteminin kontrol sürecine ilişkin şematik yaklaşım takip eden şekilde özetlenmektedir (Şekil 1):

Şekil 1: Coğrafi İşaret Tescil Sisteminin Kontrol Sürecine İlişkin Şematik Yaklaşım

Şekil 1.'de önerilen şematik yaklaşım zeytinyağı ve benzeri tarımsal faaliyetler sonucu meyvenin suyundan elde edilen ürün çeşidi için önerilmektedir. Birinci aşama, hak sahibince ürünün kabul edilme sürecidir. Bu aşamada, hak sahibince korunacak ürünün kabul edilme süreci önem arz etmektedir. Bu süreçte çiftçi kayıt sisteminden faydalanması (Çiftçi Kayıt Sistemi, 2017), ürünün geldiği bahçenin tespiti, çiftçinin beyanının doğruluğu çok önemlidir. İkinci aşamada ürünün ayırt edici özelliklerinden bahsedilmektedir. Bu ayırt edici özelliklerin tespitine yönelik dünyada bazı standartlar kullanılmaktadır. Kullanılan standartlarca (örn. International Olive Commission, 2017) ilgili ürüne uygulanan kimyasal ve duyuusal analizler ile ilgili bileşenler ve değerleri tespit edilmektedir. Elde edilen verilere istatistiksel analizler (tanımlayıcı istatistikler, profil analizi, hipotez testleri, temel bileşenler analizi, vb.) uygulanarak değerlerin tespiti yapılmaktadır (örn. Gümüskesen ve Yemiscioglu, 2007; International Olive Commission, 2017). Analiz aşamasını geçemeyen ürün coğrafi işaretlenme hakkı kazanamamaktadır. Eğer ürün ilgili ayırt edici özellikleri sağlıyorsa, üçüncü aşamada ürünün etiketlenmesi süreci başlamaktadır. Bu süreç için takip edilebilir numaraya sahip barkod sistemi, kare kod ('Gemlik Zeytini' Coğrafi İşareti Barkod Sistemi, 2017) ya da bandrol sistemi önerilmektedir. Bu noktada bilgisayar bilimi devreye girmektedir. Coğrafi işaretli ürünün takip süreci, dördüncü aşamayı oluşturmaktadır. İlgili ürüne yönelik olarak tasarlanan veri tabanına birinci aşamada, kayıt numarası ile kaydedilen ürün ve üretici, üçüncü aşamada barkod, kare kod ya da bandrol numaralarının ürüne eşlenmesiyle sisteme kayıt edilmelidir. Böylelikle dördüncü aşamada ürünün takip aşaması için gerekli alt yapı üçüncü aşamada oluşturulur. Beşinci aşamayı oluşturan, coğrafi işaretin denetim süreci, ürünü, hak sahibinin hakkını, üreticiyi ve tüketiciyi korumak için en önemli aşama olarak tanımlanabilir. Bu aşamada, bilgisayar sistemine başından itibaren kayıt olan üreticinin ve ürünün takibinin düzenli olarak yapılması aşaması gelmektedir. Altıncı aşamada da, ürünü tescil ettiren hak sahibi, yıllık denetim raporunu Türk Patent ve Marka Kurumu'na sunmalıdır. Bu şematik yaklaşım, 'Ayvalık Zeytinyağı' coğrafi işaretinin üreticilerce temini ve ürünün denetleme sürecindeki deneysel çalışmalara dayanılarak ve karşılaşılan sorunlara çözüm önerisi niteliğinde hazırlanmıştır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017). Sistemin dinamik bir yapıya sahip olması ve değişen ülke koşullarına ayak uydurabilmesi de önem arz etmektedir.

Sonuç

Bu çalışmada, literatür taraması yapılmış olup, coğrafi işaretin ve geleneksel ürün adının tanımı, Dünya'da ve Türkiye'de coğrafi işaret mevzuatının durumu incelenmiştir. Türk Patent ve Marka Kurumu'nun sitesinden temin edilen tescil almış ve başvuru yapmış coğrafi işaretlerin sayılarının yıllara göre dağılımları

gözlenmiştir. Ülkemizde tescil edilen coğrafi işaretleme sürecinde karşılaşılan sorunlara dikkat çekilerek işlevselliğini arttırabilmesine yönelik olarak öneriler sunulmuştur. Özellikle, farklı bilim alanlarında konuyla ilgili çalışan akademisyenlerin disiplinler arası faaliyetler göstererek koruma sürecini destekleyici çalışmalar yapabilmesi teşvik edilmelidir. Bilgi çağında önemi artan istatistik ve bilgisayar biliminin kullanımının sürecin takibinde önemli bir yer teşkil ettiği vurgulanmaktadır. Bu çalışmanın sonucunda, coğrafi işaret kavramının ne olduğu, Türkiye’de coğrafi işaret kavramının uygulamasında karşılaşılan sorunlar ortaya konulmuş olup, coğrafi işaretlerin uygulanabilirliğinin arttırılmasına yönelik olarak bir uygulama süreci özetlenmiştir.

Kaynakça

- Çalışkan, V., Koç, H. (2012). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılım Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17 (28), 193-214.
- Çiftçi Kayıt Sistemi (2017). [<https://www.turkiye.gov.tr/ciftci-bilgileri-sorgulama>] Erişim: 21/12/2017.
- Galtier, O, Dupuy, N, Le Dr’eu, Y, Ollivier, D., Pinatel, C., Kister, J., Artaud, J. (2007). Geographic Origins and Compositions of Virgin Olive Oils Determined by Chemometric Analysis of NIR Spectra. *Analytica Chimica Acta*, 595, 136-144.
- Gemlik Zeytini Coğrafi İşareti Barkod Sistemi (2017). [<http://www.gemliktb.org.tr/cografis-isaret/>] Erişim Tarihi: 21/12/2017.
- Gökovalı, U. (2010). Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (2), 141-160.
- Gumuşkesen, S., Yemiscioglu, F. (2007). Proje İsmi: Türkiye'deki Zeytin Çeşitlerinin ve Zeytinyağlarının Bölgesel Olarak Karakterizasyonu. Proje Numarası: 2005/BİL/020. [<http://food.ege.edu.tr/d-83/akademikyapi.html>]. Erişim Tarihi: 13/12/2017.
- Harrington, P. B., Kister, J., Artaud, J., Dupuy, N. (2009). Automated Principal Component-Based Orthogonal Signal Correction Applied to Fused Near Infrared-Mid Infrared Spectra of French Olive Oils. *Analytical Chemistry*, 81 (17) 7160-7169.
- International Olive Council (1996). Method for The Organoleptic Assessment of Extra Virgin Olive Oil Applying to use a Designation of Origin. [<http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/224-testing-methods>] Erişim: 13/12/2017.
- International Olive Council (2017). [<http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/224-testing-methods>] Erişim: 21/12/2017.
- Kan, M., Gülçubuk, B. (2008). Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 57-66.
- Kan, M., Gülçubuk, B., Kan, A., Küçükçongar, M., (2010). Coğrafi İşaret Olarak Karaman Divle Tulum Peyniri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12 (19), 15-23.
- Kan, M., Gülçubuk, B., Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 93-101.
- Kantarci, S. (2010). Multi Expert Decision Making by Using 2 Tuple Fuzzy Linguistic Representation and Its Application to Olive Oil Sensory Evaluation. Master thesis, Dokuz Eylül University, İzmir.
- Kantarci, S., Vahaplar, A., Kınay, A. O., Nasibov, E. (2013). A Software (Olivedesoft) System for Geographic Characterization of Turkish Virgin Olive Oil via Fuzzy Decision Tree. In *3rd International Fuzzy Systems Symposium*, 198-202.
- Meral, Y., Şahin, A. (2013) Tüketicilerin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı: Gemlik Zeytini Örneği. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doğa Bilimleri Dergisi*, 16 (4), 16-24.
- Nasiboğlu, E. Kantarci, S., Kınay, A.Ö., Vahaplar, A. (2013). Geographic Classification of Turkish Natural Olive Oil via CART Decision Tree Algorithm Achieved from Chemical Data. *XIV. Ekonometri, İstatistik ve Yöneyim Araştırması ve İstatistik Sempozyumu*, 210.
- Nasibov, E., Kantarci, S. (2010). Çok Tanecikli Bulanık Sözel Bilgiye Dayalı Karar Verme Modeli ve Zeytinyağının Duyusal Analizine Uygulanması. *11. Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*.

- Nasibov, E., Kantarcı Savaş S., Vahaplar, A., Kınay, A.Ö. (2016). Geographic Classification of Virgin Olive Oil with using T-operators in Fuzzy Decision Tree Approach. *Chemometrics and Intelligent Laboratory Systems*, 155, 86-96.
- Nizam, D. (2011). Coğrafi İşaretler ve Küresel Piyasalarda Yerelleşen Tarım Ürünleri: Ege Pamuğu Logosu Üzerine Bir Saha Çalışması. *Praksis*, 25, 87-116.
- Nizam-Bilgiç, D. (2014). *Geographical Indications in Commodity Chain Analysis: Policy and Resource Rents*. PhD Thesis, University of Sydney.
- Nizam-Bilgiç, D. (2017). Place-Based Labels in Agricultural Value Chains. *Comparative Sociology*, 16, 422-445.
- Petrakis, P. V., Agiomyrgianaki, A., Christophoridou, S., Spyros, A., Dais, P. (2008). Geographical Characterization of Greek Virgin Olive Oils (Cv. Koroneiki) Using "H" And "P NMR" Fingerprinting with Canonical Discriminant Analysis and Classification Binary Trees. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 56, 3200-3207.
- Rezzi, S., Axelson, D.E., Héberger, K. Reniero, F., Marini, C., Guillou, C. (2005). Classification of Olive Oils Using High Throughput Flow HNMR Fingerprinting with Principal Component Analysis, Linear Discriminant Analysis And Probabilistic Neural Networks, Application of Chemometrics to Food Chemistry, 13-24.
- Sınai Mülkiyet Kanunu (2016). *Resmî Gazete*, 6769. 10 Ocak 2017.
- T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2015). Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı. [<https://www.sanayi.gov.tr/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=10d3f687-62ad-4d27-96944e736ea1b76d>] Erişim: 13/12/2017.
- Tanrıkulu, M. (2011). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Tespiti ve Tescil Edilmesinin Önemi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1(2), 173-184.
- Toklu, İ. T., Ustaahmetoğlu, E., Öztürk Küçük, H. (2016). Tüketicilerin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı Ve Daha Fazla Fiyat Ödeme İsteği: Yapısal Eşitlik Modellemesi Yaklaşımı. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 23 (1), 145-161.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2017). Veri. [<http://www.turkpatent.gov.tr/>] Erişim: 13/12/2017.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2017). “Coğrafi İşaretler Bilgilendirme” [<http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/commonContent/CAbout>] Erişim: 13/12/2017.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2017). Tescilli Coğrafi İşaretler. [<http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/>] Erişim: 21/12/2017.
- World Intellectual Property (1967). Summary of the Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and Their International Registration. [<http://www.wipo.int/treaties/en/registration/lisbon/>] Erişim: 13/12/2017.
- World Intellectual Property Organization (1967). Paris Convention for the Protection of Industrial Property. [<http://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/>] Erişim: 13/12/2017.
- World Trade Organization (1994). Uruguay Round Agreement: TRIPS Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights. [http://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=305907] Erişim: 13/12/2017.

TURİZMDE İŞKOLİKLİK DAVRANIŞI, İŞ TATMİNİ İLE İŞLETME PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ANALİZİ VE ÖRGÜTE DUYGUSAL BAĞLILIĞIN ARACI ROLÜ: ANTALYA'DA BULUNAN BEŞ YILDIZLI KONAKLAMA İŞLETMELERİNDEKİ YÖNETİCİLER ÖRNEĞİ

Pelin ARSEZEN

Yrd. Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi

pelinarsezen@mu.edu.tr

Özet

Amaç: Konaklama işletmelerindeki çeşitli kademe yöneticilerin, işkoliklik ve iş tatmini ile işletme performansı ilişkisini araştırmak ve örgüte duygusal bağlılığın aracı rolünü analiz etmektir. Turizm endüstrisi gibi emek yoğun endüstrilerde hem çalışanların hem yöneticilerin sadakati ve bağlılığının önemi bilinmektedir. İşkoliklik davranışı ile ilgili örgütsel ve sektörel bağlamda araştırma çok kısıtlıdır. Turizmde işkoliklik davranışını araştıran çalışma ise yok denecek kadar azdır. Çalışma bu yönüyle hem alan yazına hem sektöre özgün katkı sağlamaktadır.

Yöntem: Bu araştırmada, Antalya ilinde turizm işletmelerinde yönetici olarak çalışanların işkoliklik davranışı, duygusal bağlılık algıları, iş tatmini ve işletme performansı olmak üzere dört değişken grubu bulunmaktadır. Veri toplama aracı olarak yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış ve toplam 115 katılımcıdan veri toplanmıştır.

Bulgular: Araştırmanın sonuçlarına göre yöneticilerin işkoliklik davranışı ile iş tatmini ve işletme performansı arasında pozitif yönlü ilişki vardır ve bu ilişkide duygusal bağlılığın aracı rolü bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İşkoliklik, Duygusal Bağlılık, İş Tatmini, İşletme Performansı

THE ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN BUSINESS SATISFACTION AND BUSINESS PERFORMANCE OF FIVE STAR ACCOMMODATION ADMINISTRATORS AND THE ROLE OF INTERMEDIATE SITUATION IN THE ORGANIZATION: THE ANTALYA SAMPLE

Abstract

Objectives: The aim of this study is to investigate the relationship between workaholic behavior and business performance and work performance, and to analyze the intermediary role of mood emotional commitment. In labor-intensive industries such as the tourism industry, it is known that the loyalty and commitment of both employees and managers are important. Research in the organizational and sectoral context related to the behavior of work is very limited. The study investigating the behavior of work in tourism is as little to be studied. This study provides both the field writing and the sector specific contribution in this direction.

Method: In this study, there are four variable groups of managers working as tourism managers in Antalya province: worker behaviors, emotional commitment perceptions, job satisfaction and business performance. A structured interview form was used as a data collection tool and data were collected from a total of 115 participants.

Results: According to the results of the research, there is a positive relationship between manager 's behavior of work and job satisfaction and business performance, and this relationship has an intermediary role in emotional commitment.

Keywords: Workaholic, Emotional Commitment, Job Satisfaction, Business Performance

Giriş

İşkoliklik, psikoloji ve psikiyatri yazınında, bireye zarar veren sonuçlar doğurabilen bir fenomen olarak görülmekte ve bağımlılık kuramları içinde yer almaktadır. İşletme ve örgütsel davranış yazınlarında ise işkoliklikle ilgili bireysel sonuçlar kadar örgütsel sonuçların da ele alındığı çalışmalara rastlanmaktadır. Sanayi devriminden sonra yaşanan gelişmeler, gelişme trendinin internet ve bilgisayar tabanlı işler gibi teknolojik yeniliklerle, büyük sıçramalarla devam etmesi iş yaşamında da önemli etkilere sebep olmuştur. Bu etkilerin birincil etkileneni patronlar, yöneticiler ve çalışanlar iken örgütlerin yakın ve uzak çevrelerinde de etkiler aynı şiddette hissedilmiştir. Küresel rekabet, küresel pazarlar, coğrafi sınırlardaki incelemeler, ulaşım teknolojileri, kitle iletişim araçları, sanal örgütlenmeler vb pek çok ortam, parametre ve değişkenler bireylerin var olma çabalarının miktar ve yönünü de etkilemektedir. Bireylerin var olma çabalarının örgütsel yaşamdaki tezahürü olarak iş tatmini, işe bağlılık, iş odaklılık, işe bağımlılık, işe adanmak, işte sönme, iş stresi ve elbette işkoliklik artık daha sık karşılaşılan kavramlardır. Kimi yazarlar küreselleşmenin getirdiği rekabet yoğunluğu gibi çevresel faktörlerin işkolikliğe neden olduğu savını ileri sürerken, bazı yazarların bireyin özelliklerinin işkolik davranışı tetiklediğine ve beslediğine ilişkin araştırmalara yoğunlaştığı görülmektedir. Sebep ve sonuç tartışmalarının devam ettiği işkoliklik davranışının örgütsel yaşamın bir dinamiği olduğu ve etkilerinin örgütsel hatta sistemsel olduğu ise tartışmaların odak noktası gibi görünmektedir. Çevresel dinamiklerin örgütleri daha esnek ve güçlü olmaya zorladığı günümüz dünyasında örgütsel yapıları yönlendiren davranış, tutum ve eğilimleri anlamak, açıklamak gereklilikten ziyade zorunluluktur.

Çalışmada ele alınan diğer bir kavram olan örgüte bağlılık için araştırmalarda ileri sürülen, örgüte bağlılığın yüksek olduğu durumlarda çalışanların örgütteki faaliyetler bağlamında daha iyi performans sergilediği görülmektedir. Bunun yanı sıra, eğer bir çalışanın örgütüne olan bağlılığı yüksek ise bu çalışanın iş tatmini de yüksek olmakta ve örgütün diğer üyeleriyle de iyi ilişkiler yürütmektedir. Bundan dolayı, çalışanların örgütsel bağlılık düzeyini belirlemek ve bu yönde stratejiler geliştirme örgütler için çok önemli bir konu olarak görülmektedir.

Yapılan görgül çalışmalarda iş tatmini genellikle, işletmelerde verimlilik artışına etki eden bir unsur olarak ele alınmıştır. İş tatmini kavramının performans ile ilişkisinin incelenmeye başlaması genellikle Hawthorne araştırmaları yönetimde insan ilişkileri yaklaşımının yaygınlaşmasıyla ilişkilendirilmektedir.

Bu kavramlar çerçevesinde oluşturulan araştırmada amaç konaklama işletmelerindeki çeşitli kademe yöneticilerin, işkoliklik ve iş tatmini ile işletme performansı ilişkisini araştırmak ve örgüte duygusal bağlılığın aracı rolünü analiz etmektir. Bu bağlamda, çalışmada önce işkoliklik kavramına yer verilmiştir. Bu kavram üzerine yapılan çalışmaların diğer kavramlara kıyasla az olması sebebiyle daha ayrıntılı incelenmiştir. Daha sonraki kısımlarda iş tatmini ve örgüte duygusal bağlılık kavramlarına yer verilmiş en sonda da araştırma yöntemi, bulgular ve sonuç sunulmuştur.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1 İşkoliklik

Bu kısımda işkoliklik kavramına ilişkin genel çerçeve, temelde benzeşen ancak farklılıklar da içeren tanımlardan hareketle kavramı hem olumsuz hem olumlu algılayan görüşlere dayanılarak çizilmeye çalışılmıştır. Bu bakımdan işkoliklik yazını dört gruba ayrılabilir:

- 1968-1998 arası işkoliklik kavramının tanımı üzerinde duran çalışmalar,
- 1998-2005 işkolik bireylerin özelliklerini araştıran çalışmalar,
- 2005-2010 İşkolikliğin sebep ve sonuçlarını araştıran çalışmalar,
- 2001'den itibaren ve 2010'dan sonra yoğun olarak işkolik davranış ile başka eğilim ve davranışlar arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar.

Oates (1968, 1971), işkolik (workaholic) kelimesini alkolik (alcoholic) kelimesinden esinlenerek türeten ve işkolikliği bir çeşit alkol veya uyuşturucu madde bağımlılığı şeklinde tanımlayan ilk kişidir. Oates'a göre (1971) işkoliklik ara vermeden, devamlı çalışmaya bağlı olarak ortaya çıkan bir duygu, sağlığı, mutluluğu ve diğer kişilerle olan ilişkileri negatif yönde etkileyecek düzeyde sürekli çalışmak için duyulan aşırı ve kontrol edilemez bir ihtiyaçtır.

Spence ve Robbins, 1992'de, Oates'ın izinden giderek iş dışı faaliyetlerden uzak kalarak çalışmaya aşırı düşkünlük, işe bağımlılık ve iş dışı ortamlarda bile işinden zihinsel olarak kopamayanların davranış şeklini işkoliklik olarak tanımlamışlardır. Onlara göre işe bağımlılığı yüksek, işe güdülenen ve işlerinden düşük düzeyde eğlence sağlayan kişiler işkolik kişilerdir. Porter 1996'da iş ve işle ilgili faaliyetlerin bireyin yaşamındaki diğer yaşamsal aktivitelerin ve olguların önüne geçmesi ve çalışma ortamının her ne sebeple

olursa olsun bırakılmamasını işkoliklik olarak nitelendirmiştir. Scott ve diğerleri 1997’de Spence ve Robbins’inkine benzer şekilde aşırı çalışmaya ve çalışılmayan zamanlarda bile iş düşünmeye neden olan farklı örgütsel ortamlarda sergilenen sabit davranışlara işkoliklik demişlerdir.

Nitekim 2000’lerin başına gelindiğinde farklı işkolik tanımlarındaki ortak noktalar kabul görmüş ve işkolik olarak nitelendirilen bireylerin özelliklerini araştıran çalışmalar çoğalmaya başlamıştır. Robinson (1998), işkoliklerin, kendilerini başkalarıyla iş yönünden kıyasladıklarını, iş hakkında saatlerce konuşma eğiliminde olduklarını ifade etmiştir. Burke, işkoliklik üzerine en fazla çalışma yapan araştırmacılardan biridir. Burke, 2000 yılındaki çalışmasında, işkoliklerin, normal çalışanlara oranla fazla çalışmak konusunda daha hevesli ve özverili olduklarını; iş arkadaşlarına göre kendilerini daha az güvende hissettiklerini; daha çok övülme, onaylanmaya gereksinim duyduklarını ileri sürmüştür.

İşkolikler, çoğunlukla endişeli, kendini güvensiz hisseden, sürekli çalışmak zorunda hisseden, mükemmeliyetçi ve aynı mükemmeliyetçi davranışı başkalarından da bekleyen kişilerdir (Oates, 1971; Garson, 2005).

İşkoliklikle ilgili yaklaşımlara bakıldığında işkolikliğin, bireysel, örgütsel, işle ilgili ve sosyal nedenler temel alınarak tipolojiler geliştirildiği söylenebilir. Ancak modern iş yaşamında teknolojik yeniliklerin (internet, sosyal ağlar, tabletler, akıllı telefonlar vb.) yarattığı bağımlılıklar ve işkoliklik ilişkisi henüz ele alınmamıştır.

İşkoliklik eğilimi kimi araştırmalara göre teknolojik gelişmelerin yarattığı sosyolojik, ekonomik ve psikolojik değişimler sebebiyle giderek artmaktadır (Wojdyło, 2015). Yöneticiler ise henüz aşırı çalışma ile verimli çalışma arasındaki ayrımın yeterince farkına varamamış görünmektedir. Yüzeysel olarak bakıldığında işkoliklik örgüt için olumlu gibi durmaktadır. İşletme sahipleri ve yöneticiler açısından çalışmaya her daim hazır, işe ve işyerine bağlı, fazla görev üstlenmekte veya çok iş yapmakta hevesli çalışanlara sahip olmak çok arzulanan bir durum gibidir. Kısa vadeli görüş işkolikliği kazanç olarak değerlendirebilir. Ancak işkolikliğin bireylerin sağlığını olumsuz yönde etkilediğini savunan birçok araştırma vardır (McMillan, O’Driscoll ve Bady, 2001; Kanai ve Wakabayashi, 2001). Ek olarak işkolikliğin sosyal ilişkilere ve aile bağlarına yönelik olumsuz etkilerini savunan (Oates, 1968; McMillan vd., 2001; Klaft ve Kleiner, 1988; Topolnicki, 1989) araştırma sayısı da azımsanmayacak düzeydedir. İşkolikliği örgütsel düzeyde ele alan çalışma sayısı henüz yeterli değildir. Yapılan az sayıdaki çalışmada işkolik işgörenlerin çalışma arkadaşları ve üstleri ile problemler yaşadıklarına değinilmiştir (Temel, 2006).

İşkoliklik nedenleri, sosyal ve psikolojik nedenler, ekonomik nedenler ve örgütsel nedenler olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır (Zincirkıran, 2013). Aşağıda özetlenen işkoliklik nedenlerinden örgütsel nedenlere bu çalışmanın örgütsel davranış bağlamına sahip olması sebebiyle daha fazla yer verilmiştir.

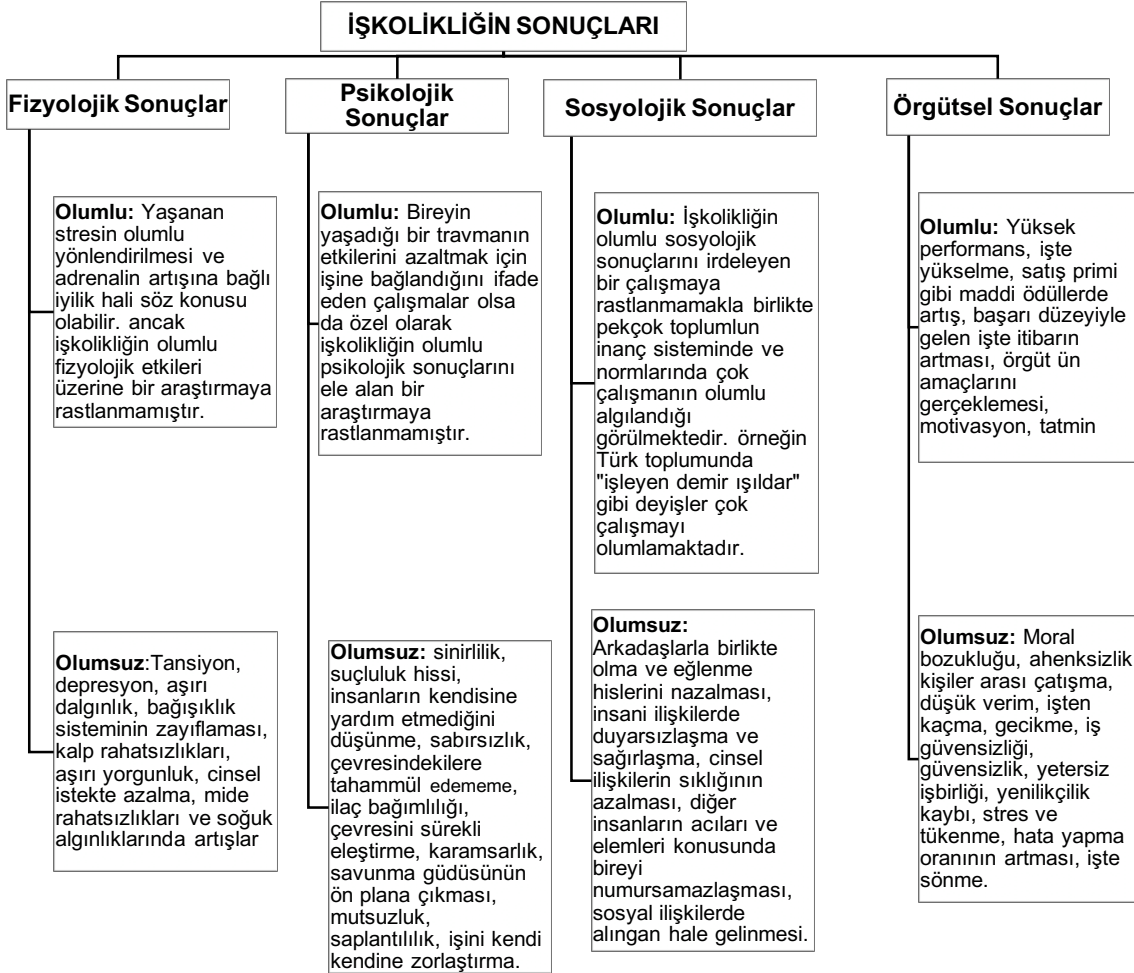
Sosyal ve Psikolojik Nedenler: İşte en iyi olma isteği, mükemmeliyetçi olma, aşırı bir biçimde takdir edilme ve onaylanma isteği, işin bir kaçış olarak görülmesi, işe sığınma hissi, iş yaşamı ile ilgili amaçlarına ulaşma isteği, işini ve buna bağlı olarak statüsünü kaybetme endişesi, günlük yaşamındaki bireylerarası ilişkilerinde çeşitli sorunlara sahip olması, A tipi kişilik özelliğine (hassas, aceleci, sabırsız, inatçı, direnç gösterme, hırslı olma gibi özellikleri) sahip olması, işlerin kendi kontrollerinde olması isteği gibi nedenler bu grupta sayılmaktadır (Burke, 2000a).

Ekonomik Nedenler: İşgörenler, ekonomik refah düzeylerini arttırmak, ekonomik ve sosyal statülerini geliştirmek için daha çok çalışma eğilimine girebilirler.

Örgütsel Nedenler: Bireyler, örgüt içi rekabet, yükselme arzusu, takdir edilme ve ödül beklentisi, cezalandırılma korkusu, başarıma arzusu gibi nedenlerle işkoliklik davranışı sergileyebilmektedirler. Örgütteki işkolik sayısının artmasına bağlı benzeşim gücüyle işkolikliğin kurumda genel bir davranış şekline dönüşebileceği varsayılmaktadır. Bu noktada bireylerin işkoliklik düzeyini ölçen çalışmalara kıyasla örgütlerin işkoliklik düzeyini ölçen çalışma sayısının yetersiz olduğunu belirtmek gerekir. Örgütün işkoliklik düzeyini örgütün başarı düzeyiyle, verimliliğiyle ilişkilendiren çalışmaların yazındaki yoksunluğu fark edilmektedir. Bu bakış açısıyla örgütteki işkoliklik davranışının örgüt kültürüne yerleşik olup olmadığı da önemli tartışma konularındandır. İşte aşırı iş yükü, sınırlı kariyer olanakları, işgörenin işi üzerinde düşük düzeyde kontrol sahibi olması gibi örgütsel nitelikler, işgörenin işi ile ilgili kaygılanmasına ve işini kaybetmemek için aşırı çalışmasına neden olabilmektedir. Örgütteki yönetim şekli de işkoliklik davranışını tetikleyen veya besleyen bir değişkene dönüşebilir. Yöneticinin işkolik çalışanlara sunduğu ödüller işkolikliğin ödüllendirilmesi gibi algılanarak çalışanların işkolik davranışa yönelmesini cazip hale getirebilir. Ya da işkolik yöneticiler mükemmeliyetçi özelliklerinden ötürü astlarından ve diğer çalışanlardan da işkolik davranışları beklentisine girebilir. İşte bu noktada örgüt içi çatışmalar, aşırı rekabetin işten ayrılma niyetini tetiklemesi gibi örgütsel yapı ve performansı etkileyen olumsuz sonuçlarla karşılaşılabilir.

Çalışmalara konu olan işkoliklik nedenleri işkolik davranışı tetikleyerek bu davranışın doğurduğu sonuçlarla birey ve örgütleri karşı karşıya getirmektedir. Tıpkı iş stresi gibi işkolikliğin de hem olumlu hem olumsuz sonuçlar yarattığı araştırmacılar tarafından kabul görmektedir. Araştırmacılar işkoliklik sonuçlarını fizyolojik, psikolojik, örgütsel ve sosyolojik ve olumlu-olumsuz olarak ayırmışlardır (Spence ve Robbins, 1992, Robinson ve Post, 1997; Portem, 2001; Kart, 2005; Burke vd., 2008; Mcmillan vd., 2004; Bardakçı ve Baloğlu, 2012; Zincirkıran, 2013; Pekdemir ve Koçoğlu, 2014; Bathini ve Kandathil; 2015). Aşağıda Şekil 1 işkolikliğin sonuçlarını değerlendiren bir özet sunmaktadır:

Şekil 1. İşkolikliğin Sonuçları



Kaynak: Yazar tarafından düzenlenmiştir.

Şekil 1’de görüldüğü gibi işkolikliğin olumlu sonuçlarıyla ilgili değerlendirmeler ağırlıklı olarak örgütsel yaşamı ilgilendirmektedir. Bireyin kendisine, ailesine, sosyal ilişkilerine, beden ve ruh sağlığına zarar verebildiği ileri sürülen işkoliklik davranışının örgütsel yaşam için daha olumlu sonuçlar doğurduğu hakim görüştür. Örgüt için işkoliklik örgüt performansına, iş hacmine, örgüt içi rekabete tesir eden olumlu bir davranış gibi algılanmaktadır. Buradan hareketle işkolikliğin örgüt üzerindeki etkilerinin kısa vadeli bakış açısıyla değerlendirildiği düşünülebilir. Çünkü bireyin kendine ve çevresine zarar veren bir davranışın uzun vadede örgüt için yarar sağlayacağını düşünmek gerçekçi olmayabilir. Yine de yazındaki araştırmalara dayanarak işkolik davranışın çağcıl yaşam koşullarına göre evrildiği, yaygınlaştığı ve yavaş yavaş biçim değiştiriyor olduğu söylenebilir. Örneğin teknolojik ilerlemelerin sağladığı mobil çalışma koşulları, işin gidilen her yere götürülebilmesini sağlayan akıllı teknolojik araçlar, sanal sosyal ilişki ağları günümüz işkolik birey profilini işyerinden bağımsız, işyerinde zaman geçirmeden de işe bağımlı hale getirmektedir. Ancak aynı anda sosyal ağlardan sosyal ilişkilerini işle birlikte yürütme imkânlarını da kazanmıştır. İşte tam bu sebeple işkoliklik üzerine araştırmaların teknoloji ve yenilik değişkenini araştırmaya dahil etmeleri gerekmektedir.

İşkoliklik alan araştırmalarının ele aldığı değişkenler bağlamında bir değerlendirmesi ve tasnifi yapıldığında aşağıda özetlenen konu çerçevesi ortaya çıkmaktadır:

- İşkolikliği ve derecesini ölçen çalışmalar
- İşkolik kişi özelliklerini araştıran çalışmalar,
- İşkoliklik eğilimini ölçen çalışmalar,
- İşe bağlanma derecesini ölçen çalışmalar,
- İşkoliklik ve iş-aile etkileşimini ve çatışmalarını araştıran çalışmalar,
- İşkoliklik ve örgütsel vatandaşlık ilişkisini araştıran çalışmalar,
- İşkoliklik ile inanç ve korkuların ilişkisini araştıran çalışmalar,
- İşkolikliğin sonuçlarını araştıran çalışmalar,
- İşkoliklik ve iş-yaşam dengesi ilişkisini ele alan çalışmalar,
- İşkoliklik ve çok çalışma ilişkisini araştıran çalışmalar,
- İşkoliklik ile evliliğe yabancılaşma, boşanma ilişkisini inceleyen araştırmalar,
- İşkoliklik ile ekonomik ve çevresel faktörlerin ilişkisini inceleyen araştırmalar,
- İşkoliklik ile para kazanma güdüsü, özsaygı ilişkisini inceleyen araştırmalar,
- İşkoliklik ile iş durumu ve mutluluk arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar,
- İşkoliklik ile örgütsel iklim ilişkisini araştıran çalışmalar,
- İşkoliklik ile yaşam tahmini ve iş-yaşam dengesi arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar,
- İşkoliklik ile depresyon ilişkisini inceleyen çalışmalar,
- İşkoliklik ile tükenmişlik ilişkisini inceleyen çalışmalar,
- İşkoliklik ile iş davranışı, memnuniyet ve psikolojik sağlık arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar,
- İşkoliklik ve örgütsel, bireysel performans ilişkisini ele alan çalışmalar,
- İşkoliklik ile işten zevk alma ve işe güdülenme arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar,
- İşkoliklik ile işte sönme ve negatif duygular arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar,
- İşkoliklik ile işten kopma ve verimsizlik ilişkisini araştıran çalışmalar.

1.2 İş Tatmini

İş tatmini, çalışanın işten elde ettiği maddi çıkarların ve birlikte çalışmaktan aldığı zevk veya eser meydana getirmenin verdiği mutluluk gibi duyguların çalışmada sağladığı tatmindir (Eren, 2007: 202). Birey ile çalışma koşulları arasındaki uyumun sonucunda ortaya çıkan iş tatmini, bireyin işine karşı geliştirdiği memnuniyet duygusu olarak da ifade edilebilmektedir (Ugboro ve Obeng, 2000: 254). Kavrama yönelik yapılan bir başka tanıma göre ise iş tatmini, bireyin çalıştığı işi ve çalışma koşullarını değerlendirerek ulaştığı mutluluk durumudur (Balay, 2000: 135-136). İş tatmini kavramının en belirgin özelliği duygusal bir kavram olmasıdır (İşcan ve Timuroğlu, 2007: 125). Bingöl (2003) iş tatmininin, çalışılan işten sağlanan çıkarlar ile bireyin birlikte iş yapmaktan haz duyduğu diğer çalışanlarla ortaya bir ürün koymanın getirdiği mutlu olma halini akla getirdiğini ifade etmektedir. Buradan hareketle, bireyin işine yönelik ulaştığı mutlu olma haline paralel olarak, işine yönelik tatmin duygusu da değişiklik gösterecektir. Yani bireyin işine yönelik mutluluk durumu yüksekse, işine yönelik tatmin düzeyi de yüksek olacaktır (Balay, 2000: 135-136).

Bireylerin çalıştıkları işe yönelik tatmin düzeylerini etkileyen unsurlar şu şekilde ifade edilebilir:

İşin Niteliği: Bireyin çalıştığı işi ve çalışma ortamını algılama biçimi, onun işe yönelik tatmin düzeyine belirgin bir şekilde etki etmektedir (Sarıkaya, 2002: 15). Yapılan işin bireyde zevk uyandırması, bireyin ilgi alanına hitap etmesi ve yeteneklerine uygun olması, iş tatminin etkileyen unsurların başında gelmektedir (Altundaş, 2000: 43). Bireylerin yaptıkları işlerde kendi bilgi ve becerilerini kullanmalarına olanak verilmesi halinde tatmin düzeylerinin yüksek olacağını; bireylere yaptıkları işlerde haddinden fazla sorumluluk yüklenmesi durumunda ise tatmin düzeylerinin düşük olacağını söylemek mümkündür.

Ücret: Bu unsur bireylerin işlerine yönelik tatmin düzeylerine etki eden en önemli faktörlerin başında gelmektedir. Bireylere verilen ücretlerde dikkat edilmesi gereken en önemli unsur eşitlik ilkesidir. Benzer işleri yapan çalışanlara eşit ücretler verilmelidir. Eğer çalışan benzer işi yaptığı diğer çalışma arkadaşlarından düşük ücret alıyorsa, çalışanın tatmin düzeyi ve dolayısıyla buna bağlı olarak da performansı düşecektir. Bu nedenle uygulanan ücret politikalarında bu konuya önem verilmelidir. İlgili yazında bireylerin yaptıkları iş karşılığında almış olduğu ücretler oranında tatmin düzeylerinin artacağı belirtilmesine rağmen, yapılan çalışmalarla bireyin almış olduğu ücret ile tatmin düzeyi arasında bir ilişki olduğu kanıtlanamamıştır (Andrews, 2003: 35).

Çalışma Ortamı Koşulları: Bireylerin tatmin düzeylerini etkileyen bir diğer önemli unsur da çalışma ortamı koşullarıdır. Bireylerin fiziki koşulları (havalandırma, ısı vb.) gelişmiş olan, konforu yüksek olan ve tehlike arz

etmeyen çalışma ortamlarında çalışmaya daha istekli oldukları ifade edilmektedir. Dolayısıyla çalışma ortamının bireyin isteklerine paralellik göstermesi halinde, bireylerin tatmin düzeylerine ve performanslarına olumlu katkılar yapacağını söylemek mümkündür. Bu bağlamda yöneticiler, çalışanlarının performanslarını ve dolayısıyla verimliliklerini artırmak amacıyla bireylerin sağlık durumlarını olumsuz etkileyebilecek çevresel kirliliklerden arındırılmış, çalışan güvenliğinin üst düzey olduğu, gürültü düzeylerinin minimum düzeyde olduğu çalışma ortamları geliştirmeye çalışmaktadırlar. Bunlara ek olarak bireylerin boş zamanlarını değerlendirebilecekleri oyun ve dinlenme salonları da çalışma ortamlarına eklenmeye başlanmıştır (Bingöl, 2003: 454).

Terfi Olanakları: Bireyin bulunduğu pozisyondan bir üst pozisyona geçmesi, daha yüksek bir itibar ve statü kazanması anlamına gelene terfi, bireylerin tatmin düzeylerine etki eden bir diğer unsurdur. Bireyin bulunduğu konumdan bir üst konuma terfi ederek yeni bir statü kazanması, bireyin motivasyonunu ve işine yönelik tatmin düzeyini yükseltecektir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken en önemli husus, terfi işlemlerinin adil bir şekilde yapılmasıdır (Robbins, 2001: 82).

Eğer çalışan, gösterdiği performans ile terfi etmeyi hak etmiş ancak bu hak kendisine sunulmuyorsa, bireyin işine yönelik motivasyonu ve tatmin düzeyi düşecektir. Bu durumlarda, birey olması gerekenden daha düşük bir performans sergileyebilecektir. Dolayısıyla işletmenin genel verimliliği de olumsuz şekilde etkilenecektir.

İşyerindeki Sosyal İlişkiler: Bireyin çalışma ortamında geliştirdiği sosyal ilişkiler, bireyin tatminiyle yakından ilgilidir. Bireyin işyerindeki herhangi bir sosyal gruba ilişkiler geliştirmesi ve bu gruba dahil olması, bireyin tatmin düzeyine etki eden unsurlar arasındadır (İşcan ve Timuroğlu, 2007: 127).

1.3 Örgütsel Bağlılık

Örgütsel bağlılık kavramı 1970'li yıllardan itibaren örgütsel davranış alanındaki önemli kavramlardan birisi haline gelmiştir (Özkalp ve Kirel, 2013: 664). Örgütsel bağlılık, günümüzde de yöneticilerin karşılaştığı ve devam etmekte olan en önemli örgütsel konulardan birisidir (Lo vd., 2010: 79).

Örgütsel bağlılık kavramı çok yönlü olarak değerlendirilebilmektedir. Buradan hareketle kavram bir taraftan, örgütte yer alan bireyler ve grupları birbirlerine bağlayan bir bağ olarak değerlendirilirken, diğer taraftan bireylerin birbirlerine ve örgüte bağlanmalarını sağlayan bir motivasyon unsuru olarak değerlendirilmektedir (Beem, 2007: 14).

İnsanların yaptıkları işe karşı olan tutumları gibi çalıştıkları örgüte veya iş yerine ilişkin tutumları da bulunmaktadır. Bu durum örgütsel bağlılık olarak ifade edilmektedir. Bir başka deyişle örgütsel bağlılık, çalışanların psikolojik olarak çalıştıkları örgütle ilişkileri, ona dâhil olma ve onun bir parçası olarak örgütte kalma isteklerinin derecesi olarak ifade edilmektedir (Özkalp ve Kirel, 2013: 664-665).

Örgütsel bağlılık, bireyin örgütle arasındaki karşılıklı değişim süreci sonucunda oluşmaktadır. Bireyin, örgütten belirli bir ödül veya çıkar elde etmesi durumunda kendisini örgüte adanmakta, yani örgüte bağlanmaktadır. Başka bir ifadeyle bireyin kendisini örgüte adanmasının karşılığı olarak örgütten ödül veya çıkar sağlamayı beklemektedir (Balcı, 2003: 27-28).

Literatürde yapılan daha önceki çalışmalar duygusal bağlılık ile iş gören davranışları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu göstermiştir. Muse ve Stamper (2007) yaptığı çalışmayla, duygusal bağlılık ile performans arasında, Vandenberg ve Lance (1992), Russ ve McNeilly (1995) ve Cetin (2006) yaptıkları çalışmalarla, duygusal bağlılık ve iş tatmini arasında ve Meyer vd. (2002) yaptığı çalışma ile duygusal bağlılık ve örgütsel adalet arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır.

2. Araştırmanın Metodu ve Bulguları

2.1 Araştırmanın Amacı, Modeli ve Hipotezleri

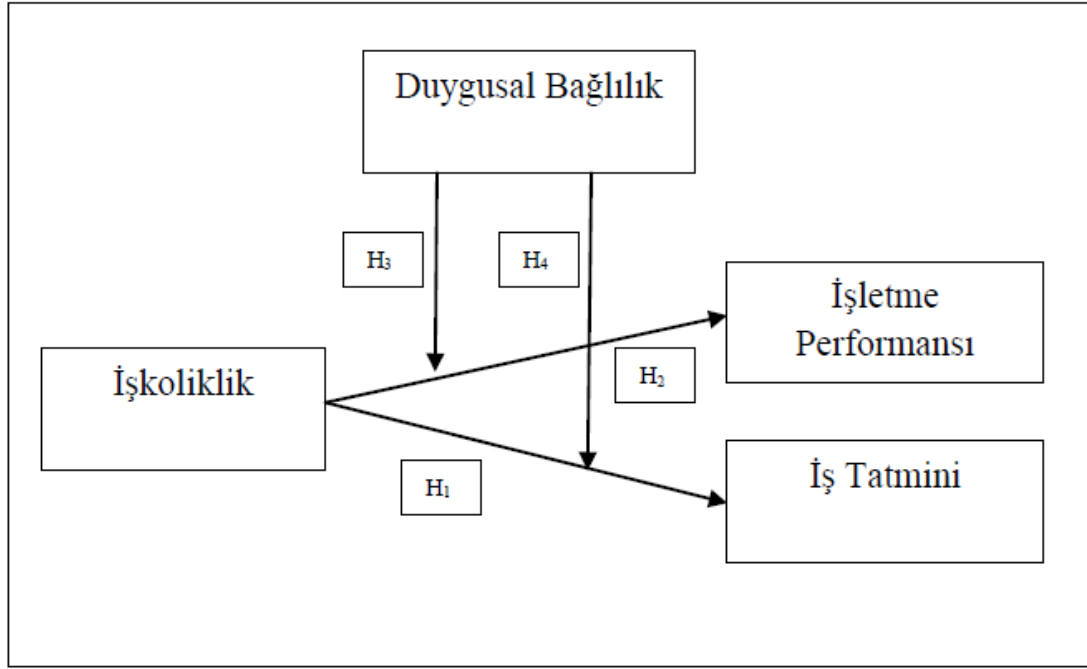
Bu çalışmanın amacı konaklama işletmelerindeki çeşitli kademe yöneticilerin, işkoliklik ve iş tatmini ile işletme performansı ilişkisini araştırmak ve örgüte duygusal bağlılığın aracı rolünü analiz etmektir. İşkoliklik davranışlarının iş tatmini ve işletme performansı ilişkisini ve duygusal bağlılıklarının aracılık rolü olabileceği görüşüne dayanarak araştırma modeli Şekil 1' de görüldüğü üzere kurulmuştur. Araştırma modelinden de görüldüğü gibi çalışmanın dört temel hipotezi bulunmaktadır;

H₁: Yöneticilerin işkoliklik davranışları ile iş tatmini arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H₂: Yöneticilerin işkoliklik davranışları ile işletme performansı arasında pozitif yönlü ilişki vardır.

H₃: Yöneticilerin işkoliklik davranışlarının işletme performansı etkisinde duygusal bağlılığın aracı rolü vardır.

H₄: Yöneticilerin işkoliklik davranışlarının iş tatminine etkisinde duygusal bağlılığın aracı rolü vardır.

Şekil 2. Araştırmanın Modeli**2.2 Araştırmanın Örneklemi, Veri Toplama Süreci ve Ölçekler**

Antalya ili için turizm birincil sektörlerden biridir ve bu sektör büyük bir işgücüne sahiptir. Bu sebeple araştırmanın evreni Antalya ilindeki beş yıldızlı konaklama işletmelerinde çeşitli kademelerde yönetici olarak çalışanlar olarak belirlenmiştir. Antalya ilindeki konaklama işletmelerinin sayısı 503'tür (<http://turizm gazetesi.com/news.aspx?id=82740>, erişim 01.04.2017). Aşağıda Tablo 3'te $\alpha = 0.05$ için ± 0.03 , ± 0.05 ve ± 0.10 örnekleme hataları için farklı evren büyüklüklerinden çekilmesi gereken örneklem büyüklükleri hesaplanmış halde verilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, 49-50). Yönetici sayısının 2500'den fazla olacağı tahmin edilmekle birlikte tam sayı bilinmemektedir. Dolayısıyla Tablo 3'te görüldüğü gibi 0,10 örnekleme hatası ve $p=0,5$ ve $q= 0,5$ seviyelerinde 96 katılımcı örneklem için yeterli büyüklüktür (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Nitekim çalışmada kolayda örnekleme yöntemi ile 115 katılımcıdan anket ile veri toplanmıştır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Araştırmada Taris ve Bakker (2006) tarafından geliştirilen 27 maddeden oluşan (Telaş içinde ve zamana karşı yarışan biri olarak görünürüm, Keşke kendimi işime bu kadar adanmasaydım, Çok çalışmayı sevmem gibi) işkoliklik ölçeği DUWAS'ı (Dutch Work Addiction Scale), Pellegrini (2006) tarafından uygulanan ve kendisi tarafından Türkçe'ye uyarlaması yapılan 20 maddeden oluşan (Sürekli meşgul olabilmek, İşimi tek başıma yapma fırsatı, Zaman zaman değişik işler yapma fırsatı gibi) İş Tatmini Ölçeği, Pellegrini (2006) tarafından uygulanan ve kendisi tarafından Türkçe'ye uyarlaması yapılan 9 maddeden oluşan (Kariyerimin geri kalan kısmını bu işletmede geçirmek beni çok mutlu eder, İşletmeye yürekten bağlı değilim*, İşletme sorunlarını, kendi sorunlarımmış gibi kabul ediyorum gibi) Örgüte Duygusal Bağlılık Ölçeği kullanılmıştır. Bu çalışmada, Antalya ilinde beş yıldızlı konaklama tesislerinde çeşitli kademelerde yönetici olarak çalışanların işkoliklik davranışı, duygusal bağlılık algıları, iş tatmini ve işletme performansı olmak üzere dört değişken grubu bulunmaktadır.

2.3 Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular

Katılımcıların demografik özellikleri frekans analizine tabi tutulmuştur. Çalışmanın hipotezlerini test etmek için korelasyon ve regresyon analizlerinde kullanmak için ölçekler faktörleştirilmiştir. Ardından, çalışmanın amacı kapsamında geliştirilen ilk iki hipotezi test etmek için korelasyon analizinden faydalanılmıştır. Daha sonra diğer iki hipotezi test etmek için de hiyerarşik regresyon analizinden faydalanılmıştır. Demografik özelliklere göre fark olup olmadığını belirlemek amacıyla ise t-test ve Anova analizleri uygulanmıştır.

Toplanan verilerin analizlerde kullanılması için tüm ifadelerin Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) değerlerine bakılmıştır. Değerler $[(-1,5) - (1,5)]$ arasında olduğu için verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir. Daha sonra örneklem büyüklüğünün uygunluğu için KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) gerçekleştirilmiş ve KMO değeri 0,558 bulunmuştur ($p<0,01$). Tavşancıl'a (2010) göre KMO değerinin 1'e yaklaştıkça mükemmel

ve 0,50'nin altında değer alır ise kabul edilmez varsayılmaktadır. Bu durumda değer kabul edilebilir sınırlardadır.

Frekans analizine tabi tutulan demografik özelliklere göre katılımcıların büyük bir çoğunluğunun "30-35" yaş aralığı (%26,1) grubunda yer aldığı, en az katılımcının ise "42-47" yaş aralığı (%13,0) grubunda yer aldığı görülmektedir. Ayrıca katılımcıların %98'inin lisans, %2'sinin ise lisansüstü mezunu olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %68'i evlidir. Araştırmaya katılanların toplam kıdem durumuna bakıldığında %10'unun 9-15 yıl, %20'sinin 16 -20 Yıl, %70'inin 20 yıl ve üzeri kıdeme sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların aynı işyerindeki kıdem durumu ise şöyledir; %70'si 3-5 yıl, %25'si 6-8 yıl, %5'i 9-15 yıldır. Katılımcı otel işletmeleri yöneticilerinin, %15'i kadın yönetici iken, %85'i erkek yöneticilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan otel yöneticilerine bakıldığında; %10'sinin otel sahibi ve aynı zamanda otel müdürü, % 30'sinin genel müdür, %30'sinin insan kaynakları müdürü ve %30'unun ise ön büro müdürü olduğu görülmektedir.

Araştırmada kullanılan tüm ölçeklerinin yapısal geçerlilikleri ve güvenilirlik düzeyleri test edilmiş ve sonuçlar Tablo 1'de gösterilmiştir:

Tablo 1. Keşfedici Faktör ve Güvenilirlik Analizleri Özet Tablosu

İşletme Performansı		İş Tatmini		Bağlılık		İşkoliklik	
N	8	N	20	N	8	N	27
Cron. Alpha	,877	Cron. Alpha	,885	Cron. Alpha	,779	Cron. Alpha	,887
KMO	,752	KMO	,890	KMO	,909	KMO	,795
Varyans	%56,2	Varyans	%31,9	Varyans	%37,4	Varyans	%37,2

Araştırmanın H₁ ve H₂ hipotezlerini test etmek için korelasyon analizi gerçekleştirilmiş ve sonuçlar Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Korelasyon Analizi

Hipotez	Anlamlılık Düzeyi (Sig. 2-Tailed)	Pearson Korelasyon Katsayısı	n	Sonuç
H ₁	,042*	,198	115	Kabul
H ₂	,047*	,201	115	Kabul

Araştırmanın H₃ ve H₄ hipotezlerini test etmek için hiyerarşik regresyon hiyerarşik regresyon analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 3. Hiyerarşik Regresyon Analizi

Hipotezler	Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	St. Hata	Değişim İstatistikleri		
						R ² Değişim	F Değişim	F Sig Değişim
H ₃	1	,194	,038	,027	,986	,038	3,51	,042
	2	,404	,163	,144	,925	,125	8,66	,000
H ₄	1	,204	,042	,031	,984	,042	3,92	,047
	2	,399	,159	,140	,927	128	8,40	,000

Tablo 2'ye göre yöneticilerin işkoliklik davranışlarının işletme performansı etkisinde duygusal bağlılığın aracı rolü vardır. Ayrıca yöneticilerin işkoliklik davranışlarının iş tatminine etkisinde duygusal bağlılığın aracı rolü vardır.

Sonuç

Günümüz yöneticilerinin belki de en dikkat edecekleri husus, öncelikle kendilerinin sonra çalışanların ve örgütün işkoliklik derecesini tespit ederek ortak değerlerin paylaşımı ve amaç bütünlüğünün sağlanıp sağlanmadığıdır. Her ne kadar yazında çalışılmamış olsa da yöneticinin, çalışanların ve örgütün işkoliklik derecelerinin yakın olması veya istenen seviyede olması olumsuz çatışmaların önüne geçmek ve verimlilik açısından önemlidir. Yine yazında bahsi geçen diğer bir husus sözde işkoliklerdir. Bu kişiler çok çalıştıkları iddiasında olan ama gerekli performansı aslında göstermeyen çalışanlardır. Sözde işkolikler performanstan ziyade çok çalışmanın veya uzun süreler çalışmanın ödüllendirildiği Türkiye'de adil yönetim ve performans

değerleme açısından tehdit gibi görünmektedir. Görüldüğü gibi araştırmacı ve yöneticiler için kavram ve konu listesi uzayıp gitmektedir. Araştırma sonuçlarına göre yöneticilerin işkoliklik davranışı ile iş tatmini ve işletme performansı arasında pozitif yönlü ilişki vardır ve bu ilişkide duygusal bağlılığında aracı rolü bulunmaktadır. Araştırma kapsamına sadece Antalya ilindeki beş yıldızlı konaklama işletmesi yöneticilerinin dâhil edilmesi araştırmanın en büyük kısıtlarından biridir. İşkoliklik davranışı başka değişkenler ile başka sektörlerde çalışanlar üzerinde tekrar araştırılması bu konunun genellenebilmesi için önerilmektedir.

Kaynakça

- Akduman, G., Hatipoğlu, Z., Yüksekbilgili, Z. (2015). Work Addiction as Related to Number of Children. *International Research Journal of York University*, 2(2), 129-137.
- Akın, U., Oğuz, E. (2010). Öğretmenlerin İşkoliklik ve Tükenmişlik Düzeylerinin İlişkisi ve Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 16(3), 309-327.
- Allen, N.J., Meyer, J.P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Altundaş, O. (2000). Poliste Stres ve İş Tatmini, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, AÜSBE. Erzurum.
- Andrews, C. (2003). Comparative Analysis of Management and Employee Job Satisfaction and Policy Perceptions, Yayınlanmamış Doktora Tezi, University of North Texas. Texas.
- Angle, H., Perry, J. (1981). An Empirical Assessment of Organizational Commitment and Organizational Effectiveness. *Administrative Science Quarterly*, 26, 1-14.
- Arseven-Otamiş, P. (2016). Postmodern Örgütlerde Güncel Davranışsal Konular. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Aziz, S., Jamie, C. (2008). Workaholism, Work Stress, Work-Life Imbalance: Exploring Gender's Role. *Gender in Management: An International Journal*, 23(8), 553-566.
- Aziz, S., Michael, J.Z. (2006). A Cluster Analysis Investigation of Workaholism as a Syndrome. *Journal of Occupational Health Psychology*, 11(1), 52-62.
- Balay, R. (2000). Yönetici ve Öğretmenlerde Örgütsel Bağlılık. Ankara: Nobel Yayın
- Balcı, A. (2003). Örgütsel Sosyalleşme. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Bardakçı, S., Baloğlu, M. (2012). İlköğretim ve Ortaöğretim Kurumlarında Görev Yapan Okul Yöneticilerinin İşkoliklik Eğilimleri. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 37(164), 45-56.
- Bashan, E. (2012). İşkoliklik ve Tükenmişlik Arasındaki İlişkiyi Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Kütahya.
- Bathini, D.R., Kandathil, G. (2015). Work from Home: A Boon or a Bane? The Missing Piece of Employee Cost. *Indian Journal of Industrial Relations*, 50(4), 568-574.
- Bayraktaroğlu, S., Kutanis, R.Ö., Dosaliyeva, D., "İşkoliklik ve Örgütsel Bağlılık: Bankacılık Sektöründe Karşılaştırmalı bir Araştırma", 17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Eskişehir, Türkiye, 21-23 Mayıs, 2009.
- Beem, B. (2007). Co-Management from the Top? The Roles of Policy Entrepreneurs and Distributive Conflict in Developing Co-Management Arrangements. *Marine Policy*, 31(4), 540-549.
- Bingöl, D. (2003). İnsan Kaynakları Yönetimi (5. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Bonebright, C.A., Clay, D.L., Ankenmann, R.D. (2000). The Relationship of Workaholism with Work-Life Conflict, Life Satisfaction, and Purpose in Life. *Journal of Counseling Psychology*, 47, 469-477.
- Burke, C.S., Bowers, C.A., Salas, E., Asberg, K., Priest, H., Milham, L., "A Research Methodology and Initial Findings: Studying Combat Readiness and Stress within Teams". Paper presented at the American Psychological Association's Midyear Meeting, Fort Belvoir, VA, 2003, March.
- Burke, M.J., Chester, C.B., Kaufman, J.D. (2002). Contemporary Perspectives on the Study of Psychological Climate: A Commentary. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 11(3), 325-340.
- Burke, R.J. (1999). It's Not How Hard You Work but How You Work Hard: Evaluating Workaholism Components. *International Journal of Stress Management*, 6, 225-239.

- Burke, R.J. (2000). Workaholism in Organizations: Psychological and Physical Wellbeing Consequences. *Stress Medicine*, 16, 11-16.
- Burke, R.J. (2000a). Workaholism and Extra Work Satisfaction. *The International of Organizational Analysis*, 7(4), 352-364.
- Burke, R.J. (2000b). Workaholism in Organizations: Concepts, Results and Future Research Directions. *International Journal of Management Reviews*, 2(1), 1-16.
- Burke, R.J. (2001a). Editorial: Workaholism in Organizations. *International Journal of Stress Management*, 8, 65-68.
- Burke, R.J. (2001b). Predictors of Workaholism Components and Behaviors. *International Journal of Stress Management*, 8(2), 113-127.
- Burke, R.J. (2004). Work and Family Integration. *Equal Opportunities International*, 23(1/2), 1-5.
- Burke, R.J., Köksal, H. (2002). Workaholism among a Sample of Turkish Managers and Professionals: An Exploratory Study. *Psychological Reports*, 91(1), 60-68.
- Burke, R.J., Mathiesen, S. (2004). Workaholism among Norwegian Journalists: Antecedents and Consequences. *Stress and Health*, 20(5), 301-308.
- Burke, R.J., Davis, A.R., Flett, G.L. (2008). Workaholism Types, Perfectionism and Work Outcomes. “İş, Güç” *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 10(4), 30-40.
- Burke, R.J., Stig, B.M., Stale, P. (2006a). Workaholism, Organizational Life and Well-being of Norwegian Nursing Staff. *Career Development International*, 11(5), 463-477.
- Burke, R.J., Astrid, M., Richardsen, M.M. (2004a). Workaholism among Norwegian Managers: Work and Well-being Outcomes. *Journal of Organizational Change Management*, 17(5), 459-470.
- Burke, R.J., Astrid, M.R., Monica, M. (2006b). Gender Differences in Policing: Reasons for Optimism? Policing: *An International Journal of Police Strategies & Management*, 29(3), 513-523.
- Burke, R.J., Fay, O., Zena, B. (2004b). Workaholism among Australian Women Psychologists: Antecedents and Consequences. *Women in Management Review*, 19(5), 252-259.
- Butucescu, A., Uscatescu, L.C. (2015). What Does the Romanian Workaholic Look Like? A First Glimpse into the Links between Workaholism and Employee Characteristics; a Validation Attempt of Duwas Scale. *Psychology of Human Resources Journal*, 11(1), 17-32.
- Çetin Gürkan, G. (2006). Örgütsel Bağlılık: Örgütsel İklimin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi ve Trakya Üniversitesi'nde Örgüt İklimi İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Araştırılması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Edirne Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Chamberlin, C., Zhang, N. (2009). Workaholism, Health, and Self-acceptance. *Journal of Counseling & Development*, 87(1), 159-169.
- Chodkiewicz, J., Hauk, M. (2012). The Relationship between Workaholism Defined as an Addiction and a Behavioral Tendency and Work-Family Conflict. *Med Pr.*, 63(2), 199-209.
- Clark L.A. (1993). Schedule for Nonadaptive and Adaptive Personality (SNAP): Manual for Administration, Scoring, and Interpretation. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Çöl, G. (2004). Güçlendirme ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Demir, C., Öztürk, U.C. (2011). Örgüt Kültürünün Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1), 17-41.
- Dewilde, T., Dewettinck, K., Vos, A.D. (2007). When Work Becomes an Addiction: An Exploration of Individual and Organizational Antecedents of Workaholism and Impaction Employee Outcomes. Vlerick Leuven Gent Working Paper Series 2007/33 ss.1-22.
- Doğan, T., Tel, F.D. (2011). Duwas İşkoliklik Ölçeği Türkçe Formunun (DUWASTR) Geçerlik ve Güvenirliğinin İncelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(1), 61-69.
- Emhan, A., Mete, M. (2012). Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarında İşkoliklik ve Obsesyon Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Dicle Tıp Dergisi*, 39(1), 75-79.

- Erben, G.S., Güneşer, A.B. (2008). The Relationship between Paternalistic Leadership and Organizational Commitment: Investigating the Role of Climate Regarding Ethics. *Journal of Business Ethics*, 82(4), 955-968.
- Fassel, D. (1990). *Working Ourselves to Death: The High Costs of Workholism, The Rewards of Recovery*. San Francisco, CA: Harper Collins.
- Filley, A., House, R., Kerr, S. (1976). *Managerial Process and Organization Behavior*. Glenview, IL: Scott, Foresman.
- Flowers, C.P., Robinson, B. (2002). A Structural and Discriminant Analysis of the Work Addiction Risk Test. *Educational and Psychological Measurement*, 62(3), 517-526.
- Garson, B. (2005). Work Addiction in the Age of Information Technology: An Analysis. *IIMB Management Review*, 7(1), 15-21.
- Golinska, L. (2008). *Pracoholizm*. Warszawa: Uzależnienie Czy Pasja, Difin.
- Gül, H., Oktay, E., Gökçe, H. (2008). İş Tatmini, Stres, Örgütsel Bağlılık, İşten Ayrılma Niyeti ve Performans Arasındaki İlişkiler: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 15, 1-11.
- Hakimian, F., Farid, H., İsmail, M.N., İsmail, I.A. (2014). Paternalistic Leadership and Organizational Commitment. *International Journal of Management Excellence*, 3(1), 373- 378.
- Harpaz, I., Snir, R. (2003). Workaholism: Its Definition and Nature. *Human Relations*, 56, 291-320.
- Harter, J.K., Schmidt, F.L., Hayes, T.L. (2002). Business-Unit Level Relationship between Employee Satisfaction, Employee Engagement, and Business Outcomes: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87, 268-279.
- Hauk, M., Jchodkiewicz, J. (2013). The Role of General and Occupational Stress in the Relationship between Workaholism. *International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health*, 26(3), 383-393.
- Hoffi-Hofstetter, H., Mannheim, B. (1999). Managers' Coping Resources, Perceived Organizational Patterns, and Responses During Organizational Recovery from Decline. *Journal of Organizational Behavior*, 20(5), 665-685.
- Huang, J.C. ve Hu, C., Wu, T.C. (2010). Psychometric Properties of the Chinese Version of the Workaholism Battery. *The Journal of Psychology*, 144, 163-183.
- Iaffaldano, M.T., Muchinsky, P.M. (1985). Job Satisfaction and Job Performance: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 97, 251-273.
- İnce, M., Hasan, G. (2005). *Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık*. Konya: Çizgi Kitapevi.
- İşcan, Ö.F., Timuroğlu, K. (2007). Örgüt Kültürünün İş Tatmini Üzerindeki Etkisi ve Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 119-136.
- Johnstone, A., Johnston, L. (2005). The Relationship between Organizational Climate, Occupational Type and Workaholism. *New Zealand Journal of Psychology*, 34(3), 181-188.
- Judge, T.A., Thoresen, C.J., Bono, J.E., Patton, G.K. (2001). The Job Satisfaction Job Performance Relationship: A Qualitative and Quantitative Review. *Psychological Bulletin*, 127, 376-407.
- Kanai, A., Wakabayashi, M. (2001). Workaholism among Japanese Blue-collar Employees. *International Journal of Stress Management*, 8, 129-145.
- Kanai, A., Wakabayashi, M. (2004). Effects of Economic Environmental Changes on Job Demands and Workaholism in Japan. *Journal of Organizational Change Management*, 17(5), 537-548.
- Kanai, A., Wakabayashi, M., Fling, S. (1996). Workaholism among Employees in Japanese Corporations: An Examination Based on the Japanese Version of the Workaholism Scales. *Japanese Psychological Research*, 38, 192-203.
- Kanchana, K. (2015). An Attempt of Three 'E's to Achieve the Fourth 'E' - A Study on Women Employees in Private Sector Enterprises. *International Journal of Business and Administration Research Review*, 1(8), 259.

- Karacaoğlu, K., Güney, Y. (2012). The Effect of Teacher's Organizational Commitment on Their Organizational Citizenship Behaviors: Case of Nevşehir. *Öneri Dergisi*, 9(34), 137-153.
- Kart, M.E. (2005). Reability and Validity of the Workaholism Battery (Work-Batt): Turkish Form. *Social Behavior and Personality*, 33(6), 609-618.
- Klaft, R.P., Kleiner, B.H. (1988). Understanding Workaholics. *Business*, 33, 37-
- Kochanska, G., Friesenborg, A., Lange, L., Martel, M., Kochanska, G. (2004). Parents' Personality and Infants' Temperament as Contributors to Their Emerging Relationship. *Journal of Personal Social Psychology*, 86(5), 744-759.
- Kosevic, A., Loh, J. (2015). For Love: The Mediating Role of Self Efficacy on Workaholism, Job Satisfaction and Burnout. *International Journal of Arts & Sciences*, 8(2), 493-505.
- Lacy, F.J., Sheehan, B.A. (1997). Job Satisfaction among Academic Staff: An International Perspective. *Higher Education*, 34(3), 305-322.
- Lo, M.C., Ramayah, T., Min, H.W., Songan, P. (2010). The Relationship between Leadership Styles and Organizational Commitment in Malaysia: Role of Leader- Member Exchange. *Asia Pacific Business Review*, 16(1-2), 79-103.
- Luthans, F. (2002). The Need For and Meaning of Positive Organizational Behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 695-706.
- Machlowitz, M. (1980). *Workaholics: Living with Them, Working with Them*. Reading, Ma: Addison-Wesley.
- Mckay, J. (2004). Workaholism: Praised or Thep of School Administrators? *Journal of Scholarship & Practice*, 1(2), 6-10.
- McMillan, L.H.W. (2002). *Workaholism: How Does It Impact on Peoples' Lives?* Unpublished Doctoral Thesis, University of Waikato, Hamilton.
- McMillan, L.H.W., O'driscoll, M.P., Brady, E.C. (2004). The Impact of Workaholism on Personal Relationships. *British Journal of Guidance & Counselling*, 32(2), 171-186.
- McMillan, L.H.W., O'driscoll, M.P., Michael, P., Marsh, N.V., Brady, E.C. (2001). Understanding Workaholism: Data Synthesis, Theoretical Critique, and Future Design Strategies. *International Journal of Stress Management*, 8, 69-91.
- Meyer, J.P., Allen, N.J. (1997). *Commitment in the Workplace Theory, Research and Application*. California: Sage.
- Meyer, J.P., Allen, N.J., Smith, C.A. (1993). Commitment to Organizations and Occupations: Extension and Test of a Three-Component Conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78(4), 538-551.
- Meyer, J.P., Stanley, D.J., Herscovitch, L., Topolnytsky, L. (2002). Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization: A Meta-Analysis of Antecedents, Correlates and Consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61, 20-
- Meyer, J.P., Irving, P.G., Allen, N.J. (1998). Examination of the Combined Effects of Work Values and Early Work Experience on Organizational Commitment. *Journal of Organizational Behavior*, 19, 29-52.
- Mudrack, P.E. (2004). Job Involvement, Obsessive-Compulsive Personality Traits, and Workaholic Behavioral Tendencies. *Journal of Organizational Change Management*, 17(5), 490-508.
- Mudrack, P.E., Naughton, T.J. (2001). The Assessment of Workaholism as Behavioral Tendencies: Scale Development and Preliminary Empirical Testing. *International Journal of Stress Management*, 8, 93-111.
- Muse, L.A., Stamper, C.L. (2007). Perceived Organizational Support: Evidence for a Mediated Association with Work Performance. *Journal of Managerial Issues*, 19(4), 517-535.
- Naktiyok, A., Karabey, C. (2005). İşkoliklik ve Tükenmişlik Sendromu. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 179-188.
- Naughton, T.J. (1987). A Conceptual View of Workaholism and Implications for Career Counseling and Research. *The Career Development Quarterly*, 14, 180-187.
- Oates, W.E. (1968). *On Being a "Workaholic"*. Pastoral Psychology, Springer. Oates, W.E. (1971). *Confessions of a Workaholic: The Facts about Work Addiction*. New York: World Publishing Company.

- Obeng, K., Ugboro, I. (2003). Organizational Commitment among Public Transit Employees: An Assessment Study. *Journal of the Transportation Research Forum*, 57(2), 83-98.
- Ortiz, D.C. (2010). Organizational Commitment & Its Antecedents: Empirical Evidence from a Developing Country. http://www.swdsi.org/Swdsi2010/Sw2010_Preceedings/Papers/Pa157.Pdf, (Erişim Tarihi: 11.10.2017).
- Ostroff, C. (1992). The Relationship between Satisfaction, Attitudes, and Performance: An Organizational Level Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 77, 963-974.
- Özata, M., Bebe, Ç., Akman, H., "Workaholism in Healthcare Professionals", *International Healthcare Management Conference*, 15-17 June 2015.
- Özkalp, E., Kirel, Ç. (2013). Organizational Behavior (6. Edition). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Peiperl, M., Jones, B. (2001). Workaholics and Overworkers: Productivity or Pathology? *Group and Organization Management*, 26, 369-393.
- Pekdemir, I., Koçoğlu, M. (2014). İşkoliklik ile İş Yaşam Dengesi Arasındaki İlişkide Kişilik Özelliklerinin Aracılık Rolü Üzerine Bir Araştırma. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14, 17-36.
- Peplinska, A., Wojdylo, K., Kosakowska-Berezecka, N., Polomski, P. (2015). The Role of Purpose in Life and Social Support in Reducing the Risk of Workaholism among Women in Poland. *Health Psychology Report*, 3(4), 326-335.
- Petty, M.M., Mcgee, G.W., Cavender, J.W. (1984). A Meta-Analysis of the Relationships between Individual Job Satisfaction and Individual Performance. *Academy of Management Review*, 9, 712-721.
- Porter, G. (1996). Organizational Impact of Workaholism: Suggestions for Researching the Negative Outcomes of Excessive Work. *Journal of Occupational Health Psychology*, 1(1), 70-84.
- Porter, G. (2006). Profiles of Workaholism among High-Tech Managers. *Career Development International*, 11, 440-462.
- Randeree, K., Chaudhry, A.G. (2012). Leadership – Style, Satisfaction and Commitment: An Exploration in the United Arab Emirates' Construction Sector. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 19(1), 61-85.
- Rehman, M., Afsar, B. (2012). The Impact of Paternalistic Leadership on Organizational Commitment and Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Business Management and Applied Economics*, 5, 1-12.
- Robbins, S. (2001). Organizational Behavior (9.Edition). New Jersey: Prentice-Hall.
- Robinson B.E., Carroll, J. (1999). Assessing the Offspring of Workaholic Parents: The Children of Workaholics Screening Test. *Perceptual and Motor Skills*, 88, 1127- 1134.
- Robinson, B.E. (1989). Work Addiction. Deerfield Beach, FL: Health Communications.
- Robinson, B.E. (1996). The Psychosocial and Familial Dimensions of Work Addiction: Preliminary Perspectives and Hypotheses. *Journal of Counseling & Development*, 74, 447-452.
- Robinson, B.E. (1998). Chained to the Desk: A Guidebook for Workaholics, Their Partners and Children, and the Clinicians Who Treat Them. *Health Psychology Report*, 1, 70-84.
- Robinson, B.E. (1999). The Work Addition Risk Test: Development of a Tentative Measure of Workaholism. *Perceptual and Motor Skills*, 88, 199-210.
- Robinson, B.E. (2000). Workaholism: Bridging the Gap between Workplace, Sociocultural, And Family Research. *Journal of Employment Counseling*, 37, 31-47.
- Robinson, B.E., Phillips, B. (1995). Measuring Workaholism: Content Validity of the Work Addiction Risk Test. *Psychological Reports*, 77, 657-658.
- Robinson, B.E., Post, P. (1994). Validity of the Work Addition Risk Test. *Perceptual and Motor Skills*, 78, 337-338.
- Robinson, B.E., Post, P. (1997). Risk of Addition to Work and Family Functioning. *Psychological Reports*, 81, 91-95.

- Robinson, B.E., Carroll, J.J., Flowers, C. (2001). Marital Estrangement, Positive Affect, and Locus of Control among Spouses of Workaholics and Spouses of Non- Workaholics: A National Study. *The American Journal of Family Therapy*, 29, 397- 410.
- Rohrlich, J.B. (1981). The Dynamics of Work Addiction. *The Israel Journal of Psychiatry and Related Sciences*, 18, 147-156.
- Russ, F.A., Mcneilly, K.M. (1995). Links among Satisfaction, Commitment, and Turnover Intentions: The Moderating Effect of Experience, Gender and Performance. *Journal of Business Research*, 34(1), 57-66.
- Saher, N., Naz, S., Tasleem, I., Naz, R., Kausar, S. (2013). Does Paternalistic Leadership Lead to Commitment? Trust in Leader as Moderator in Pakistani Context. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(1), 443-455.
- Salanova, M., Del Libano, M., Llorens, S., Wilmar, B.S. (2014). Engaged, Workaholic, Burned-Out or Just 9-to-5? Toward a Typology of Employee Well- Being. *Stress and Health*, 30(1), 71-81.
- Sarıkaya, M. (2002). İşletmelerin Spor Kulübü Kurmalarının İş Tatmini Üzerine Etkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, AÜSBE. Erzurum.
- Schaufeli, W., Taris, T. (2008). Workaholism, Burnout, and Work Engagement: Three of a Kind or Three Different Kinds of Employee Well-Being? *Applied Psychology: An International Review*, 57(2), 173-203.
- Schaufeli, W.B., Taris, T.W., Bakker, A.B. (2006). Dr Jekyll or Mr Hyde? On the Difference between Work Engagement and Workaholism. Burke (Ed.), *Workaholism and Long Hours Working*. (ss.193-217). Cheltenham: Edward Elgar.
- Schaufeli, W.B., Taris, T.W., Vanrhenen, W. (2008). Workaholism, Burnout, and Work Engagement: Three of a Kind or Three Different Kinds of Employee Well-Being? *Applied Psychology: An International Review*, 57(2), 173-203.
- Scott, K., Moore, K., Miceli, M. (1997). An Exploration of the Meaning and Consequences of Workaholics'. *Human Relations*, 50(2), 287-314.
- Seybold, K.C., Salomone, P.R. (1994). Understanding Workaholism: A View of Causes and Counseling Approaches. *Journal of Counseling and Development*, 73, 4-9.
- Spence, J.T., Robbins, A.S. (1992). Workaholism: Definition, Measurement, and Preliminary Results. *Journal of Personality Assessment*, 58, 160-178.
- Stup, R.E. (2006). Human Resources Management, Organizational Commitment and Perceived Organizational Support in Dairy Farm Business, Unpublished Doctorate Dissertation, Pennsylvania State University, USA.
- Taris, T.W., Schaufeli, W.B., Verhoeven, L.C. (2005). Workaholism in the Netherlands: Measurement and Implications for Job Strain and Work-Nonwork Conflict. *Applied Psychology: An International Review*, 54, 37-60.
- Tavşancıl, E. (2010). Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Temel, A. (2006). Organizasyonlarda İşkolizm ve İşkolik Çalışanlar. "İş, Güç" *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8(2), 104-126.
- Topolnicki, D. (1989). Workaholics: Are You One? *Psychology Today*, July/August, 25.
- Tranca, L.M., Runcan, P.L. (2013). Communication and Conflict in Workaholic Families. *Social Work Review*, 2, 113-123.
- Ugboro, I., Obeng, K. (2000). Top Management Leadership, Employee Empowerment, Job Satisfaction, and Customer Satisfaction in Total Quality Management Organizations: An Empirical Study. *Journal of Quality Management*, 5(2), 247-272.
- Umesh, U. (2013). An Empirical Study On Depression among Workaholic and Non- Workaholic Feminine Gender with Special Reference to Kochi City – The Commercial Hub of Kerala State Indian. *Journal of Commerce and Management Studies*, 4(1), 13-16.
- Vandenberg, R.J., Lance, C.E. (1992). Examining the Causal Order of Job Satisfaction and Organizational Commitment. *Journal of Management*, 18(1), 153-167.

Wilson-Schaef, A., Fassel, D. (1988). *The Addictive Organization*. New York: Harper & Row.

Yavuz, D. (2009). Örgütsel Bağlılık ve Üretkenlik Karşıtı Davranışlar. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15), 115-132.

Zhdanova, L., Allison, L.K., Pui, S.Y., Clark, M.A., A Meta-Analysis of Workaholism Antecedents and Outcomes. SIOP Conference, 2006, Dallas, TX.

Zincirkıran, M. (2013). İşkoliklik ile İş-Aile Çatışması İlişkisinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi: Sağlık İşletmelerinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dicle Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Dicle.

THE ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN BUSINESS SATISFACTION AND BUSINESS PERFORMANCE OF FIVE STAR ACCOMMODATION ADMINISTRATORS AND THE ROLE OF INTERMEDIATE SITUATION IN THE ORGANIZATION: THE ANTALYA SAMPLE

EXTENDED ABSTRACT

Pelin ARSEZEN

Assist. Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism

pelinarsezen@mu.edu.tr

Abstract

The aim of this study is to investigate the relationship between workaholic behavior and business performance and work performance, and to analyze the intermediary role of mood emotional commitment. In labor-intensive industries such as the tourism industry, it is known that the loyalty and commitment of both employees and managers are important. Research in the organizational and sectoral context related to the behavior of work is very limited. The study investigating the behavior of work in tourism is as little to be studied. This study provides both the field writing and the sector specific contribution in this direction. In this study, there are four variable groups of managers working as tourism managers in Antalya province: worker behaviors, emotional commitment perceptions, job satisfaction and business performance. A structured interview form was used as a data collection tool and data were collected from a total of 115 participants.

Review

Workaholic behavior psychology and psychiatry are seen as a phenomenon which can cause harm to the individual and are included in addiction theories. In the business and organizational behavior literature, there are also studies on the organizational results as well as the individual results related to the work. The developments that followed the industrial revolution, the development of the trend with the technological innovations like the internet and computer based jobs, and the big jumps continued to cause significant effects in business life. While the primary impact of these influences was on bosses, managers and employees, they also felt the same violence in the immediate and distant circles of the organizations. Many media, parameters, and variables affect the quantity and direction of individuals' efforts to exist, such as global competition, global markets, thinning at geographic boundaries, transportation technologies, mass media, virtual organizations and so on. Job satisfaction, commitment to work, job orientation, job dependence, dedication to work, job loss, job stress, and, of course, work-relatedness are now more common manifestations of the individual's efforts to be present in organizational life.

The term workaholism was adopted for describing the pathological, addictive form of over-engagement, and it has been recognized in most conceptualizations as the compulsion (irresistible inner drive) and/or uncontrollable need to work incessantly (e.g. McMillan, O'Driscoll, & Burke, 2003; Oates, 1971; Porter, 1996). As Porter indicated (1996), workaholism should be interpreted as an addiction, excluding views that consider workaholism as a positive state (e.g. Machlowitz, 1980; Scott, Moore, & Miceli, 1997; Spence & Robbins, 1992). The majority of scholars who have been engaged in exploring workaholism for many years agree with this statement (e.g. Andreassen et al., 2014; Griffiths, 2005; Golińska, 2008, 2014; Robinson, 2007; Schaufeli, Taris & van Rhenen, 2008; Paluchowski & Hornowska, 2003, 2007; Sussman & Sussman, 2011; Wojdylo, 2007, 2010a, 2010b, 2013).

However, it should be noted that up to now the leading concepts of workaholism have been concentrated (conceptually and empirically) mainly on descriptive criteria of obsessive-compulsive components inherent in an addiction (e.g. Robinson, 2007; Schaufeli, Shimazu, et al., 2009; Spence & Robbins, 1992).

Job satisfaction is the emotional satisfaction that the employee provides in the workplace (Eren, 2007: 202), such as the material interests of the employee and the happiness of bringing pleasure or work to work together. The job satisfaction resulting from the harmony between individual and working conditions can also be expressed as satisfaction with the individual's work (Ugboro and Obeng, 2000: 254).

People also have attitudes towards job or place of employment, such as attitudes towards work they do. This situation is expressed as organizational commitment. In other words, organizational commitment is expressed

as the level of employees' involvement with the organization they work in psychologically, their inclusion and their desire to stay in the organization as a part of it (Özkalp ve Kirel, 2013: 664-665).

Method

As we have seen from the research model, there are four basic hypotheses to study;

H1: There is a positive relationship between managerial behavior and work satisfaction.

H2: There is a positive relationship between the workaholic behavior of the managers and the business performance.

H3: There is a mediator role of managers' emotional attachment in the influence of the business performance of the workaholic behavior.

H4: Managers have an intermediary role in emotional attachment to the work satisfaction of workaholic behaviors.

Survey form was used as data collection tool in the research. The work satisfaction scale developed by Taris and Bakker (2006) in the study was applied by Dutch Work Addiction Scale (DUWAS), Pellegrini (2006) and applied by Pellegrini (2006) was used in the study. In this study, there are four variable groups of managers who work as managers at various levels in five-star accommodation facilities in Antalya province: workarround behavior, emotional commitment perceptions, job satisfaction and business performance.

Conclusion

Perhaps the most important thing for today's executives is that they first determine the degree of their workaholic behavior and the degree of work-sharing, and share common values and integrity. Although it is not worked in the summer, it is important from the point of view of efficiency and to avoid negative conflicts between the manager, the employees and the workerism degree of the organization and the desired level. Another thing that bet on the summer is so-called workaholics. These people are employees who claim to have worked hard but do not actually show the necessary performance. The so-called workkillers seem to be a threat to fair management and performance appraisal in Turkey, where performance is often rewarded or long-term work is rewarded. As you can see, the list of concepts and topics for researchers and managers is getting longer. According to the results of the research, there is a positive relationship between the behavior of worker behaviors and job satisfaction and business performance, and this relationship has an intermediary role in emotional commitment. The inclusion of five star accommodation management managers in Antalya province is one of the biggest limitations of the research. It is proposed that the workaholic behavior of worker be researched on other variables with other variables in other sectors.

THE ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN BUSINESS SATISFACTION AND BUSINESS PERFORMANCE OF FIVE STAR ACCOMMODATION ADMINISTRATORS AND THE ROLE OF INTERMEDIATE SITUATION IN THE ORGANIZATION: THE ANTALYA SAMPLE

EXTENDED ABSTRACT

Pelin ARSEZEN

Assist. Prof. Dr., Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism

pelinarsezen@mu.edu.tr

Abstract

The aim of this study is to investigate the relationship between workaholic behavior and business performance and work performance, and to analyze the intermediary role of mood emotional commitment. In labor-intensive industries such as the tourism industry, it is known that the loyalty and commitment of both employees and managers are important. Research in the organizational and sectoral context related to the behavior of work is very limited. The study investigating the behavior of work in tourism is as little to be studied. This study provides both the field writing and the sector specific contribution in this direction. In this study, there are four variable groups of managers working as tourism managers in Antalya province: worker behaviors, emotional commitment perceptions, job satisfaction and business performance. A structured interview form was used as a data collection tool and data were collected from a total of 115 participants.

Review

Workaholic behavior psychology and psychiatry are seen as a phenomenon which can cause harm to the individual and are included in addiction theories. In the business and organizational behavior literature, there are also studies on the organizational results as well as the individual results related to the work. The developments that followed the industrial revolution, the development of the trend with the technological innovations like the internet and computer based jobs, and the big jumps continued to cause significant effects in business life. While the primary impact of these influences was on bosses, managers and employees, they also felt the same violence in the immediate and distant circles of the organizations. Many media, parameters, and variables affect the quantity and direction of individuals' efforts to exist, such as global competition, global markets, thinning at geographic boundaries, transportation technologies, mass media, virtual organizations and so on. Job satisfaction, commitment to work, job orientation, job dependence, dedication to work, job loss, job stress, and, of course, work-relatedness are now more common manifestations of the individual's efforts to be present in organizational life.

The term workaholism was adopted for describing the pathological, addictive form of over-engagement, and it has been recognized in most conceptualizations as the compulsion (irresistible inner drive) and/or uncontrollable need to work incessantly (e.g. McMillan, O'Driscoll, & Burke, 2003; Oates, 1971; Porter, 1996). As Porter indicated (1996), workaholism should be interpreted as an addiction, excluding views that consider workaholism as a positive state (e.g. Machlowitz, 1980; Scott, Moore, & Miceli, 1997; Spence & Robbins, 1992). The majority of scholars who have been engaged in exploring workaholism for many years agree with this statement (e.g. Andreassen et al., 2014; Griffiths, 2005; Golińska, 2008, 2014; Robinson, 2007; Schaufeli, Taris & van Rhenen, 2008; Paluchowski & Hornowska, 2003, 2007; Sussman & Sussman, 2011; Wojdylo, 2007, 2010a, 2010b, 2013).

However, it should be noted that up to now the leading concepts of workaholism have been concentrated (conceptually and empirically) mainly on descriptive criteria of obsessive-compulsive components inherent in an addiction (e.g. Robinson, 2007; Schaufeli, Shimazu, et al., 2009; Spence & Robbins, 1992).

Job satisfaction is the emotional satisfaction that the employee provides in the workplace (Eren, 2007: 202), such as the material interests of the employee and the happiness of bringing pleasure or work to work together. The job satisfaction resulting from the harmony between individual and working conditions can also be expressed as satisfaction with the individual's work (Ugboro and Obeng, 2000: 254).

People also have attitudes towards job or place of employment, such as attitudes towards work they do. This situation is expressed as organizational commitment. In other words, organizational commitment is expressed

as the level of employees' involvement with the organization they work in psychologically, their inclusion and their desire to stay in the organization as a part of it (Özkalp ve Kirel, 2013: 664-665).

Method

As we have seen from the research model, there are four basic hypotheses to study;

H1: There is a positive relationship between managerial behavior and work satisfaction.

H2: There is a positive relationship between the workaholic behavior of the managers and the business performance.

H3: There is a mediator role of managers' emotional attachment in the influence of the business performance of the workaholic behavior.

H4: Managers have an intermediary role in emotional attachment to the work satisfaction of workaholic behaviors.

Survey form was used as data collection tool in the research. The work satisfaction scale developed by Taris and Bakker (2006) in the study was applied by Dutch Work Addiction Scale (DUWAS), Pellegrini (2006) and applied by Pellegrini (2006) was used in the study. In this study, there are four variable groups of managers who work as managers at various levels in five-star accommodation facilities in Antalya province: workarround behavior, emotional commitment perceptions, job satisfaction and business performance.

Conclusion

Perhaps the most important thing for today's executives is that they first determine the degree of their workaholic behavior and the degree of work-sharing, and share common values and integrity. Although it is not worked in the summer, it is important from the point of view of efficiency and to avoid negative conflicts between the manager, the employees and the workerism degree of the organization and the desired level. Another thing that bet on the summer is so-called workaholics. These people are employees who claim to have worked hard but do not actually show the necessary performance. The so-called workkillers seem to be a threat to fair management and performance appraisal in Turkey, where performance is often rewarded or long-term work is rewarded. As you can see, the list of concepts and topics for researchers and managers is getting longer. According to the results of the research, there is a positive relationship between the behavior of worker behaviors and job satisfaction and business performance, and this relationship has an intermediary role in emotional commitment. The inclusion of five star accommodation management managers in Antalya province is one of the biggest limitations of the research. It is proposed that the workaholic behavior of worker be researched on other variables with other variables in other sectors.

DUVAR: TARİH GERİ DÖNÜYOR - DENİZ ÜLKE ARİBOĞAN (KİTAP İNCELEMESİ)

Sezin İBA GÜRSOY

Yrd. Doç. Dr., Kırklareli Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü

seziniba@klu.edu.tr

Türkiye İş Kadınları Derneği kurucusu ve Oxford Üniversitesi CRIC (Center for Resolution of Intractable Conflict) merkezinde kıdemli öğretim üyesi olarak akademik çalışmalarını sürdüren Deniz Ülke Arıboğan, “Çin’in Gölgesinde Uzakdoğu Asya”, “Uluslararası İlişkiler Düşüncesi”, “Nefretten Teröre”, “Dil İnsanı Konuşur” başlıklı farklı eserlerinden sonra “Duvar” isimli çalışmasıyla dünya siyasetine ilgi duyan okuyucuyla ve akademisyenlerle buluşuyor.

Kitabın ana konusu duvarlı dünya stratejisinin giderek ulus-devlet sistemine hakim olması denilebilir. “*Dünyayı kasıp kavuran yeni bir politik ruhun dolaştığına*” inanan yazar bu yeni kitabında otoriter/totaliter rejimlerin yükselmeye başlamasıyla birlikte duvarlı bir dünya perspektifi ortaya koymaktadır. Bu bağlamda başlıkla, kitabın açıklamaya çalıştığı konu uyumlu olmakla beraber önümüzdeki dönemde bir duvarlar yüzyılından bahsedilmektedir. Duvarlı dünya fikri aslında yeni bir fikir değildir; yazar, Hadrian Duvarı, Çin Seddi, Dannevirke Duvarı, Silesia Duvarı ve Berlin Duvarı gibi örnekleri vererek her dönem duvarcı bir politik anlayışın olduğu tezini savunmaktadır.

Arıboğan; Duvar: Tarih Geri Dönüyor, başlıklı kitabını sekiz bölüme ayırarak, sistemli bir inceleme meydana getirmiştir. Bu bölümlere bakacak olursak; duvarların tarihsel şehir surları olarak ortaya çıkış hikayesi ilk bölümde anlatılmaktadır. Farklı örneklerden yola çıkan yazar, duvarların yaratılışının psikolojik alt yapısına da vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda “*hobbesçu korku*”, “*güvenlik ikilemi*” ve “*biz ve onlar*” gibi kavramları kullanarak savunma psikolojisi açısından duvarların önemine değinmektedir. Kitabın ikinci bölümünde duvarların küreselleşme ideolojisine ve aktörlerine karşı dikildiği tezi tartışılmaktadır. Yazar, Huntington, Fukuyama, Friedman gibi uluslararası ilişkilerin önde gelen düşünürlerinden alıntılar yaparak küreselleşme idealinin yavaş yavaş iflas etmeye başladığını, 21. Yüzyılın belirleyici aktörlerinin giderek içe kapanan, rekabetçi duvarlarla ve sınırlarla bölünmüş devletler sistemi olduğunu öne sürmektedir.

Arıboğan, üçüncü bölümde duvarların uluslararası göçe karşı olarak da yükselmek yönünde bir eğilim olduğunu iddia etmektedir. Uluslararası göçmenlerin sayısının giderek artmasıyla birlikte “duvarlı dünya” fikri de yükselmeye başlamıştır. Yazar, mültecilerin ve göçmenlerin iş gücü piyasalarını etkilediğini ve endüstriyel aşamanın en son noktasına ulaşıldığını (*Endüstri 4.0*) düşünmektedir. Bununla birlikte Avrupa’da popülizmin ve sağ partilerin yükselişi ile birlikte duvarlar korkunun, farklılığın, ayrımcılığın da sembolü haline gelmiştir. Dördüncü bölümde enformasyon çağında siber tehlikeye karşı devletlerin önündeki farklı seçenekler ortaya koyulmuştur. Beşinci bölümde ise Asya’nın küllerinden doğan yıldızı Çin’in yayılcılığına karşı oluşturulan korumacı duvarlardan ve duvarın meşruiyet kaynağı olarak Kuzey Kore sorununu gündeme taşımaktadır.

Kitabın altıncı bölümünde yeni sistemin eski aktörü Rusya’nın ve buna bağlı olarak Türkiye’nin duvar stratejisinden bahsedilmektedir. Yazar son dönemde yaşananları bir otoriterleşme süreci olarak değerlendirirken duvarların otoriter yönetimlerin beslenebileceği bir ortam yarattığını iddia etmektedir. Yedinci bölümüyle kitap kendi tezini doğrular nitelikte bir anlatımla duvarların aslında demokrasiye karşı da dikilmeye başlandığını ifade etmektedir.

Son 10 yılda Batı dünyasında yaşanan tüm olumsuzluklar demokratik gelişmenin önüne ciddi anlamda set çekmiştir. Arıboğan, bu bölümde Hintli yazar Zakaria’nın en son yayımlanan makalesine atıfta bulunarak özgürlükçü olmayan demokrasilerin yükseldiğini öne sürmektedir. Bu bağlamda “*DUVARLI DEMOKRASİLERİN*” yolunun açıldığını, bu duvarların düşman devletlerin saldırılarına yönelik olmadığını açıklamaya çalışmıştır. Yazar son bölümde ise 21. Yüzyılda dünyayı neler bekliyor sorusuna cevap vermeye çalışmaktadır.

Yazarın temel argümanı tüm duvarların dünyayı daha fazla kısıtlayıp merkezileştirdiği, küreselleşmenin yerini tekrardan ulus-devletler ortamına bıraktığı yönündedir. Ona göre duvarlar sadece güvenlik sorunu açısından değil psikolojik olarak da ele alınmalıdır. Buradaki ironi kendilerini dış dünyaya karşı korumak için duvarlar örenlerin kendilerini hapsedilmiş olmak yerine aksine daha da özgür hissetmeleridir.

Değerlendirmelerini yaparken yazar, farklı anahtar kelimeleri sıklıkla kullanmakta, tarihsel bir bakış açısıyla konuları anlatmaktadır. Akademik referanslarla yazılmış olan kitap, akademisyenler, uzmanlar ve öğrenciler olmak üzere her kesimin anlayabileceği şekilde tasarlanmıştır. Hatta son dönemde dizi ve filmlerden örnekler veren yazar okuyucuyu güncel gelişmelerle de etkilemektedir. Bu noktada kitapta özellikle son yılların popüler TV dizisi “Games of Thrones” ‘dan çokça alıntı görmek mümkün. Dizinin senaryosuyla kitabın ana teması oldukça ilişkilendirilmektedir. Tüm bunların yanı sıra yazarın çok önemli bir yenilik olarak metin içinde QR kodu sistemini /yazılımını kullanarak konuyla ilgili tarihsel arka planı dolduracak videolara okuyucuyu yönlendirmesi hem ciddi bir yenilik hem de okuyucuyu konuya doğru çeken bir araç olarak düşünülmektedir. Tüm bu yönleriyle okunmaya değer bir kitap olarak raflarda yerini almıştır.

Kaynakça

Arıboğan, D.Ü. (2017). *Duvar: Tarih Geri Dönüyor*. İstanbul: İnkılap Kitabevi, ISBN: 978-975-10-3842-5.

2017 YILI HAKEM LİSTESİ

- Prof. Dr. Ahmet KUBAŞ, Namık Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Erdal DEMİRHAN, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Gülizar KURT GÜMÜŞ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Haluk BENGÜ, Niğde Ömer HALİSDEMİR Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin ERGİN, Dumlupınar Üniversitesi
Prof. Dr. Mecit Ömer AZABAĞAOĞLU, Namık Kemal Üniversitesi
Prof. Dr. Münir ŞAKRAK, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nedim YÜZBAŞIOĞLU, Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Oktay TAŞ, İstanbul Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Sadettin PAKSOY, Kilis 7 Aralık Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar PİRTİNİ, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Seyfettin ÜNAL, Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Arzu ARIDEMİR, Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Bahar YAŞIN, İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Barış DOSTER, Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Bora YENİHAN, Kırklareli Üniversitesi
Doç. Dr. Cemal İYEM, Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Cengiz Duran, Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Çağatan TAŞKIN, Uludağ Üniversitesi
Doç. Dr. Emre SEZİCİ, Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Erkan ÖZDEMİR, Uludağ Üniversitesi
Doç. Dr. Gülsen Serap ÇEKEROL, Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Nihan ÖZGÜVEN, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Niyazi KURNAZ, Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Ömer Okan FETTAHLIOĞLU, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Doç. Dr. Süleyman Emre ÖZCAN, Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Tuncay YILMAZ, Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Ulun AKTURAN, Galatasaray Üniversitesi
Doç. Dr. Yusuf GÜMÜŞ, Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Zehra BOZBAY, İstanbul Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Adil AKINCI, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Adriatik DERJAJ, Tiran Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ahmet OĞUZ, Karabük Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Alper YILMAZ, Adnan Menderes Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Aslan Tolga ÖCAL, Marmara Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Aysel ÇETİNDERE FİLİZ, Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Bayram AKAY, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Berna AK BİNGÜL, Kırklareli Üniversitesi

- Yrd. Doç. Dr. Burcu MUCAN ÖZCAN, Celal Bayar Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Burçin AYDOĞDU, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Caner DEMİR, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Derya NİZAM BİLGİÇ, İzmir Ekonomi Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Devrim OSKAY, Namık Kemal Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Emre OZAN, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Erkan ÖZTÜRK, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Esin Cumhuri YALÇIN, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Esra YÜKSEL ACI, Marmara Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Fatih AYDOĞDU, İstanbul Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Fatih YİĞİT, İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Filiz EROĞLU, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Gökçe CEREV, Fırat Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Hakan KİRACI, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Hayrettin KESKİNGÖZ, Karabük Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin KORKUT, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin Melih ÇAKIR, Marmara Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Işıl KARATUNA, Marmara Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İçlem ER, Dumlupınar Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İlknur KARAASLAN, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. İskender GÜMÜŞ, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Can DEMİRTAŞ, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Metin BAŞ, Dumlupınar Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mevlüt TATLIYER, İstanbul Medipol Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mihriban CİNDİLOĞLU DEMİRER, Hitit Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Murat ÇOLAK, Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Nevin KARABIYIK YERDEN, Marmara Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Nilüfer Vatanserver TOYLAN, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Oğuz KAAAN, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Onur ÇETİN, Trakya Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ömer Faruk GÜLEÇ, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ömer Zafer GÜVEN, Dumlupınar Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Özer ÖZÇELİK, Dumlupınar Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Özge Tuçe GÖKALP, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Özgür TOPKAYA, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Raif CERGİBOZAN, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ramazan TİYEK, Kırklareli Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Sefa USTA, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Selin (KÜÇÜKKANCABAŞ) ESEN, Trakya Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Volkan TATAR, İstanbul Arel Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Yağmur ÖZYER AKSOY, İstanbul Arel Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Yasin ÇAKIREL, Kırklareli Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Yaşar Serhat YAŞGÜL, Marmara Üniversitesi

Dr. Ezgi KARATAŞ YÜCEL, Dokuz Eylül Üniversitesi

Dr. İhsan Ömer ATAGENÇ, Kırklareli Üniversitesi

Dr. Meltem DİL ŞAHİN, Dumlupınar Üniversitesi

Dr. Nil ENGİZEK, İstanbul Üniversitesi

Dr. Selen ÖZTÜRK, İstanbul Üniversitesi

Dr. Toygar Sinan Baykan, Kırklareli Üniversitesi

Dr. Yunus ÖZCAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi

Dr. Canan GÜNEŞ, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi



<http://iibfdergi.klu.edu.tr>
<http://dergipark.gov.tr/klujfeas>
iibfdergi@klu.edu.tr

KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Kayalı Kampüsü KIRKLARELİ

