

**BARTIN
UNIVERSITY
JOURNAL OF
INSTITUTE OF
SOCIAL SCIENCES**

Vol:2 No:1 2017

JOMELIPS

**(JOURNAL OF
MANAGEMENT ECONOMIC
LITERATURE ISLAMIC AND
POLITICAL SCIENCES)**

Cilt:2 Sayı:1 2017



BARTIN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

JOMELIPS JOURNAL OF MANAGEMENT ECONOMICS
LITERATURE ISLAMIC AND POLITICAL SCIENCES

YÖNETİM, EKONOMİ, EDEBİYAT, İSLAMİ VE POLİTİK
BİLİMLER DERGİSİ

ISSN: 2547-9512

CİLT:2 SAYI 1 YIL: 2017

Sahibi:

Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Adına

Yrd. Doç. Dr. M. Said CEYHAN Bartın Üniversitesi sceyhan@bartin.edu.tr

Editör:

Yrd. Doç. Dr. M. Said CEYHAN Bartın Üniversitesi sceyhan@bartin.edu.tr

Bölüm Editörleri:

Yrd. Doç. Dr. Ahmet KAMACI Bartın Üniversitesi İktisat akamaci@bartin.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ Bartın Üniversitesi İşletme ayhankarakas74@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Haluk ÖNER Bartın Üniversitesi Edebiyat honer@bartin.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Cüneyd AYDIN Bartın Üniversitesi İslami İlimler caydin@bartin.edu.tr

Doç. Dr. Mahmut BOZAN Kamu Yönetimi- Uluslararası İlişkiler Bartın Üniversitesi
mbozan@bartin.edu.tr

Doç. Dr. Alper AYTEKİN Yönetim Bilişim Sistemleri Bartın Üniversitesi

Mizanpaj:

Arş. Gör. Mehmet Akif PEÇE

Kapak Tasarımı:

Öğr. Gör. Mustafa Semih SARAÖĞLU

Yayın Kurulu (Editorial Board)

Prof. Dr. Abdulkadir BİLEN Dicle Üniversitesi abilen@gmail.com

Prof. Dr. Hamza ÇEŞTEPE Bülent Ecevit Üniversitesi hamzac@hotmail.com

Prof. Dr. İbrahim DELİCE Bartın Üniversitesi hidelice@bartin.edu.tr

Prof. Dr. İsmail CERİTLİ Bartın Üniversitesi iceritli@bartin.edu.tr

Prof. Dr. Kahraman ÇATI Düzce Üniversitesi kahramancati@duzce.edu.tr

Prof. Dr. Mehmet Selami YILDIZ Düzce Üniversitesi selamiyildiz@duzce.edu.tr

Prof. Dr. Mehmet ZELKA Üsküdar Üniversitesi mehmet.zelka@uskudar.edu.tr

Prof. Dr. Metin SABAN Bartın Üniversitesi metin.saban@bartin.edu.tr

Prof. Dr. Said KINGİR Sakarya Üniversitesi saidkingir@hotmail.com

Doç. Dr. Ertuğrul YILDIRIM Bülent Ecevit Üniversitesi ertugruly@beun.edu.tr

Doç. Dr. Mahmut BOZAN Bartın Üniversitesi mbozan@bartin.edu.tr

Doç. Dr. Şaban ESEN Bartın Üniversitesi sabanesen@bartin.edu.tr

Doç. Dr. Yasin BOYLU Gazi Üniversitesi yasinboylu@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Ahmet KAMACI Bartın Üniversitesi akamaci@bartin.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ Bartın Üniversitesi ayhankarakas74@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Haluk ÖNER Bartın Üniversitesi honer@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. M. Said CEYHAN Bartın Üniversitesi sceyhan@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Yaşar ÖZ Bartın Üniversitesi yasaroz@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Cüneyd AYDIN Bartın Üniversitesi caydin@bartin.edu.tr
Bilimsel Danışma ve Hakem Kurulu (Advisory and Review Committee)
Prof. Dr. Abdulkadir BİLEN Dicle Üniversitesi abilen@gmail.com
Prof. Dr. Ayşe ÖZCAN Giresun Üniversitesi ayse.ozcan@giresun.edu.tr
Prof. Dr. Aziz KUTLAR Sakarya Üniversitesi akutlar@sakarya.edu.tr
Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN Anadolu Üniversitesi bezerdogan@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. Hacı İbrahim DELİCE Bartın Üniversitesi hidelice@bartin.edu.tr
Prof. Dr. Hamza ÇEŞTEPE Bülent Ecevit Üniversitesi hamzac@hotmail.com
Prof. Dr. İsmail CERİTLİ Bartın Üniversitesi iceritli@bartin.edu.tr
Prof. Dr. Kahraman ÇATI Düzce Üniversitesi kahramancati@duzce.edu.tr
Prof. Dr. M. Kemal AYDIN Sakarya Üniversitesi mkaydin@sakarya.edu.tr
Prof. Dr. Mehmet DUMAN Artvin Çoruh Üniversitesi mduman@artvin.edu.tr
Prof. Dr. Mehmet Selami YILDIZ Düzce Üniversitesi selamiyildiz@duzce.edu.tr
Prof. Dr. Mehmet ZELKA Üsküdar Üniversitesi mehmet.zelka@uskudar.edu.tr
Prof. Dr. Metin SABAN Bartın Üniversitesi metinsaban@bartin.edu.tr
Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Üniversitesi obatman@sakarya.edu.tr
Prof. Dr. Rahmi YAMAK Karadeniz Teknik Üniversitesi yamak@ktu.edu.tr
Prof. Dr. Ramazan KILIÇ Dumlupınar Üniversitesi ramazan43@hotmail.com
Prof. Dr. Recep TARI Kocaeli Üniversitesi rtari@kocaeli.edu.tr
Prof. Dr. Said KINGİR Sakarya Üniversitesi saidkingir@hotmail.com
Doç. Dr. Asife ÜNAL, Bartın Üniversitesi aunal@bartin.edu.tr
Doç. Dr. Cahit AYDEMİR, Düzce Üniversitesi caydemir@dicle.edu.tr
Doç. Dr. Ertuğrul YILDIRIM Bülent Ecevit Üniversitesi ertugruly@beun.edu.tr
Doç. Dr. Fatih YARDIMOĞLU Sakarya Üniversitesi fyoglu@sakarya.edu.tr
Doç. Dr. Ferah YILDIZ Kocaeli Üniversitesi rtari@kocaeli.edu.tr
Doç. Dr. Ferhat PEHLİVANOĞLU Kocaeli Üniversitesi fpehlivanoglu@kocaeli.edu.tr
Doç. Dr. İsmail KÜÇÜKAKSOY Dumlupınar Üniversitesi kucukaksoy@yahoo.com
Doç. Dr. M. Halis ÖZER, Dicle Üniversitesi halisozer1@hotmail.com
Doç. Dr. Mahmut BOZAN Bartın Üniversitesi mbozan@bartin.edu.tr
Doç. Dr. Şaban ESEN Bartın Üniversitesi sabanesen@bartin.edu.tr

Doç. Dr. Şevki ULAMA, Sakarya Üniversitesi ulama@sakarya.edu.tr
Doç. Dr. Yasin BOYLU Gazi Üniversitesi yasinboylu@gmail.com
Yrd. Doç. Dr. Ahmet AKMAZ Bartın Üniversitesi aakmaz@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Ahmet KAMACI Bartın Üniversitesi akamaci@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Ahmet ÖZTEL Bartın Üniversitesi ahmetoztel@gmail.com
Yrd. Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ Bartın Üniversitesi ayhankarakas74@gmail.com
Yrd. Doç. Dr. Cüneyd AYDIN Bartın Üniversitesi caydin@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Erdoğan KÖYCÜ Bartın Üniversitesi ekoycu@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Erdoğan TAYYARE Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Fahrünnisa BİLECİK Bartın Üniversitesi fbilecik@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Haluk ÖNER Bartın Üniversitesi honer@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Hande KÜÇÜKÖNDER Bartın Üniversitesi hkucukonder@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Hande UYAR Bartın Üniversitesi handeuyar@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. İbrahim GÜMÜŞ Bartın Üniversitesi igumus@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. İsmail Fatih CEYHAN Bartın Üniversitesi ifceyhan@gmail.com
Yrd. Doç. Dr. Kürşat Şamil ŞAHİN Bartın Üniversitesi ksahin@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. M. Abdulmecit KARAASLAN Bartın Üniversitesi akaraaslan@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. M. Said CEYHAN Bartın Üniversitesi sceyhan@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Macit BALIK Bartın Üniversitesi mbalik@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Melih BAŞKOL, Bartın Üniversitesi mbaskol@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Mesut KAYAER Bartın Üniversitesi makayer@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Mustafa ÖZDEN Bartın Üniversitesi mozden@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Münir KUŞÇUZADE Bartın Üniversitesi mkuscuzade@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Ramazan ARSLAN, Bartın Üniversitesi rarslan@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Şerife Seher EROL ÇALIŞKAN Bartın Üniversitesi serol@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Tuna BEŞEN DELİCE Bartın Üniversitesi tdelice@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Yaşar ÖZ Bartın Üniversitesi yasaroz@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Yunus ABDURRAHİMOĞLU Bartın Üniversitesi yunusa@bartin.edu.tr
Yrd. Doç. Dr. Yusuf BİLGİN Bartın Üniversitesi yusufbilgin@bartin.edu.tr

Sekreteryaya:

Arş. Gör. Mehmet Akif PEÇE Bartın Üniversitesi apece@bartin.edu.tr

Yabancı Dil Editörü:

Öğr. Gör. Pınar ÇELEBİ DEMİRARSLAN Bartın Üniversitesi pdemirarslan@bartin.edu.tr

**JOMELIPS-Journal of Management Economic Literature Islamic and
Political Sciences 2017 June Volume 2 Issue 1
Referee List**

**Yönetim Ekonomi Edebiyat İslami ve Politik Bilimler Dergisi 2017 Haziran
Cilt 2 Sayı 1 Hakem Listesi**

Prof. Dr. Orhan BATMAN Sakarya Üniversitesi

Prof. Dr. Hamza ÇEŞTEPE Bülent Ecevit Üniversitesi

Doç. Dr. Mahmut BOZAN Bartın Üniversitesi

Doç. Dr. Hasan Bülent KANTARCI Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Serkan DİLEK Kastamonu Üniversitesi

Doç. Dr. Bahar BURTAN DOĞAN Dicle Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. M. Said CEYHAN Bartın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ Bartın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Ahmet KAMACI Bartın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Yusuf BİLGİN Bartın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Hande UYAR OĞUZ Bartın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Orhan ŞİMŞEK Artvin Çoruh Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Ali ÖZTÜRK Bartın Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Süleyman AĞRAŞ Düzce Üniversitesi

Değerli Akademisyenler;

Yoğun bir emekle hazırlanan Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (JOMELIPS), akademik alanda yeni bir ürün olarak Haziran 2016 sayısı ile Enstitü Kurulumuzun 11 Mart 2016 Tarih ve 2016-04/3 Sayılı kararı ile yayın hayatına başlamıştı. Dergimiz hakemli bir dergi olup, Haziran ve Aralık ayları olmak üzere yılda iki sayı yayınlanmaktadır. Dergimiz Sosyal Bilimlerde, özellikle yönetim, ekonomi, edebiyat, İslami ve politik bilimler alanlarındaki bilimsel eserleri yayınlamaktadır.

Derginin yayın dili Türkçe olup, İngilizce ya da Türkçe yazılmış “araştırma makalesi”, “derleme”, “editöre mektup” ve “kitap yorumları” türünden metinleri, yazım kurallarına uygun hazırlanmış olması koşuluyla değerlendirmeye kabul edilmektedir. Değerlendirilmek üzere dergimize gönderilen metinlerin, daha önce yayınlanmamış, yayınlanmak üzere kabul edilmemiş ve yayınlanmak için değerlendirilme sürecinde olmaması gerekir. Yayınlanacak yazıların sorumluluğu yazara, telif hakkı Enstitümüze aittir. Dergimize gönderilen makaleler için herhangi bir gönderme veya işlem ücreti alınmamaktadır.

Bu sayımızda 7 makale yer almaktadır. Bu makalelerin tümü Türkçe kaleme alınmış ve sadece online olarak okuyuculara sunulmuştur. Böylece bir yandan derginin maliyeti minimize edilirken diğer yandan bilimsel araştırma yapan akademisyenlerin çok daha kolay bir şekilde makalelere ulaşma imkanı sağlanmış bulunmaktadır.

Dergimize bilimsel çalışmalarını göndermek isteyen akademisyen ve yazarlar, dergimizin Dergipark Ulakbim Sayfasındaki (<http://dergipark.gov.tr/login>) adresine üye olarak özgün akademik çalışmalarını online olarak gönderebilir ve tüm yayın sürecini takip edebilir. Hakemler ve yayın kurulu tarafından yayımlanması uygun görülen çalışmalar hızlı bir şekilde yayın aşamasına getirilerek akademisyenlerin istifadesine sunulmaktadır.

Dergimizin yabancı alan indekslerine girebilmesinin alt yapısı hazırlanmakta ve uluslararası bir statüyü kazanması için gerekli hazırlıklar devam etmektedir. Böylece dergimizin ÜAK Doçentlik Kriterlerine uygun hale getirilmesi sağlanmış olacaktır.

Dergimizin yayım hayatı ve faaliyetlerinin yürütülmesinde her türlü destek ve teşviklerin esirgemeyen Üniversitemiz Rektörü Sayın Prof. Dr. Orhan UZUN’a şükranlarımı sunuyorum.

Dergimizin bütün sayılarında akademik çalışmalarını çok kısa sürede tamamlayıp göndermiş bulunan değerli bilim insanlarına, yardım ve desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen Ana Bilim Dalı Başkanlarımıza, alan editörlerimize, hakemlerimiz ile özveri ile görev yapan yönetim ve yayın kurulu üyelerimize en içten şükranlarımı sunar; dergimizin Türk Bilim ve Eğitim dünyasına katkısının devam etmesini temenni ederim.

Dergimizin bu denli genç ve yeni açılmasına rağmen bugün itibarıyla dergimiz 2.460 bilim insanı tarafından ziyaret edilmiş ve 7.273 kez yayınlarımızdan indirme işlemi

gerçekleşmiştir. Dergimizin müteakip sayılarında da siz saygıdeğer akademisyenlerin, akademik çalışmalarını dergimizde değerlendirmek üzere göndermeleri için çağrıda bulunurken Dergimize olan desteğiniz için şimdiden teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dilerim. Tüm okuyucularımıza selam ve muhabbetlerimi sunarım.

Saygılarımla...

Dr. M. Said CEYHAN

Editör

İÇİNDEKİLER

EDİTÖR NOTU.....vi

İÇİNDEKİLER.....viii

**TRABZON RUM İMPARATORLUĞU HAKKINDA BİR BİBLİYOGRAFYA
DENEMESİ.....1-17**

A BIBLIOGRAPHY EXPERIMENT ON THE EMPIRE OF TREBIZOND

**HELAL OTEL İŞLETMELERİ İÇİN BİR PAZAR GENİŞLETME STRATEJİSİ
OLARAK İŞBİRLİKÇİ PAZARLAMA.....18-31**

COLLABORATIVE MARKETING AS A MARKET EXPANSION STRATEGY FOR
HALAL HOTEL BUSINESSES

TÜRKİYE’DE YÜKSELEN BİR TURİZM ÇEŞİDİ: HELAL TURİZM.....32-46

A RISING TOURISM TYPES IN TURKEY: HALAL TOURISM

**İSLAM’DA SOSYAL POLİTİKA KAPSAMINDA SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞİN
DEĞERLENDİRMESİ.....47-72**

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS PART OF SOCIAL POLICIES FROM THE
ISLAMIC PERSPECTIVE

**SATIN ALMA GÜCÜ PARİTESİNİN AZERBAYCAN CUMHURİYETİ İÇİN
GEÇERLİLİĞİ ANALİZİ.....73-86**

VALIDITY OF PURCHASING POWER PARITY ANALYSIS FOR THE REPUBLIC
OF AZERBAIJAN

**EKOLOJİK SİSTEM YAKLAŞIMI ÇERÇEVESİNDE BİR OLGU SUNUMU:
SUÇA SÜRÜKLENEN ÇOCUK VE AİLESİ ÜZERİNE ÇALIŞMA.....87-94**

PRESENTATION OF CASE STUDY OVER JUVENILE PUSHED TO CRIME AND
THEIR FAMILIES AS PART OF ECOLOGICAL SYSTEM APPROACH

MİKROFİNANSMAN KURUMU ÖRNEĞİ: GRAMEEN BANK.....95-104

MICRO FINANCE CORPORATION SAMPLE: GRAMEEN BANK

MAKALE YAZIM KURALLARI.....105



Trabzon Rum İmparatorluğu Hakkında Bir Bibliyografya Denemesi

Tunay KARAKÖK^{1*}

¹ Bartın Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, 74100, BARTIN

Öz

1204 tarihinde Latinler tarafından gerçekleştirilen IV. Haçlı Seferi sonucunda, İstanbul Latinler tarafından istila edilmiştir. Ancak bu istilanın öncesinde dönemin Bizans İmparatoru I. Andronikos Komnenos'un (1183- 1185) oğlu Manuel'den olan torunları Aleksios ve David kardeşler, Gürcü Kraliçesi Tamara'nın da yardımıyla başkent İstanbul'dan kaçmayı başarmışlar ve 1204 Eylül'ünde Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Trabzon Rum İmparatorluğu adı ile yeni bir devlet kurmuşlardır. İmparatorluk varlığını 257 yıl kadar devam ettirmeyi başarmış ve 1461 yılında Osmanlı Padişahı Fatih Sultan Mehmed'in Trabzon'u fethetmesine kadar ayakta kalmıştır.

Bu çalışmada Trabzon Rum Devleti hakkında bir bibliyografi ortaya koymak ve ileride bu konu hakkında yapılacak araştırmalarda araştırmacılara bibliyografya noktasında yardımcı olmak amaçlanmıştır. Bu bağlamda 1923 – 2015 arası dönemde konu hakkında yapılmış çalışmalar, kitaplar, makaleler, tezler ve bildiriler bu çalışmaya dâhil edilmiş olup, Milli Kütüphane, YÖK Ulusal Tez Merkezi, Türkiye Makaleler Bibliyografyası adlı web sitesi, Trabzon Valiliği, Trabzon Büyükşehir Belediyesi, Trabzon İl Halk Kütüphanesi, Trabzon İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve Karadeniz Teknik Üniversitesi Kütüphanesi'ne gidilerek ilgili konu hakkında kaynak taraması yapılmış ve nihayetinde ulaşılabilen kaynaklar toplu olarak burada verilmiş çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bibliyografya, Trabzon Rum İmparatorluğu, Bizans

A Bibliography Experiment On The Empire Of Trebizond

Abstract

As a result of the Fourth Crusade in 1204, Istanbul was invaded by the Latins. Prior to this invasion, however, the elders of the Byzantine Emperor Andronikos Komnenos (1183-1185), descendants of Manuel, the elder sisters of Alexios and David, escaped from the capital Istanbul with the help of the Georgian Queen Tamara, and in September 1204 the Eastern Black Sea Region "Trabzon in the name of the Greek Empire succeeded to establish a new state. This empire, which had been established, continued its existence for 257 years, and in 1261 it continued to exist until the Ottoman Sultan Mehmed the Conqueror conquered Trabzon.

In this work; It is aimed to reveal a bibliography about the Greek state of Trabzon and to assist in the researcher bibliography in the future research on this subject. In this context, studies, books, articles, theses and reports about the subject in the period between 1923 and 2015 were included in this study. The National Library, YÖK National Thesis Center, Bibliography of Turkish Bibliography, Trabzon Governorship, Trabzon Metropolitan Municipality, Trabzon Provincial People Library, Trabzon Provincial Culture and Tourism Directorate and Karadeniz Technical University Library, and the resources that can be reached in the end were searched collectively here.

Keywords: Bibliography, Trebizond Empire, Byzantine.

***Sorumlu Yazar (Corresponding Author):**

Tunay KARAKÖK; Bartın Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, 74100,
Bartın-Türkiye. Tel: +90 (378) 223 5380, Fax: +90 (378) 223 5039, E-mail:
tkarakök@bartin.edu.tr

Geliş (Received) : 25.01.2017

Kabul (Accepted) : 01.03.2017

Basım (Published) : 30.06.2017

1. GİRİŞ: TRABZON RUM İMPARATORLUĞU TARİHİNE DAİR

1204 yılında IV. Haçlı seferleri ile vuku bulan İstanbul'un işgali neticesinde Bizans topraklarına büyük bir kargaşa ve siyasi boşluk hâkimdi. Trabzon ve çevresinde ise bağımsız bir siyasi teşekkülle, aristokrat kesime mensup Gabraslar (Keçiş, 2009: 145-146) hüküm sürüyordu. Doğu sınırlarında Türkmenlerin akınları, İznik, Teselya ve Epir'de kurulan bağımsız siyasi oluşumlar Bizans'ın merkezi ve yerel yönetiminin istikrardan çok uzak olduğunu gösteriyordu (Telliöglü, 2009: 21).

Öte yandan Tamara önderliğinde Gürcüler, Hristiyan bir kuvvet olarak Bizans'ın doğu sınırını nüfuzları altına almışlardı. Ayrıca bölgede Türkmenlere karşı etkinliklerini de 1202'de Micingerd'de Rüknettın Süleymanşah'ı mağlup ederek göstermişlerdi. Bu savaş neticesinde hem Türkiye Selçuklularının Karadeniz hâkimiyetlerini durdurmuş hem de kendi nüfuz sahaları önündeki engelden kurtulmuş oldular. Tamara, Micingend zaferinden sonra Karadeniz sahiline bir ordu sevk edip kontrol altına alabilecek güçte idi. Bu sayede Karadeniz'in güney kıyılarına doğru kolayca genişleme imkânı bulabilirdi. Ancak ele geçirilecek bölgelerdeki halkın tavrı ve ana yurdun korunması için gerekli ordu gücünün paylaşılması hususu Gürcüleri farklı bir yol izlemeye itti. Bu sıralarda Tamara yanında bulunan akrabası (Keçiş, 2013: 17) Aleksios ve David Komnenos'a destek vererek Ereğli'ye kadar uzanan Karadeniz sahilini ele geçirmesini sağlamıştır. Böylece fiilen hâkim olarak askeri gücünü kullanmak yerine kendi etkisinde bir siyasi oluşum tesis ederek Karadeniz'de nüfuzunu genişletti (Telliöglü, 2009: 22).

Latin işgalinden Trabzon merkezli bir devlet kurmalarına kadar geçen sürede Aleksios ve David Komnenos'un İstanbul'dan nasıl ayrıldıkları ve o süre zarfında nerede oldukları hakkında ancak ikincil kaynaklardan bilgi edinilebilmiştir. Bu konuda iki görüş ileri sürülmüştür. Birincisi 1185'teki darbenin ardından Andronikos'un kızı, çocukların öldürülme tehlikesine karşın onları gizlice kaçırmıştır. İkincisi ise Haçlıların onları ortadan kaldıracığından çekinerek iki kardeşi akrabaları Tamara'nın yanına kaçırmıştır. Fallmerayer birinci görüşü desteklerken çoğu araştırmacılar ikinci görüşe daha yatkındır (Fallmayer, 2011: 32-37).

Trabzon Rum İmparatorluğu siyasi bir güç olarak belirmeye başladığı sıralarda Aleksios'un hedefi olarak batıya genişleme gayretiyle Latinler'den İstanbul'u almak ve Bizans'ın otoritesini yeniden tesis etmektir. Ancak Türkiye Selçukluları ve İznik'te bulunan Theodore Laskaris'in gücü bu durumun önünde duran en büyük engeli teşkil ediyordu (Keçiş, 2009: 21).

Komnenoslar'ın yabancı bir askeri takviye ile bölgeye hâkim olurken halk tarafından düşmanca tavır alınmaması ve herhangi bir direnişe maruz kalmaması ailenin bu çevredeki nüfuzu etkili olmuştur (Telliöglü, 2009: 27). Mahalli güçlerin de mevkilerini korumak veya mevki kazanmak amacıyla Komnenoslar'a tabi oldukları bir gerçektir. Diğer bir yandan İstanbul'da itibar kaybı yaşamasına rağmen Komnenoslar'ın içinde bulunduğu durumdan Anadolu halkı etkilenmemiştir. Halkın bu derece ılımlı olmasının bir diğer sebebi de bölgedeki azalan Bizans nüfuzuna bağlı olarak Selçukluların yöreyi ele geçirme korkusu olarak görülebilir. Aleksios hükümdarlığının başlarında ciddi kazanımlar elde etmesinde Bizans eyalet valilerinin içinde buldukları durum önemli rol oynamıştır. Nitekim pek çok şehirde merkezden yardım alamayacaklarını bildiklerinden Aleksios'a hiçbir direniş göstermeden şehirleri teslim etmişlerdi. Diğer yandan Anadolu'da Türkmen akınları neticesinde iyice batıya çekilmiş olan Bizans yerel

güçleri de Aleksios'un işini bir hayli kolaylaştırmıştı. Bu sayede hiçbir muharebeye girişmeden Samsun'a kadar olan Karadeniz kıyı şeridini ele geçirmişti. David Komnenos ise bu sıralarda Sinop'tan başlayıp Ereğli'ye uzanan bölgelerde ilerleyerek bu şehirleri ele geçirmiş daha sonra ise Grekler ve Haçlıların savundukları Sakarya'ya doğru yönelmiştir (Fallmayer, 2011: 46).

Bu sıralarda bölgede etkin bir güç olarak bulunan Theodore Laskaris'in idaresindeki halk baskı ve zulümden yılmış durumdaydı. David Komnenos durumu bildiğinden İzmit şehrine herhangi bir mukavemet görmeden girebileceğini düşünüyor ve ilerlediği bölgelerde halka, kardeşi Aleksios'un yakında büyük bir orduyla gelerek yeni devletin sınırlarının boğazlara dayanacağını müjdesini veriyordu. Laskaris ise David'in daha fazla ilerlememesi için gerekli hazırlıkları yapmaya başlamıştı. Hazırlıkların başında ise Türkiye Selçuklu hükümdarı I. Gıyaseddin Keyhüsrev ile ateşkes antlaşması imzalamak geliyordu. David, ordusunu General Synadeaos komutasında İzmit üzerine göndermiş ancak birlikler kısa sürede mağlup olmuş ayrıca general de Laskaris'e esir düşmüştü. Ancak bu yenilgiye rağmen elinde kuvvetli bir ordu bulunan David işgalde bulunduğu toprakları muhafazada güçlük çekmemiştir. 1208-1214 yılları arasında Trabzon ve İzmit arasındaki mücadele sessiz bir şekilde devam ederken David 1212 yılında öldü (Miller, 2007: 13).

Aslında Theodore Laskaris ve David'in mücadelesi İmparatorluk mirasına talip olan iki kuvvetin çatışması olduğundan ayrı bir değer taşımaktadır. Laskaris İstanbul'un işgalinde haçlılarla mücadelesi ile siyasi, kaçan patriğin kendisine sığınmasıyla da dini bir güç elinde tutmaktaydı. Komnenoslar ise kendilerini "Büyük Komnenoslar" olarak addederek hanedanın yasal mirasçıları olduklarını ileri sürmüşlerdir. Ancak David ve Laskaris savaş yerine ittifakı seçmiş olsalardı Latin işgali kısa sürede sonlandırılabilir, Bizans'ın ihyası başlatılabilirdi. İzmit'te gelişmeler böyle cereyan ederken Komnenoslar'ın Karadeniz'de hâkimiyet kurmasını yakından izleyen bir diğer güç de Türkiye Selçukluları idi. Aleksios kardeşinin ölümüyle birlikte ve özellikle 1214 yılından itibaren bir yandan Türkiye Selçuklularının hâkimiyetini tanıırken (İbn Bibi, 1996: 168-174; Müneccimbaşı, 2001: 47) diğer yandan Türk siyasi teşekkülleriyle iyi ilişkiler geliştirmeye çalışmıştır. Nitekim Türkiye Selçuklularının Moğol hâkimiyetine girmesiyle Moğollarla münasebetleri gelişecek olan Komnenoslar Anadolu'daki Beyliklerle de gerek siyasi gerekse evlilik yolu ile iyi ilişkiler içerisine girmeye gayret etmişlerdir. Türkiye Selçukluları Anadolu'nun büyük bir kısmını hâkimiyeti altında tutuyordu. Ancak Karadeniz limanlarına açılan ticaret yollarının tehlikeye düşmesi ve İzmit İmparatoru Laskaris ile olan yakınlaşma onları Komnenosların üzerine gitmeye zorluyordu. Bu kıyılarda faaliyetlerini yürüten tüccarlar karışıklıklar sebebiyle güzergâhlarını değiştirdiğinden Türkiye Selçukluları bundan büyük ekonomik zararlar görmeye başladılar. Bunun üzerine I. Gıyaseddin Keyhüsrev ticari faaliyetleri normalleştirmek adına Komnenos tehdidine karşı harekete geçti (Keçiş, 2013: 22).

1204 yılında David Komnenos'un seferinde Ereğli'ye kadar olan kıyı şehirleri alınmakla birlikte Samsun ve Sinop kaleleri alınamamıştı. İstanbul Latin işgaline uğradığında Samsun Sabbas isimli Bizans valisince yönetilmekteydi. İstanbul'un bu durumu ve Selçukluların sarsıntılı durumu şehirdeki Rumların ve Türklerin Aleksios'a karşı Sabbas etrafında toplanmasına neden oldu (Turan, 1993: 279). Selçuklular'ın Komnenoslar üzerine faaliyetleri artınca Aleksios, Samsun üzerine giderek bu şehri kendine tabi kılmaya

çalıştı. Surların önüne kadar ordusuyla gelerek şehrin kendisine teslimini istedi. Bu sıralarda Samsun Türkleri, Gıyaseddin Keyhüsrev'i durumdan gizlice haberdar etmişlerdi. Bunun üzerine ordusuyla birlikte bölgeye intikal eden Gıyaseddin Keyhüsrev, taarruz emri vererek Aleksios'un ordusunu bozguna uğrattı ve geri çekilmek zorunda bıraktı (Toksoy, 2002: 56).

David Komnenos, kardeşinin mağlubiyetinin ardından Trabzon'dan yardım alamayacağını anlamış ve bir müttefik arayışına girişmişti. Bu müttefiki de İstanbul'da Latinlerde buldu. Latin yardımı olmaksızın direnemeyeceğini bildiğinden Bizans'ın yeni imparatoru olan Henry'nin vasalı olarak Ereğli ve civarını tımar olarak alırken kardeşinin imparatorluğundan ayrılmış oluyordu. Henry Laskaris'i dar bir sahanın içine sıkıştırmış bulunuyordu ve David'e yardım için de bir müfreze şövalye göndermişti. Ancak şövalyeler David'e katılmak üzere giderken Laskaris'in ordusuna doğru hücumu geçmiş ve İznik ordusu komutanı Andronikos Ghidos'a mağlup olmuşlardı. Şövalyelerin uğradığı hezimet sonrasında David'in güveni yabancı yardımlarına karşı sarsılmakla beraber elinde tuttuğu topraklar da Laskaris'in tehdidinde iyiden iyiye girmişti. Nitekim 1214'te Ereğli ve Amasra başta olmak üzere Laskaris bölgeyi zapt ederek David'in hâkimiyetine son verdi (Fallmayer, 2011: 73).

Samsun'da yaşanan kuşatma ve bozgunun ardından mevcut durumu koruma anlayışı gelişmeye başlamıştı. Bu surette özellikle Sinop, (Tellioglu, 2009: 33) Trabzon İmparatorluğu için ayrı bir önem taşıyordu. Türkiye Selçukluları ile ikinci önemli mücadele ise bu şehir üzerinden olacaktı. Kaynaklarda Sinop'un o dönemde kime ait olduğuna dair bazı çelişik yazılar (Turan, 1993: 280) mevcuttur ancak Selçuklu kaynakları bize daha sağlıklı bir izlenim sunmaktadır. Bu sıralarda ise I. Gıyaseddin Keyhüsrev'in ölümü üzerine yaşanan hâkimiyet mücadelesi sürüyordu. Kaynaklarda Melik Aleaddin'in tahtı ele geçirmek için destek aldığı müttefiklerinden birinin de Aleksios Komnenos olduğu geçmektedir. İzzettin Keykavus, Alâeddin'i Ankara kuşatmasında ele geçirdikten sonra Konya'ya döndüğü sırada Aleksios'un sultanın topraklarına girdiği haberi ulaştı (İbn Bibi, 1996: 169; Koca, 1997: 30-31). Aleksios'un müdahalesi sonucu İzzettin Keykavus fethedilmesi çok zor bir yer olan Sinop'a doğru harekete geçerek 28 Ekim 1214'te Sinop'u Selçuklu denetimi altına aldı. Savaşı kaybeden Aleksios ise Selçuklulara esir düşmüştür. İzzettin Keykavus, onu öldürmek yerine bir antlaşma imzalatma yolunu tercih etmiştir. Bu antlaşmaya göre, İmparator Aleksios serbest bırakılacak, Sinop ve çevresi dışında bütün Canik ülkesi, Komnenoslar'a bırakılacaktı. İmparator da buna karşılık her yıl 10.000 dinar(altın) 5.000 baş at, 2.000 baş sığır, 10.000 baş koyun, 50 yük çeşitli hediye vergi olarak göndermekle beraber istenilen zamanda Selçuklu ordusuna asker temin edecekti. Böylece Aleksios Sinop'u kaybederek İznik ve Latinler ile doğrudan münasebet kuramayacak şekilde doğuda İzzettin Keykavus'un kendisine belirlediği sıkıştırılmış bir bölgede vasal bir devleti yönetecekti. Selçuklu sultanına karşı direnç gösteremeyeceğini bildiğinden bu karara mecbur kalmıştır. Diğer yandan halkının ekonomik çıkarlarını korumak adına Asya'nın diğer kısmı ile ticari faaliyetlerde bulunmak adına sultanla bir sulh antlaşması imzalayarak itibarını bir nebze de olsa koruyabilmiştir (Tellioglu, 2009: 34).

Yaşanan askeri olaylar göz önüne alındığında Trabzon Komnenosları'nın hakiki askeri gücü hakkında bize önemli ipuçları vermektedir. 1208–1214 yılları arası Laskaris Paflagonya Bölgesi'ne saldırmaya cesaret edemese de bu Komnenoslar'ın askeri gücünün yanı sıra İznik İmparatoru Laskaris'in henüz tam anlamıyla hazır olmadığından harekete geçmemesi olarak da açıklanabilir. Nitekim Laskaris'in Paflagonya'ya saldırıları ve Sinop'ta yaşanan mukavemet esnasında şiddetli bir direnç gösterdiklerine dair kaynaklarda herhangi bir bilgi mevcut değildir. Başarısızlığın iki temel sebebi olabilir (Keçiş, 2009: 37). İlki, Aleksios'un İzmit İmparatorluğu ve Türkiye Selçuklu devleti karşısında dikkatsiz ve ukala tavırları ikincisi ise bölge halkından yeterince destek alınamamasıdır. Paflagonya savaşı esnasında yeterli direnç gösterilemediği yaygın görüşü kabul edilmekle beraber bu savaş, Malazgirt Savaşı ile karşılaştırılabilecek neticede bir öneme sahiptir. Sinop'un Selçuklu hâkimiyetine girmesi Kuzey Batı Anadolu'nun Türk hâkimiyetine giriş sürecini de başlatmış, bölgedeki Rum-Helen nüfuzu Türk-İslam nüfuzuna doğru kayarak Trabzon Rum İmparatorluğu'nun geleceğini tehdit edecek sonuçları beraberinde getirmiştir. Ayrıca batı ve kuzey topraklarının ikiye ayrılması Bizans'ın irtibatının bölge ile kesilmesine de neden olmuştur. Trabzon İmparatorluğu için tüm bu vahim hadiselerin ardından I. Aleksios Sinop'un kaybedilmesinden 10 yıl sonra 1 Şubat 1222'de Trabzon'daki sarayında 40 yaşında ölmüştür. Böylece Doğu Karadeniz bölgesinde Trabzon İmparatorluğu'nun ve Komnenos hâkimiyetinin kurucusu olarak tarihteki yerini almıştır (Hahanov, 2004: 62).

I. BİBLİYOGRAFYA NEDİR?

Bibliyografya, belirli bir konu veya muhtelif konularda yazılan eserleri, bunların basımlarını inceleyen veya belirli bir alanda araştırma yapan araştırmacıların bu alandaki kaynaklara ulaşmasını sağlayan bilimsel çalışmadır (Ergani, 194: 174). Yunanca "Biblion"(kitap) ve "Graphien" (yazmak) kelimelerinden meydana gelen Fransızca "Bibliographie" karşılığı olarak kullanılan bir terim olmakla birlikte bu kelime yerine "Kitabiyat" veya "Literatür" kelimeleri kullanılabilir. Bibliyografyalar, belirli bir konuda ve genellikle belirli bir dönem için yazılan veya yayımlanan eserlerin tasnif edilen tam listesini vermekle beraber kendi içlerinde birçok bakımdan ele alınabilirler. Oldukça farklı ve birçok türü bulunan bibliyografyalar eserleri farklı detaylara odaklanarak ele almaktadırlar. Netice itibarıyla bibliyografyalar çeşitli alt başlıklarda incelenebilirler (Acaroğlu, 1961: 3-4) .

Mahiyetleri açısından bibliyograflar; tahlili, basit ve tenkidi olarak üçe ayrılmaktadırlar. Tahlili bibliyograflar, eserlerin künyelerinin yanında içerikleriyle ilgili bilgiler de vermektedirler. Basit bibliyografyalar, eserlerin belli kurallara göre yalnızca künyelerini vermektedirler. Tenkidi bibliyografyalar ise, eserlerin içerikleri ve düzenlerini tenkit etmektedirler. Zaman bakımından bibliyografyalar; tamamlanmış ve periyodik olarak ikiye ayrılmaktadırlar. Tamamlanmış bibliyografyalar, belirli iki tarih arasında ya da belli bir tarihe kadar çıkmış olan eserleri ele alırlar. Periyodik bibliyografyalar, belirlenmiş bir konu ya da konulara dair yayımlanan eserleri muntazam ya da gayri muntazam bildirirler. Tertip edilişi bakımından bibliyografyalar; alfabetik, kronolojik, sistematik, vurgu ve başlık kelimelerine göre düzenlenmektedirler. Alfabetik bibliyografyalar, eserleri müelliflerin adlarına göre eğer müellifi yoksa kitap adlarına göre düzenlemektedir. Sistematik bibliyografyalar, konularına göre, kronolojik bibliyografyalar, ele alınan eserler yayın tarihleri ya da adı geçen olayın oluş tarihine

göre sıralanır. Vurgu ve başlık kelimelerine göre bibliyografyalar, eserlerden çıkarılan başlık ve vurgu kelimelerine göre yapılmaktadırlar. Şümulleri bakımından bibliyografyalar; milli ve milletlerarası olarak ikiye ayrılmaktadırlar. Milli bibliyografyalar, bir memleketin sınırları içerisinde veya aynı dille yazılmış tüm eserleri ele alır. Milletlerarası bibliyografyalar, her konuya ya da muhtelif konulara dair muhtelif dillerde ve muhtelif memleketlerde yapılmış yayımları ele alırlar. Ayrıca şümulleri bakımından bibliyografyalar özel ve genel olarak ikiye ayrılmaktadır. Genel bibliyografyalar, muhtelif ya da özel konulara ait eserleri ele alırlar. Özel bibliyografyalar, birbirine yakın veya tek bir konuda yayımlanmış eserleri ele almaktadırlar. Özel bibliyografyalar; şahıs ve yer bibliyografyaları olarak ikiye ayrılmaktadırlar. Şahıs bibliyografyaları, bir ya da birkaç şahsa ait bibliyografyalardır. Yer bibliyografyaları, herhangi bir yerin veya bölgenin tarihine, kültürüne, coğrafyasına vs. dair yazılan eserlerdir (Acaroğlu, 1961: 138).

Bibliyografyanın ortaya çıkışı 15. Yüzyıla kadar dayanmaktadır (Ergan, 1994: 176). Basma eserler de o yıllarda çıkmaya başlamıştır. Fikir ve sanat eserlerine karşı beslenen ilgi ve bunları tanıtmaya düşüncesi belirlemeye başladığında örneğin henüz 2. Yüzyılda tanınmış hâkim Galieni "De libris propriis liber" adıyla eserlerinin listesini yapmıştı. Sonraki yüzyıllarda Avrupa'daki bazı papaz çevreleri de dini eserlerin listelerini hazırlamışlardı. Matbaacılığın kurulup yayılması üzerine 1470 yılından itibaren bibliyografya çalışmalarında büyük bir ilerleme kaydedildi. Başlangıçta bu çalışmalarını pek çok konuda fikir sahibi bilginler yapmaktaydı. Dönemlerinin tarihi, siyasi, felsefi ve ilmi anlayışlarını eserlerinde pratik olarak işleyen bu bilginler dil ve üslupları itibarıyla kitap hazineleri miras bırakmışlardır. 17. Yüzyılda ilmi bibliyografya, dini tarikatlerin faydasına olacak şekilde gelişmiştir. Sonraları ise aydınlar, basılan her argümanı derleme yoluna gitmişlerdir. Dergiler edebiyat ve bilim haberleri verirler, eleştirme ve kıyaslama yazıları yazarlardı. Fransa'da Bibliotheca, Index, Epitome, Reportorium gibi bazı kitap kılavuzları Seyidoğlu, yayımlanır. Mazarin'in kütüphanecisi olan G. Naude 1633 yılında ilk defa bibliyografya sözcüğünü kullanmıştır. Zamanla da bu günkü geleneksel şeklini almıştır (Seyidoğlu, 1979: 122-133),

Bibliyografya tarih disiplininden diğer disiplinlere yakınlaşmak için karmaşık bir süreçten geçmiştir. Bu süreç Fransa'da 1789'da ihtilalle birlikte başlamıştır. Özel kütüphaneler ihtilal sürecinde dağılır, zorla toplanan kitaplar depolara yığılır. Daha sonra Fransız devleti, bu kitaplar için devlet kütüphaneleri kurmuştur. Böylece kitapların kataloglanması, sınıflandırılması ve sıralanması gibi sorunlar ortaya çıkmıştır. Yönetici kişiler daha önce böyle bir sorunla karşılaşmadığından yanlış adımlar atmışlardı. Bunun üzerine Blois piskoposu H. Gregorie bir bibliyografya raporu hazırlamış böylece kitapların korunması, tertip ve düzeni için yeni bir oluşum başlamış oluyordu (Seyidoğlu (a), 1979: 58-60).

19. Yüzyılın başında Fransa'da bibliyografya klavuzları oluşturulmuştur. Kitapla alakalı hemen hemen her şey bu klavuzlarda mevcuttur. Yazmalar, matbaacılığın ilk zamanları, basma kitap, basma tekniği, kitap satışından asıl bibliyografyaya kadar, yeni incelemeler, sınıflandırma ve kataloglama kurallarına, kitapseverliğe kadar değinilmiştir. D. Grant 1885 yılında bibliyografyanın ilk resmi tanımını Büyük Ansiklopedi'de tanım ve sınıflama bakımından kitap bilgisi olarak yapmıştır. Bu tarihten sonra bu tanım kabul edilerek kullanılmaya başlanmıştır. Ancak 1934 yılında Fransa'da Centre de synthese historique

tarafından bibliyografya kitap alanında pratik, bilimsel ya da ticari bir amaç ve fayda uğruna kitap adlarının araştırılması, tanımlanması ve sıralanması olarak tanımlanmıştır. Bunu sonucu olarak iki farklı görüş ortaya çıkmıştır. Birincisi, bibliyografya kitabın konu olabildiği inceleme alanları dışına çıkamaz. Bibliyografya, Bibliyofili, kütüphanecilik, kütüphanecilik, bibliyotekni gibi komşu inceleme alanlarıyla karıştırılmaz. İkincisinin amacı ise pratik ve faydalı olmaktır. İlk defa bibliyografya işinin öğeleri net bir şekilde belirlenmiştir. Bu öğeler ise kitapları araştırmak, tanımlamak, sıralamaktır. 1945 yılında Caron: "Bibliyografya sözünü, kaynakların bir çeşidi olan kitaplardan başkası için sakın kullanmayalım" diyordu. Bu sözler bibliyografyanın yeni tanımının da temelini oluşturuyordu. Bibliyografya, basılmış veya çoğaltılmış metinler bilgisidir. Fikir işlerini kolaylaştırmak için servisler kurmak veya repertuarlar hazırlamak amacıyla bu dokümanların araştırılması, kaydı, tanımı ve tertibi üzerine kuruludur. Bu dört işlem sonucunda bibliyografya tekniği veya bilimi ortaya çıkmaktadır (Şenol, .1966: 47-75).

II. TRABZON RUM İMPARATORLUĞU HAKKINDA BİBLİYOGRAFYA

a. Kitaplar

- Adem Işık, *Antik Kaynaklarda Karadeniz Bölgesi*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 2001.¹
- Ayhan Yüksel, *Doğu Karadeniz Araştırmaları*, Kitabevi Yayınları, İstanbul, 2005.²
- Ayşe Hür, *"Trabzon'un Etnik Tarihine Bir Bakış" İçinde Trabzon'u Anlamak*, 2. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, 2010.³
- A. Hananov, *Panaret'in Trabzon Tarihi*, Eser Ofset Matbaacılık, Trabzon, 2004.⁴
- Bilge Umar, *Karadeniz Kappadokia'sı (Pontos)*, İstanbul, 2000.⁵
- Cumhuriyet Odabaşoğlu, *Trabzon Kaynakçası*, Trabzon, 1991.⁶
- Charles King, *Karadeniz*, Çev. Zülal Kılıç, Kitap Yayınevi, İstanbul, 2008.⁷

¹ Beş bölümden oluşan eser, Karadeniz Bölgesi'ni siyasi, sosyal, ekonomik, coğrafi ve kültürel olarak incelemiştir.

² Eser Doğu Karadeniz coğrafyasında yer alan Ordu, Giresun, Trabzon ve Rize illerinin tarihine değinmiştir.

³ Trabzon'da neler oluyor sorusuna cevap arayan kitap bölgeyi sos-ekonomik, kültürel ve siyasi olarak incelemektedir.

⁴Tercüme bir eserdir. Eserin aslı 1905 yılında A. Hananov'un, Mihail Panaret'in Trabzon Hronikası isimle yayımladığı kitaptır ve Trabzon Rum İmparatorluğu ile ilgili ilk somut bilgilere yer vermiştir.

⁵ Karadeniz Kappadokia'sının tarihsel süreç içindeki durumu, güvenilir bilgi ve yorumlar ışığında değinilmiştir.

⁶Trabzon şehri hakkında hazırlanmış kaynakça çalışmasıdır.

⁷Karadeniz Bölgesinin ilk çağlardan Karadeniz İşbirliği Örgütüne kadar olan sürecini, bölgede yaşamış toplulukların ve devletlerin ilişkilerini siyasi ve ekonomik olarak aktarılmıştır.

- F. Arrianus, *Arrianus'un Karadeniz Seyahati (Arriani Periplus Ponti Euxini)*, Çev. Murat Arslan, Odin Yayıncılık, İstanbul, 2005.⁸
- F.İ. Uspenski, *Trabzon Tarihi (Kuruluşundan Fethine Kadar)*, (Çev. Enver Uzun), Eser Ofset Matbaacılık, Trabzon, 2003.⁹
- Georgios Nakracas, *Anadolu ve Rum Göçmenlerin Kökeni*, Belge Yayınları, İstanbul, 2003.¹⁰
- George Ostrogorsky, *Bizans Devleti Tarihi*, (Çev. Fikret Işıltan), 5. Baskı, TTK Yayınları, Ankara, 1999.¹¹
- Gerasimos Augustinos, *Küçük Asya Rumları*, Çev. Devrim Evcı, Ayraç Yayınevi, Ankara, 1997.¹²
- Güngör Üçüncüoğlu, *Tarihsel Süreçten Günümüze Trabzon-Gümüşhane*, Trabzon, 2002.¹³
- Heat W. Lowry, *Trabzon Şehrinin İslamlaşması ve Türkleşmesi 1461-1583*, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1981.¹⁴
- Haşim Albayrak, *Tarih boyunca Doğu Karadeniz'de Etnik Yapılanma ve Pontus*, Babıalı Kitaplığı, İstanbul, 2003.¹⁵
- Ildiko Beller Hann, *Doğu Karadeniz'de Efsane Tarih ve Kültür*, Çev. Ali İhsan Aksamaz, Chivi Yazıları Yayınevi, İstanbul, 1999.¹⁶
- İbrahimTelliöğlu, *Doğu Karadenizde Türkler*, Trabzon, 2004.¹⁷

⁸Helence aslından çevrilerek kazandırılan eser, Karadeniz Bölgesi'ni etnik ve coğrafi bakımdan inceleyerek bu konuda çalışmak isteyen kişilere bir başlangıç noktası oluşturma hedefindedir.

⁹Çeviri bir eserdir. Eserin aslı F.İ. Uspenski tarafından birinci dünya savaşı yıllarında elde ettiği belgeler ve batılı yazarların ifadeleri yardımıyla oluşturulmuştur.

¹⁰Eser, 1919-1922 döneminde Yunan ordusunun Türk sivil ahaliye karşı taşkınlıklarını işlemektedir.

¹¹Bizans Devleti'nin ortaya çıkışından yıkılışına kadar geçen süreci geniş kaynaklarla aktaran alanında en önemli eserlerdendir. Anlatımı zenginleştirmek adına haritalar da eserde kullanılmıştır.

¹²19. yüzyıl Osmanlı dünyasına o dönemde yaşamış Rumların gözünden bakarak onların Osmanlı sistemi içerisindeki siyasi ve iktisadi yerlerini, tutulan kayıt ve yazılan hatıralar ışığında incelenmesi ve harmanlanması sonucunda eser oluşturulmuştur.

¹³Trabzon ve Gümüşhane illerinin tarihsel ve kültürel olgularından bahsedilmiştir.

¹⁴Tahrir defterleri incelenerek yazılan eser Trabzon'un fethinin ardından halkta yaşanan sosyal, kültürel, dini ve ekonomik değişimi incelemiştir.

¹⁵M.Ö. 5000'den başlayarak Doğu Karadeniz'de bulunan etnik grupların incelenmesi ve buna müteakiben bölgede Pontus'un yeri ve önemi işlenmiştir.

¹⁶Çeviri bir eserdir.Eserin aslı Ildiko Hann Beller tarafından Karadeniz seyahatinin ardından yazdığı üç makalenin kitaplaştırılması sonucu oluşmuştur.Eser kültürel olarak bölgeyi incelemektedir.

- İbrahim Telliöđlu, *Osmanlı Hakimiyetine Kadar Doğu Karadeniz'de Türkler*, Serander Yayınevi, Trabzon, 2004.¹⁸
- İbrahim Telliöđlu, *Trabzon Rum Devleti (1204-1461) Komnenosların Karadeniz Hâkimiyeti*, Serander Yayınevi, İstanbul, 2009.¹⁹
- İlyas Karagöz, *Tarihsel Süreçte Trabzon Halkı*, Derya Kitabevi Yayınları, İstanbul, 1998.²⁰
- J. P. Fallmerayer, *Trabzon İmparatorluğu'nun Tarihi*, (Çev. Ahmet Cevat Eren), TTK Yayınları, Ankara, 2011.²¹
- Komisyon, *Trabzon'dan Abhazya'ya Doğu Karadeniz Halklarının Tarih ve Kültürü*, Sorun Yayınları, İstanbul, 2000.²²
- Mahmut Golođlu, *Trabzon Tarihi (Fetihten Kurtuluşa Kadar)*, Kalite Matbaası, Ankara, 1975.²³
- Mehmet Bilgin, *Doğu Karadeniz (Tarih, Kültür, İnsan)*, Serander Yayınevi, Trabzon, 2000.²⁴
- Mesut Çapa, *Pontus Meselesi*, Serander Yayınları, Trabzon, 2001.²⁵
- Minas Bijişkıyan, *Karadeniz Kıyılar Tarih ve Coğrafiyası*, Çev. Hrand D. Adreasyan, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, İstanbul, 1969.²⁶
- Minas Bijişkıyan, *Pontos Tarihi*, 2. Baskı, Çivi Yazıları Yayınevi, İstanbul, 1998.²⁷

¹⁷ İlkçağlardan Osmanlı hâkimiyetine kadar geçen süre içerisinde Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki Türk yerleşiminden bahsedilmiştir.

¹⁸ Karadeniz Bölgesi'ne ilk çağlardan itibaren Kimmer ve İskitler ile başlayan Türk göçünün Oğuzlara kadar olan süreci aktarılmıştır.

¹⁹ Eser beş bölümden oluşmakta ve Trabzon rum İmparatorluğu'nun tarih sahnesine çıkışlarından yıkılışlarına kadar geçen dönemi siyasi olarak aktarmaktadır.

²⁰ Trabzon ve çevresinde yerleşmiş olan en eski topluluklardan başlayarak günümüze kadar geçen evrede Trabzon Halkı'nın durumunu siyasi, dini, sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan incelenmiştir.

²¹ Trabzon Rum İmparatorluğu hakkında kaynak eserlerden biri konumundadır. Üç bölümden oluşmakta ve İmparatorluğu siyasi, sosyal, ekonomik ve kültürel olarak tanıtmaktadır.

²² Eser, Doğu Karadeniz ve Kafkas halklarının bir bölümünün tarih ve kültürleri konusunu içermektedir.

²³ Yazarın kitabe ve mezar taşlarında yaptığı çalışma sonucunda Fetihten 1918 yılında Rus işgalinden kurtuluşuna kadar kronolojik olarak Trabzon şehri anlatılmıştır.

²⁴ Tarih boyunca Karadeniz Bölgesi'nde gerçekleşen olayları, bölgeye yerleşen toplulukları, yer adlarını eser bünyesinde barındırmaktadır.

²⁵ Geçmiş yüzyılların mirası olarak bize intikal eden pontus sorunu, Anadolu'daki mücadele ve İtilaf devletlerinin destekleri de göz önünde bulundurularak ele alınmıştır.

²⁶ Yedi bölümden oluşan eser, yazarın bizzat gözlemlerine dayanarak Karadeniz Sahilleri hakkında bize açıklayıcı bilgiler ulaştırıyor. Bununla birlikte eserin son kısımlarında görseller kullanılarak zenginleştirmeye gidilmiştir.

- Muhammed Vanilişi - Ali Tandilava, *Lazların Tarihi*, (Nşr. H. Hayrioğlu), İstanbul, 1992.²⁸
- Murat Keçiş, *Trabzon Rum İmparatorluğu ve Türkler (1204-1404)*, TTK Yayınları, Ankara, 2013.²⁹
- Neal Ascherson, “Karadeniz”, *Tarih Dizisi:33*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 2001.³⁰
- Necati Demir, *Orta ve Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Tarihi Altyapısı (Tarih-Etnik Yapı-Dil-Kültür)*, Genelkurmay ATASE Başkanlığı, Ankara, 2005.³¹
- Nezh Başgelen, *Bir Zamanlar Trabzon*, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 1998.³²
- Ömer Asan, *Pontos Kültürü*, İstanbul, 1996.³³
- Şamil Horuluoğlu, *Trabzon ve Çevresinin Tarihi Eserleri*, Cihan Matbaası, Ankara, 1978.³⁴
- Şevket Şakir, *Trabzon Tarihi*, C. I-II, İstanbul, 1870.³⁵
- Tuncer Baykara, *Anadolu'nun Tarihi Coğrafyasına Giriş I. Anadolu'nun İdari Taksimatı*, Ankara, 1988.³⁶
- Ünal Bekdemir, *Karadeniz Kıyı Kentleri (Samsun-Hopa Arası)*, Çizgi Kitabevi, Konya,
- Von Joseph Hammer, *Osmanlı Devleti Tarihi*, 2 Cilt, Çev. Mehmet Ata, İlgı Yayınları, İstanbul, 1966.³⁷

²⁷Aslen Trabzon doğumlu olan Bıjişkyan, 19. yüzyılda Karadeniz'i dolaşmaya başladı ve tuttuğu notların birleştirilmesiyle beraber tarihiyle, coğrafyasıyla, etnografik ve topografik özellikleriyle Karadeniz'in nabzını tutarak bu eseri meydana getirmiştir.

²⁸Lazların tarihi ve etnografisi hakkında bilgi vermeyi amaçlamaktadır.

²⁹Eser iki bölümden oluşmakla birlikte Trabzon Rum İmparatorluğu'nun Anadolu Beylikleri, Bizans ve Moğollarla olan ilişkilerine değinmiştir.Bu iki bölüm dışında döneme ışık tutacak kaynaklar eserin ilk kısımlarında tanıtılmıştır.

³⁰Eserde Karadeniz Bölgesi üzerindeki halk, milliyet, tarih ve kültür anlayışları ele alınarak Kafkas, Rus, Ukrayna, Romanya, Yunanistan ve Türkiye toplumlarının biraraya gelişi örneklerle aktarılmıştır.

³¹Eser dört bölümden oluşmaktadır.Bu bölümler içerik olarak; tarih, dil, etnik yapı ve kültürdür.

³²Eski gravür ve fotoğraflardan oluşan kent albümüdür.

³³ Pontus Kültürü hakkında sade ve yüzeysel bir anlatım tercih edilmiştir.

³⁴Tarihi eserler üzerinden Trabzon ve havalisini tanıtmaktadır.

³⁵Türkçe yazılan ve basılan ilk şehir tarihi kitabı olan eser, önemli bir kaynak olarak araştırmacılara katkı sağlamaktadır.

³⁶ Tarihi olayların cereyan ettiği coğrafyalar hakkında bilgi vererek tarihi coğrafya adı altında aydınlatıcı bir eser niteliği taşımaktadır.

- Yılmaz Kurt, *Pontus Meselesi*, TBMM Kültür Sanat ve Yayın Kurulu Yayınları, Ankara, 1995.³⁸
- Yuri Siharulidze, - Alexandre Manvelişvili, *Trabzon'dan Abhazya'ya Doğu Karadeniz Halklarının Tarih ve Kültürleri*, (Nşr. H. Hayrioğlu), İstanbul, 1998.³⁹
- Yusuf Gedikli, *Pontus Meselesi*, Bilge Karınca Yayınları, İstanbul, 2002.⁴⁰
- Yüksel Küçükler, *Trabzon Tarihi Bibliyografyası*, Serander Yayınevi, Trabzon, 2010.⁴¹
- William Miller, *Son Trabzon İmparatorluğu (1204 - 1461)*, (çev. Nurettin Süleymangil), Heyamola Yayınları, İstanbul, 2007.⁴²

b. Makaleler

- Ahmet Can Bali, "Trabzon", *Trabzon*, Trabzon Valiliği Yayınları, Trabzon, 2002, s.162-227.
- Ahmet Demir, "Pontus Meselesi "Yunanlıların Doğu Karadeniz'de Devlet Kurma Hayali", *Belgelerle Türk Tarihi Dergisi*, Sayı: 29, s.168-188.
- Ali İhsan Aksamaz, "Karadeniz'in Doğu Kıyısında Renkli Bir Kültür: Lazlar-1", *Tarih ve Toplum*, Sayı: 185, Mayıs 1999, s.279-287.
- Ali İhsan Aksamaz, "Karadeniz'in Doğu Kıyısında Renkli Bir Kültür: Lazlar-2", *Tarih ve Toplum*, Sayı: 186, Haziran 1999, s.355-362.
- Ali İpek, "Trabzon'un Ortaçağda Ticaretteki Yeri", *UTÇKTS*, Trabzon, 2006.
- Anthony Bryer, The Fate Of George Komnenos, Ruler of Trabizond (1266-1280), *Byzantinische Zeitschrift* 66, 1973, 332-350.
- Allen W.E.D, "Eski Lazistan", *Tarih ve Toplum*, Çev. Ali İhsan Aksamaz, Sayı:143, Kasım 1995, s.48-52.
- A. Decei, "Karadeniz", *İA.*, VI, 1976, s. 238-246.
- Bekir Sıtkı Baykal, "Fatih Sultan Mehmed-Uzun Hasan Rekabetinde Trabzon Meselesi", *Tarih Araştırmaları Dergisi*, II/2-3, 1964, s. 67-81.

³⁷Avrupa arşivleri ve Osmanlı kaynakları taranarak oluşturulmuş kapsamlı bir kaynak eser niteliğindedir.

³⁸ Pontus Meselesi hakkında kapsamlı bilgiler veren eser, beş bölümden oluşmaktadır. Bölümlerde Karadeniz'de Türk yerleşimi ve Pontusçuluk faaliyetleri işlenmektedir.

³⁹ Doğu Karadeniz ve Kafkasya Bölgesi halklarının bir kısmı hakkında tarih ve kültür bazında ele alınmış eser, yazarın dokuz Gürcü bilimadamının çeşitli kitaplarını derlemesiyle oluşturulmuştur.

⁴⁰Eser Pontus meselesinin tarihi kökenini ve yirminci yüzyıla kadar olan süreci aktarmaktadır.

⁴¹Trabzon hakkında geniş çapta hazırlanmış bibliyografik eserdir.

⁴² Kaynak eser niteliği taşımaktadır.Çeşitli dillerden kaynakların incelenmesi sonucu Trabzon Rum İmparatorluğu hakkında kapsamlı bilgiler vermektedir.

- Bülent Daver, "Trabzon Tarihine Bakışlar", *Türk Kültürü Araştırmaları*, Sayı:27, 1989, s.57-62.
- Candan Nemlioğlu, "Geçmişten Günümüze Trabzon", *Mimar Sinan Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı:2, Ocak 1995, s.146-153.
- Cumhur Odabaşoğlu, "Fatih Sultan Mehmed'in Trabzon'u Fetih Tarihi", *Akademik Yorum*, Sayı:2, 1992, s.49-50.
- Çiğdem Süleyman, "Eskiçağda Trabzon Limanı: Askeri ve Ekonomik Yönden Gelişimi ve Doğu-Batı İlişkilerinden Rolü", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 10, S. 2, Erzurum, 2007, s. 135-155.
- Dilek Şen Beyazlı, "Mekansal Tarih: Trabzon Kenti Örneği", *KTS*, Cilt:2, Trabzon, 2007, s.1085-1102.
- Erdem Aksoy, "Trabzon Simgeleri", *Arkitekt Dergisi*, SAYI: 458, Mart 1998, s.20-26.
- Ergin Ayan, "Danişmendname'de Trabzon", *UTÇKTS*, Trabzon, 2006.
- Ergin Ayan, "Trabzon Dukalığı: Gabras Ailesi", *KTS*, Cilt:1, Trabzon, 2007, s.55-66.
- Hanefi Bostan, "XV.-XVI. Yüzyıllarda Trabzon Şehrinde Nüfus Hareketleri ve Yerleşim Yerleri", *Bir Tutkudur Trabzon*, İstanbul, 1997, s.112-180.
- Heath W. Lowry, "Osmanlı Fethinin Ardından Trabzon Şehri", *Öncesi ve Sonrasıyla Trabzon'un Fethi*, Haz. İsmail Hacifettahoğlu, Ankara, 2001, s.88-101.
- Hüseyin Albayrak, "Fatih ve Trabzon", *Trabzon: Aylık Sanat-Aktüalite Dergisi*, Sayı:17, Mayıs 1988, s.5.
- Hüseyin Albayrak, "Fetih Kadar Trabzon Transit Yoluna Bir Bakış ve Bir Hatırlatma", *Yunus Dergisi*, Sayı:1, Trabzon Ocak-Şubat-Mart 1993, s.14-16.
- İbrahim Telliöğlü, "Trabzon Rum Devleti'nin Hristiyan Dünyasıyla İlişkileri(1214-1458)", *Uluslararası Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, Sayı:5, s.33-53.
- İbrahim Telliöğlü, "Trabzon Rum Devleti'nin Kuruluşu Hakkındaki Tartışmalar", *Trabzon*, Sayı:41, 2004, s.149-146.
- İsmail Hacifettahoğlu, "Kuruluşundan Fethine Trabzon'un Kısa Tarihi ve Fethi", *Öncesi ve Sonrasıyla Trabzon'un Fethi*, Haz. İsmail Hacifettahoğlu, Ankara, 2001, s.11-21.
- İsmet Parmaksızoğlu, "Trabzon'un Fethi", *Diyanet Dergisi*, Ankara, 1971, s.112-113.
- Kamil Erdeha, "Tarih Boyunca Türk-Rum İlişkileri", *Mülkiyeler Birliği Dergisi*, Sayı: 36, Eylül 1974.
- Kazım İsmail Gürkan, "Trabzon Tarihi-Fethi", *Trabzon Fetih Yıllığı*, Ankara, 1994, s.26-35.
- Kemal Peker Bekaroğlu, "Tarihte İktisadi Trabzon", *Ülkü*, Sayı:40, Ankara, Nisan 1950, s.15-18.

- Kenan İnan, "Trabzon Tarihi", *Trabzon*, Trabzon Valiliği Yayınları, İstanbul, 2006, s.56-88.
- Kenan İnan, "Trabzon'un Osmanlılar Tarafından Fethi", *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 14, 2003, s.71-84.
- Kudret Emiroğlu, "Dünya'dan Bakınca Trabzon", *BTT*, İstanbul, 1997, s.231-244.
- Kudret Emiroğlu, "Trabzon Seyahatnameleri Bibliyografyası", *Trabzon Kültür Sanat Yıllığı*, TKDD Yayınları, İstanbul, 1989, s.189-219.
- Mahmut Ak, "Aşık Mehmet'e Göre Memleketi Trabzon ve Havalisi", *Bir Tutkudur Trabzon*, İstanbul, 181-206.
- Mahmut Ak, "İslam Coğrafyacılarına Göre Trabzon", *TTS*, Trabzon, 2000, s.23-34.
- Mehmet Bilgin, "Trabzon'un Fethi ve İskan Politikası", *Trabzon Dergisi*, Ankara, 1990, s. 40-45.
- Mehmet Fahrettin Kırzioğlu, "Karadeniz'in Doğu Kıyıları, Gürcistan ve Eski Turabozan Vilayetimiz (Batum-Samsun Dahil) Bölgesinde, M.Ö. Yaşayan Hatıraları", *İTBKK*; Samsun, 1990, s.83-91.
- Mehmet Tayyip Gökbilgin, "XVI.Yüzyıl Başlarında Trabzon Livası ve Doğu Karadeniz Bölgesi", *Bulleten*, XXVI/102, (Nisan 1962), s.293-337.
- Melek Öksüz, Kuruluşundan "19. Yüzyıla Kadar Trabzon Tarihine Kısa Bir Bakış", *Karadeniz Araştırmaları Dergisi*, Sayı:5, 2005, s.11-25.
- Michael E. Meeker, "Tarihsel Süreç İçinde Doğu Karadeniz'de Toplumsal Değişim", Kısaltarak Çeviren: Kudret Emiroğlu, *Kıyı: Kültür ve Sanat Dergisi*, Sayı: 22, Trabzon, Ocak 1988, s.12-14.
- Michel Kuršanskis, "Trabzon İmparatorluğu ve Gürcistan", *Bulleten*, Sayı: 271, Cilt: LXXIV (Aralık 2010), s. 905-925, (Fransızca'dan Tercüme). - 2010
- Muammer Gül, "XIII. - XV. Yüzyıllarda Anadolu Türkleri ile Trabzon İmparatorluğu Arasındaki İlişkiler", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:13/2, Elazığ, 2003. s. 421-437.
- Muhammet Beşir Aşan, "Bazı Anadolu Türk Beyliklerinin Trabzon İle Olan İlişkileri", *TTS*, Trabzon, 2000, s.123-129.
- Murat Keçiş, Trabzon Rum İmparatorluğu'nun Çevreyle Olan İlişkileri, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Tarih Bölümü Tarih Araştırmaları Dergisi*, Sayı:28, Ankara, 2009, s. 143-162.
- Murat Keçiş, "XIII-XV. Yüzyıl Bizans Tarihçilerinin Trabzon İmparatorları Hakkında Kullandıkları İfadeler", *Uluslararası Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, Sayı: 8 (Bahar 2010), s. 9-28. - 2010.
- Murat Keçiş, "Türkiye Selçuklularının 1223 Yılında Trabzon Üzerine Düzenledikleri Sefer Hakkında Yeni Bir Kaynak ve Bazı Yeni Bilgiler", *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Spring/Bahar 2012-Issue/Sayı 28, s. 40-55. - 2012

- Murat Uraz, Trabzon'da Kültür Hayatı, *Hamsi Mecmuası*, İstanbul, 1977.
 - Münir Atalar, "13. ve 14. Yüzyıllarda Karadeniz Ticaretinde Trabzon'un Yeri ve Önemi", *TTS*, Trabzon, 2000, s. 131-135.
 - Osman Turan, "Trabzon Tarihi", *Horon*, S.5-6, 1977, s. 24-26.
 - Öner Ciravoğlu, "Trabzon Tarihinin Dönüm Noktaları", *BTT*, İstanbul, 1997, s.9-14.
 - Rıfat Necdet Evrimer, "Büyük Tarih Trabzon'da", *İnan Dergisi*, Sayı:4, Trabzon, Ağustos 1937, s.23.
 - R. Drews, "Karadeniz'de En Eski Grek Yerleşmeleri", Çev. Doç. Dr. Ömer Çapar, *A.Ü Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Tarih Araştırmaları Dergisi*, 1990-1991, c XV, s. 303-326.
 - Stefanos Yerasimos, "Pontus Meselesi (1912-1923)", *Toplum ve Bilim*, 43/44 1988-1989, s. 33-76.
 - Şehabettin Tekindağ, "Trabzon", *İA*, XII/I, İstanbul, 1958, s.489-601.
 - Şehabettin Tekindağ, "Trabzon-Rum İmparatorluğu'nun Fethi", C.XIII, *Bilgi Mecmuası*, İstanbul, 1959, s. 145, 4-6.
 - Şükrü Akkaya, Etrüks Kültürü ve Roma Kültürüne Tesiri, *Türk Tarihinin Ana Hatları*, S:3, İstanbul, 1936.
 - Tahsin Koçyiğit, "İbn Battuta'nın Gözüyle Karadeniz Bölgesi", *CIEPO-17*, Trabzon, 2006.
 - "Trabzon'un Tarihçesi", *Yeni Öğretmen*, Sayı: 43-44, Ankara, Haziran-Temmuz, s.14-25.
 - Tülay Metin, "Türkiye Selçuklu Devleti'nin Karadeniz'deki Siyasi ve Askeri Faaliyetleri", *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt:3, Sayı:2, 2008, s.13-26.
 - Yaşar Kalafat, "Trabzon Çevresinden Kültür Kodları", *UTÇKTS*, Trabzon, 2006.
 - Yaşar Yücel, "Fatih'in Trabzon Fethi Öncesinde Osmanlı -Akkoyunlu İlişkileri", *Belleten*, c. XLIX, 1985, s.287-347.
 - Yusuf Mazhar Aren, "Trabzon'un Tarihteki ve Bugünkü Manzarası", *İnan Dergisi*, Sayı:27, Trabzon, Ocak 1947, s.3-5.
 - Yuri Siharulidze, "Ç'aneti (Lazistan) Tarihsel Etnik Coğrafyası", Çev. Hayri Hayrioğlu, Kolektif, *Trabzon'dan Abhazya'ya Doğu Karadeniz Halklarının Tarih ve Kültürleri*, İstanbul, 1998.
 - Yücel Dağlı, "Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Trabzon", *TTS*, Trabzon, 2000, s.287-302.
- c. Bildiriler**
- Ahmet Toksoy, "Selçuklu-Trabzon Münasebetleri ve Trabzon Komnenosları'nın Tabiiyete Alınması", *Trabzon ve Çevresi Uluslararası Tarih-Dil-Edebiyat Sempozyumu*, 3-5 Mayıs, Trabzon, 2001, s. 53-59.

- Abdülkadir Yuvalı, "XIII. Yüzyılda Karadeniz Ticareti", *19 Mayıs Üniversitesi Tarih Boyunca Karadeniz Kongresi (Uluslararası) Bildirileri*, Samsun, 1990, s.233-240.
- Fatma Acun, "Tarih Boyunca Pontus", *Milli Mücadele'de Giresun Sempozyumu*, (6-7 Mart 1999), İstanbul 1999, s.143-149.
- Feridun Emecen, "Trabzon Eyaleti'nin Batı Sınırları", *Trabzon Tarihi Sempozyumu* (6-8 Kasım 1998) Bildiriler, Trabzon Belediyesi Yayınları, Trabzon, 1999, s. 159-166.
- Feridun Emecen, "Sosyolojik Yönden Türk Yer Adları", *Türk Yer Adları Sempozyumu* (Ankara 11-13 Eylül 1984) Bildirileri, Ankara, 1984, s.43-53.
- Gülçin Çandarlıoğlu, "Karadeniz'in Kuzey Bölgesinin Türkleşmesi", *Birinci Tarih Boyunca Karadeniz Kongreleri Bildirileri* (13-17 Ekim 1986), Samsun 1988, s.9-16.
- İlhan Şahin, "Osmanlı-Akkoyunlu Nüfus Mücadelesinde Trabzon", *Trabzon Tarihi Sempozyumu* 1998, Trabzon, 2000, s.153-157.
- Kenan İnan, "Trabzon'un Fethi", *Trabzon Tarihi Sempozyumu*, 6-8 Kasım 1998, Trabzon, 2000, s.141-152.
- Kudret Emiroğlu, "Trabzon Kültür Tarihi", *Trabzon'da Edebiyat ve Edebiyatta Trabzon Sempozyumu* (18-19 Aralık 2004), s.19-26
- Mehmet Özsait, "İlkçağ Tarihinde Trabzon ve Çevresi ", *Trabzon Tarihi Sempozyumu* (Trabzon 6-8 Kasım 1998) Bildiriler, Trabzn 1999, s.35-45.
- Mehmet Tezcan, "İpek Yolu ve XIV. Yüzyıla Kadar İpek Yolu Ticaretinde Trabzon'un Yeri", *Trabzon ve Çevresi Uluslararası Tarih-Dil-Edebiyat Sempozyumu Bildirileri*, Trabzon Valiliği İl Kültür Müdürlüğü Yayınları, 3-5 Mayıs 2001, s.71-90.
- Muammer Gül, XIII.-XV., Yüzyıllarda Anadolu Türkleri İle Trabzon Rum Devleti Arasındaki İlişkiler, *Trabzon ve Çevresinin Fethi, Trabzon ve Çevresi Uluslar arası Tarih, Dil, Edebiyat Sempozyumu* (3-5 Mayıs 2001).
- Muhammed Beşir Aşan, "Bazı Anadolu Türk Beyliklerinin Trabzon ile Olan İlişkileri", *Trabzon Tarihi Sempozyumu Bildirileri*, Trabzon, 1998, s. 128-130.
- Murat Keçiş, "Trabzon İmparatorluğu'na Türk Tesirleri Hakkında Bazı Yeni Tespitler", *XVII. Türk Tarih Kongresi*, 15-17 Eylül 2014 Ankara.
- Murat Keçiş, "Trabzon İmparatorluğu'nun Önemli Tarihi Kaynakları: Vazelon Aktaları ve Akçaabat", *Dünden Bugüne Akçaabat Sempozyumu*, 26-28 Nisan 2013, Akçaabat/Trabzon, s. 27-33. - 2013
- Murat Keçiş, "Trabzon İmparatoru III. Aleksios'un (Aleksios III Megas Komnenos.) Khrisoboulloslarına Göre Venediklilerin Trabzon Ticareti Hakkında Gözlemler", *Üçüncü Uluslararası Sevgi Gönül Bizans Çalışmaları Sempozyumu/Bizans'ta Ticaret*, 24-27 Haziran 2013 İstanbul. – 2013

- Mustafa Keskin, "Selçuklular Zamanında Doğu Karadeniz'e Yönelik Türkmen Akınları ve Muhacereti", *Giresun Tarihi Sempozyumu* (24-25 Mayıs 1996), İstanbul 1997, s.51-57.
- Şerafettin Turan, "Karadeniz Ticaretinde Anadolu Şehirlerinin Yeri", *I. Tarih Boyunca Karadeniz Kongresi Bildirileri*, 13-17 Ekim 1986, Samsun, 1988.
- Yücel Dağlı, Evliya Çelebi Seyahatnamesinde Trabzon, *Trabzon Tarih Sempozyumu*, 6-8 Kasım 1998, Trabzon, 1999.

d. Tezler

- Fuat Erayda, "Trabzon Şehrinin Tarihi", *Basılmamış Mezuniyet Tezi*, İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü, 1957.
- Murat Keçiş, "Trabzon Rum İmparatorluğu ve Türkler (1204-1404)", *Basılmamış Doktora Tezi*, Ankara Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Tarih Bölümü / Tarih Anabilim Dalı / Ortaçağ Tarihi Bilim Dalı, Ankara, 2009.
- Seniha Esat, "Trabzon Monografyası", *Basılmamış Mezuniyet Tezi*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü, 1938-39.
- Yüksel Küçükler, "Trabzon Tarihi Bibliyografyası", *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Karadeniz Teknik Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / Tarih Bölümü / Tarih Anabilim Dalı / Tarih Bilim Dalı, Trabzon, 2008.

III. SONUÇ

1204 yılında İstanbul'un Latinler tarafından işgali akabinde Bizans İmparatorluğu'nun yıkılması hasebiyle siyasi bir otoritesizlik doğmuştu. Böylece İstanbul çevresinde büyüklü küçüklü Latin İmparatorluğu da dahil olmak üzere devletler ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri olan Trabzon merkezli ortaya çıkan Trabzon Rum İmparatorluğu, hanedanı olan Komnenos ailesiyle birlikte 257 yıl boyunca bölgede hüküm sürmeyi başarmıştır. Komnenoslar kendilerini Bizans'ın varisi olarak görmüşler ve Bizans'ı yeniden ihya etme amacını gütmüşlerdir.

İşte Komnenosların iki yüzyıl boyunca yönettikleri bu devlet için, Türkiye'deki araştırmacılar tarafından 1923-2015 yılları arasında kapsayan dönemde hazırlanmış çalışmalardan oluşan bibliyografya noktasında karşımıza çıkan sonuç; 43 adet kitap, 69 adet makale, 16 adet bildiri metni ve 4 adet tez şeklindedir. Bu rakamlar da göstermektedir ki, bu devlet hakkında Türkiye'deki çalışmalar, hala yeterli ve istenen seviyede olmayıp, hem kurumların hem de araştırmacıların ilgi ve araştırmalarına açık bir konu başlığı olarak varlığını hala sürdürmektedir.

KAYNAKÇA

- Acaroğlu, Türker, "Bibliyografya Nedir?", *TKD Bülteni*, Cilt: 10 Sayı: 3-4, 1961, s. 135-140.
- Ergan, Mehmed Salih, *Türkiye Müzik Bibliyografyası - Kitaplar, Notalar (1929-. 1993)*, Konya, 1994.
- Fallmerayer, J., P., *Trabzon İmparatorluğu'nun Tarihi*, Çev. Ahmet Cevat Eren, TTK Yayınları, Ankara, 2011.
- Hananov, A., *Panaret'in Trabzon Tarihi*, Eser Ofset Matbaacılık, Trabzon, 2004.
- İbn-i Bîbî, *El-Evâmirü'l-'Alâ'iyye Fi'l-Umûri'l-'Alâ'iyye*, Çev., Mürsel Öztürk, Ankara, 1996.
- Keçiş, Murat, "Trabzon İmparatorluğu'nun Kuruluşunda Çevreyle Olan İlişkileri", *Tarih Araştırmaları Dergisi*, Cilt: XXVIII, Sayı: 46 (Ankara 2009), s. 143-162. - 2009
- Keçiş, Murat, *Trabzon Rum İmparatorluğu ve Türkler (1204-1404)*, TTK Yayınları, Ankara, 2013.
- Koca, Salim, *Sultan I. İzzeddin Keykâvus (1211-1220)*, Ankara, 1997.
- Müneccimbaşı Ahmed b. Lütfullah, *Câmiü'd-Düvel, II*, Nşr. A. Öngül, İzmir, 2001.
- Seyidoğlu (a), Halil, "Bibliyografya", *Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı*, Ankara, 1979. S. 58-60.
- Seyidoğlu, Halil, "Bibliyografya hazırlamak", *Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı*, Ankara, 1979, s. 122-153.
- Şenol, Bekir Sıtkı, "Bibliyografya", *Sümerbank*, 6 (61/63), 7/9, 1966, s. 74-75.



Helal Otel İşletmeleri İçin Bir Pazar Genişletme Stratejisi Olarak İşbirlikçi Pazarlama⁴³

Yusuf BİLGİN^{1*}

¹ Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 74100, BARTIN

Öz

Son dönemde turizm sektöründe müşteri istek ve ihtiyaçlarından ortaya çıkan ve işletmeler için yeni sayılabilecek pazarlardan birisi helal turizm pazarıdır. Helal turizm pazarındaki büyümenin farkına varan ve bu pazardan pay almak isteyen birçok otel işletmesi bu pazara yönelik çalışmalar yürütmektedir. Helal otel işletmelerinin turizm pazarından istedikleri düzeyde pay alabilmeleri ancak etkin pazarlama çalışmaları yürütmeleri ile mümkündür. Helal otel işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinde uygulayabilecekleri stratejilerden birisi de işbirlikçi pazarlamadır. Bu araştırmanın amacı, helal otel işletmeleri arasında bir pazar genişletme stratejisi olarak işbirlikçi pazarlamanın işlevselliğini tartışmaktır. Kavramsal bir nitelik taşıyan araştırmada, helal otel işletmeleri arasında pazarlama işbirliklerinin oluşturabileceği uygulamaya dönük alanlar ortaya konulmuştur. Araştırma sonucunda, helal otel işletmeleri arasında pazarlama işbirliklerinin ortak pazarlama programı oluşturma, ortak pazarlama bütçesi oluşturma, pazarlama maliyetlerini azaltma, öğrenme programları gerçekleştirme, helal denetim mekanizması kurma ve ortak rezervasyon sistemi oluşturma bakımından işlevsel olabileceği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşbirlikçi pazarlama, turizm pazarlaması, helal otel işletmeleri

Collaborative Marketing as A Market Expansion Strategy For Halal Hotel Businesses

Abstract

In recent years, one of the markets that emerged from customer demands and needs in the tourism sector and can be considered new for tourism businesses is halal tourism market. Many hotel businesses that are aware of the growth of the Halal tourism market and want to get a share from this market conduct actions on the halal tourism market. Halal hotel businesses can get a share in the tourism market as much as they want, but only through effective marketing activities. In this context, collaborative marketing is one of the applications that should be take advantage by halal hotel business. The aim of this study is to discuss the functionality of collaborative marketing as a market expansion strategy between halal hotel businesses. In this conceptual research, tried to put forward practical areas that marketing collaboration among halal hotel businesses could create. As a result of the research, it has been determined that marketing collaborations among halal hotel businesses may be functional in terms of creating a common marketing program, creating a joint marketing budget, reducing marketing costs, implementing learning programs, establishing a halal control mechanism and establishing a common reservation system.

⁴³ Bu çalışma, 7-9 Nisan 2017 Alanya-Antalya'da gerçekleştirilen 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

***Sorumlu Yazar (Corresponding Author):**

Yusuf Bilgin(Dr); Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, 74100, Bartın-Türkiye. Tel: +90 (378) 223 5380, Fax: +90 (378) 223 5039, E-mail: yusufbilgin@bartin.edu.tr

Geliş (Received) : 12.04.2017

Kabul (Accepted) : 06.06.2017

Basım (Published) : 30.06.2017

Keywords: Collaborative marketing, tourism marketing, halal hotel businesses.

1. Giriş

Turizm sektörünün ortaya çıkardığı ekonomik potansiyel, sektörün büyümesine paralel olarak her geçen gün büyümekte ve bu potansiyelden pay almak isteyen işletmeler arasındaki rekabeti artırmaktadır. Artan rekabet, bir yandan turizm işletmelerinin kârlılığını, müşterilere ulaşmalarını ve onları işletmeye çekecek çalışmalar yapmalarını zorlaştırırken diğer yandan her geçen gün daha bilinçli ve seçici turistlerin oluşturduğu pazar yapılarını derinden etkilemektedir. Turizm işletmeleri artan rekabetle başa çıkabilmek için müşterilerle uzun dönemli ilişkiler kurmaya, yeni ilişki ağları geliştirmeye ve pazar araştırmaları yoluyla müşterilerin ihtiyaçlarına odaklanarak yeni pazarlar keşfetmeye yönelik çalışmalar yürütmektedirler. Bu anlamda, son dönemde turizm sektöründe müşteri istek ve ihtiyaçlarından ortaya çıkan ve işletmeler için yeni sayılabilecek pazarlardan birisi de helal turizm pazarıdır. Helal turizm pazarı, turistik seyahatleri süresince inançlarından ötürü yeme-içmelerinde, konaklamalarında, eğlence ve aktivitelerinde dini hassasiyetleri gözeten bireylerden oluşmaktadır. Helal turizm pazarının büyüklüğü, 2014 yılında 117 milyon kişiye ve 145 milyar dolara ulaşmıştır. Bu pazarın büyüklüğünün 2020 yılında 168 milyon kişi ve 200 milyar dolar harcama seviyesine ulaşacağı tahmin edilmektedir (Crescentrating, 2016).

Bugün helal turizm pazarındaki büyümenin farkına varan ve bu pazardan pay almak isteyen birçok otel işletmesi helal turizm pazarına yönelik çalışmalar yürütmektedir. Helal otel işletmeleri, helal turizmin bir parçası olarak müşterilerine ihtiyaç duydukları konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer hizmetleri İslami kurallara uygun bir şekilde sunan işletmelerdir. Muhafazakar olarak tanımlanabilen tüketici grubuna yönelik hizmet veren bu oteller, dini hassasiyetlerini dikkate alan müşteriler için alternatif bir pazar konumundadırlar(Yeşiltaş ve diğ., 2012). Ancak Türkiye'deki helal otel işletmelerinin yapısı ve işleyiş tarzları ele alındığında birçoğunun helal turistlere yönelik çalışmalarını geleneksel otelciliğe ek olarak yürüttükleri görülmektedir(Arpacı ve diğ., 2015). Öyle ki halalbooking.com rezervasyon web sayfasında kendisini helal otel olarak tanıtan ve pazarlayan birçok otel işletmesi, booking.com rezervasyon web sayfasında bu niteliğine yer vermemektedir. Otel işletmelerinin kendilerini sadece helal turistlere yönelik konumlandırmamalarında bu pazarın işletme karlılığı için yeterli büyüklüğe ulaşmadığını düşünmeleri etkili olabilir. Otel işletmelerinin kendilerini helal otel olarak konumlandırabilmeleri ve helal turizm pazarından istedikleri düzeyde pay alabilmeleri ancak etkin pazarlama çalışmaları yürütmeleri ile mümkündür. Literatürde helal otel işletmelerinin niteliğine(Bilgin ve Karakaş 2017; Met ve diğ., 2013; Tekin ve Yılmaz, 2016), helal otel işletmelerinde müşteri istek ve beklentilerine(Yeşiltaş ve diğ., 2012; Arpacı ve Batman, 2015) ilişkin bazı çalışmalar bulunmaktadır. Ancak helal otel işletmelerinde pazarlama eylemlerinin etkinliğini artırmaya ve otel işletmeleri için helal turizm pazarını genişletmeye yönelik bir araştırmaya ulaşamamıştır.

Bu araştırmanın amacı, helal otel işletmeleri arasında bir pazar genişletme stratejisi olarak işbirlikçi pazarlamanın uygulanabilirliğini tartışmaktır. Bu kapsamda, öncelikle turizm sektöründe işbirlikçi pazarlama konusu ele alınmıştır. Daha sonra helal otel işletmelerinin faaliyet gösterdikleri pazarın yapısı ve özellikleri göz önünde bulundurularak işletmeler arasında pazarlama işbirliklerinin geliştirilebileceği

uygulamaya dönük alanlar irdelenmiştir.

2. Turizm Sektöründe İşbirlikçi Pazarlama

Pazarlamada işbirlikçi yaklaşım, işletmelerin tek başına yapabileceklerinden daha fazlasını başarmak için benzer amaçlı işletmelerle çıkarlarını, kaynaklarını ve pazarlama gücünü uyumlaştırmaları süreci olarak tanımlanmaktadır (Williams, 2013). Jamal ve Getz'e göre (1995) işbirlikçi pazarlama, organizasyonların çevrelerinde artan karmaşıklıklarla başa çıkabilmek için pazarlama faaliyetlerinde kolektif bir şekilde organize olmalarını ifade etmektedir. Literatürde sınırlı bir şekilde ele alınan işbirlikçi pazarlamanın kuramsal temelleri, kaynak bağımlılığı, işlem maliyeti, şebeke analizi gibi yaklaşımlara dayandırılmaktadır (Wang ve Xiang, 2007). İşbirlikçi pazarlama yaklaşımına temel teşkil eden bir diğer önemli kuram da Brandenburger ve Nalebuff (1996) tarafından ortaya konulan ortaklaşa rekabet kuramıdır. Ortaklaşa rekabet kuramı, işletmelerin birbirleri ile yalnızca rakip değil aynı zamanda işbirlikçi olabilecekleri varsayımına dayanmaktadır.

Genel olarak ele alındığında, turizm sektörünün iki karakteristik özelliği sektörde pazarlama işbirliklerini gerekli kılmaktadır. Bunların ilki, turizm sektöründeki işletmeler arasındaki karşılıklı bağımlılıktır. İkincisi ise müşterilerin turistik ürüne yönelik bütüncül algılarıdır. Turistik ürünün devlet, doğal çevre ve turizm işletmeleri gibi değişik büyüklükte organizasyonların sunduğu bütüncül bir yapıdan meydana gelmesi sektördeki işletmeleri birbirine bağımlı hale getirmektedir (Jamal ve Getz, 1995). Yani turizm sektöründe tamamıyla bir üreticinin kontrolünde olan turistik bir üründen söz etmek mümkün değildir. Dolayısıyla nitelikli bir turistik ürünün ortaya çıkmasında tüm turizm paydaşlarına önemli sorumluluklar düşmektedir. Hall (1999) turizm endüstrisinin bu parçalı yapısının turizm pazarlama çalışmalarında turizm oyuncularını arasında işbirliği ve koordinasyonu gerekli kıldığını ifade etmiştir.

Diğer yandan turistler, turistik ürünü bir deneyimler topluluğu olarak algılamakta ve tüketmektedirler (Buhalis, 2000). Yani bir destinasyonda turistik ürün ve hizmet sunan bir işletmenin yapacağı aldatıcı reklam ya da turistik ürünün kalitesini ve müşteri memnuniyetini olumsuz etkileyecek bir davranışın etkisi sadece o işletme ile sınırlı kalmamakta turistin destinasyonuna bakış açısını doğrudan etkileyebilmektedir. Dolayısıyla destinasyonlarda bir pazarlama karması ve pazarlama stratejisinin geliştirilmesi için kendilerine özgü amaç ve prensipleri olan birçok bağımsız paydaşın bir araya getirilmesi gerekmektedir (Buhalis, 2000). Turizm sektöründe işbirlikçi pazarlama uygulamaları üç şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Bunlar; işletmeler arası düzeyde, destinasyon düzeyinde ve destinasyonlar arası düzeyde pazarlama işbirlikleridir.

Destinasyon düzeyinde işbirlikçi pazarlama, bir destinasyondaki turizm işletmelerinin, kamu kurumlarının, sivil toplum kuruluşlarının veya turizmle doğrudan ilişkisi olmayan diğer kurum ve kuruluşların katılımıyla oluşturulan işbirlikleri vasıtasıyla destinasyonun bütün bir ürün olarak pazarlanmasını ifade etmektedir (Naipaul ve diğ., 2009). Destinasyon düzeyinde işbirlikçi pazarlamanın merkezinde ortak bir hedefi gerçekleştirmek için destinasyonda faaliyet gösteren turizm işletmelerini organize eden Destinasyon Pazarlama Organizasyonları ve Kongre ve Ziyaretçi Büroları bulunmaktadır (Kubickova ve Wang, 2013). Bu kuruluşlar, destinasyonun pazarlanmasında imaj geliştirme, pazarlama ve satış çabalarını planlama, reklam tasarımı ve tanıtım yapma, destinasyon çapında turizm çabalarının

koordinasyonunu sağlama ve bu çabaların etkinliğini değerlendirme rolünü üstlenmektedirler (Masberg, 2000). Destinasyon Pazarlama Organizasyonları ve Kongre ve Ziyaretçi Büroları tarafından yapılan pazarlama çalışmalarının temel hedefi, genel bir destinasyon markası ve imajı oluşturarak destinasyon rekabetçiliği, destinasyonun bilinirliğini artırmak ve destinasyonun gelişimine katkı sağlamaktır (Blain, 2001:11). Bu amaçla yapılan çalışmalar ise genel olarak belirlenen hedeflere ulaşmak amacıyla destinasyondaki temel çekicilikleri, turistik olanakları ve turistik değerleri ifade eden harita ve broşürler, temalı reklamlar, ziyaretçi bilgilendirme kartları, destinasyon tanıtım ve rezervasyon siteleri hazırlama ve destinasyonun ulusal ve uluslararası festival ve aktivitelerde tanıtımını yapma şeklindedir (Selin ve Myers, 1998).

İşbirlikçi pazarlamanın turizm sektöründe uygulandığı diğer boyut ise destinasyonlar arası düzeyde yapılan pazarlama işbirlikleridir (Fyall ve diğ., 2012). Destinasyonlar arası pazarlama işbirlikleri, bölgesel destinasyonlar veya aynı bölgede yer almayan fakat benzer tüketici kitlesine ya da benzer turistik ürüne sahip olan destinasyonlar arasında gerçekleştirilen pazarlama işbirliklerini ifade etmektedir (Naipul ve diğ., 2009). Palmer ve Bejou (1995) bir destinasyonun turistik ürün karmasının bölgedeki diğer destinasyonlarla yapılacak ortak çalışmalarla genişletilebileceğini ve çeşitlendirilebileceğini ifade etmişlerdir. Bir bölgedeki destinasyonlar arasında rekabetin şiddetlenmesi genel olarak o bölgede turizmin kalkınmasında verimliliğin ve genel etkinliğin azalmasına neden olurken (Prideaux ve Cooper, 2002) bölgesel destinasyonların kolektif olarak pazarlanması destinasyonların çekiciliğini ve tüketicilerin tüketim değerini artırmaktadır (Fyall ve Garrod, 2005:284). Destinasyonlar arası pazarlama işbirliklerinde yine Destinasyon Pazarlama Organizasyonları ve Kongre ve Ziyaretçi Büroları düzenleyici bir rol oynamaktadır.

İşletmeler arası düzeyde ise pazarlama işbirlikleri, destinasyon ve destinasyonlar arası pazarlama işbirliklerine göre açıklanması daha güç ve daha karmaşık bir yapıyı ifade etmektedir. Çünkü işletmeler düzeyinde işbirlikleri işletmelerin türüne, faaliyet alanına, büyüklüğüne ve amaçlarına göre farklılık göstermektedir. Bu nedenle, işletmeler arası düzeyde işbirlikleri turizm işletmeleri arasında ortak broşür ve tanıtım hazırlama, ürün portföyünü geliştirme ve pazarlama karması elemanlarını daha etkin kullanma amacıyla gerçekleştirilmektedir (Palmer ve Bejou, 1995). Dolayısıyla, işletmeler arası düzeyde pazarlama işbirliklerinin turizm işletmelerine yansımalarının daha detaylı ve kapsamlı bir şekilde açıklanması gerekmektedir.

3. Pazarlama İşbirliklerinin Çıktıları Ve Otel İşletmeleri Arasında Pazarlama İşbirlikleri

Literatürde pazarlama işbirliklerinin turizm işletmelerine strateji odaklı, öğrenme odaklı, işlem maliyeti odaklı (Naipaul ve diğ., 2009) ve sosyal sermaye odaklı (Wang ve Xiang, 2007; Wang ve Fesenmaier, 2007) önemli kazanımlar elde etme fırsatları sunduğu ifade edilmiştir. Strateji odaklı çıktılar açısından pazarlama işbirlikleri turizm işletmelerine; kritik kaynaklara ulaşma (Wang ve diğ., 2013), rekabetin şiddetini azaltma (Selin ve Chavez, 1995:848), marka ve imaj geliştirme (Fyall ve diğ., 2001) ve uluslararası pazarlara hızlı bir şekilde erişme (Fyall ve Garrod, 2005:260) gibi işletmeye pazarda stratejik bir konum elde etmesini sağlayacak fırsatlar sunmaktadır.

İşlem maliyetleri açısından ele alındığında, pazarlama işbirlikleri yoluyla işletmeler; turistlere yönelik bilgilendirme yayınları yapma, ortak broşür ve haritalar basma (Selin ve Myers, 1998) ve reklam maliyetlerini azaltma (Wang, 2008) gibi pazarlama işlemlerinin maliyetlerini azaltma olanaklarına sahip olabilmektedirler.

Örgütsel öğrenme açısından pazarlama işbirlikleri turizm işletmelerine; personele yönelik eğitim programlarının düzenlenmesi (Bramwell ve Lane, 1999:13), pazar araştırmaları yapma (Augustyn ve Knowles, 2000), örgütsel inovasyon, iletişim ve problem çözüme yeteneklerini geliştirme gibi fırsatlar sunmaktadır (Wang ve Fesenmaier, 2007). Ayrıca, pazarlama işbirlikleri turizm işletmelerine sosyal sermaye inşa etmek için bir ağa dâhil olma, ağ içerisinde güven tahsis etme, doğru ve nitelikli bilgiye çabuk ulaşma ve gelecekteki proje fırsatlarını erken öğrenme gibi fırsatlar da sunmaktadır (Wang ve Xiang, 2007). Buna ek olarak, turizm işletmeleri pazarlama işbirlikleri yoluyla dış tehditleri minimize edebilir ve dış fırsatları maksimize edebilirler (Fyall ve diğ., 2001).

Pazarlama işbirlikleri otel işletmeleri açısından ise oldukça sınırlı bir şekilde ele alınmıştır. Lasune (2012) otel işletmelerinin pazarlama stratejilerinde son dönemlerdeki en yaygın eğilimlerinden birisinin pazarlama ortaklıkları ve stratejik ittifaklar oluşturmak olduğunu ifade etmiştir. Yolal ve Emeksiz (2007) tarafından yapılan araştırmada, küçük ve orta büyüklükteki konaklama işletmeleri arasında pazarlama işbirliklerinin uygulanmasına yönelik teorik bir pazarlama modeli sunulmuştur. Çevrimiçi ağlara dayandırılan bu pazarlama modeli, konaklama işletmelerinde işbirlikçi pazarlama aracı olarak bilgi teknolojileri kullanımını önermektedir. Önerilerinin geçerliliğini Hellenic Chamber of Hotes (www.grhotels.gr), Gulliver (www.gulliver.ie) ve Hotel Guide (www.hotelguide.com.tr) gibi örneklerle açıklayan Yolal ve Emeksiz (2007), otel işletmelerinde pazarlama işbirliklerini işlem maliyeti yaklaşımına dayandırmış ve pazarlama işbirlikleri yoluyla konaklama işletmelerinin pazarlama işlemlerinin maliyetlerini düşürebileceğini ifade etmişlerdir.

Uluslararası zincir otel işletmeleri arasında pazarlama işbirliklerini inceleyen Fyall ve Spyriadis (2003) küresel pazarlarda rekabet edebilme ve büyüme noktasında pazarlama işbirliklerinin otel işletmelerine satış artırma, coğrafi çeşitlendirme, kaynak ve işgücü temini, küresel markalama, yeni pazarlarda tanınma ve ölçek ekonomilerinden faydalanma gibi faydalar sağladığını ifade etmişlerdir. Ayrıca, Fyall ve Spyriadis, otel işletmeleri arasında pazarlama işbirliklerinin oluşturulmasında yöneticiler arasındaki bireysel ilişkilerin ve güvenin önemli faktörler olduğu ortaya koymuşlardır.

Dieke ve Karamustafa (2000) Mısır, Yunanistan ve Türkiye’de faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki otel işletmeleri arasında pazarlama işbirliklerini incelemişlerdir. Bu araştırmada, otel işletmelerinin pazarlama işbirlikleri oluşturmaya sıcak bakmadıkları ifade edilmiştir. Dieke ve Karamustafa (2000) otel işletmelerinin işbirlikçi pazarlamaya yönelik yaklaşımlarının olumsuz olmasında üç faktörün etkili olduğunu belirlemişlerdir. Bunlar; bağımsız otel işletmeleri yöneticilerinin işbirliğinden ortaya çıkacak yararları anlamamaları, kısa vadeli iş kazanımlarına uzun vadeli kazanımlardan daha fazla önem vermeleri ve pazarlama işbirliklerinin geliştirilmesinde ülkeler arası politik ilişkilere bağlılık olarak ifade edilmiştir.

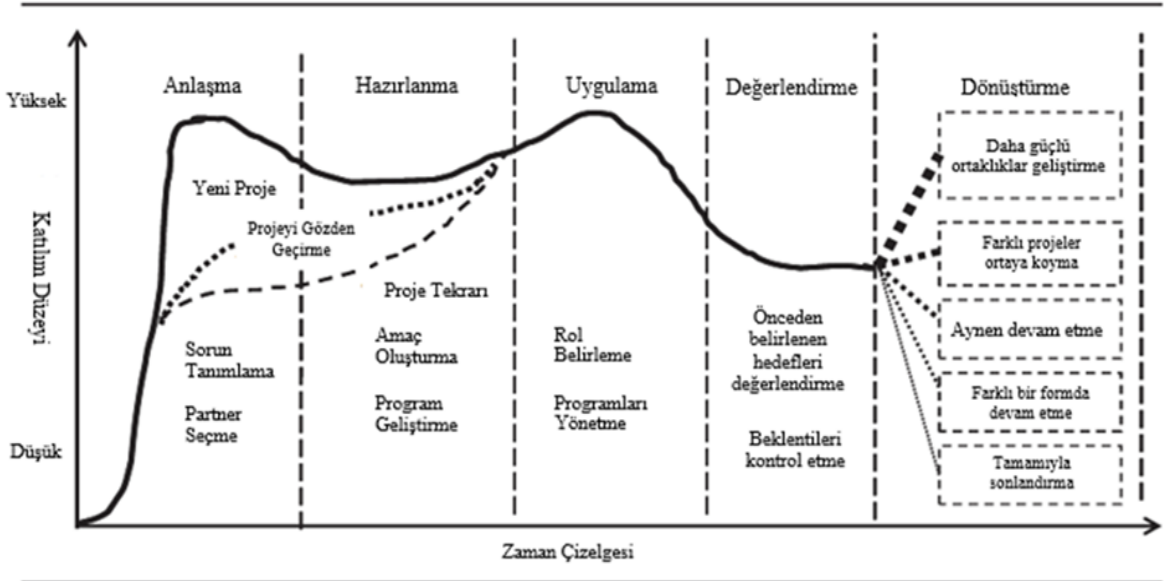
Bilgin (2015) bir destinasyonda faaliyet gösteren otel işletmeleri arasında işbirlikçi pazarlama eğiliminin

işletmelerin pazarlama anlayışlarından etkilendiğini belirlemiştir. Ayrıca, otel işletmelerinin işbirlikçi pazarlama eğilimlerinin ürün odaklı, işletmeler arası ilişkiler odaklı ve kümelenme odaklı faktörler açısından pazarlama anlayışları ile pozitif, pazar odaklı faktörler açısından ise negatif yönlü bir ilişkisinin olduğu ortaya konulmuştur. Bunlara ek olarak, Bilgin ve Çetinkaya (2016) Bolu destinasyonunda faaliyet gösteren otel işletmeleri arasında pazarlama işbirliklerinin uygulanabilirliğini inceledikleri çalışmada, otel işletmelerinin destinasyonun pazarlanmasına yönelik işbirlikçi faaliyetler gerçekleştirdiklerini ve otel işletmelerinin pazarlamada işbirlikçi yaklaşımı ürün çeşitliliğini artırma, destinasyon rekabetçiliğini artırma, sosyal sermaye oluşturma ve mevcut ilişkilerin güçlendirilmesi açısından önemsediklerini belirlemişlerdir.

4. Pazarlama İşbirlikleri Oluşum Süreci

Pazarlama işbirlikleri oluşum süreci, işletmeler için işbirliğini gerekli kılan koşullara, hedeflerine ve faaliyet alanlarına göre farklılık gösterebilmektedir. Turizm sektöründe pazarlama işbirliklerine yönelik yapılan çalışmalarda bu karmaşık yapı içerisinde pazarlama işbirliklerinin oluşum süreci açıklanmaya çalışılmıştır. Turizmde pazarlama işbirliklerinin nasıl oluşturulduğu ve işbirliği oluşturma aşamalarına yönelik yapılan çalışmalarda genel olarak üzerinde durulan konu, işletmeler arası işbirlikleri ve destinasyonlar arası işbirliklerinden ziyade destinasyon pazarlamasında işletmeler arası pazarlama işbirliklerinin nasıl oluştuğudur (Wang, 2008; Wang ve Fesenmaier, 2007; Wang ve Xiang, 2007). Bir destinasyonun işletmeler arası pazarlama işbirlikleri oluşturularak pazarlanması oluşum sürecini inceleyen Wang (2008), işbirliği oluşturma aşamalarının anlaşma, hazırlanma, uygulama, değerlendirme ve dönüştürme olmak üzere beş boyutlu bir süreçten oluştuğunu ifade etmiştir. Şekil 1'de pazarlama işbirlikleri oluşum süreci ve işbirliği aşamaları gösterilmektedir.

Şekil 1. Pazarlama İşbirlikleri Oluşum Süreci ve İşbirliği Aşamaları



Wang (2008) bu süreci ayrıntılarıyla şu şekilde açıklamıştır. Birleşme (anlaşma) aşaması, oluşturulması düşünülen işbirliğinde önceliklerin belirlendiği potansiyel partnerlerin işbirliği olanaklarını keşfetmek için

bir araya geldikleri, oluşturulacak işbirliğinin iletişimini ve işbirliğinin partnerlerin her birine sağlayacağı faydaların görüldüğü aşamadır. Birleşme aşamasını hazırlanma aşaması izlemektedir. Hazırlanma aşaması ise birleşme aşamasında ortaya konulan önemli konular ve fırsatlar tanımlanarak bunların uygulanabilirliği ve işletmelere sağlayacağı değerler fırsatlar ve problemler açısından ele alındığı aşamadır. Bu aşama, birleşme aşamasında üretilen tüm fikirlerin düzene sokulduğu ve işbirlikçiler arasında ortak ve vizyonun oluşturulduğu aşamadır. Bu aşamada, işletmelerin sahip olduğu kaynaklar işbirlikçi girişimlerin başarıya ulaşması için uyumlu hale getirilmektedir.

Uygulama aşaması, işbirliğinin uygulamaya taşındığı aşamadır. Bu aşamada işbirliği liderleri ve üyeler işbirliğinin maliyetini, faydalarını ve işbirliğindeki rollerini açık bir şekilde anlayabilirler. Uygulama aşamasında, ortaklar beklenti ve sorumluluklarını açık bir şekilde tanımlarlar. İşbirliğinin başarıya ulaşmasında uygulama aşamasında ortakların vermiş oldukları taahhütleri yerine getirmeleri ve bilgi paylaşımı konusunda dürüst davranmaları gerekmektedir. Değerlendirme aşaması ise önceden belirlenen hedeflere ulaşıp ulaşılmadığının değerlendirildiği ve işbirlikçilerin oluşturulan işbirliğinden beklentilerini kontrol ettikleri aşamadır.

Dönüştürme aşaması ise işbirliğinin değerlendirilmesiyle ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda işbirliğini oluşturan işletmelerin işbirliğine ilişkin izleyecekleri yönelimin değerlendirildiği aşamadır. İşbirlikçi işletmeler, bu aşamada işbirliğini tamamen sonlandırma, işbirliğine farklı bir formatta devam etme, işbirliğine aynen devam etme, farklı projelerde işbirliği yapma ve birden fazla alanda daha güçlü ortaklıklar geliştirme şeklinde beş farklı yönelim içerisinde olabilirler.

5. Helal Otel İşletmelerinde Bir Pazar Genişletme Stratejisi Olarak İşbirlikçi Pazarlama

Faaliyetlerinde kar amacı güden tüm işletmeler gibi helal otel işletmeleri de faaliyet gösterdikleri pazardaki paylarını artırmaya yönelik eylemler gerçekleştirmektedirler. Helal otel işletmelerinin faaliyet gösterdikleri pazardan almış oldukları payı artırmaları iki şekilde gerçekleştirilebilir. Bunlardan birincisi, helal otel işletmelerinin münferit bir şekilde rakiplerinden daha etkin pazarlama çalışmaları yaparak, yeni iş ağları oluşturarak, maliyetleri azaltarak ve fiyat indirimleri gibi eylemler gerçekleştirerek daha fazla müşteriye ulaşmaları, böylece pazar paylarını ve karlılıklarını artırmalarıdır. Bu yaklaşım, turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler tarafından yaygın olarak uygulanan ve işletmeler için bazen karlı bazen de beklentilerin altında gelirlerin elde edildiği ve riskin işletmeler tarafından üstlenildiği bir nitelik taşımaktadır.

Helal otel işletmelerinin faaliyet gösterdikleri pazardaki paylarını artırmalarının ikinci yolu ise mevcut pazarda faaliyet gösteren diğer işletmelerle rekabet etmek yerine işbirlikleri oluşturarak mevcut pazarı büyümeye yönelik çalışmalar yürütmektir. İşletmelerin faaliyet gösterdikleri pazarın büyümesi, o pazara sunulan ürün ve hizmetlere olan talebin büyümesi yani işletmelerin pazardan alabilecekleri payın büyümesi anlamına gelmektedir. Dolayısıyla helal otel işletmeleri için yapılması gereken diğer helal otel işletmeleriyle rekabet etmek yerine işbirliği oluşturarak helal turizm pazarını büyümeye yönelik çalışmalar yürütmektir. Brandenburger ve Nalebuff'un (1996) ifade ettiği gibi pazar bir pasta ve pazardaki herkes

pastadan mümkün olan en yüksek payı almak istiyorsa makul olan pastadan daha fazla pay almak için diğer oyuncularla mücadele etmek değil onlarla işbirliği yaparak pastayı büyütmek için gayret etmektir. Pasta büyüdüğünde herkesin pastadan alacağı pay zaten büyüyecektir.

Helal otel işletmelerinin faaliyet gösterdikleri pazarın genişletilmesinde yararlanabilecekleri uygulamalardan birisi de işbirlikçi pazarlamadır. Otel işletmelerinde pazarlama çalışmalarının hedefi, otelin müşteriler için cazibe oluşturabilecek yönlerine dikkat çekerek, verilen hizmetlerin özelliklerini ve üstünlüklerini vurgulayarak, potansiyel müşterilerin işletmeyi tercih etmelerini teşvik etmektir (Batman ve Sobaylı, 2009:125). İşbirlikçi pazarlama ise otel işletmelerinin bu hedefi gerçekleştirmek için rakipleriyle işbirliği yapmalarına dayanmaktadır. Zaten teknoloji kullanımının artmasıyla turizm sektöründe küresel dağıtım sistemlerinin etkin kullanımı, bağımsız otel işletmelerini daha geniş dağıtım kanallarına ulaşmak için işbirlikleri oluşturmaya zorlamaktadır (Hanson ve Delemonie, 2000).

Fyall ve Garrod (2005:261) uygunluk ve rekabet düzeyi yüksek turizm pazarlarında bağımsız otel işletmelerinin küresel ve yerel otel zincirleri karşısında pazar paylarını koruyabilmeleri ve pazar fırsatlarından yararlanabilmeleri için üç seçeneklerinin olduğunu ifade etmişlerdir. Bunlar; büyük otel zincirlerinden birisine dahil olma, belirli bir niş pazara yönelik faaliyetler geliştirme ve kendisi ile benzer şartlara sahip otel işletmeleri ile konsorsiyum oluşturmaktır. Bu kapsamda, helal turizm pazarı, otel işletmeleri için önceki birkaç yılda niş pazar niteliği taşısa da Arpacı ve Batman'ın (2016) ifade ettiği gibi pazarın taşıdığı potansiyel ve hızlı talep artışı pazara yeni işletmeleri çekmekte ve helal turizm pazarını otel işletmeleri için niş bir pazar olmaktan her geçen gün uzaklaştırmaktadır.

Turizm sektörü, talebin esnek olduğu bir sektördür. Yani turizm sektöründe satılan ürün ve hizmetlerin niteliğinin ve fiyatının belirlenmesinde en önemli etken taleptir (Kozak, 2014:179). Bugün otel işletmelerini küresel anlamda ortaya çıkışı on yıldan daha az bir süreyi kapsayan (Müsiad, 2014:159) helal turizm pazarına yönlendiren temel etken de bu alanda ortaya çıkan gerçek ve potansiyel taleptir. Helal turizm pazarını oluşturan turistlerin, konaklama işletmelerinden talepleri, İslam dinince yasaklanan domuz eti ve alkol gibi ürünlerin işletmede bulundurulmaması, ibadetlerini gerçekleştirmeye yardımcı olacak imkânlar sağlanması ve havuz, spa gibi bazı hizmetlerin sunumunda erkek ve kadın ayrımının gözetilmesidir (Arpacı, 2015:26; Serçek Özaltaş, Karakaş ve Serçek, 2017). Kendilerini helal turizm pazarında konumlandıran otel işletmeleri pazarlama eylemlerinde muhafazakâr olarak nitelendirilen bu müşterilerin taleplerini karşılamayı vaat etmektedirler.

Münferit olarak düşünüldüğünde helal bir otel işletmesi dini hassasiyeti olan bu müşterilerinin taleplerini iyi bir şekilde karşılayabilir ve sektör ortalaması üzerinde gelir elde edebilir. Ancak belirli bir tüketici grubuna odaklanmak ve işletme kaynaklarını o alanda kullanmak diğer tüketici gruplarından vazgeçmek anlamına gelmektedir. Müşteri grupları arasındaki istek ve beklentilerin belirgin bir şekilde ayrıştığı ve talep esnekliğinin yüksek olduğu turizm pazarında faaliyet gösteren işletmeler için bu riskli bir tercihtir. Bu bakımdan helal turizm pazarına yönelen otel işletmelerinin reel talebi artırmak için potansiyel talebi ve çarpıtılmış talebi harekete geçirecek çalışmalar yürütmeleri işletme karlılığının sürekliliği için önemlidir. Helal turizm pazarındaki talebe etki edecek düzeyde kapsamlı çalışmaların bir helal otel işletmesi tarafından münferit olarak yürütülmesi ise pazarlama eylemlerinin kapsamı ve finansal olarak maliyeti

açısından imkânsız gibidir. Bu kapsamda, helal otel işletmeleri faaliyet gösterdikleri pazara yönelik etkin pazarlama çalışmaları yürütme noktasında diğer helal otel işletmeleri ile işbirlikleri gerçekleştirebilmelidir.

Araştırmanın bu kısmında, helal otel işletmeleri arasında oluşturulacak pazarlama işbirlikleri, işletmeler için bir pazar geliştirme stratejisi olarak ele alınmış ve pazarlama işbirliklerinin işletmelere sağlayacağı avantaj ve fırsatlara yer verilmiştir. Helal otel işletmeleri arasında oluşturulacak pazarlama işbirlikleri ilk olarak, hedef pazarda yer alan müşteri grubuna yönelik faaliyetlerde ortak bir pazarlama programının oluşmasını sağlayacaktır. Ortak bir pazarlama programının oluşması ise reklam, tanıtım ve tutundurma faaliyetlerinde ortak bir dilin kullanılmasına imkân verecek ve gerçekleştirilen eylemler münferit olsa bile benzer ifadelerin ve sloganların kullanılması hedef kitlenin zihninde daha kalıcı bir etki oluşturacaktır.

İkinci olarak, helal otel işletmeleri arasında oluşturulacak pazarlama işbirlikleri ile otel işletmeleri ortak bir pazarlama bütçesi oluşturmaktadırlar. Ortak bir pazarlama bütçesinin oluşturulması, işletmelerin tek başlarına gerçekleştiremeyecekleri geniş kapsamlı pazarlama çalışmalarını düşük maliyetlerle gerçekleştirmelerine olanak vermektedir. Bu kapsamda, helal otel işletmeleri işbirlikçi pazarlama faaliyetleri ile reklam, satış, tutundurma (Naipaul ve diğ., 2009) ve halkla ilişkiler (Wang ve Fesenmaier, 2007) gibi pazarlama eylemlerinde ortaya çıkan maliyetleri paylaşarak ölçek ekonomilerinden faydalanabilirler. Palmer ve Bejou (1995) kaynakların bir araya toplanmasıyla gerçekleştirilecek pazarlama işbirliklerinin potansiyel ziyaretçiler üzerinde bireysel tanıtım çalışmalarından daha etkili olduğunu ifade etmişlerdir. O'Connor ve Horan (1999) pazarlama işbirliklerinin otel işletmelerinin daha geniş tanıtım ağlarına ulaşabilmelerine, ürün ve hizmetlerini daha yaygın bir ağ içerisinde pazarlayabilmelerine olanak tanıdığını ifade etmişlerdir. Buna ek olarak, helal otel işletmeleri pazarlama işbirlikleri ile işletmeler açısından kritik öneme sahip müşteri tercihleri, satın alma yolları, talebi etkileyebilecek muhtemel faktörler, müşterileri tutumları, ilgi alanlarındaki değişimler ve fayda arayışlarına yönelik kapsamlı pazar araştırmalarını düşük maliyetlerle gerçekleştirebilirler (Emir, 2010:87).

Helal otel işletmelerinin pazarlama işbirlikleri yoluyla gerçekleştirebilecekleri uygulamalardan birisi de dini hassasiyetleri önemseyen personelin yetiştirilmesine yönelik ortak eğitim çalışmalarının yapılmasıdır. Bu yolla helal otel işletmeleri, muhafazakâr misafirlerine sunmuş oldukları hizmetlerin kalitesini artırabilir ve personele yönelik bu faaliyetleri bir pazarlama aracı olarak kullanabilirler. Wang ve Xiang (2007) otel işletmelerinde pazarlama işbirlikleri yoluyla personelin örgütsel inovasyon, iletişim becerileri ve problem çözme yeteneklerinin artırılabilceğini ifade etmişlerdir.

Ayrıca, helal otel işletmeleri arasında gerçekleştirilecek pazarlama işbirlikleri, otel işletmelerinin ortak bir helal denetim mekanizması oluşturarak helal niteliğine sahip olmayan işletmelere yönelik algı çalışmaları yürütmelerine olanak sağlayacaktır. Bugün Türkiye'de faaliyet gösteren helal otel işletmeleri için işletmenin helal niteliğini belgeleyen bir helal sertifikasyon mekanizması bulunmamaktadır. Dolayısıyla sektörde faaliyet gösteren birçok otel işletmesi, hali hazırda hizmet sunmuş olduğu işletmede içkiyi kaldırmak, kadın ve erkek misafirler için havuz saati belirlemek gibi birkaç küçük işlemle kendisini helal bir niteliğe büründürebilmekte ve bu pazarda faaliyet gösteren işletmelere rakip olabilmektedir.

Bu bakımdan helal otel işletmelerinin işbirliği ile oluşturulacak bir helal denetim mekanizması, işletmeler için oldukça işlevsel olabilir. Bu mekanizmanın işlevselliği rezervasyona olanak veren kapsamlı bir web

sayfası ile desteklenmelidir. Bu doğrultuda oluşturulacak bir web sayfası, helal otel işletmelerinin booking.com, halalbooking.com ve islamitatilierleri.net gibi çevrimiçi seyahat acentelerine bağlılıklarını azaltacaktır. Her ne kadar daha fazla çevrimiçi acente veri tabanlarında yer almak işletmeler için kazançlı görünse de bu acenteler komisyon üzerinden faaliyet gösteren ve işletme karlılığını düşüren bir işleyiş sistemine sahiptirler. Dolayısıyla helal otel işletmeleri gerçekleştirecekleri işbirlikçi konumlandırma eylemleri ile bu acentelere karşı rekabet güçlerini artırabilirler. Fyall ve Spyriadis (2003:441) pazarlama işbirliklerinin otel işletmelerinin tur operatörleri ve diğer tamamlayıcı işletmeler karşısında pazarlık güçlerini artırmalarına, uluslararası pazarlara erişme ve satış artırmalarına olanak tanıdığını ifade etmişlerdir.

6. Sonuç ve Öneriler

Helal otel işletmeleri, turizm sektörü içerisinde belirli karakteristik özellikleri olan bir tüketici grubuna yönelik ürün ve hizmetler sunan işletmelerdir. Helal otel işletmelerinin hedef pazarında yer alan bu tüketici grubu, inançlarından kaynaklanan dini yükümlülüklerine önem veren ve bu hassasiyetlerini turistik seyahatlerinde de gözeten turistlerden oluşmaktadır. Helal otel işletmelerinin hitap ettikleri bu pazarın turizm pazarı içerisindeki payı giderek büyümekte ve daha fazla kar elde etmek isteyen otel işletmelerini her geçen gün cezbetmektedir. Günümüzde çok sayıda otel işletmesinin işletmeden içkiyi kaldırarak, havuz ve spa'ya saat uygulaması getirerek kolayca bu pazara yönelmesi hem müşterilerin tercih edebileceği alternatifleri artırmakta hem de helal otel işletmeleri arasındaki rekabeti artırarak işletme karlılığını olumsuz etkilemektedir. Bu noktada, helal otel işletmeleri tarafından yapılması gereken mevcut pazardan daha fazla pay alabilmek için diğer helal otel işletmeleri ile rekabet etmek yerine rakipleri ile işbirliği yaparak mevcut pazarı genişletmeye yönelik çalışmalar yürütmektir.

Bu çalışmada, helal otel işletmelerinde bir pazar genişletme stratejisi olarak işbirlikçi pazarlama konusu ele alınmıştır. Yapılan incelemeler neticesinde işbirlikçi pazarlama yaklaşımının helal otel işletmelerinde ortak bir pazarlama programı oluşturma, ortak bir pazarlama bütçesi oluşturarak pazarlama eylemlerinin etkinliğini artırma ve maliyetini azaltma, ortak öğrenme programları gerçekleştirme, helal denetim mekanizması kurma ve ortak bir rezervasyon sistemi geliştirerek seyahat acentelerine bağlılığı azaltma noktasında işlevsel olabileceği belirlenmiştir. Ancak birbirlerini rakip olarak algılayan turizm işletmelerinin pazarlamada işbirliği oluşturmaları, know-how'larını paylaşmaları ve ortak bir pazarlama ya da rekabet felsefesi benimsemeleri oldukça güçtür. Dolayısıyla helal otel işletmeleri yöneticilerinin pazarlama işbirliklerinden ortaya çıkabilecek kazanımların farkına varmaları gerekmektedir. Diğer yandan helal turizm pazarının genişletilmesine yönelik çalışmalar, sadece helal otel işletmeleri için değil Türkiye turizmi için de önem taşımaktadır.

Helal turizm pazarını geliştirmeye yönelik çalışmalar, Türkiye turizminin hitap ettiği pazarların çeşitlendirilmesine olanak sağlayacak ve ülke ekonomisinin tahmin edilmesi güç ekonomik ve politik krizlerden daha az etkilenmesine olanak sağlayacaktır. Bu anlamda, helal otel işletmeleri arasında oluşturulacak işbirlikçi pazarlama mekanizması, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından da desteklenmelidir. Kültür ve Turizm Bakanlığının sürece dâhil olması rekabet ve işletmeler arası güç

dengesizlikleri gibi pazarlama işbirliklerini güçleştiren (Wang ve diğ., 2013) hususların da ortadan kalkmasına olanak sağlayacaktır.

Bu araştırmada, helal otel işletmelerine mevcut pazarda rekabet etmenin ötesinde hedef pazarı genişletmeye yönelik pazarlama işbirlikleri oluşturmaları önerilmektedir. Buna ek olarak, helal otel işletmelerine hitap ettikleri pazarın yapısını yeniden gözden geçirmeleri ve sadece muhafazakâr turistlere yönelik olmayan sağlık ve sosyal sorumluluk duyguları ile hareket eden ve inanç esasına bağlı olmaksızın mahremiyet hususunu gözeten bireyleri de içerisine alacak şekilde pazarlama eylemleri gerçekleştirmeleri önerilmektedir. Yapılacak araştırmalarda, helal otel işletmeleri yöneticilerinin pazarlama işbirliklerine yaklaşımları yöneticilerin yönetim tarzları ve pazarlama anlayışları çerçevesinde irdelenebilir. Buna ek olarak, helal otel işletmeleri arasında pazarlama işbirliklerini engelleyen ve teşvik eden faktörler araştırılabilir. Ayrıca helal otel işletmeleri tarafından gerçekleştirilen pazarlama eylemleri pazarlama kanalları açısından ele alınarak müşteriler üzerindeki etkisi incelenebilir. Son olarak, helal otel işletmelerinin hem geleneksel turistlerin zihinlerinde hem de muhafazakâr turistlerin zihinlerinde sahip oldukları konum araştırılabilir.

Kaynakça

- Arpacı, Ö. ve Batman, O. (2015). Helal Konseptli Otel İşletmelerinin Yüksek ve Düşük Sezonda Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Sadakati ve Müşteri Değeri Üzerine Etkisi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12 (3), ss. 73-86.
- Arpacı, Ö., Uğurlu, K. ve Batman, O. (2015). Helal Konseptli Otel İşletmelerine Yönelik Yapılan Müşteri Şikâyetleri Üzerine Bir Araştırma, *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (11), ss. 181-198.
- Arpacı, Ö. ve Batman, O. (2016). Helal Otel Müşterisi Hizmet Kalitesini Nasıl Algılıyor?, 3rd International Congress of Tourism & Management Researches, ss. 1505-1529. Antalya-Türkiye.
- Augustyn, M. ve Knowles, T. (2000). Performance of Tourism Partnerships: A Focus on York, *Tourism Management*, 21, pp. 341-351.
- Batman, O. ve Soybalı, H. H. (2009). *Otel İşletmeleri*. 2. Baskı. İçinde: Turizm İşletmeleri (Edit: Şehnaz Demirkol ve Burhanettin Zengin), Değişim Yayınları. İstanbul.
- Bilgin, Y. (2015). İşbirlikçi Pazarlama Yaklaşımının Otel İşletmelerinin Pazarlama Anlayışları Çerçevesinde İrdelenmesi. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Düzce.
- Bilgin, Y. ve Çetinkaya, A. (2016). Collaborative Approach in Destination Marketing and an Application Example. *IOSR Journal of Business and Management*, 18 (11), pp. 87-94.
- Bilgin, Y. ve Karakaş, A. (2017). Otel İşletmelerinin Helal Niteliğinin Müşteri Değerlendirmelerine Yansımaları: İstanbul'da Faaliyet Gösteren Helal Otellerden Bulgular. 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi. 7-9 Nisan 2017 Antalya-Alanya
- Blain, C. R. (2001). Destination Branding in Destination Marketing Organizations. Masters of Business Administration, *Master Thesis*, Department of Management. University of Calgary. Alberta.
- Brandenburger, A. M. ve Nalebuff, B. J. (1996). *Co-opetition: A Revolution Mindset That Combines Competition and Cooperation*. New York: Doubleday.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future, *Tourism Management*, 21 (1) pp. 97-116.
- Crescentrating, (2016). Global Muslim Travel Index 2016. <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2016/03/Report-MasterCard-CrescentRating-Global-Muslim-Travel-Index-2016.pdf>. Son erişim tarihi:09.02.2017.
- Dieke, P. U. C. ve Karamustafa, K. (2000). Cooperative Marketing in the Accommodation Subsector: Southeastern Mediterranean Perspectives, *Thunderbird International Business Review*, 42 (4), pp. 467-494.
- Emir, O. (2010). Otel İşletmelerinin Pazarlanmasında Seyahat Acentelerinin Rolü: Otel İşletmeleri Tarafından Bir Değerlendirme, *Ege Akademik Bakış*, 10 (4), ss. 1245-1256.
- Fyall, A. ve Garrod, B. (2005). *Tourism Marketing: A Collaborative Approach*. Channel View Publications. Cleveland.

- Fyall, A. ve Spyriadis, A. (2003), *Collaborating for Growth: The International Hotel Industry*. In: R. L Braithwaite ve W. Richard (Editors), CAUTHE 2003: Riding the Wave of Tourism and Hospitality Research, pp. 436-454. Lismore, N.S.W. Southern Cross University. Australia.
- Fyall, A., Garrod, B. ve Wang, Y. (2012). Destination Collaboration: A Critical Review of Theoretical Approaches to A Multi-Dimensional Phenomenon, *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1) pp. 10-26.
- Fyall, A., Leask, A. ve Garrod, B. (2001). Scottish Visitor Attractions: A Collaborative Future, *International Journal of Tourism Research*, 3(1) pp. 211-228.
- Hall, C. (1999). Rethinking Collaboration and Partnership: A Public Policy Perspective, *Journal of Sustainable Tourism*, 7 (3/4), pp. 274-289.
- Hanson, B. ve Delemonie, B. (2000). *Hospitality Directions- Europe Edition: Forecast and Analyses for the Hospitality Industry*. London: Price Water House Cooper.
- Jamal, T. B. ve Getz, D. (1995). Collaboration Theory and Community Tourism Planning, *Annals of Tourism Research*, 22 (1) pp. 186-204.
- Özaltaş Serçek, Karakaş, A. Ve Serçek, S. (2017). Tüketicilerin Helal Turizm Konsepti Uygulamalarına Yönelik Algıları. 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi. 7-9 Nisan 2017 Antalya-Alanya
- Kozak, N. (2014). *Turizm Pazarlaması*. 6. Baskı. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Kubickova, M. ve Wang, Y. (2013). *Why People Cannot Work With Each Other? Examining the Barriers to Collaborative Destination Marketing*. http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1255&context=gradconf_hospitality. Son Erişim Tarihi: 09.01.2017.
- Lasune, S. (2012). Marketing Strategies and Quality Management of Five Star Hotels in Order to Improve Its Revenue with Special Reference to Selected Five Star Hotels in Mumbai, *National Monthly Refereed Journal of Reasearch in Commerce & Management*, 1 (4), pp. 28-36.
- Masberg, B. A. (2000). What Is the Priority of Research in the Marketing and Promotional Efforts of Convention and Visitors Bureaus in the United States?, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8 (2), pp. 29-40.
- Met, Ö., Özdemir, İ. M. ve Aydemir, B. (2013). *İslami Otellerin Ürün Nitelikleri: Türkiye Örneği*, International Conference on Religious Tourism and Tolerance, ss. 651-662, 9-12 May, Konya, Türkiye.
- Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (Müsiad), (2014). 2014 Türkiye Ekonomisi Raporu.http://www.musiad.org.tr/F/Root/burcu2014/Ara%C5%9Ft%C4%B1rmalar%20Yay%C4%B1n/Pdf/Ekonomi%20Raporu/Turkiye_Ekonomisi_Raporu_2014.pdf. Son erişim tarihi: 03.02.2017. Son erişim tarihi: 01.01.2017.
- Naipaul, S. Wang, Y. ve Okumus, F. (2009). Regional Destination Marketing: A Collaborative Approach, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26 (5-6) pp. 462-481.
- O'Connor, P. ve Horan, P. (1999). An Analysis of Web Reservation Facilities in the Top 50 International Hotel Chains, *International Journal of Hospitality Information Technology*, 1 (1), pp. 77-85
- Palmer, A. ve Bejou, D. (1995). Tourism Destination Marketing Alliances. *Annals of Tourism Research*. 22 (3): pp. 616-629.

- Prideaux, B. ve Cooper, C. (2002). Marketing and Destination Growth: A Symbiotic Relationship or Simple Coincidence?, *Journal of Vacation Marketing*, 9 (1) pp. 35-51.
- Selin, S. W. ve Myers, N. A. (1998). Tourism Marketing Alliances: Member Satisfaction and Effectiveness Attributes of a Regional Initiative, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7 (3) pp. 79-94.
- Tekin, Ö. A. ve Yılmaz, E. (2016). İslami Turizm Konseptinde Hizmet Veren Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir inceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (42), ss. 2046-2058.
- Wang, Y. (2008). Collaborative Destination Marketing: Understanding the Dynamic Process, *Journal of Travel Research*, 47 (2), pp. 151-166.
- Wang, Y. ve Fesenmaier, D. R. (2007). Collaborative Destination Marketing: A Case Study of Elkhart County, Indiana, *Tourism Management*, 28, pp. 863-875.
- Wang, Y. ve Xiang, Z. (2007). Toward a Theoretical Framework of Collaborative Destination Marketing, *Journal of Travel Research*, 46, pp. 75-85.
- Wang, Y., Hutchinson, J., Okumus, F. ve Naipaul, S. (2013). Collaborative Marketing in a Regional Destination: Evidence from Central Florida, *International Journal of Tourism Research*, 15, pp. 285-297.
- Williams, D. K. (2013), *Collaborative Marketing Is The Next Big Thing*, *Forbes*. <http://www.forbes.com/sites/davidkwilliams/2013/06/18/collaborative-marketing-is-the-next-big-thing/#326f97b0ebd6>. Son erişim tarihi: 08.02.2017.
- Yeşiltaş, M., Cankül, D. ve Temizkan, R. (2012). Otel Seçiminde Dini Hayat Tarzlarının Etkisi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (39), ss. 193-217.
- Yolal, M. ve Emeksiz, M. (2007). A Cooperative Marketing Model Proposal for SMHEs in Turkey, *World Journal of Tourism Small Business Management*, 1 (2), pp. 57-68.



Türkiye’de Yükselen Bir Turizm Çeşidi: Helal Turizm

Said KINGİR¹ Nazlı KARDEŞ^{2*}

¹ Sakarya Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, SAKARYA

² Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, SAKARYA

ÖZ

Turizm, günümüzde gittikçe önemi artan sektörlerin başında gelmektedir. Dünya’da turizm her geçen gün büyümekte, alternatif turizm çeşitleri artmakta ve her yıl daha çok insan küresel düzeyde turizm hareketinin bir parçası haline gelmektedir. Teknolojide, iletişimde, refah seviyesinin de, eğitim düzeyinde görülen ilerleme Müslüman kesimin yaşamdan beklentilerini artırmış ve Müslüman kesimi dinin gereklerine uyarak tatil yapmaya yönlendirmiştir. Turizm sektöründeki yoğun rekabet ortamı turistlerin taleplerinin çeşitlenmesine yol açmıştır. Bu gelişmelere bağlı olarak bir turistik ürün çeşidi olarak ortaya çıkan “Helal Turizm”, gün geçtikçe önemi artan bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Helal turizm, konaklama, seyahat, ulaşım, rekreasyon vb. turizm faaliyetlerinden doğan ihtiyaçların İslami kural ve inanışlara uygun şekilde karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir. Bu araştırmanın amacı Türkiye’nin helal turizm açısından mevcut durumunu değerlendirmek, gün geçtikte rekabetin arttığı helal turizm alanında Türkiye’nin potansiyelini kullanarak bu turizm çeşidinin nasıl geliştirebileceğine yönelik düşünceleri ortaya koymak ve gelecek çalışmalara yol göstermektir. Bu amaç doğrultusunda konuyla ilgili geniş bir literatür taraması yapılarak helal turizmin kavramsal çerçevesi ortaya konmuş ve derinlemesine incelenen literatür çalışmaları, istatistik verileri ile Türkiye’nin mevcut kültürü ve Müslüman bir ülke olmasına rağmen diğer ülkelerden geride olduğu ve mevcut potansiyelini iyi kullanmadığı sonucuna varılmıştır. Bu sonuca yönelik öneriler getirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Helal turizm, Türkiye, Alternatif turizm

A Rising Tourism Types in Turkey: Halal Tourism

ABSTRACT

Tourism is at the forefront of increasingly important sectors today. Since alternative tourism types are increasing and more people participate in tourism activity every year, world tourism grows day by day. The developments in technology, communication, and education and the increase in the overall welfare level has increased the material expectations of Muslim tourists and this led the Muslims to look for alternative vacation options that meet requirements set by the religion. Intensive competition in the tourism sector has led to diversification of tourism. Depending on those developments, a variety of tourism products emerged as "Halal

Tourism" which has increasingly importance day by day and becomes a hot topic in academic literature. Halal tourism includes all touristic businesses that satisfy the needs of all tourism activities such as

***Sorumlu Yazar (Corresponding Author):**

Nazlı KARDEŞ; Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, Sakarya-Türkiye. Tel: +90 (264) 2953160, Fax: +90 (264) 295 50 32)E-mail: nazlikardes@hotmail.com

Geliş (Received) : 14.04.2017

Kabul (Accepted) : 16.06.2017

Basım (Published) : 30.06.2017

recreation, accommodation, travel, transportation based on the Islamic rules and regulations. The purpose of this research is to assess the present situation of Turkey for halal tourism and to put forward thoughts on how to develop halal tourism by using the potential of Turkey to guide for future works. For this purpose, a conceptual framework of halal tourism has been established by conducting a comprehensive literature search. As a result of this research, it is concluded that even though the vast majority of the people in Turkey are Muslim, halal tourism market is very small when compared to other countries. In the conclusion, we have brought some suggestions to improve the halal tourism in Turkey.

Keywords: Halal tourism, Turkey, Alternative tourism

1.GİRİŞ

Turizm faaliyeti, ülke dışına veya ülke içine yapılan seyahatlere yerli veya yabancı turistlerin katılımıyla gerçekleşen faaliyetlerin tümüdür. Turizm endüstrisi gerek Türkiye’de gerekse dünyada son derece hızlı büyüyen ve gelişen endüstrilerden biri olmuştur. Ülkelerin refah düzeylerinin artması, eğitim seviyelerinin artması, boş zamanlarının artması gibi etkenlerle alternatif turizm çeşitleri artmıştır.

“Özellikle son yıllarda, dini hassasiyeti yüksek Müslümanlar için helal ürün, helal hizmet ve helal süreçlere ilişkin olarak dünyada gelişen bir algı ve talep görülmektedir (Arpacı ve Batman, 2015, s.73)”. Günümüzde daha bilinçli hale gelen insanlar tatil tercihlerini yaparken daha dikkatli davranmaya başlamışlardır ve tatil seçimlerini yaparken bazı faktörleri göz önünde bulundurmaya başlamışlardır. Tüketicilerin satın alma kararları kültürel ve sosyal çevre, yaşam şekli, aile, kişisel ve psikolojik ve din faktörlerinden etkilenmektedir (Köleoğlu, Erdil ve Gezen, 2016, s.364).Din faktörünün tatil seçimlerinde önemli bir yer tutması ve Müslüman turistlerin “helal” kavramına önem vermesi ile birlikte “helal turizm” kavramı oluşmuştur. Helal turizm son yıllarda Literatür de önemli bir yer edinmiştir. Yapılan araştırmalara göre uluslararası turizm pazarı son dönemde yıllık ortalama yüzde 3,8 büyürken, helal turizm pazarı yüzde 4,8 büyümeye kaydettiği görülmüştür (Arpacı ve Pamukçu, 2015, s.320, Sarıışık ve Pamukçu, 2016, s.102, Tanrısever vd., 2015, s.464). Helal turizmin büyümeye oranına bakıldığında ve Dünya’da Müslüman sayısının günden güne artması, Müslümanların sahip olduğu gelir seviyelerinin artması göz önünde bulundurulduğunda helal turizm çok önemli bir pazar haline geldiği görülmektedir. Türkiye’nin helal turizm potansiyelinin yüksek olması, Müslüman nüfusun yoğunluğunun fazla olması göz önüne alındığında helal turizmin tüm yönleriyle ele alınarak araştırılması, bu sektöre yönelik gerekli önemin verilmesi ve iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir.

2.LİTERATÜR TARAMASI

2.1.Turizm ve Din İlişkisi

Turizm; "İnsanların sürekli yaşadıkları yer dışında yaptıkları seyahat ve gittikleri yerlerde geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçların karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir (Zengin, 2015, s.38)". Başka bir tanıma göre ise; "Kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşulu ile yabancıların bir yere seyahatleri ve orada konaklamaları sonucunda ortaya çıkan olayların tümüdür (Zengin, 2015, s.39)". Genel olarak bakıldığında turizm olgusunun oluşabilmesi için bulunduğu yer dışında bir yere gitmesi, orada para harcaması ve en az bir gece konaklama yapması gerekmektedir. Bunların oluşabilmesi için ise, turistin boş zamana, gelire ve motivasyona sahip olması gerekmektedir. Turizm kavramı eğlenme, rahatlama, aile, iş, spor, eğitim din gibi amaçlarla yapılan seyahatlerden oluşur. Din kavramı ise; akıl sahibi insanları kendi tercihleriyle bizzat hayırlı olan şeylere götüren ilâhî bir kanundur (www.diyaret.gov.tr). Din, birey ve toplum hayatını düzenleyen bütün ilişkiler sistemi içinde varlığını sürdürür. Bu anlamda bir toplumun din anlayışı, iman esasları ve ibadet uygulamaları, kişilerin ve toplumun gündelik hayatına, tatil anlayışına, düşüncelerine doğrudan veya dolaylı olarak yansır (Özdemir, 2015, s.51). İnsanlık tarihinde seyahat kavramı ile dinin yakın bir ilişkisinin olduğu bilinmektedir. "İslam dini insanların, geçmiş medeniyetlerin tarihine ve kültürel

mirasına ibret nazarıyla bakmalarını emretmektedir. İnancın temellendirilmesi hususunda Kur'an'ın seyahate dönük tavsiyeleri dikkate alındığında Müslümanların turizm faaliyetlerinde aktif olmaları gerektiği sonucuna ulaşmak mümkündür (Süt, 2014, s.480).”Bu açıklamalara bakıldığında, turizmin en önemli kavramlarından biri seyahattir.

Turizmin tanımı yapılırken bulunduğu yerden başka bir yere gitmek ifadesi kullanılmaktadır. İnsanlar çeşitli nedenlerle sürekli seyahat etmişlerdir. Eski çağlarda seyahat etmek lüks bir kavram olduğu için seyyahlar dikkat çekmiştir (seyyah Marco Polo, Arap seyyah İbniBatuta ve Türk seyyah Evliya Çelebi). Bunların yanı sıra, şifa bulmak amaçlı yapılan seyahatler ve kutsal yerlerin ziyaretleri amaçlı yapılan seyahatler ön plana çıkmıştır, özellikle hac görevlerinin yerine getirilmesi seyahat açısından önemli bir hareketlilik sağlamıştır. Öte yandan, dini yaymak adına yapılan seyahatlerde, seyahat sektörünün ilk numunelerini oluşturmaktadır (Koçyiğit, 2011, s.126). Bu gelişmeler doğrultusunda baktığımızda, turizmin ortaya çıkışına etki eden faktörleri şu şekilde sıralayabiliriz (Kaynak ve Sezgin, 2005, s. 350);

- Ekonomik etkenler,
- Toplumsal etkenler,
- Kültürel etkenler,
- Bilimsel etkenler.

Dini boyutta ise, etkili olan faktörler şunlardır;

- Dini yerleri ziyaret,
- Kutsal kentleri ziyaret,
- Dini toplantılara katılmak,
- Dini törenlere katılmak.

Bu gelişmelere baktığımızda din kavramının turizm üzerinde oldukça önemli etkileri olduğunu görebiliriz. Turizm modern görünümlü bir kavram olsa da, temelde seyahat olayına dayanmaktadır. Kuran-ı Kerim’de seyahat ve benzeri kavramlarla ifade edilmektedir. Kuranda geçen ayetlere ve seyahatin çıkış nedenlerine baktığımızda dinin turizm üzerindeki ve Müslümanların seyahat etmesi üzerindeki etkisi açıkça görülmektedir (Koçyiğit, 2011, s.128). Günümüzde ise, teknolojinin gelişmesi, artan refah seviyesi, otellerin rekabetlerinin artması, müşteri memnuniyetinin ve hizmet kalitesinin ön planda tutulmaya başlanması ile birlikte farklı istek ve ihtiyaçlara sahip müşteriler ve yeni hizmet talepleri ortaya çıkmıştır. Son yıllarda ise, dinin emirlerine uyarak yaşamaya çalışan Müslüman kesimlerin helal kavramını benimseyerek taleplerini bu yönde arttırdıkları görülmektedir (Arpacı, 2016, s.1056).

2.2. Helal Turizm Kavramı

Günümüzde gelişen teknoloji, artan refah seviyesi, gelirin yükselmesi, boş zamanın artması gibi nedenlerle birlikte günümüz tüketicisi daha bilinçli hale gelmiştir. Tüketici bir ürünü satın alırken daha seçici ve dikkatli davranmaktadır. Satın alma davranışları üzerine yaş, cinsiyet, dünya görüşü ve eğitim gibi bireysel özelliklerin yanı sıra, din ve inancın etkileri bulunmaktadır. Aynı zamanda “biret tüketici olan insanların mensup oldukları dinleri, inançları onları nasıl yaşayacakları, nasıl tüketecekleri neleri yapıp, neleri yapmamaları konusunda yönlendirmektedir (Akyol, 2014, s.172). Tüketiciler bir ürün satın alırken dini inançlarına göre hareket ederek “bazı ürünleri sırf dini inançlarına uygun olduğu için satın alırken, bazı ürünleri de yine sırf dini inançlarına uygun olmadığı için satın almayabilirler (Kurtoğlu ve Çiçek, 2013, s.181)”. Örneğin; Müslümanların domuz eti yemesi haram sayıldığı için domuz eti satan yerleri ve domuz etini tercih etmezler. Yine benzer şekilde alkol tüketimi İslam dininde haram olarak görüldüğü için,

tüketiciler alkol satışı yapılan bir yerden ürün almamayı tercih edebilirler. Bunun sonucu olarak da haram karşıtı olan helal kavramı ortaya çıkmaktadır.

Helal ve haram kavramı: İslamiyet'e göre "Helâl" Müslümanlar için yapılmasına müsaade edilenler (Baran ve Batman, 2015, s. 169), başka bir deyişle helal (mahzursuz) gıda, çiftlikten çatala kadar tüm yönüyle İslâmî kurallara uygun olarak hazırlanan gıdayı ifade eder. Daha geniş bir açıklamayla Helal Gıda, bitkisel, hayvansal, kimyasal ya da mikrobiyal kaynaklı, gıda ürünlerinin hammadde, işlem yardımcı maddeleri, bileşenleri, katkı maddeleri, işleme yöntemleri, işletme koşulları ve ek olarak ambalajlarının İslâmî kurallara uygunluğunun ifadesidir (Batu, 2012, s.52). "Haram" ise, yapılması yasak olan şeyler anlamına gelmektedir (Baran ve Batman, 2015, s.169), TDK ise, helal kavramını dinin kurallarına aykırı olmayan, dinî bakımdan yasaklanmamış olan, haram karşıtı şeklinde tanımlamıştır (www.tdk.gov.tr).

"Turizm, insanların sürekli yaşadıkları yer dışında yaptıkları seyahat ve gittikleri yerlerde geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçlarının karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir (Zengin ve Demirkol, 2015, s.38)." Helal turizm ise, turizm tanımında geçen "konaklamalardan doğan ihtiyaçların İslami kural ve inanışlara uygun şekilde karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir (Arpacı ve Batman, 2015,s.186)." Son yıllarda yükselişe geçen helal turizm, tüketicinin talebine karşılık İslami kurallara uygun bir şekilde arzlar sunan ve özellikle gıda konusunda helal sertifikalı ürünlerin kullanıldığı bir turizm çeşidi haline gelmiştir.

Helal turizmde amaç, Müslüman turistlerin inançları ve dini kurallarını bir bütün halinde talep eden tüketiciye sunmaktır (Büyükkşalvarcı vd., 2016, s.1058). Helal turizmde sadece İslami, muhafazakar ya da helal konseptli konaklama tesislerinden bahsetmek yanlış olur. Helal turizm bir bütündür ve helal turizmin doğrudan ilişkili olduğu faaliyetler şu şekilde sıralanabilir (Oflaz, 2015, s.45);

- Helal finans,
- Helal yiyecek içecek işletmeleri,
- Helal seyahat acenteleri,
- Helal transfer\ulaşım,
- Helal konaklama tesisleri,
- Helal eğlence.

Dinin gereklerini, kurallarını yerine getirmeye çalışan tüketici grubuna yönelik, Türkiye'de 1996 yılından itibaren İslami oteller ortaya çıkmaya başlamıştır (Pamukçu ve Arpacı, 2015, s.32). Özellikle 2002 yılından itibaren "helal turizm" olarak bilinen ve dini hassasiyetlerini dikkate alan kesimin taleplerine uygun olarak tasarlanan konaklama işletmelerinin sayısı artmaya başlamıştır (Yeşiltaş, Cankül ve Temizkan, 2012, s.196).

2.3. Helal Otel Kavramı

Helal otel, otel tanımında olduğu gibi asli fonksiyonu geceleme ihtiyacını sağlamak olan ve bu hizmetin yanında yeme, içme ve eğlenme ihtiyaçlarını İslami kural ve inançlara uygun biçimde karşılayan tesislerdir (Pamukçu ve arpacı, 2015, s.322). Helal oteller sadece yiyecek ve içecek sunulması ile sınırlı değildir. Otelde sunulan hizmet şeklinin de helal kavramına uygun olması gerekmektedir (Met vd., 2013, s.653).

Helal turizm konseptinin de hizmet veren otel işletmeleri hizmet verdikleri turist profilinin niteliğinden dolayı bir takım farklı özelliklere sahiptirler. Bu tür turistlerin otel tercihinde öne çıkan nitelikler şunlardır; Temiz oda ve çevre, Helâl yiyecek-içecek imkânları, samimi bir misafirperverlik anlayışı ve servis sistemi, işletmelerin ibadetleri yerine getirebilme konusunda sunduğu imkanlar, alkolsüz çevre, menüde çeşitlilik, yüzme olanakları, zengin sosyal aktivite imkânları, kadınlar için ayrı alanlarda rekreasyon olanaklarıdır (Tekin ve Yılmaz: 2016, s.2048). Helal turizm alanında yapılan çalışmalarda (Tekin ve Yılmaz, 2016; Boğan,

Batman ve Sarıışık, 2016; Met, Özdemir, Aydemir, 2013; Hacıoğlu vd., 2015; Pamukçu ve Arpacı, 2015; Boğan, Batman ve Sarıışık, 2016; Özaltaş Serçek, Karakaş ve Serçek, 2017) bu tür konseptte sahip otellerin taşıması gereken nitelikler belirlenmiştir. Helal turizm konseptine hizmet veren konaklama işletmelerine ilişkin olarak tespit edilen nitelikler aşağıdaki Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Helal konseptli otellerin Sahip Olması Gereken Nitelikler

Yiyecek-içecek	- Yiyeceklerinin güvenilir (Helal) olması, -Tesislerde alkollü içecek servisinin olmaması, -Helâl gıda sertifikası olması,
Personel	- Personelin İslami ilkelere aykırı giyinmemesi -Personellerin Müslüman olması, -Personele ibadetlerini yerine getirebilmeleri için imkan sunulması, -Kadın misafirlere ait alanlarda kadın personelin erkek misafirlere ait alanlarda erkek personelin istihdam edilmesi,
Odalar	- Yatak ve tuvaletlerin yönünün kibleye göre düzenlenmiş olması, - Her odada seccade ve Kur'an'ın olması, -Misafir profili açısından uygunsuz TV kanalları olmaması -Banyoların abdest almaya uygun yapıda olması,
Eğlence yapısı	- İslami ilkelere uygun eğlence faaliyetler - Havuz, Spa gibi alanların bay -bayan ayrı olması, -Disko, gece kulübü vb. olmaması - Çocuklar için İslami aktiviteler olması, -İşletmenin denize sahili var ise kadın ve erkekler için ayrı deniz imkanları olması.
Otel yapısı ve finansal yapı	-İslami finansman kaynağının olması, -Ramazan ayında iftar ve sahur imkânının olması, -otele gelen misafirlerin İslami usullere uygun giyinmesi , -İslami kurallara uygun sosyal sorumluluk uygulamaları gerçekleştirilmesi, -Hayırseverlikle alakalı bağış uygulamalarına dahil olunması, -Otel içerisinde hayvan ve insan figürü bulunan dekoratif ürünlerin olmaması, -Alkolsüz çevre olması,

Kaynak: (Tekin ve Yılmaz, 2016, s.2049), (Boğan, Batman ve Sarıışık, 2016) (Met, Özdemir ve Aydemir,2013, s.653), (Hacıoğlu vd., 2015, s.492), (Pamukçu ve Arpacı, 2015, s. 323), (Boğan, Batman ve Sarıışık, 2016, s.1435; Bilgin ve Karakaş, 2017)

Cankül, Yeşiltaş ve Temizkanın yapmış olduğu otel seçiminde dini hayat tarzlarının etkisi adlı çalışmada aşağıdaki bulguları elde etmiştir. İslami otelde konaklayanların otel seçimine etki eden en önemli faktörler sırasıyla;

- Yiyeceklerde domuz eti olmaması (4,92),
- Bayanlar için ayrı bir havuz olması (4,78),
- Dini emirlere uygun ürünler (4,73),
- Hijyen (4,72),
- Erkekler için ayrı bir havuz olması (4,71),
- Güvenlik ve emniyet (4,70),
- Alkollü içecek bulunmaması (4,70),
- Güven (4,68),
- Güler yüzlü ve yardımsever personel (4,68) ,
- Kalite (4,67) faktörleri olarak görülmektedir.

Bu çalışmada otel seçimini en fazla etkileyen bu ilk 10 faktörün önemli bir kısmının İslami otellerde konaklayanlar için dini emir ve yasaklarla ilgili olması dini hayat tarzlarının bu müşterilerin tercihlerinde etkili olduğu anlamına gelebilir (Cankül, Yeşiltaş ve Temizkan 2012, s.207). Gelişmekte olan teknoloji, artan refah seviyesi, buna bağlı olarak artan eğitim seviyesi ile birlikte Müslümanların dünyevi beklentileri ve turizm eğilimleri artmıştır. Turizm sektöründe bulunan otellerin artan rekabet ortamı ile birlikte turistlerin talepleri de çeşitlenmiştir (Boğan, Batman ve Saruışık, 2016, s.1425; Bilgin, 2017). Bu nedenle günümüzde helal turizm sürekli gelişmekte olan ve ekonomik olarak önemli bir paya sahip olan bir turizm çeşidi olarak ele alındığında müşteri tercihlerini etkileyen faktörler memnuniyeti sağlamak için önemle incelenmeli ve oteller tarafından uygulanmalıdır.

2.4. Helal Turizmin Türkiye'deki Uygulamaları

Dinin, insan hayatındaki birçok davranışı etkileyen çok temel bir faktör olduğuna dair literatürde çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Cankül, Yeşiltaş ve Temizkan, 2012; Yücebaş, Semiray, 2012; Süt, Abdullah, 2014; Koçyiğit, Hikmet, 2011). Yine Yeşiltaş vd. yaptığı çalışmada dinin otel seçimine ve tatil seçimine etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Türkiye'nin ise dini çoğunluğu İslam olduğu için helal turizmin potansiyeline sahip bir ülkedir. "Laik bir yönetim anlayışına sahip olan ve nüfusunun %98'nin Müslüman olduğu Türkiye'de, Müslüman-Dini turizm faaliyetleri 1990'lı yıllarda başlamış ve bugün İslam dininin gerektirdiği konseptte sahip olan otellerde de önemli bir artış meydana gelmiştir (Boğan vd., 2016)". Dünya Bankası ve Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) tespitlerine göre; turizm sektörü son 10 yılda 3 kat büyümüş olup, gelecek 20 yıl içerisinde ise "Dünyanın en büyük endüstrisi" haline gelmesi beklenmektedir (Saruışık ve Pamukçu, 2016, s.100). Ayrıca hac ve umre ziyaretleri dışında, 2019 yılına gelindiğinde helal turizmden elde edilecek gelirin 238 milyar doları aşacağı belirtilmektedir (whsexpo.com). Bu bilginin yanında 2050 yılında Müslüman nüfusunun dünyanın %73'lük kısmını oluşturacağı düşünülmektedir (Boğan, Batman ve Saruışık, 2016, s.1438). Yapılan araştırmalara göre uluslararası turizm pazarı son dönemde yıllık ortalama yüzde 3,8 büyürken, helal turizm pazarı yüzde 4,8 büyüme kaydettiği görülmüştür (Arpacı ve Pamukçu, 2015, s.320, Saruışık ve Pamukçu, 2016, s.102, Tanrısever vd., 2015, s.464). Bu bilgilere ek olarak Dünya'da Müslüman sayısının günden güne artması, Müslümanların sahip olduğu gelir seviyelerinin artması göz önünde bulundurulduğunda helal turizm çok önemli bir pazar haline gelmektedir. Aşağıdaki tabloda dini İslam olan veya büyük bir kısmını Müslümanların oluşturduğu 63 ülke verilmiştir.

Tablo.2: Dini İslam olan veya Nüfusun büyük bir kısmını Müslümanların oluşturduğu ülkeler

1-Afganistan	24-Gine basau	47-Mozambik
2-Azerbaycan	25-Gine	48-Nijerya
3-Bangladeş	26-Guyana	49-Umman
4-Benin	27-İran	50-Türkmenistan
5-Bosna Hersek	28-Katar	51-Yemen
6-Burkino Feso	29-Kırgızistan	52- Tacikistan
7-Brunei	30-KKTC	53-Malezya
8-Cezayir	31-Özbekistan	54-Makedonya
9-Çad	32-Senegal	55-Arnavutluk
10-Endonezya	33-Somali	56-Bahreyn
11-Fildişi sahili	34-Surinam	57-Batı sahra
12-Gabon	35-Suudi Arabistan	58-Birleşikarap emirlikleri
13-Tunus	36-Togo	59-Pakistan
14-Uganda	37-İrak	60-Sierra Leone
15-Ürdün	38-Kamerun	61-Sudan
16-Mali	39-Kazakistan	62-Suriye
17-Moritanya	40-Kosova	63-Türkiye
18-Nijer	41-Komor	

19-Cibu	42-Lübnan	
20-Elritre	43-Kuveyt	
21-Filistin	44-Libya	
22-Fas	45-Maldivler	
23-Gambiya	46-Mısır	

Kaynak: www.guzelbil.com:2015, www.bilgibirikimi.com: 2015

Bu ülkelerin nüfus artışı, her yıl artmasıyla birlikte satın alma gücü yüksek toplumların helal turizm talebini önemli derecede etkilediği ve talebin günden güne büyümesinde önemli faktörlerden biri olduğu görülmüştür. Bunun yanında Türkiye'ye seyahat eden Müslümanların 2012-2015 yılları sayısına bakıldığında (Tablo 3) sayının yıllar içerisinde sürekli arttığı görülmektedir. Aşağıda verilen tablo incelendiğinde Müslümanların her yıl daha çok turizm faaliyetlerine katıldığı ve turizmi daha çok benimsediklerinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Her yıl devam eden bu artış sektöre gerekli önem verildiğinde ve gerekli iyileştirmeler yapıldığında Türkiye'nin 2023 hedeflerine ulaşmasında önemli katkıda bulunabilir. Türkiye'ye seyahat eden Müslümanların dağılımını gösteren tablo helal turizme gereken önemin verilmesini bir kez daha göstermektedir.

Tablo 3: Türkiye'yi Ziyaret Eden Müslümanların 2012-2015 Yılları Arası Dağılımı

	YIL	YIL	YIL	YIL	MİLLİYET PAYI(%)	MİLLİYET PAYI(%)	MİLLİYET PAYI(%)	MİLLİYET PAYI(%)
ÜLKELER	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
TUNUS	86 595	91 638	100 612	102 341	0,27	0,26	0,27	0,28
MISIR	112 025	107 437	108 762	100 040	0,35	0,31	0,30	0,28
SUDAN	8 161	9 319	10 714	11 434	0,03	0,03	0,03	0,03
BAHREYN	13 342	16 230	24 305	32 476	0,04	0,05	0,07	0,09
KATAR	13 971	18 630	29 743	35 832	0,04	0,05	0,08	0,10
LİBYA	213 890	264 266	267 501	234 762	0,67	0,76	0,73	0,65

İRAN	1 186 343	1196 801	1 590 664	1 700 385	3,73	3,43	4,32	4,69
YEMEN	11 826	17 354	26 033	24 237	0,04	0,05	0,07	0,07
CEZAYİR	104 489	118 189	160 052	171 873	0,33	0,34	0,43	0,47
FAS	77 804	82 579	89 562	109 775	0,25	0,24	0,24	0,30
IRAK	533 149	730 639	857 246	1094144	1,68	2,09	2,33	3,02
PAKİSTAN	28 394	34 170	48 420	59 700	0,09	0,10	0,13	0,16
SUUDİ ARABİSTAN	175 467	234 220	341 786	450 674	0,55	0,67	0,93	1,24
ÜRDÜN	102 154	102 871	131 329	162 866	0,32	0,29	0,36	0,45
AZERBAYCAN	593 238	630 754	657 684	602 488	1,87	1,81	1,79	1,66
KIRGIZİSTAN	42 866	64 905	81 941	88 369	0,13	1,79	0,22	0,24
TÜRKMENİSTAN	135 168	148 709	180 395	174 330	0,43	0,43	0,49	0,48
TACİKİSTAN	22 823	27 174	34 678	31 917	0,07	0,08	0,09	0,09
ÖZBEKİSTAN	105 976	129 292	143 354	143 331	0,33	0,37	0,39	0,40
ENDONEZYA	56 113	57 385	59 486	56 867	0,18	0,16	0,16	0,16
KUVEYT	65 167	88 238	133 128	174 486	0,21	0,25	0,36	0,48
B.ARAP EMİRLİĞİ	48 071	52 424	53 736	51 600	0,15	0,15	0,15	0,14
LÜBNAN	144 491	143 629	161 274	197 552	0,45	0,41	0,44	0,55
ARNAVUTLUK	59 565	65 113	76 273	80 032	0,19	0,19	0,21	0,22
KAZAKİSTAN	380 046	425 773	437 971	423 744	1,20	1,22	1,19	1,17

MALEZYA	41 169	55 139	69 968	69 616	0,13	0,16	0,19	0,19
BANGLADEŞ	6 652	8 856	12 706	12 212	0,02	0,03	0,03	0,03
TOPLAM	4369 035	4921 779	5 889 323	6 397 083	13,75	14,10	15,99	17,65
TÜM ÜLKELERİN TOPLAMI	31782832	34910 098	36837 900	36244 632	100	100	100	100

Kaynak: Boğan, E., Batman O. ve Saruşık, M. (2016). Helal turizmin kavramsal çerçevesi ve Türkiye’de ki uygulamalar üzerine bir değerlendirme,1432.

MasterCard veCrescentRating’ in 2016 yılın da yayınladığı, 130 hedefülkede yiyeceklerinİslamideğerlereuygunluğu, ibadetimkanlarınınbulunmasıgibi birçokkriterindeğerlendirildiği “MüslümanlarınSeyahatTercihleriEndeksi” raporunda, Müslümanturistlerin en çoktercihtettiğiüçülkesirasıylaMalezya, BirleşikArapEmirlikleriveTürkiyolarakaçıklanmıştır.

Tablo.4: GMSE 2016 Raporunagöre ilk 5’e giren İslam Ülkeleri

SEVİYE	GMSE(2016) SEVİYESİ	DESTİNASYON	PUAN
1	1	Malezya	81.9
2	2	Birleşik Arap Emirlikleri	74.7
3	3	Türkiye	73.9
4	4	Endonezya	70.6
5	5	Katar	70.5

Kaynak:MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index-2016.

Tablo.5:GMSE 2016 Raporunda ilk 5’e giren İslam olmayan Ülkeler

SEVİYE	GMSE(2016) SEVİYESİ	DESTİNASYON	PUAN
--------	---------------------	-------------	------

1	8	Singapur	68.4
2	20	Tayland	59.5
3	21	Birleşik Krallık	59.0
4	30	Güney Afrika	53.1
5	31	Hong kong	53.0

Kaynak:Master Card-CrescentRating Global Muslim Travel Index- 2016.

2016 yılında Master Card-Crescent Rating'ın yaptığı bu araştırmaya göre Müslüman tatilcilerin en çok tercih ettiği üç ülke Malezya, Birleşik Arap Emirlikleri ve Türkiye olarak görülmektedir ve araştırmanın sonucunda 81.9 puanla Malezya 1. sırada, 74.7 puanla Birleşik Arap Emirlikleri 2.sırada ve 73.9 puanla Türkiye 3.sırayı almıştır. 2015 yılının verilerine bakıldığında ise, Türkiye 73.8 puan ile 2.sıradadır (Boğan vd., 2016, s.1434). Türkiye geçen yıla göre sıralamada 1 sıra geriye düşse de, puanını 0.1 oranında artırmıştır. Müslüman olmayan ülkelerin puan durumuna bakıldığında Singapur 68.4 puan le 8.sırada, 59.5 puan ile Tayland 20.sırada, Birleşik Krallıklar ise 59.0 puan ile 21. Sırada yer almıştır. Genel olarak bakıldığında ise puanlamaların ve sıralamaların gayet iyi olduğu Müslüman sayılarının az olmasına rağmen "Helal turizm" önem verdikleri sonucuna ulaşılabilir.

Türkiye'de helal turizmi geliştirme doğrultusunda örgütlü çabaların olmamasına rağmen listed üst sıralarda yer alması ülkenin potansiyelinin gereğidir. Bu pazara gelişmesine yönelik adımlar attığında kısa sürede en iyi helal turizm uygulayan ülke konumuna gelebilir puanını ve sırasını yükseltebilir (Sarıuşık ve Pamukçu, 2016, s.103). Günümüzde Türkiye'de yaşanan terror olayları, Rusya ile yaşanan kriz gibi olaylar turizmi olumsuz yönde etkilemiş ve bazı otellerin kapanmasına neden olmuştur.Turizm sektöründe meydana gelen bu düşüş "helal turizm" sektörünü pek etkilememiş hatta aksine bu sektörün beklenenden daha fazla büyümesine olanak sağlamıştır. 2016 yılında irili ufaklı 20 ye yakın islami otel açılmıştır (www.islamitatilyerleri.net,www.islamihotels.com).

Türkiye gerek dini, gerek kültürü ile helal turizm açısından geliştirilebilecek, geniş bir potansiyele sahiptir. Turizmin ise temelinde müşteriye memnun etmek vardır (Zengin, 2016, s.41). Bu nedenle Türkiye mevcut potansiyelini iyi kullanabilmesi için öncelikle turistlerin beklentilerini anlamalı ve bunlara cevap vermelidir. Met, Özdemir ve Aydemir'in 2013 yılında yaptığı "İslami otellerin ürün nitelikleri: Türkiye Örneği" adlı çalışmada misafirlerin işletmeden beklentileri önem derecelerine göre şu şekilde sıralanmıştır;

- Alkollü içeceklerin olmaması,
- Yiyeceklerin İslami usullere uygun olması,
- Odalarda kuran, seccade, kible yön pusulası vb. bulunması,
- Kadın erkek havuzlarının ayrı olması,
- Yeterli büyükte mescit olması,
- Evlilik belgesi olmayan çiftlerin otele alınmaması,
- Müzikli eğlence ortamlarının cinslere göre ayrı olması,

- Dini ve kültürel aktiviteler için toplantı salonlarının olması,
- Ortak mekanlarda yabancı müzik yayını olmaması,
- Alaturka tuvaletlerin olması,
- Erkeklerle hem cinslerinin hizmet etmesi,
- Personelin İslami usullere göre giyinmeleri,
- Spor aktivitelerinin kadın ve erkekler için ayrı olması,
- Dini içerikli boş zaman değerlendirme aktivitelerinin olması,
- Dini semboller ve dekor malzemelerin kullanılması,
- Kadınlara hem cinslerinin hizmet etmesi,
- Tüm müşterilerin İslami usullere uygun giyinmesi(çocuklar hariç),
- Personelin dindar olanlardan seçilmesi,
- Gayri Müslimlerin otele alınmaması olarak belirlenmiştir.

Tekin ve Yılmazın 2016 yılında yaptığı; “İslami turizm konseptinde hizmet veren konaklama işletmeleri üzerine bir inceleme” adlı çalışmada ilginç bir bulgu olarak işletmelerin tamamı yiyecek-içecek üretiminde Helâl kriterleri göz önünde bulundurduklarını ifade etmişlerdir ancak "Helâl gıda sertifikamız var mı?" sorusuna "evet" cevabını verebilen işletmelerin oranı yalnız %40 düzeyinde kalmıştır. Ancak işletmelerin çoğunluğu gıda satın almasında özellikle Helâl sertifikalı ürünleri tercih ettiklerini, banyo ve hatta kişisel temizlik malzemelerinde bile alkolsüz seçeneklere odaklanacak kadar hassas davrandıklarını belirtmişlerdir. Bu durum konaklama işletmelerinin Helâl uygulama konusunda hassas olduklarını fakat hassasiyetlerinin standardizasyon ve belgelendirme noktasında yetersiz kaldığını ortaya koymaktadır. Oysa ki bir işletmede turist için en önemli unsur “helal” üründür (Cankül vd., 2012, s.207) ve turist helal konseptli olduğunu bilerek geldiği bir otelde” helal gıda sertifikası” sorabilir.

Helal konseptli olarak kendini tanımlayan otellerde konaklayan turistler beklentileri karşılanmadığı için otelden mutsuz ayrılabilir buda Türkiye’deki helal turizmin yeterince gelişmediği düşüncesine yol açabilir. Bu tür olayların önlenmesi için Türkiye’de helal standartların oluşturulması ve bu standartları karşılayan otellere helal sertifika verilmesi gerekmektedir.

3.SONUÇ VE ÖNERİLER

Helal turizm son yıllarda Türkiye’de yükselen bir turizm çeşidi olarak ortaya çıkmaktadır. Müslüman turistlerin dini yaşam tarzlarına uygun olarak ihtiyaç ve beklentilerini karşılamayı amaçlayan bu turizm türü son yıllarda ilgi görmüş ve bu alanda yapılan çalışmalar son yıllarda artış göstermiştir. Yeni bir tanım olduğu için helal turizmin ne olduğu, helal turizm işletmelerin taşıması gereken standartlar, müşterilerin beklentileri noktasında son birkaç yıldır sıkça çalışma yapılmaktadır. Yapılan çalışmalara ek olarak, bu çalışmanın temel amacı helal turizmin kavramsal çerçevesini ortaya koymak, Türkiye’de helal turizm gelişimini ele almak ve buna yönelik öneriler getirmektir.

Dünyada sürekli artan Müslüman nüfusu ve gelir seviyesindeki artışlarla birlikte bu turizm çeşidi yükselen bir trend olabileceği ve Türkiye’nin de dini ve kültürel potansiyelini kullanarak bu trendi daha üst noktalara taşıyabileceği düşünülmektedir. Helal Turizm konseptin de hedef kitleyi çekme adına önemli adımlar atıldığında, Müslüman turistin büyük çoğunluğu ülkemizi tercih edebilir. Bu sayede 2023 hedefi olan turizm

86 milyar turizm geliri hedefine rahatlıkla ulaşılabilir. Çalışma konusu ile ilgili olarak elde edilen sonuçlar kapsamında geliştirilen öneriler şu şekildedir;

- Oteller için helal standartlar oluşturulabilir ve bu standartları karşılayan otellere sertifika verilebilir,
- Helal turizmin alt yapısının iyileştirilebilir ve üst yapılar zenginleştirilebilir,
- Girişimciler helal turizme teşvik edilebilir,
- Helal turizm 2023 için bir turizm politikası olarak ele alınabilir,
- Helal konseptli işletmeler için personel eğitilebilir bu alanda ilerlemek isteyen turizm öğrencilerinin stajları helal konseptli otellerde yaptırılabilir,
- Müslüman nüfusun yoğunlukta olduğu ülkelerden Türkiye'ye gelen turist sayısının her geçen gün arttığı görülmektedir bu artış tablo 3'te belirtilmiştir. Bu ülkelerden gelen turistlerin Müslüman olması sebebiyle bu kitleye yönelik pazarlama stratejilerinde ağırlık verilebilir ve bu da daha fazla turistin gelmesine ve turizm geliri elde edilmesine imkân sağlayabilir,
- Yurtdışı ve yurt içi helal turizm pazarlama çalışmaları yapılabilir.
- Helal turizme yönelik çalışmalar iyileştirildiğinde Türkiye helal turizmde 1. Sıraya yükselebilir ve 2023 stratejisinin gerçekleşmesinde önemli bir rol oynayabilir. Bu doğrultuda helal turizm stratejisi bir an önce belirlenmeli ve uygulanmalıdır. Bu araştırmanın helal turizm konusunda çalışma yapacak kişilere yol gösterici olması hedeflenmektedir.

KAYNAKÇA

Akyol, M. ve Kılınç, Ö. (2014). Internet and Halal Tourism Marketing, *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*,9 (8), 171-186.

Arpacı, Ö., Uğurlu, K. ve Batman, O. (2015). Helal Konseptli otel işletmelerine yönelik yapılan müşteri şikayetleri üzerine bir araştırma, *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi dergisi*, 11, 181-198.

Arpacı, Ö. ve Batman, O. (2015), Helal konseptli otel işletmelerinin yüksek ve düşük sezonda algılanan hizmet kalitesinin müşteri sadakati ve müşteri değeri üzerine etkisi, *seyahat ve otel işletmeleri dergisi*, 12(3), 73-86.

Baran, Z. ve Batman, O.(2015). Gıda sektöründe tüketici beklentilerini karşılamada “Helal Gıda” Güvencesinin önemi, *Uluslararası helal ürün ekonomisi sempozyumu*,164-192.

Bilgin, Y. (2017). Helal Otel İşletmeleri İçin Bir Pazar Genişletme Stratejisi Olarak İşbirlikçi Pazarlama. 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi. 7-9 Nisan 2017 Antalya-Alanya

Bilgin, Y. ve Karakaş, A. (2017). Otel İşletmelerinin Helal Niteliğinin Müşteri Değerlendirmelerine Yansımaları: İstanbul’da Faaliyet Gösteren Helal Otellerden Bulgular. 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi. 7-9 Nisan 2017 Antalya-Alanya

Boğan, E., Batman, O. ve Sarıışık, M. (2016). Helal turizmin kavramsal çerçevesi ve Türkiye’deki uygulamalar üzerine bir değerlendirme, *3rd International Congress of Tourism & Management Researches*, Antalya, 1425-1440.

Büyükalvarcı, A., Şapçılar, M. C. ve Adabalı M. M. (2016). İslam Dünyası Turizm Başkenti seçilmenin Konya Turizmüne Etkileri, 9(45), 1054-1064.

Hacıoğlu, N., Oflaz, M., Buzlukçu, C. ve Kılıç, A. (2015). Yerli turistlerin helal(Muhafazakar) konseptli otellere yönelik tutumların belirlenmesi: Afyonkarahisar termal otelleri örneği, *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators*,489-502.

Koçyiğit, H. (2011). Türkiye’de seyahat etmenin Kur’ani boyutu, *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi dergisi*, 35, 126-143.

Köleoğlu, N., Erdil, Ş. T. ve Gezen, A. (2016), Tüketicilerin helal ürün algısı ve helal ürünleri satın alma niyetleri üzerine bir araştırma, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 9 (1), 364- 378.

Kurtoğlu, R. ve Çiçek B. (2013). Tüketicilerin Helal Ürünler Hakkındaki Algılama, Tutum ve Beklentilerini Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma, *Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi dergisi*, 8 (3), 181-205.

Met, Ö., Özdemir, İ. M. ve Aydemir, B. (2013). İslami otellerin ürün nitelikleri: Türkiye örneği, *International Conference on Religious Tourism and Tolerance*, Konya, 651-662.

Oflaz, M. (2015). Turistik ürün çeşidi olarak helal turizm konsepti uygulayan konaklama tesislerinde müşteri algıları, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

- Özaltaş Serçek, Karakaş, A. Ve Serçek, S. (2017). Tüketicilerin Helal Turizm Konsepti Uygulamalarına Yönelik Algıları. 1. Uluslararası Helal Turizm Kongresi. 7-9 Nisan 2017 Antalya-Alanya
- Pamukçu, H. ve Arpacı, Ö. (2015). Helal konseptli otel işletmeleri: Türkiye'deki mevcut durum üzerine bir araştırma, *1.Uluslararası Türk Dünyası Sempozyumu*, Kastamonu, 319-331.
- Pamukçu, H. ve Sarıışık, M. (2016). Helal Turizm Kavramı ve Gelişimi Üzerine Bir Değerlendirme , *17.Ulusal Turizm Kongresi*, Ankara, 758, 99-109.
- Süt, A. (2014). İslam ve Turizm ilişkisi, *International periodical for the languages , Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(11), 479-497.
- Tanrısever, C., Batman, O. ve Pamukçu, H.(2015), Turizmde yeni eğilimler, *2nd International Congress of Tourism & Management Researches*, 457 -475.
- Tekin , Ö. A. ve Yılmaz, E. (2016). İslami turizm konseptine hizmet veren konaklama işletmeleri zerine bir inceleme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42), 2046-2058).
- Yeşiltaş, M., Cankül, D. ve Temizkan, R. (2012).Otel seçiminde dini hayat tarzlarının etkisi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 39, 193-217.
- Yücebaş, S. (2012). Türkiye'de muhafazakarlığın gündelik yaşam estetiği, *İnsan Bilim Dergisi*, 1(2), 62-80.
- Zengin, B. (2015). *Turizm İşletmeleri*, 3.Baskı, İstanbul: Değişim Yayınları.

İnternet kaynakları

- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=HARAM E.T 25.12.2016
- <http://whsexpo.com/> E.T 18.01.2.2017
- <https://bilgibirikimi.net/2012/10/24/musulman-ulkeler-dunyada-kac-musulman-ulke-vardir/> E.T 18.01.2017
- <http://guzelbil.com/din/dunya-uzerinde-kac-tane-islam-musulman-ulke-vardir.html> E.T 18.01.2017
- <http://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2016/03/Report-MasterCard-CrescentRating-Global-Muslim-Travel-Index-2016.pdf> E.T 20.01.2016
- <http://www.islamitatilyerleri.net/tr/yeni-acilan-oteller> E.T. 20.01.2017
- <http://www.islamihotels.com/islami-otellerin-altin-yili.php> E.T 20.01.2017
- http://www.diyanet.gov.tr/dijitalyayin/ilmihal_cilt_1.pdf E.T 21.02.2017



İslam'da Sosyal Politika Kapsamında Sosyal Girişimciliğin Değerlendirmesi

Ahmet EFE^{1*}

¹ Ankara Kalkınma Ajansı İç Denetçisi

ÖZ

Son zamanlarda favori konular arasına giren sosyal girişimcilik ile ilgili politika ve uygulamalar daha çok merkez batı ülkelerinden esinlenerek oluşturulmaktadır. Bu çalışmamızda İslami bakış açısıyla İslam ekonomisinin sosyal girişimcilik ile ilgili temelleri incelenmektedir. İddiamız, İslam'ın evkaf gibi sosyal girişimcilik noktasındaki uygulamalarının başarılı tarihsel örnekleriyle mevcut olduğu ve geçmişteki iyi uygulamalardan hareketle daha tutarlı, mantıklı ve yararlı sonuçlar doğurabildiğidir. Ekonomi, sosyal politika ve İslam dini çerçevesinde yapılan analizlerde İslam'ın sosyal girişimciliği tesis etmedeki orijinalliği özet olarak ortaya konulmaktadır. Buna göre, dünya hayatını merkeze alarak diğer her şeyi dünyadaki maddi kazanımlar açısından araçsallaştıran batı kapitalizminin sosyal girişimcilik yaklaşımına nazaran geçici dünya hayatını ve bütün gereklerini ebedi olan ahiret hayatını kazanmak için bir araç olarak görüp her iki hayata da değerleri kadar önem vererek dünyevi varlıkların insanlık yararına seferberliğini sağlayan İslami içtimai teşebbüs yaklaşımının üstünlüğü anlaşılmaktadır. Bu noktada her türlü yeni gelişmeden istifade etmeye ve yenilikçi teknik araçları kullanmaya olanak sağlanırken imanın gereğini ve ihlası koruma noktasında niyetlere ve yaklaşımlara özel önem verilmesi gerektiği önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: İslam ekonomisi, sosyal politika, sosyal girişimcilik, kamu yönetimi

Social Entrepreneurship as part of Social Policies from the Islamic Perspective

Abstract

Practices related with social policies and social entrepreneurs are formed and applied with the light of western best practices. In this study, with an approach of Islamic point of view, the underpinning basis of Islamic economics related to social entrepreneurs are being searched. Particularly in setting up of economic principles with their basis from the holy Koran is being searched in brief with some specimens and comparisons with western practices. Our argument is that since basics of Islamic economics on social entrepreneurship are valid and pervasive and its results can be more congruent, sustainable, logical and beneficial in providing human happiness and easing burden of worldly life. Therefore, in comparing western practice that centralizes worldly life in primer focus by subjugating everything that can serve material progress and capital accumulation as means of production or productive relations, with Islamic economics that takes world only as a temporary place but worthwhile to the extent that it preserves life of the hereafter by subjugating whatever exist as creature means relation of which should be based on Divine consent. Therefore wielding new methods and approaches within Islamic tradition and virtue, social

*Sorumlu Yazar (Corresponding Author): Ahmet EFE

Ahmet EFE; CISA, İç Denetçi Ankara Kalkınma Ajansı, 1322 cadde no 11
Çankaya Ankara Tel: +90 (03123100300), Fax: +90 03123093407 E-mail:
aefe@anarakara.org.tr

Geliş (Received) : 11.04.2017

Kabul (Accepted) : 29.06.2017

Basım (Published) : 30.06.2017

entrepreneurship can produce more positive and sustainable results in comparison with a secular and materialistically rent seeking backed and positivistic approach.

Key words: Islamic Economics, social policy, social entrepreneurship, public management

Giriş

Bir sosyal bilim olarak ekonomi, insanların ve toplumların sahip oldukları sınırlı kaynaklarıyla onların sürekli gelişen sınırsız ihtiyaçlarını karşılama bilimi veya ekonomik tercihleri analiz ederek belirli teori ve kavramlar ışığında değerlendirmek olarak tanımlanabilmektedir. İnsan ihtiyaçları ve tercihleri kuşkusuz insanın etkisi altında bulunduğu toplumsal değerler ve kurumsal uygulamalara göre değişkenlik gösterebilmekte ve ekonomik tercihlerin piyasaya yansıtılmasında davranışların arkasında bilinç düzeyi, algılar, inanışlar ve kültürel değerler kadar kurumsal politika ve uygulamalar da etkili olmaktadır. Bu nedenle ekonomik tercihleri ve işçi-işveren ilişkilerini salt açıdan ekonomik fayda veya objektif kullanım/değişim değerleri yaklaşımı ile açıklayabilmek tek başına olanaklı değildir. Çünkü iktisat pozitif olduğu kadar normatif ve objektif olduğu kadar sübjektif parametrelerin de dikkate alınarak değerlendirildiği bir bilim dalıdır. Sosyal girişimcilik ise hem ekonomik, hem sosyolojik ve hem de dini öğeleri içerisinde barındırabilen yeni bir bilgi alanıdır. İslam dini ise sosyal hayatla ve ekonomik alanla ilgili pek çok düzenlemede bulunması nedeniyle bu bağlamda incelenmesi olanaklıdır.

İslam, Arapça kökeninde “*salema*” kelimesinden türemiştir ki manası barış, saflık, itaat ve dâhil olma anlamlarını taşımaktadır. Dini tabirle İslam, Allah’ın iradesine teslim olma ve onun kanunlarına itaat etmeyi ifade etmektedir. Yaklaşık olarak çoğunluğu Müslüman olan 57 ülke mevcut olup toplamda Müslüman sayısı ise Dünya nüfusunun dörtte birini oluşturmaktadır (Ahmad, 2011, s. 589).

Müslüman ülkelerdeki ekonomi ve kamu yönetimi ilgili kurumsal düzenlemeler, politika paketleri ve yaklaşımlar daha çok modern ekonomi ve yeni kamu yönetimi anlayışından etkilenmektedir. Sosyal girişimcilik de bunlardan birisidir. Bu anlayış daha çok sosyal alanlarda da kapitalist uygulamalar gerçekleştirerek kapitalizmin insani boyutunu ortaya koymak gibi bir amaç taşımaktadır. Kapitalist ülkelerde bu alandaki politika ve teşvikler daha çok kamusal hizmet alanına girebilen ancak bütçe yükü nedeniyle gönüllü girişimciler tarafından yaptırılması yeğlenen uygulamalar olarak göze çarpmaktadır. Allah rızası ve karşılıksız bir şekilde maddi olanakların seferber edilmesi kapitalist ve maddeci bir yaklaşımla açıklanabilmesi olanaklı değildir. Belki görünürde insancıl ancak gerçekte bir takım maddi güdülerin işletilerek bazı sonuçların elde edilebildiği söylenebilir. Ancak Müslüman ülkelerin diğer alanlarda olduğu gibi sosyal girişimciliği de doğrudan batılı uygulamalardan ve en iyi uygulama çerçevelerinden almaya çalışması doğru bir yaklaşım değildir. Çünkü buna benzer yöntemler genelleştirilene ulaşılmaması sağlanamamaktadır. Tarihsel, dini ve kültürel öğelerle birlikte harmanlanması ve alt yapısının buna göre kurgulanması durumunda sosyal girişimcilikten beklenen yararlar sürdürülebilir bir şekilde elde edilebilecektir.

FETÖ gibi yapılanmalarda olduğu gibi sosyal girişimcilik olarak nitelendirilebilecek pek çok yapılanmanın zamanla topluma zarar verebilecek bir ejderha haline gelebildiği görülmüştür. Bu da tarihsel ve kültürel öğelerden yoksun olarak batı modeli bir örgütsel teşebbüsün ekonomi, finans, eğitim, bürokrasi ve siyasi yelpazelere sahip olmasının hegemon güçler tarafından suiistimal edilebilmeyi ve bu şekildeki kurguların masumane bir sunum ile gelişmekte olan ülkelerin bağımsız davranmalarını engelleyecek bir pranga şeklinde kullanılabilmesine olanak tanıyabilmesinden kaynaklanmaktadır. Bunun özünde ise maddi teşekküller, sermaye birikimi, örgütlenme ve lobicilik ile ulvi hislerin ve dini duyguların maddi çıkarlar için kullanılması ve küresel kötülüklerin emelleri için planlı ve sistematik bir şekilde seferber edilmek söz konusudur. Cemaat yapıları aynı zamanda birer sosyal girişimcilik örneği olarak gösterilebilirlerken FETÖ ile meydana getirilen tahrip bu tarz yapıların aslında bir sosyal girişimcilik olmadığı masumane bir toplumsal hareket sayılmadığı halde kirletilen cemaat ismi ve sivil alanda gerçekten toplumsal yarar için çalışan cemaat tarzı yapılara karşı potansiyel bir tehdit varsayımının yaygınlaşmasına yol açabilmektedir. Bu durum sivil toplum ve sosyal girişimciliğin gelişmesini engelleyici bir faktör olarak değerlendirilebilir.

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

İnsanlık tarihi yüz yıllardır sosyal girişimcilik örneklerine tanıklık etmiştir. Toplumsal fayda ya da sosyal fayda amaçlı yüz binlerce organizasyon kurmuşlar ve faaliyetler gerçekleştirmişlerdir. Teorik olarak “sosyal girişimcilik” olarak ifade edilememiş olsa da aslında bu faaliyetler veya organizasyonlar birer sosyal girişimcilik örneğidir. Nasıl ki insanların ekonomik ihtiyaçlarını karşılamak üzere çeşitli kâr amaçlı işletmeler kuruluyorsa, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak için de sosyal organizasyonlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sosyal ve psikolojik ihtiyaçlar elbette kâr amacı güden işletmeler tarafından da karşılanabilir. Ancak, bazı insanlar sırf sosyal fayda temin etmek için kâr amacı gütmeyen çeşitli organizasyonlar oluşturmaktadırlar. Okullar, çeşmeler, vakıflar, sivil toplum kuruluşları, öğrenci kulüpleri, dernekler veya platformlar hep bu amaçlarla kurulmuştur. Bunları kuran kişiler sosyal girişimcilerdir. Bu kişilerin temel özellikleri, geniş bir sosyal vizyona sahip olmaları, finansal açıdan yeterli olmaları, ihtiyaç odaklı düşünceleri ve sosyal değişimi destekliyor olmalarıdır (Özdevecioğlu & Cingöz, 2009, s. 92).

Öncelikle İslam’ın gereklerinin doğru bir şekilde anlaşılması ve bunların tarihsel düzlemde nasıl uygulanmış olduğunun ortaya konulması gerekir. Ancak tarihsellik ve İslami gelenekten kopuk bir şekilde batı ile entegrasyona girerken batılı ülkelerin uygulamalarına hayran olarak kendi geçmişini sorgulamadan benimsemeye çalışmak doğru bir yaklaşım değildir. Doğru olan kendi tarihsel, toplumsal ve ekonomik koşullarına uygun bir şekilde geçmişte uygulanabilmiş olan başarılı kurumsal ve ilkesel deneyimleri mevcut zamandaki ihtiyaçlar ve kaynaklar çerçevesinde en iyi bir şekilde adapte etmeye çalışmaktır. Vakıf müessesesi başta Osmanlı olmak üzere pek çok İslam ülkesinde geçmişte yaygın bir şekilde uygulanmış ve sosyal girişimciliğin nasıl başarılı bir şekilde toplumun tüm katmanlarını içerecek ve temel sorunları sürdürülebilir bir şekilde öz-düzenleme ve gönüllü bir şekilde sivil toplumun gerçekleştirebilmiş olduğunun en büyük timsali olarak görülmektedir.

1. Metodoloji

Araştırmamızda betimleyici ve ilişki arayıcı mantıksal analiz metotları kullanılmaktadır. Araştırmamızın temel varsayımı, dini düşünce ve kabullerin insanın ekonomik davranışlarını etkilediği ve İslam ekonomisinin de Müslümanların davranışlarının oluşumunda bir parametre olarak değerlendirilebileceği ve dolayısıyla sosyal girişimcilik ile ilgili politika ve uygulamalarda referans alınabileceğidir. Temel iddiamız da İslami ilkelerin ekonomik hayattaki sorunları çözüm sağlayabilecek düzeyde ve özellikle sosyal girişimcilik alt yapısının mevcut olduğudur.

Bu çalışmamızda temel amaç, İslam ekonomisinin sosyal girişimcilik boyutuna dair detaylı bir çalışma yapmak değildir. Zira bu ancak bir kitap çalışmasına konu edilebilecek düzeyde kapsamlı bir analiz ve değerlendirmeyi gerektirmektedir. Buradaki temel amaç, İslam ekonomisinin sosyal girişimcilik ile ilgili temellerinin olabildiğinin ortaya konularak bunların modern iktisadın dayandığı batı tarzından farklılık arz ettiğini göstermektir. Bu nedenle de İslam ekonomisi disiplini üzerinde yaptığımız bu araştırma ile ekonominin istihdam ve sosyal politika boyutuyla literatüre katkıda bulunmak gerektiği düşünülmüştür. Buna göre araştırma sorularımız şu şekilde belirlenmiştir:

1. *İslam ekonomisi sosyal girişimcilik açılarından analiz edilebilir mi?*
2. *Sosyal girişimcilik bir sosyal politika aracı olarak İslam’a uygun bir şekilde kullanılabilir mi?*

Yukarıda belirtilen araştırma sorularına cevap aranırken öncelikle ilgili sorunlar değerlendirilerek araştırma problemi yapılandırılmakta; sosyal girişim ve girişimcilik ile ilgili tanımlamalar farklı yaklaşımlarla birlikte ortaya konulmakta; sosyal girişimciliğin küresel ve ulusal ölçekte sosyal girişim örnekleri kısaca belirtilmekte; İslam’da sosyal politika kapsamında sosyal girişimcilik değerlendirilmekte ve en nihayet Risale-i Nur tefsirindeki hususlar çerçevesinde nasıl bir katkıda bulunulabildiği analiz edilerek araştırma soruları cevaplanmaya çalışılmaktadır.

2. Araştırma Problemi

Temel araştırma varsayımımız sosyal girişimciliğin de ekonomik alanla ilgili olduğu ve sosyal girişimcilerin dini ve kültürel değerler gibi moral motivasyonlarına ve içinde buldukları ekosistemin sağladığı olanaklar ölçüsünde başarılı olabilecekleridir. Ancak sosyal girişimcilik kavram ve uygulama teknikleri açısından batılı ülkelerdeki uygulamalardan esinlenerek Müslüman ülkelere yansıtılmaya çalışıldığı için kurgusal felsefesi, kullanılan yöntemler, moral motivasyonlar ve içinde bulunan ekosistem tarafından beslenmesi gibi noktalarda sorunlu olabileceğidir. İkinci varsayımımız ise sosyal girişimciliğin sosyal sorunları kolaylaştırması toplumsal süreçleri iyileştirmesi ve içtimai konularla ilgili olması nedeniyle devletin sosyal politika alanındaki düzenlemeleri kapsamında da girmektedir. Bunun anlaşılabilmesi için de Müslüman bir ülke olan Türkiye'nin ekonomik ve siyasi gerçeklerinden hareketle İslam ekonomisi çerçevesinde kavramsal ve kuramsal boyutlarıyla birlikte analiz yapılması gerekmektedir. Ancak İslam ekonomisi ile ilgili teori ve pratiğin Müslüman ülkelerde de henüz tam yerleşmemiş olması da başka bir sorunsal olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira ekonomik, idari ve politik kurumlar ile uygulamalar merkez batı ülkelerinden esinlenerek kurgulanmış ve hala bu noktadaki hegemonya kırılabilmiş değildir. Bu konularda pek çok araştırma yapılmıştır. Aşağıda bir kaçından örnek verilmektedir.

Bazı araştırmacılara göre İslam ekonomisi çalışmalarının başarısız olmasının nedeni, modern ekonominin epistemolojik ve sosyo-tarihsel temellerini yani kökündeki meta-ilkeleri başarılı bir şekilde kapatmadan onları İslam'ın normatif pozisyonuna göre dönüştürememesidir. Al-Attas'a göre, bilginin İslamlaştırılması için modern ekonominin kökünde yer alan felsefi temeller İslam'ın metafizik ve değerbilimsel (axiological) çerçevesine göre kritik bir şekilde ayarlanarak yerleştirilebilmesi gerekir (Jha, 2013, s. 171). Müslüman toplumlarda sosyal girişimcilik ve sosyal inovasyon gibi yeni paradigmalardan da doğrudan kabul edilmesi yerine bunların İslami perspektifte ve tarihsel düzlemde toplumsal hayata yansıtılabilmiş olan benzer uygulamaların olup olmadığı ve bunlarla ne derece uyuşabildikleri noktasından değerlendirilmesi gerekir.

Bazı araştırmacılar ise İslam ekonomisi ile ilgili çalışmalarda stratejik vizyon eksikliği sorunu olduğu tespiti yapılmıştır. Buna göre, kuramsallaşma çabalarının metodolojik olarak doğru olmadığı, aslında yapılması gerekenin "İslam ekonomi teorisi" değil, "ekonominin İslami teorisi" olduğu iddia edilmiştir. Bunun için de insanın ekonomik davranışının incelenmesi gerektiğinden İslam ekonomisinin bu sorunu çözebilmesi için öncelikle fizik ve matematik gibi pozitif fenlerden boşanarak biyoloji, sosyoloji, psikoloji ve felsefe gibi insan yaşamını konu edinen bilimlerle evlenmesi gerektiği savunulmuştur (Khan, 2013). Yeni çıkan her paradigmanın aslında İslam içerisinde mevcut olduğu savunularak doğrudan benimsenmesi bir risk teşkil etmektedir. Zamanın ihtiyaçları ve toplumsal gereklilikler çerçevesinde değerlendirilerek İslam'ın temel değerleriyle çatışmayan uygulamaların benimsenmesi olanaklıdır. Ancak benimsenecek yeni değerlerin veya yöntemlerin İslami çerçevede karşılığının olması durumunda bunların da belirlenerek denklem içerisinde konulması gerekir.

Bazı araştırmacılara göre, İslam'ın kendisine has karakteristiği olmasından dolayı modern ekonomi yaklaşımından temelinde ayrıştığı iddiası çerçevesinde yapılan bir araştırma sonucunda "İslâm'ın bütünlüğü nazar-ı itibara alınmadan ve İslâm bütün boyutlarıyla hayata taşınmadan yapılan iktisat çalışmaları, "İslâm kapitalizmi" veya "faizsiz ve zekâtlı kapitalizm" olmaktan öteye geçemeyeceği" sonucuna varılmıştır (Çayıroğlu, 2014). Bu noktada önemli olan illa ki her şeyin İslami bir çerçevede sunulmaya çalışılmasından kaynaklanan problemlerli yaklaşımdır. İslam'ın aşkınlığı ve değerler üstü olarak kabul edilmesi iman gereği olarak normal kabul edilse bile her meselenin İslami modelini bulmaya çalışırken kapitalist düzen içerisinde bazen maddi ve materyalist amaçlara hizmet eden değerler veya paradigmalardan da İslamlaştırılmaya çalışılması anlamına gelebilir.

Günümüzde ekonomik dengeleri olumsuz olarak etkileyen en önemli hususlardan birisi sosyal devlet harcamalarıdır. Sosyal harcamalar için kapitalizmin bir formülü yoktur. Neo-liberalizm ile biçimlenen kapitalist düzen sendika ve sivil toplum gibi baskılar olmasa zayıflar devlet yardımıyla da mahrum bırakılarak doğal seleksiyona tabi tutulacaklardır.

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

Sosyal güvenlik bilinci yerleşmiş, sosyal güvenlik kültürüne sahip toplumlarda beklenen öncelikle yüksek prim ödeme oranıdır. Dolayısıyla sosyal güvenlik ahlakı ile prim tahsilatı arasında doğru orantı vardır. Tam tersi bir durumda yani sosyal güvenlik bilincine sahip olmayan ve sosyal güvenlik ahlakına sahip olmayan toplumlarda (örneğin, sigortasız çalışmanın normal görüldüğü toplumlarda) prim geliri oranı düşük olacaktır. Ne kadar mükemmel bir sosyal güvenlik sistemi geliştirilirse geliştirilsin sosyal güvenlik ahlakına sahip olmayan bir toplumda sistemi düzgün işletmek mümkün değildir. Bu nedenle ekonomik, siyasal, toplumsal, kültürel ve dinsel tüm faktörler kullanılarak sosyal güvenlik ahlakının topluma kazandırılması gerekmektedir (Canbay & Demir, 2013). İktisat, tasarruf gibi değerlerle israfın her alanda önlenmesi pek çok ekonomik ve sosyal sorunların çözülmesine olanak sağlayabilir. Bu bağlamda devlet bütçesi üzerindeki sosyal harcamaların da azalarak kamu mali disiplininin sağlanması olanaklıdır.

Müslüman toplumların geri kalmışlıklarının nedenleri üzerine daha pek çok analiz yapılmıştır. Ancak ekonomik sorunların çözümü için genelde çeşitli politika paketleri ile kurumsal yapılar üzerinde durulurken İslam ekonomisinin çözüm sağlama kabiliyetinin göz ardı edilmesi bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Ekonomik faaliyetler kapsamındaki girişimciliğin eksik veya yetersiz kalması durumunda inovasyon, üretkenlik, rekabetçilik ve dolayısıyla da üretim ve ihracat olumsuz etkilenmektedir. Sosyal alandaki girişimciliğin eksik olması durumunda ise sosyal harcamalar, sosyal politikaların yükünün artması nedeniyle ve kamu maliyesi ve bütçe zorlanmakta ve dolayısıyla devlet borçlanması ve faiz oranları arttığından ekonomik olumsuzluklar meydana gelebilmektedir. Bu noktada kamu mali bütçesi, ekonomik dengeler ve sosyal barış açısından sosyal girişimciliğin bazı sorunları giderebilecek potansiyelde olarak değerlendirilebilir.

Sivil inisiyatifin sosyal alanda sorumluluk almasıyla bu alanda devlete düşen bürokrasi, mali yük ve denetim zafiyeti azalabildiğinden dolayı sürdürülebilir bir şekilde sosyal girişimcilik üzerinden sosyal ve ekonomik sorunların çözümlenebilmesi olanaklı görülmektedir. Ancak Müslüman ülkelerde sosyal girişimcilik ile ilgili uygulamaların İslami gelenek ve İslam ekonomisi gerekleri ile birlikte değerlendirilmeden batılı uygulamaların referans alınması bir araştırma sorunsalı olarak ele alınmaktadır. Batılı değer yargılarının hâkim olduğu ve kapitalist sistem içerisinde kendi dinamikleriyle bir değer ifade edebilen paradigmanın doğru şekilde kendi dini, sosyolojik, ekonomik ve toplumsal gerçekliklerimiz çerçevelerinde uyarlanmaması durumunda sürdürülebilir bir şekilde somut faydalar üretebilmesi olanaklı görülmemektedir. Bu çalışmamızda ekonomik dengeleri olumsuz etkileyen girişimci ekosistemi zafiyetlerini gidermesi beklenen sosyal girişimciliğe İslami perspektifle çözümlenme yapılmaktadır.

3. Sosyal Girişim-Girişimci Tanım ve Yaklaşımları

Günümüzde sosyal girişimler dernek, vakıf, özel şirket, kooperatif veya (Türkiye’de şu anda yasal olarak tanımlanmasa da) sosyal amaçlı şirket olarak faaliyet gösterebiliyorlar. Sosyal girişimciliğin pek çok tanımı yapılabilmektedir. Bu tanımlar arasında referans alınan Koenig’e⁴⁴ göre: “...sosyal girişimler tek bir kategori altında toplanamıyor ve kendilerini çoğu zaman farklı dünyalar arasına sıkışmış buluyorlar (veya bilinçli olarak kendileri bu konumda olmayı tercih ediyorlar): Pazarın gereksinimlerine göre çalışsalar da aslında çoğu zaman pazarın işleyişini değiştirmeyi hedefliyorlar. Bu durum sosyal girişimcileri kurulu düzen ile karşı karşıya getirirse de, dünyamızın karmaşık sorunlarını çözme becerilerinden dolayı var olmaları kritik önem taşıyor”.

Aşağıdaki tablo 1’de literatürdeki farklı tanımlar verilmektedir.

Tablo 1. Muhtelif Sosyal Girişimcilik Tanımları

⁴⁴ Bkz: <http://gundem.milliyet.com.tr/-sosyal-girisimcilik-ve/gundem/ydetay/1729407/default.htm>

Miller (1983)	Bir firmanın, teknolojik yenilik ve ürün-pazar ilişkisine yönelik eylemleri ve yaklaşımları.
Kanter (1985)	Yeni kombinasyonların yaratımı.
Gartner (1985;1989)	Yeni organizasyonların hayata geçirilmesi sırasındaki risk süreci.
Schuler (1986)	Var olan/Hayata geçirilmesi planlanan iş modelleri çerçevesinde yeni ve yaratıcı ürünler/servisler sunma pratiği.
Stevenson ve Jarillo (1990)	Bireylerin, kendi ilgi alanları veya dahil oldukları organizasyonlar çerçevesinde fırsat kollama süreci.
Jones ve Butler (1992)	Şirketlerin fırsatların farkına varma, planlarını yaratıcı bir yöntemle organize etme ve üretim faktörlerini değerlendirerek artı değer yaratma süreci.
Krueger ve Brazeal (1994)	Mevcut kaynaklara bakılmaksızın fırsat peşinde koşma.
Kouriloff (2000)	Yeni bir girişim oluşturma süreci.
Shane ve Venkataraman (2000)	Gelecekte üretilmesi planlanan ürünler için fırsatları, yaratıcılığı ve istismarın kimler tarafından yapıldığını ve ne gibi sonuçlar doğurduğunu keşfetme ve bunları fırsatlara dönüştürme süreci.
Low (2001)	Yeni bir kurum oluşturmak.
Martin ve Osberg (2007)	Sınırları belirlenmiş ve nihai olan sosyal getiriler çerçevesinde fırsat kollama ve değerlendirilen fırsatlar aracılığıyla hedefe ulaşım doğrultusunda artı değer yaratma pratiği.
Di Domenico (2010)	Girişimcilik ruhu ışığında fırsat ve kaynakların farkında olma, kollama ve bu olguları belirlenen sosyal problemlere çözüm sunabilecek sürdürülebilir yeni kaynaklara dönüştürme süreci.

Kaynak: (Okandan & Görgülü, 2012, s. 12)

Görüldüğü gibi, sosyal girişimcilik terminolojisi hızla yaygınlaşsa da bu alan henüz daha kesin tanım ve yaklaşımların oluşması için çok erken bir seviyede olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle yukarıda gösterildiği üzere farklı çalışmalarda farklı sosyal girişim ve girişimci tanımları ile karşılaşmaktadır. Bunların dışında şu şekilde tanımlar da mevcuttur:

“Sosyal girişimcilik yenilikçi bir yaklaşımla yeni girişimler yaratarak ya da var olan organizasyonların yönetilmesi ile sosyal refahı arttırmak için fırsatları keşfederek, tanımlayarak ve kullanarak oluşturulan bir süreci içeren aktivitelerdir.”⁴⁵

“Kâr amacı gütmeyen, özel ya da kamu sektörlerine karşın ya da bunların içinde ortaya çıkan, sosyal değer yaratan, yenilikçi girişimler sosyal girişimlerdir.”⁴⁶

“Sosyal girişimcilik sosyal misyon tutkusunu ile iş disiplinini, yeniliği ve yaygın bağlantıları kombine eder.”⁴⁷

“Sosyal girişimci daha az ayrıcalıklı olanlara sosyal bir fayda sağlamak üzere tüm girişimcilik özelliklerini kullanarak finansal olarak bağımsız, kendine yeten ve sürdürülebilir bir yapı kuran bireydir”.

Abu Saifan tarafından yapılmış olan bu son tanıma göre sosyal girişimcileri diğer girişimcilerden ayıran dört özelliğinden bahsedilir (Abu Saifan, 2012). Sosyal girişimciler;

- Görece olarak daha az hizmet alanlara sosyal fayda sağlamak üzere misyonlarını yerine getirmeye adanmışlardır, (*Misyon odaklılık.*)
- Diğer girişimcilerden farklı olarak sahip olunan özelliklerin kombinasyonu ile *girişimci bir şekilde davranarak* eyleme geçerler, (bu farkı özellikler Tablo 1 'de detaylandırılmıştır)

⁴⁵ Bkz: http://gkd.comu.edu.tr/images/form/dosya/dosya_520210.pdf

⁴⁶ Bkz: http://timreview.ca/sites/default/files/article_PDF/Saifan_TIMReview_February2012_2.pdf

⁴⁷ Bkz: <http://www.ediindia.org/Creed/data%5C%20Pal%20Singh.htm>

- Güçlü bir inovasyon ve şeffaflık kültürüne sahip *girişimciliğe yönelik kurumlarda* çalışmalarını sürdürürler,
- Hak edilmiş-kazanılmış gelir (earned income) stratejilerini planlayan ve uygulayan *finansal olarak bağımsız kurumlarda* faaliyet gösterirler. Amaç finansal olarak kendine yeter bir durumdayken hedeflenen sosyal faydayı oluşturmaktır. Bu amaca; kendine yetmek, bağışlara ve devlet fonlarına olan ihtiyacı, bağılılığı azaltmak ve önerilen sosyal faydanın daha geniş olarak servis edilmesini artırmak üzere kar amaçlı ve sosyal amaçlı aktiviteleri birleştirerek ulaşılabilir.

Aşağıdaki tablo kar odaklı girişimcilerin ve sosyal odaklı girişimcilerin ortak ve farklı özelliklerini özetlemektedir:

Tablo 2. Girişimcilere Özgü Nitelikler

Kar Girişimcilere Özellikler	Odaklı Özgü	İki Tür İçin Ortak Olan Özellikler	Sosyal Girişimcilere Özgü Özellikler
Yüksek başarı gösterir		Yenilikçi	Misyon lideri
Risk alır		Kendini işine adanmış	Duygusal anlamda güçlü
Organize eder		İnsiyatif alan	Değişim öncüsü
Stratejik düşünür		Lider	Düşünce lideri
Değer üretir		Fırsatları takip eden	Sosyal değer üreten
Bütüncül bakış açısına sahip		Israrcı	Sosyal olarak duyarlı
Arabulucu		Adanmış	Yönetici
			Vizyoner
			Oldukça güvenilir

Kaynak: (Abu Saifan, 2012, s. 25)

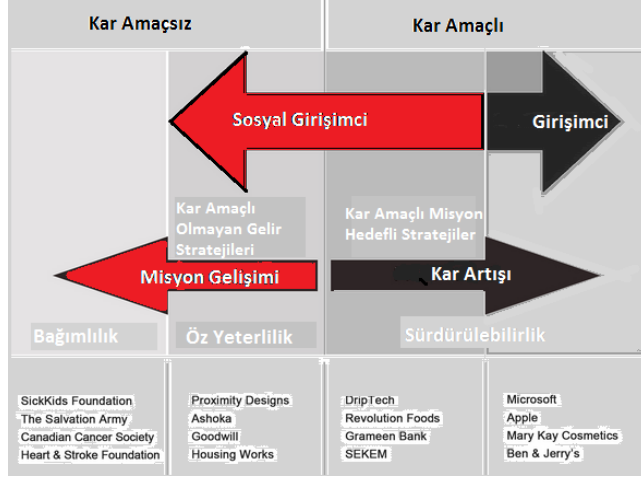
Sosyal girişimciler aşağıda belirtilen iki iş stratejisi kapsamına giren alan ve statülerde faaliyet gösterirler:

1. Kar-Amacı Gütmeyen (Non-profit with earned income strategies):

Kendine yetmek üzere sosyal ve ticari girişim faaliyetlerini birlikte yürüten sosyal girişimlerdir. Bu stratejide sosyal girişimci hem sosyal hem de ticari olan bir kurumu yönetir, elde edilen gelir ve karlar sağlanan sosyal faydanın daha da geliştirilmesi için kullanılır.

2. Misyon Odaklı Kar Amacı Güden (For-profit with mission-driven strategies):

Sürdürülebilirliği sağlamak üzere sosyal ve ticari aktiviteleri birlikte yürüten sosyal amaçlı işlerdir. Bu yaklaşımda, sosyal girişimcinin yönettiği kurum hem sosyal hem de ticari bir kurumdur, finansal olarak bağımsızdır ve ayrıca kurumun kurucuları ve yatırımcıları elde edilen kazançtan pay edebilirler.



Şekil 1. Sosyal Girişimlerin Sınırlarını Gösteren Girişimcilik Spectrumu⁴⁸

Kaynak: (Abu Saifan, 2012, s. 26)

Uzun yıllar sosyal girişimcilik alanında çalışmalar yapan IE Business School Profesörü Rachida Justo'ya göre toplumsal sorunlar giderek artıyor ve karmaşıklaşıyor. Gelişmekte olan ülkelerde, sorunlar eğitim, sağlık, yolsuzluk ve su gibi doğal kaynak azlığı ekseninde artıyor. Gelişmiş ülkelerde ise, çevre sorunları, zihni ve ruhsal sağlık, obezite, toplumsal yalnızlık gibi konular ön plana çıkıyor. Devletler veya çok uluslu şirketler sorunlar karşısında yetersiz kaldığı için, sosyal girişimciliğe olan ihtiyaç da giderek büyüyor. Dünyanın en başarılı sosyal girişimcilik örneklerine ABD, İngiltere ve AB ülkelerinde rastlanmaktadır. Oysa gelişmekte olan ülkelerin sosyal girişimlere daha fazla ihtiyacı olduğu belirtilmektedir.



Şekil 1. Kamu, Özel ve Sivil Toplum Sektörlerinin Kesişiminde Sosyal Girişimcilik Gösterimi

Kaynak: (Wolk, 2008, s. 164)

⁴⁸ Bkz: <http://www.myfikirlar.org/sosyal-girisimcilik-projeleri.html>

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

Andrew M. Wolk tarafından yapılan çalışmadan alınan yukarıdaki şekilden anlaşıldığı gibi, sosyal girişimcilik kamu, özel ve sivil toplumun kesişiminde meydana gelmektedir. Hem bir kamusal amaç mevcut olmalı, hem gönüllü kimselerin manevi amaçlarını gerçekleştirmek için çabaları olmalı hem de çarkı döndürmek için bir takım gelir getirici veya destek sağlayıcı piyasa mekanizmalarından da beslenebilmelidir.

Kuşkusuz sosyal girişimciler sosyal bir alanda bir takım sorumluluklar alarak bazı sosyal sorunların çözümlenmesine veya azaltılmasında katkıda bulunmaktadır. Bu alanda alınan sorumluluklar sosyal devlet harcamalarında kamu bütçesinin yükünü hafifletici etki doğurabilmektedir. SA 8000 adı altında geliştirilmiş olan “sosyal sorumluluk standardı” ise firmalara bazı başlıklar altında sosyal sorumluluk duygusuyla hareket ederek bir takım masraflara katlanmaları ve ilgili başlıklarda meydana gelen sorunları çözmeye çalışmaları noktasında yetkinlik belgesi vermektedir. Gün geçtikçe büyüyen sosyal sorumluluk yatırım fonlarının SA 8000 Sosyal Sorumluluk Standardına işletmelerin ilgi göstermesinde etkili olduğu söylenebilir. ABD’deki yatırımların %10’u bu fona aktarılmakta ve sosyal sorumluluk kapsamında değerlendirilebilecek faaliyet yürüten şirketlere destek olmak için kullanılmaktadır. Söz konusu yatırım fonlarıyla tütün, silah vb. üreticilerine yatırım yapmayarak cezalandırmakta, ellerindeki fonları, işgörenlerine ve çevreye duyarlı firmalara yönlendirerek onları ödüllendirmektedirler. Bu fonlardan yararlanmak isteyen işletmelerin sosyal sorumluluklarını yerine getirip, getirmediklerinin denetlenmesi ayrı bir önem taşımaktadır. Türkiye’de anılan standardı alan sadece altı firma bulunmaktadır (Budak, 2015, s. 28).

3. Sosyal Girişimcilik Örnekleri

Sosyal girişimcilik henüz literatürde kendine yer bulmaya çalışan bir alan olduğu için bu alanı meşrulaştırmak üzere karmaşık sosyal problemleri çözen bireylerin (girişimcilerin) başarı hikâyeleri kullanılmaktadır. Örneğin, 2004 yılında Stanford üniversitesi “*Entrepreneurial Design for Extreme Affordability*” kursunun bir parçası olarak sosyal ve çevresel problemlerin çözümünde girişimcilik prensiplerinin kullanılmasını teşvik eden “*Social e-lab*” programını başlatmıştır. Bu program sayesinde birçok başarılı sosyal girişim örneği ortaya çıkmıştır, bunlardan bazıları “[DripTech](#)”⁴⁹, “[Sağlıklı Çocukları Koruyalım](#)”⁵⁰ ve “[Kucaklayalım](#)”⁵¹dir.

Driptech küçük ölçekli çiftçilerin ihtiyacı için tasarlanmış uygun fiyatlı, yüksek kaliteli sulama sistemleri üretir. Firma ürünlerini yerel kamu kurumları, şirket partnerleri ve STK lar aracılığı ile Hindistan ve Çin’de dağıtmaktadır.

Embrace Stanford üniversitesinde bir sınıf projesi olarak “*Yenidoğan hipotermisi*” sorununun çözümü için var olan yaklaşımların kullandığı ürünlerden %1 daha az maliyetli bir ürün tasarlama görevi sonucunda ortaya çıkmış bir girişimdir. Tasarımlarının başarılı olmasının ardından ürünlerinin devamı ve ihtiyacı olan bölgelere dağıtımı için fon bularak hayatını sürdürmüştür. 2008’de kar amacı gütmeyen bir yapıda kurulan girişim, 2012’de bu yapıdan ayrılarak kar odaklı sosyal girişim olarak “*Embrace Innovations*” adını almıştır.

2000 yılında kurulan Projecthealthychildren hükümetlere ve endüstrilere ülke ve pazar bazında “zorunlu gıda güçlendirme programları” tasarımları ve uygulamaları konusunda yardım hizmeti sağlayan küçük bir kar amacı gütmeyen organizasyondur. (güçlendirilmiş gıda: Orijinalinde içinde olmayan ancak, önemli besin elementlerinin eklenmesiyle elde edilen besin değeri güçlendirilmiş gıdalar.) Gıda güçlendirme işleminin harcanan her 1 \$ için 9 \$’lık bir fayda sağladığı tahmin edilmektedir.

⁴⁹ Bkz: <http://www.driptech.com/>

⁵⁰ Bkz: <http://www.projecthealthychildren.org/>

⁵¹ Bkz: <http://embraceglobal.org/>

3.1. Muhammed Yunus Örneği

Tarihsel gelişim süreci ikinci Dünya Savaşı'na dek uzanan sosyal girişimcilik kavramının uygulama boyutu Muhammet Yunus ile 1970'li yıllarda daha fazla önem kazanmıştır. 1974 yılında gerçekleştirdiği eylemi ve düşüncesiyle ekonomik, ideolojik ve siyasal önyargıları hiçe sayarak kendi projelerini kabul ettirmeyi başaran Muhammed Yunus'un uygulamaya taşıdığı 'Sosyal girişimcilik' kavramı, O'na bu alanda 2006 Yılı Nobel Barış Ödülü'nü getirmiştir. Mikro-kredi sisteminin gelişmesini sağlayan Harvard mezunu Yunus, Bangladeş'te 1976 yılında fakirler için tamamen sosyal bir amaç için kurduğu bankayı, inovasyon ve kararlılıkla dünyanın 81 ülkesinde faaliyet gösterir bir hale getirdi⁵².

2006 yılında Nobel Barış Ödülü (nobelprize) alan Muhammed Yunus'un sosyal inovasyonun başarısı ne kendisinin İktisat Profesörü olmasına ve ne de yerel yönetimler tarafından desteklenmesine bağlı olarak değerlendirilmelidir. Onun en büyük eseri olarak görünen Grameen Bank vasıtasıyla yaratılan inovatif mikro kredi olanaklarının muhatabı, toplumsal ölçekte en altta yer alan kesimlerden başkası değildir. Burada hemen şunu not etmek gereklidir ki, Muhammed Yunus'un yoksul kesimlerle ilgili uzunca süreler devam eden çalışma ve gözlemleri, bu tür bir inovasyon gerçekleştirmesine sonuç vermiştir (Koç, 2010, s. 206).

3.2. Kamu için Ashoka Yenilikçileri

Sosyal girişimcilik kavramının kurumsallaşmasında ise 1980 yılında William Drayton tarafından kurulan ASHOKA'nın önemli bir payı olmuştur. Kuruluş amacı sosyal girişimciliği desteklemek ve bir sektör olarak algılanmasını sağlayarak bu sektörü destekleyen mekanizmaları oluşturmaya çalışmak olan ASHOKA, sosyal değişimin toplumların içinden doğduğu anlayışına vurgu yaptı. Böylece, kuruluş, toplum içindeki her bireyin bir 'değişim oluşturucusu' (changemaker) olma potansiyeline sahip olduğu fikrini benimsemiş ve sosyal girişimcilerin her birini, toplum için diğerlerine kendilerinin de değişim oluşturabileceklerini gösteren bir rol modeli olarak kabul etmiş.

3.3. Sosyal Girişimcilik için Şıvap Kuruluşu

Ashoka gibi faaliyet gösteren dünyanın çeşitli bölge ve ülkelerindeki sosyal sorunları çözmeye adanmış girişimcileri desteklemeyi, onlara gerekli fonları sağlamayı amaçlayan ve sosyal girişimcilik literatüründe sıklıkla referans gösterilen, olgunlaşmış diğer sosyal girişim yapılarından bazıları ise, dünya barışı ve refahı için büyük ölçekli değişimler için gerekli yatırım ve bağlantıları sağlamak üzere kurulmuş "[The Skoll Foundation](#)"⁵³ ve sürdürülebilir sosyal girişimcilik için lider modeller oluşturup dünyaya yaygınlaştırmak üzere kurulan "[Schwab Foundation for Social Entrepreneurship](#)"⁵⁴ dir.

⁵² <https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-en-paper-the-rise-and-fall-of-muhammad-yunus-and-the-microcredit-model-jan-2014.pdf>

⁵³ <http://www.skollfoundation.org/>

⁵⁴ <http://www.schwabfound.org/>

3.4. Pratham

Hindistan'dan Madhav Chavan'ın liderlik ettiği Pratham, her çocuğun okula gitmesini, yeterli gıdayla beslenmesini ve gerekli eğitimi almasını amaçlayan bir sosyal girişim örneği olarak bilinmektedir. En önemli ve ayırıştırıcı özelliği ise çok az kaynakla büyük başarılar elde edilebildiğinin bir göstergesi olması noktasındadır. Kentsel ve kırsal alanlarda faaliyet gösteren Pratham, düşük maliyetli çözümleri hayata geçirmek için gönüllüleri harekete geçirmek ve bu sayede devlet politikalarının daha verimli uygulanmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Özellikle köylerde ve düşük gelirli kırsal kesimlerde okul öncesi eğitim düzenleyerek okuma yazmanın yaygınlaştırılmasında katkıda bulunmaya çalışmaktadır. Sonuca dayalı bir politika geliştiren Pratham, "Read India" adlı programıyla 1 milyonu aşkın gönüllüyü ve öğretmenin eğitilmesini sağlayarak 34 milyon çocuğa temel eğitimin ulaştırılmasında çok kritik rol üstlenmiştir. Dünya'da okuma yazma bilmeyen nüfusun %40'ının Hindistan'da olduğu düşünüldüğünde, Pratham'ın bir sosyal girişimcilik örneği olarak eğitim alanında en büyük başarı örnekleri içerisinde gösterilmektedir. Okuma yazma bilmemenin diğer ekonomik ve sosyal negatif sonuçları beraberinde getirdiğine inanan Pratham, topluluklarla, ailelerle ve kamu kuruluşlarıyla çalışarak eğitim programları sağlamayı, eğitim standartları oluşturmayı, eğitim reformlarını savunmayı ve yenilikçi programları test etmeyi amaçlayan bir yapı haline gelmiştir. Hindistan'da 28 eyaletten 21'inde faaliyet gösteren Pratham, 2008-2010 yılları arasında Punjab eyaletindeki devlet okulu öğretmenlerinin %89'una eğitim sağlamıştır. Pratham ayrıca her sene 25,000 gönüllünün yardımıyla 700,000 haneyle görüşerek eğitim alanında dünyanın en kapsamlı anketlerinden birini hazırlamıştır (Singh, 2016).

4. Türkiye'de Sosyal Girişimcilik ve Örnekleri

Sosyal girişimcilik kavramı kapsamına girebilecek faaliyet ve projeler sadece sivil toplum ve kar amaçlı kuruluşlar tarafından değil aynı zamanda devlet kurumları ve özellikle yerel yönetimler tarafından uygulanmaktadır. Özellikle 5393 sayılı Belediyeler Kanununda; "İmar, su ve kanalizasyon, ulaşım gibi kentsel alt yapı; coğrafi ve kent bilgi sistemleri; çevre ve çevre sağlığı, temizlik ve katı atık; zabıta, itfaiye, acil yardım, kurtarma ve ambulans; şehir içi trafik; defin ve mezarlıklar; ağaçlandırma, park ve yeşil alanlar; konut; kültür ve sanat, turizm ve tanıtım, gençlik ve spor; sosyal hizmet ve yardım, nikâh, meslek ve beceri kazandırma; ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi hizmetlerini yapar veya yaptırır" şeklinde bir hüküm olmasından dolayı belediyeler tarafından sosyal sorumluluk kapsamında değerlendirilebilecek çok çeşitli etkinlikler düzenlenmekte ve projeler uygulanmaktadır. Bu kapsamındaki projelerin pek çoğu 5449 sayılı Yasa ile kurulan kalkınma ajansları tarafından da desteklenmektedir.

Günümüzde sosyal girişimler İngiltere, ABD, Belçika gibi pek çok ülkede ayrı statülerde yer alarak ticari işletmelerin yükümlülüklerine göre bazı avantajlar elde etmektedirler. Türkiye'de sosyal girişimler özel bir tüzel kişiliğe sahip olamamaktadır. Vakıf dernek kooperatif ya da şirket olarak kurulan sosyal girişimler kar amacı güden bir şirket gibi kazançları açısından Kurumlar Vergisine, çalıştırdıkları kişiler ve gayrimenkulleri açısından Gelir Vergisine, satın aldıkları ve sattıkları mal ve hizmetlerden dolayı Katma Değer Vergisi'ne tabidirler. Aşağıdaki örnekler Türkiye'deki sosyal girişimcilik örneklerinden bir kaçıdır. Bu alanda çalışmalar devam etmekle birlikte kamu oyu duyarlılığı ve farkındalık açısından henüz istenilen düzeyde ilgi oluşmadığı ifade edilebilir. Aşağıdaki örneklerden de görüleceği üzere, bunların hepsinin batıdaki uygulama modelleri ve en iyi uygulama şekillerine göre veya onlardan esinlenerek oluşturulan sivil yapılar olduğu söylenebilir.

4.1. AKUT (Arama Kurtarma Derneği)

17 Ağustos 1999 depreminde tüm Türkiye'nin tanıdığı ve büyük bir sevgi duyduğu AKUT⁵⁵, sadece 2013'te 247 operasyonda, 293 kişinin hayatını kurtarmış. Dünyada çözüm bekleyen pek çok sorunun sosyal girişimlerle çözülebileceğinin en güzel örneklerinden olan AKUT, kurumsal iş sürekliliği planları yaparak elde ettiği gelirlerle, arama kurtarma çalışmalarını finanse edebilmektedir. AKUT kurucu başkanının FETÖ

⁵⁵ <http://www.akut.org.tr/>

soruşturması kapsamında gözaltına alınmasının sosyal girişimcilik faaliyetlerini olumsuz etkileyip etkilemeyeceği zamanla anlaşılacaktır.

4.2. Tarımsal Pazarlama

Tarımsal Pazarlama⁵⁶ yaptığı projelerde, teknolojinin kullanımını yaygınlaştırarak ve teknolojinin imkânlarını kullanarak, kırsal alanda yaşayan ve tarımsal üretimle uğraşanların bilgi ihtiyaçlarını giderek verimliliklerini ve karlılıklarını arttırmayı, buna bağlı olarak yaşam kalitelerini yükseltmeyi amaçlayan bir sosyal girişimdir. 1 milyon civarı çiftçiye ücretsiz hizmet veren tarımsal pazarlama platformunun üye sayısı 250 bin civarındadır.

4.3. Sosyal İnovasyon Merkezi

Sosyal İnovasyon Merkezi (SİM)⁵⁷ karşılanmamış toplumsal sorunlara yenilikçi çözümler üreten bir sosyal girişimdir. Geliştirdiği, uyguladığı veya desteklediği yenilikçi fikir ve projeler ile insan, toplum ve gezegene yönelik sürdürülebilir bir yaşam için katkı vermektedir. Sosyal inovasyon merkezi adı altında pek çok üniversite ve sivil toplum kuruluşu tarafından çeşitli uygulamalar, platformlar ve araştırma üniteleri kurulmaktadır. Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi tarafından 2016 yılında kurulan Sosyal İnovasyon Merkezi için Resmi Gazetede bir yönetmelik⁵⁸ bile yayımlanmıştır. Anılan yönetmelikte merkezin amaçları şu şekilde belirtilmektedir:

- a) Sosyal inovasyon alanında disiplinlerarası araştırma, uygulama ve politika geliştirme çalışmaları için ortak bir platform oluşturmak,
- b) Sosyal sorunlara yenilikçi çözüm önerileri sunmak,
- c) İnovasyon, değişim ve dönüşüm alanlarında somut toplumsal çıktısı olan akademik araştırma odaklı projeler üretmek,
- ç) Bölgesel kalkınmaya yönelik ekonomik, sosyal ve çevresel alanlarda disiplinlerarası araştırmalar yapmak ve bölgesel kalkınma alanında uzmanlaşmış kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapmak,
- d) Sosyal inovasyon alanında bölgesel, ulusal ve uluslararası ilgili kurumlarla işbirliği yapmak, işlevsel bir paydaş ağı kurmak ve sosyal inovasyon konusunda sürdürülebilir bir arayüz işlevi görmek,
- e) Ankara'nın ve Türkiye'nin zengin sosyal birikim ve kültürel varlığını geliştirmeye, bireylere eşit ve kaliteli yaşam sunulmasına ve sosyal uyumun güçlendirilmesine katkı sunmak.

4.4. Karanlıkta Diyalog

“Karanlıkta Diyalog ile 1,5 saat boyunca zifiri karanlık bir ortam sizleri bekliyor. Parkta dolaşmak, bir caddede karşıdan karşıya geçmek, vapura binmek gibi gün içerisinde rutin olarak gerçekleştirdiğimiz aktiviteleri karanlıkta yapmaya ne dersiniz?”

⁵⁶ <http://www.tarimsalpazarlama.com/>

⁵⁷ www.sosyalinovasyonmerkezi.com.tr

⁵⁸ <http://resmigazetem.com/ankara-sosyal-bilimler-universitesi-sosyal-inovasyon-uygulama-ve-arastirma-merkezi-yonetmeligi-04-12-2016/>

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

Görme engelli rehberler eşliğinde yapılan bu 1,5 saatlik tur ile şehirlerimizin engelli yurttaşlarımıza ne kadar uyumsuz olduğunu ve ne kadar zor koşullarda yaşadıklarını çok daha iyi anlayacaksınız. 8 kişilik gruplar halinde yapılan 1,5 saatlik turun bedeli tam 25 TL, öğrenci ise 17 TL. Bilet satışıyla giderlerini karşılayan Karanlıkta Diyalog başarılı bir sosyal girişim örneğidir⁵⁹.

4.5. Sosyal Sorumluluk Platformu (SSP)

Ankara Kalkınma Ajansı tarafından organize edilen Sosyal Sorumluluk Platformu (SSP)⁶⁰ sosyal sorumluluk projelerine kaynak ayıran/ayırma potansiyeli olan ve doğru proje ortağını arayan şirketler/kamu kurumları/bireysel bağışçılar ile faaliyet gösterdikleri alanlarda uzmanlığa sahip ve faaliyetlerine destek arayan sivil toplum kuruluşları arasındaki iletişimi kolaylaştırmayı ve böylece sosyal sermayeyi güçlendirmeyi amaçlayan yeni ve güçlü bir etkileşim platformudur. Aşağıdaki hedef gruplar ve alanlar üzerinde çalışan sivil toplum kuruluşları ve bunlara sponsor olmak isteyen özel sektör işletmeleri, kamu kurumları ve bireysel bağışçılar platform davet edilerek sponsor ve/veya gönüllü çalışan olarak sosyal sorumluluk almaları sağlanmaktadır:

- Terör Mağdurları
- Gaziler ve Şehit Yakınları
- Engelliler / Hastalar ve Aileleri
- Kadınlar
- Çocuklar / Gençler
- Yaşlılar
- Göçle Gelenler
- İşsizler
- Yoksullar
- Kırsal ve Kentsel Gelişim
- Çevre

Yukarıda bahsedilen konularda hazırlanmış bulunan 20 projeden sadece 6 tanesine sponsor bulunmuşken diğer projeler için henüz bir sponsorluk ve/veya gönüllü çalışma noktasında katkıda bulunabilecek sosyal girişimciler bulunamamıştır.

4.6. Yolyola

Yolyola⁶¹ ile aynı yönde seyahat eden kişiler, birden çok araba ile seyahat etmek yerine arabalarını paylaşıyor. Bu sayede özellikle İstanbul gibi yoğun trafikli şehirlerde daha az araç trafiğe çıkıyor. Hem trafik rahatlıyor, hem doğa daha az kirleniyor, hem de seyahat edenler daha ekonomik bir alternatif

⁵⁹ <http://dialogistanbul.com/anasayfa>

⁶⁰ <http://www.sosyalsorumluluk.org.tr/ankara/>

⁶¹ <http://www.yolyola.com/>

kavuşuyor. Yolyola, bir sosyal girişim ile pek çok soruna çözüm üretmenin mümkün olduğunu gösteren örnek bir sosyal girişimdir. Benzer bir uygulama geniş ve büyük araçlar için Yolo⁶² adı altında kurulmuştur.

4.7. Diğerleri

Yukarıda sayılan araçlar dışına aşağıdaki uygulamalar da yaygın olmamakla birlikte mevcuttur.

- [Sen-De-Gel](#)
- [Gençtur](#)
- [Zumbara](#)
- [Buğday Derneği](#)
- [Eşya Kütüphanesi](#)
- [Askıda Ne Var?](#)
- [Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı](#)
- [Karanlıkta Diyalog](#)
- [Hayat Sende Gençlik Akademisi Derneği](#)

Okandan ve Görgülü (2012) tarafından yapılan bir araştırmada bazı sosyal girişimcilik örnekleri analiz edilerek bunların değerleri, işbirlikleri, özel sektör desteği alıp almadıkları ve ortan yönleri açısından değerlendirmeler yapılmıştır. Aşağıdaki tablodan görüldüğü üzere, bahsi geçen özellikle açısından pek çok farklılıklar olduğu söylenebilmektedir.

⁶² <http://www.yolo.com.tr/>

Tablo 3. Sosyal Girişimciliklerden Örnek İncelemeler

Kurum	Değer	İşbirlikleri	Özel sektör desteği	Ortak değerler
AYDER	Engelsiz bir toplum yaratma hedefi	UNDP-DPT, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Babylon, Ghetto, OTTO-Santral, Beyoğlu Sanat Galerisi, Mikado Consulting.	Coca-Cola, Vodafone.	- Enerji. - Adanmışlık. - Tutku. - 25-30 yıllık bilgi birikimi.
Buğday	Doğa ile uyumlu yaşamı desteklemek, Know-how paylaşımı	GENÇTUR, NTV, ATV, Airport Outlet Center, Yerel yönetimler.	-	- Sosyal ağlar. (Ashoka üyeliği) - Dominant ve güçlü kişilik. - Sosyal girişimin geleceği için kâr etme zorunluluğu. (virtuous-vicious cycle)
Çöp(m)adam	İnovasyon, kadın iş gücünün piyasaya katılımını desteklemek	KEDV, KAMER.	Unilever.	- Yaşayarak öğrenme.
GENÇTUR	Gençlere yönelik güvenilir hizmet anlayışı sunmak	Buğday, Akademi, Birleşmiş Milletler.	-	- Alternatif çözüm yolları üretme yetisi.
KEDV	Dar gelirli kadınların yaşam standartlarını ve işgücü potansiyelini arttırmak.	ŞHÇEK, Çöp(m)adam, Kadının Sorunları ve Statüsü Genel Müdürlüğü, Millî Eğitim Bakanlığı, Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları.	Citibank, Ideefixe, Microsoft.	- Rapor yazma ve fon arama becerisi.

Kaynak: (Okandan & Görgülü, 2012, s. 20)

Kırılmaz (2013) tarafından sosyal girişimcilik ekosistemi analizi kapsamında Türkiye’de vakıf ve derneklerin finansal gelir kaynakları incelendiğinde daha çok bağışlar, sübvansiyonlar ve gelir getirici faaliyetlere dayanarak ayakta kalmaya çalıştıkları anlaşılmaktadır.

5. İslam’da Sosyal Politika ve Sosyal Girişimcilik

Sosyal politika alanına giren emeklilik, sağlık sigortası, istihdam hakkı, işçi hakları, sigorta ve iş güvenliği gibi temel hususlar günümüzde pek çok gelişmiş ülkenin bile içinden çıkamadığı veya bütçe yönünden ciddi zorluklarla karşılaştığı bir alan haline gelmiştir. Özellikle yaşlıların bakımı gelişmiş ülkelerde en sorunlu olan alanlardan birisidir. Ayrıca son zamanlarda en büyük sorun haline gelen mülteci sorunu gibi sosyal sorunlar sosyal politika alanını da aşarak farklı boyutlara ulaşmıştır. Türkiye tarafından 15 Milyar dolar civarında olduğu söylenen Suriye mültecilerine yapılan harcamalar kamu maliyesini ve ekonomik istikrarı zor duruma sokmuştur. FETÖ ve PKK gibi terör örgütlerinin sistemi bozmak, anarşi ve kaos oluşturma çabaları da sosyal alandaki belirsizlik, endişe ve başarısızlık beklentilerini arttırmıştır. Suriye’de meydana gelen insanlık suçları ve kısa dönemde çözümsüzlük beklentisi Türkiye’de ekonomik ve sosyal ilişkilerin sınırlarını zorlamaya başlamıştır. Vatandaşların sabretmeye devam etmesi, fedakârca paylaşması ve kışkırtmalara karşı sağduyulu davranması sosyal girişimcilikte de öncü olabilecekleri anlamına gelmektedir.

İslami perspektifle sosyal alandaki sorunların büyük bir kısmı Müslümanlar tarafından gönüllü bir şekilde sürdürülebilir bir uygulama biçimine dönüştürülerek çözümlenebilir. Hatta sosyal girişimcilik gibi modern paradigmalara da gerek olmadan klasik ve geleneksel uygulamaların canlandırılması, Müslümanların bilinçlendirilmesi ve Allah rızası için gayrete gelerek faaliyetlerde karşılıksız çalışma yoluyla pek çok sosyal sorun giderilebilir. Ancak bunun için gerekli idari, hukuki ve kurumsal alt yapının oluşturularak bu alanda meydana gelen suiistimalleri önleyerek güven ortamının tesis edilmesi gerekmektedir.

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

Günümüzde 'sosyal devlet' iddiasında olan her devlet, kendi kendine yeterli olamayan yardıma muhtaç vatandaşlarını -uygulamada bir takım aksaklıklar olsa da- himayesine alma idealine sahiptir. Bu gün devletler sosyal siyasetin en önemli araçlarından olan sosyal güvenlik sistemi ile maiyetindeki yoksul vatandaşlara insan haysiyetine yaraşır bir hayat standardı sunma çabası içindedirler. Bu yaklaşım, modern dünyanın devlet anlayışında ulaştığı en önemli aşamalardan birisidir. Ancak şurası bir gerçek ki, yardıma muhtaç vatandaşların himayesini bireylerin merhamet duygularına bırakmadan, sabit ve muayyen bir gelir olan zekâtın harcama alanları arasında ilk iki sırada zikrederek, modern dünyanın son dönemlerde ulaştığı bu aşamayı İslam bin dört yıl önce ortaya koymuştur (Dumlu, 2011, s. 221).

Aslında sosyal refahın temini de, bir manada adil gelir dağılımının sağlanmasına bağlıdır. Çünkü sosyal refahtan bahsedilebilmesi için, toplumun genel itibarıyla, aşırı zengin ve fakirlerden değil de, orta sınıf insanlardan meydana gelmesi ve bunun yanında işsizlik, fakirlik ve açlık gibi problemlerin de giderilmiş olması gerekmektedir. Başka bir tabirle, toplum içinde sadece belli bir zümrenin ekonomik seviyesinin yüksek olmasıyla toplumsal refah gerçekleşemez (Çayıroğlu, 2014, s. 172). İslam dininin getirdiği fitri prensipler kolayca uygulanabileceğinden ve sürekli olumlu sonuçlar alınacağından dolayı, nevi şahsına münhasır bir "Sosyal Refah Devleti" nin ortaya çıkması imkânsız değildir. Hz.Peygamber, devletin halkın her türlü ihtiyacını gidermek zorunda olduğunu belirtmiştir. Devlet, halkın refahından sorumludur. *"Kendisinin hiçbir destekçisi olmayanın destekçisi devlettir."*, *"Müminin işleri ile mükellef olan fakat onların refahu için samimiyet ile çalışmayan bir devlet başkanı, onlar ile beraber asla cennete giremez."* (Tirmizi, müslim). Bu hadisler ışığında Kamu idaresi, halkının can ve mal güvenliğini sağlamak ve onlara normal yaşama standartları oluşturmak ile mükelleftir. Ancak sosyal devlet uygulamalarının tamamen devlet bütçelerine bırakılması kamu maliyesi açısından ciddi bir yük oluşturmakta ve bu da mali disiplinsizliğe yol açabilmektedir. Kamu kaynaklarının yeterli olmaması durumunda borçlanmaya başvurulması durumunda özel yatırımların azalması ve faiz lobisinin güçlenmesi gibi temel sorunlar artabilmektedir. Bu nedenle de sosyal girişimcilikle sosyal devlet kapsamında değerlendirilen pek çok uygulama sivil inisiyatif tarafından toplumsal koşullarda karşılanabilir. Bu da "insanların en hayırlısı insanlığa yararlı olandır" şeklindeki Hadis içeriği ile de uyusmaktadır. Ancak burada devlet politika ve kurumsal yapılarıyla sosyal girişimcilik ile ilgili düzenlemeler yaparak sürecin kolaylaştırılması, şeffaflaştırılması ve hesap verebilirliğin artırılmasına çalışılabilir.

Devletin güdeceği sosyal politikanın temel hedefi, bütün toplum kesimlerine barış, adalet, refah ve güvenlik götürmektir. İşbirliği (co-operation) esaslarına göre sanayi ve tarım kesimlerinde çalışanlar ile serbest meslek erbabı olanların kuracağı sosyal birlikler, hem devletin bu kimseleri murakabe esası altında tutabilmesinin, hem de bütün halkın sosyal güvenliğinin teminatlarından biridir (Tabakoğlu, 1988, s. 128). Özellikle İslam toplumlarında geçmişte uygulanan vakıf müesseseleri güçlendirilebilir ve bu alanda desteklenebilirler. Ancak vakıfların bir lobicilik ve vergi kaçırma müesseseleri olmaması için bir takım önlemler alınmalı bu konuda denetim ve kontrol mekanizmaları güçlendirilmelidir.

İslam, sosyal dayanışmayı Kefaret Kurumu ile de desteklemiştir. Keffaret, bazı görevleri yerine getiremeyen veya bazı yasaklanmış işleri yapan kişilerin izlemeleri gereken yollardır. Bu öncelikle içinde bulunduğu durum sebebiyle psikolojik eziklik taşıyan Müslüman'ın tekrar İslam toplumuna kazandırılmasını, verdiği sadaka ile nefsinin temizlenmesini amaçlar. Mesela yanlışlıkla bir Müslüman'ı öldüren diğer bir Müslüman, gerekli olan cezası yanında, bir mümin köle azat edecek ve iki ay peş peşe oruç tutacaktır. Ettiği yemini bozan kimse de on fakiri doyuracak veya giydirecek veyahut da bir köle azat edecektir. Bunlara gücü yetmeyen kişinin de üç gün oruç tutması gerekir. Oruç veya zihar keffaretleri için de ekonomik hayata olumlu olan cezası, altmış fakiri, sabahlı-akşamlı doyurmaktır. Keffaretleri gerçekleştirecek bir sosyal girişimciliğin kurumsal ölçekte yapılandırılması durumunda bunun sosyal ve ekonomik sorunları gidermede ciddi rol alabileceği düşünülmektedir. Görüldüğü gibi İslam fihhi hükümleri dahi ekonomik sosyal faydayı sağlayıcı yönlere sahiptir.

Fakirlerin ihtiyacını gidermeye ferdi çalışma, zekât ve yakınlarının nafaka mükellefiyeti yetmiyorsa devlet bu gidermeyi üzerine alır. Devletin imkânları da yeterli gelmiyorsa bu takdirde fakirlerin zaruri ihtiyaçlarını karşılamak, Müslüman zenginlere, zekâttan başka, farz-ı kifayedir. Bu bahsedilen zaruri ihtiyaçlar; yiyecek, giyinme, barınma ve tedavi gibi hususlardır. Devletin fertlerin zaruri ihtiyaçlarını temin etme

mükellefiyetleri içerisine gayri Müslim vatandaşlar da girer. Kimsesiz ve çaresiz kalan gayri Müslimlere cizye mükellefiyeti kaldırıldığı gibi geçimleri de hazineden sağlanır.

İşçi hakları ile ilgili olarak İslami esasları anlamak için öncelikle Kuran ve Sünnete bakmak gerekir. Dolayısıyla İslam'la uyumlu olmayan emek politikalarını meşrulaştırmak için kendilerine göre bir İslami gerekçelendirmeye girişilmesi doğru değildir. Bu İslam'ın politikacıların tarafından kullanılması anlamına gelmektedir (Ahmad, 2011). İşçi ve işveren sendikaları da sendikaları da bu anlamda birer sosyal girişimcilik insiyatifi alabilirler. Sadece ekonomik kazanımlar değil yaşam koşullarının iyileştirilmesi, işçilere doğru kariyer planı çizilmesi, kendi uzmanlığı alanında bir teşebbüs kurabilecek işçilere bazı imkanların sağlanması ve işsizlerin sosyal ve ailevi sorunlarının tespit edilerek çözüme kavuşturulacağı platformların oluşturulması gibi konularda insiyaf alınabilir.

Yine devlet; halkın barınma, eğitim, sağlık, yaşlılık vb. gibi sorunların halletmek için bir sosyal girişimcilikle güçlendirilmiş bir sigorta sistemi kurabilir. Binaenaleyh, bu sistemin temel saiki kapitalizmde olduğu gibi sermaye birikimi değil, tamamen dini kaynaklı olan sosyal yardımlaşmadır. Zekâtın sarf yerlerinin serdediliş biçimi dikkatle incelendiğinde ilk dört sınıfta temlik, son dört sınıfta ise maslahat prensibinin esas alınacağı anlaşılmaktadır. Bu durum zekâtın hedef kitlesinin sadece şahıs eksenli olmadığını bunun yanı sıra kurumsal harcamaları da içerdiği sonucunu ortaya koymaktadır. Bu itibarla zekâtın, sosyal güvenlik harcamalarından örtülü ödeneğe, kredi sandıklarından genel ve özel nitelikli kamusal harcamalara kadar geniş bir yelpazeyi kapsar nitelikte olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla zekât kamu otoritesinin elinde sadece fakirlikle mücadelede kullanılacak tek yönlü bir araç değil aksine kamunun en temel gider kalemlerini finanse eden çok yönlü bir araç olduğu da iddia edilmiştir (Dumlu, 2011, s. 249).

Ayrıca, zekât sistemi ile vakıf sistemi sosyal güvenliğin finansmanında ve muhtemel sosyal tehlikelerin giderilmesinde çok önemli bir yere sahiptir. Günümüzde negatif gelir vergisi ile ortaya çıkan eğilimler, zekât tarafından oluşturulan ve asırlar boyu uygulanan sisteme batıda deneme-yanılma yoluyla yeni yeni ulaşılmaya başlandığını göstermektedir. Negatif Gelir vergisi, bir asgari geçim seviyesi çizmekte ve bu çizginin üstündekilerden altındakilere, devlet tarafında bir gelir vergisi ödenmesi esasıdır. Adil gelir dağılımının sağlayıcı ve anti-enflasyonist özellikleri olan bu sistemin gelecekte sosyal güvenliğin yerini alacağı ileri sürülmektedir.

İslam'da burjuva veya toprak aristokrasisi gibi özel sınıfların yeri yoktur. Aynı şekilde İslam'da günümüzün en büyük problemlerinden birisi olan işçi ve işveren sınıfları ve aralarından geçen mücadeleden de bahsedilemez. İslam'a göre işçi-işveren ilişkileri mutlak değil nispi ilişkilerdir. Bu iki sınıfın sürekli ve kesin çizgilerle birbirinden ayrılması mümkün değildir. Yine yöneten ve yönetilenler veya zengin ve fakirler şeklinde kesin, sürekli ve mutlak bir sınıfsal ayrım da yoktur. İslam'da ırka dayalı bir üstünlüğün yeri de yoktur. Hiç şüphesiz İslam toplumundaki bu eşitlik prensibinin temelinde de, Müslümanlar arasındaki kardeşlik ilkesinin yanı sıra, bütün insanların Allah'ın kulu olmaları noktasında eşit olmaları hakikati yatmaktadır. Nitekim namaz, zekât ve hac gibi ibadetler de sınıfsız bir toplumun oluşmasında önemli bir fonksiyon eda etmektedir (Çayroğlu, 2014, s. 165).

Kuran, çeşitli ayetlerde, birey ve ailelerin servete verdikleri haddinden fazla önemle, onları kontrolsüz bir şekle sokarak normal sosyal hayattan uzaklaştıracağını göz önünde bulundurmaktadır. Çünkü insanlar bazen serveti bir vasıta değil de bir gaye imiş gibi düşünebilmektedirler. Kuran'ın birçok ayetinde servet biriktirmeye çalışmanın emniyet ve istikrarı temin eden bir vasıta olmadığını fakat muhtaçlara yardım edilmesi, ihsanda bulunulmasını ve zekât verilmesini emretmiştir.

İslam, getirdiği miras hukukunu da servetin ve gelirlerin tabana yayılmasını sağlayan bir faktör olarak tesis etmiştir. Miras yoluyla servetlerin belli ellerde birikerek adaletsiz bir dağılım olmasını engeller ki bu, sosyal politika açısından otomatik stabilizatör görevini yapmaktadır.

6. Sosyal Girişimcilik İçin Kuran ve Hadislerden Temel Esaslar

Arapça dilinde birbiriyle benzer veya aynı anlamlara sahip olabilen pek çok kelime mevcuttur. Örneğin; "amel", "sa'y", "fiil" ve "kesb" kelimeleri neredeyse aynı anlamda genel olarak da "çalışma" ya karşılık

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

gelen farklı kelimelerdir. Bunun yanı sıra her bir kelime de birbiriyle ilişkili ancak kullanılan cümle içerisindeki yüklenmek istenilen karşılığına göre farklı anlamlarda kullanılabilir. Örneğin “amel” kelimesi aşağıdaki anlamlarda kullanılabilir (Ahmad, 2011, s. 595):

- 1- Çalışma ve iş gücü
- 2- Davranış veya eylem
- 3- Üretim veya istihlal

Sosyal girişimcilik için kaynak ve referans noktası alınabilecek pek çok ayet mevcuttur. Aşağıda bu anlamda Kuran’da geçen Ayetlerden örnekler verilmektedir:

“..Kendilerine verdiğimiz nimetlerden infak ederler” (Kuran-ı Kerim, 2/3).

“Âdem'e isimlerin hepsini öğretti, sonra onları meleklere gösterip, ‘Haydi davanızda sadıksanız bana sunları isimleriyle haber verin.’ dedi.” (Kuran-ı Kerim, 2/ 31).

“Allah sizin için zorluk istemez, kolaylık ister.” (Kuran-ı Kerim, 2/185)

“İnsanlar tek bir ümmetti. Allah, müjdeciler ve uyarıcılar olarak peygamberler gönderdi.” (Kuran-ı Kerim, 2/ 213).

“Muhakkak ki sizden önce birçok olaylar, şeriatler gelip geçmiştir. Yeryüzünde gezin, dolaşın da yalancılara sonunun nasıl olduğunu bir görün.” (Âl-i İmran, 3/137).

“Eğer Allah dileyseydi, elbette sizi tek bir ümmet yapardı.” (Kuran-ı Kerim, 5/48)

(O) ülkelerin halkı inanıp (Allah'ın azabından) korunsalardı, elbette üzerlerine gökten ve yerden bolluklar açardık; fakat yalanladılar, biz de onları kazandıklarıyla yakaladık.” (Kuran-ı Kerim, 7/96).

“Eğer topluca savaşa katılmazsanız, O sizi acı bir azaba uğratar ve yerinize başka bir kavmi getirir ve siz O'na zerrece bir zarar veremezsiniz. Allah'ın her şeye gücü yeter.” (Kuran-ı Kerim, 9/39).

“İnsanlar aslında tek ümmet idi. Başlangıçta hepsi tevhid inancına sahip iken sonra aralarında ihtilaf çıktı. Şayet Allah'tan nihaî hükmü kıyamete bırakma şeklinde önceden yapılmış bir vaat olmasaydı, ihtilaf ettikleri konudaki hüküm çoktan verilmiş, azap tepelerine inmiş olurdu” (Kuran-ı Kerim, 10/ 19).

“Sizden önceki devirlerden bakiyye sahipleri (kitap ehli) yer-yüzünde bozgunculuktan vazgeçirmeye çalışsalar, ne iyi olurdu. Fakat onların içinden kurtardığımız pek az kimse bunu yaptı. O zulmedenler ise şımartıldıkları refahın peşine düştüler ve hepsi de suçlu oldular.” (Kuran-ı Kerim, 11/ 116).

“Allah bir kavme verdiğini, o kavim kendisini bozup değiştirmedikçe değiştirmez. Allah bir kavme de kötülük murat etti mi, artık onun geri çevrilmesine de imkân yoktur. Onlar için Allah'tan başka bir veli de bulunmaz.” (Kuran-ı Kerim, 13/11).

“Biz ise istiyorduk ki, o yerde güçsüz düşürülenlere lütufta bulunalım, onları önderler yapalım, onlara (ötekilerin) yerini alduralım.” (Kuran-ı Kerim, 28/5).

“Andolsun ki, biz onlardan öncekileri de imtihandan geçirmiştir. Elbette Allah, doğruları ortaya çıkaracak, yalancıları da mutlaka ortaya koyacaktır.” (Kuran-ı Kerim, 29/3).

“De ki doğrusu Rabbim kullarından dilediğinin rızkını genişletir ve ona bir ölçüye göre verir; infak ettiğiniz herhangi bir şeyi, O yerine koyar, çünkü O rızk verenlerin en hayırlısıdır”(Kuran-ı Kerim, 34/39).

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

“Hâlbuki fena düzen ancak sahibinin başına geçer. O halde öncekilerin kanunundan başka ne gözetiyorlar? Sen Allah'ın sünnetinde asla bir değişme (tebdil) bulamazsın. Sen Allah'ın sünnetinde asla bir başkalaşma (tahvil) da bulamazsın.” (Kuran-ı Kerim, 35/43).

“Eğer siz yüz çevirecek olursanız, sizden başka bir kavmi getirip değiştirir. Sonra onlar, sizin benzeriniz de olmazlar.” (Kuran-ı Kerim, 47/38).

“Ey insanlar, gerçekten, biz sizi bir erkek ve bir diğiden yarattık ve birbirinizle tanışmanız için sizi halklar ve kabileler (şeklinde) kıldık. Şüphesiz, Allah katında sizin en üstün (kerim) olanınız, (ırk ya da soyca değil) takvaca en ileride olanınızdır. Şüphesiz Allah, bilendir, haber alandır.” (Kuran-ı Kerim, 49/13).

“..Onların mallarında ihtiyaç sahiplerinin ve yoksulların hakkı vardır” (Kuran-ı Kerim, 51/19).

“..Mallarında yoksullara ve muhtaçlara bir hak vardır” (Kuran-ı Kerim, 70/24).

“Allah'ın yardımı ve fetih geldiğin-de ve insanların bölük bölük Allah'ın dinine girdiğini gördüğünde, Rab-bine hamd ederek tespihte bulun ve O'ndan bağışlama dile.” (Kuran-ı Kerim, 110/ 1-2).

Konuyla ilgili hadislerden bir kaç örneği aşağıda verilmektedir:

“Din kardeşinin güler yüzlü karşılamaktan ibaret olsa hiçbir iyiliği küçümseme.” (Müslim, Birr, Hadis: 144)

“Kıyamet gününde mümin kulun terazisinde güzel ahlaktan daha ağır bir şey bulunmaz. Allah Teala çirkin hareketler yapan, çirkin sözler söyleyen kimseden nefret eder” (Tirmizi, Birr, Bab: 61)

“İyilik güzel ahlaktan ibarettir. Günah ise kalbini tırmalayıp durduğu halde insanların bilmesini istemediğin şeydir” (Müslim, Birr, 14,15; Tirmizi, Zühd, Bab: 2)

“Bir Müslüman güzel ahlakı sayesinde, gündüz oruç tutup gece namaz kılan kimselerin derecesine ulaşır.” (Ebu Davud, Edeb, Bab: 7; Tirmizi, Birr, Bab: 62)

“Küçüklerine acımayan, büyüklerimizin şerefini tanımayan bizden değildir.” (Ebu Davud, Edeb, Bab: 58; Tirmizi, Birr, Bab: 15)

Sosyal girişimciliğin en önemli yapı taşı hareket ve girişimdir. Yani bir eylemde bulunmak veya bir etkinlik yapmak için nefsinin hevasından ve rahatından feragat ederek bir takım fedakarlıklar yapmaktır. Kuran'da “amel” kelimesi 500 den fazla ayette geçmektedir. Ancak Hz. Peygamberin vefatından sonra âlimler tarafından yapılan yorumlarda “amel” günlük hayattaki genel anlamında değil daha çok ahirete ait sevap kazandıran işler anlamında dini terminoloji kapsamında değerlendirilmiştir. Ancak tüm bu ayetler hala üretim ve istihsal anlamlarını da taşımaktadırlar. Zira dünyanın ahiretin tarlası olduğu mealindeki hadis dikkate alındığında bu anlamda dünyada yapılan her iş aynı zamanda ahirete mal edilebilmektedir. Bediuzzaman, bu anlamda farkı bir yaklaşım ortaya koyarak her işte biri manayı ismi ve diğeri ise manayı harfi olmak üzere iki yön bulunduğunu, manayı harfi noktasında bakıldığında her iş ve her mevcut Allah'ın mülkü ve onun tasarrufu altında olduğu anlaşıldığından her şeyde nokta-i nazara göre günah veya sevap ciheti olabileceği ortaya konulmaktadır. Manayı ismiyle bakıldığında ise sebepler nokta-i nazarıyla her şey kendi nefsi için var ve kendisine hizmet ettiği için mülk sahibinden gasp ederek kendisine veya sebeplere attığından dolayı şekil olarak ibadet veya dini bir uygulama bile günah olabilmektedir. Bu hususta niyetin de büyük önemi olduğu şu şekilde belirtilmektedir:

“Ve keza nazar ile niyet, mahiyet-i eşyayı tağyir eder. Günahı sevaba, sevabı günaha kalbeder. Evet niyet âdi bir hareketi ibadete çevirir. Ve gösteriş için yapılan bir ibadeti günaha kalbeder. Maddiyata esbab hesabıyla bakılırsa cehalettir. Allah hesabıyla olursa, marifet-i İlahiyedir” (Nursi B. S., Mesnevi-i Nuriye, 1960, s. 51).

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

Normal bir davranış bile niyetin şekline göre ibadet olabildiği için üretmek, çalışmak, gayret göstermek, zahmet çekmek, yardımda bulunmak veya bir sorunu çözmeye katkıda bulunmak gibi pek çok eylem nafile ibadet sevabını verebildiği anlaşılmaktadır. Müslümanların veya insanlığın sosyal ve ekonomik sorunlarının çözümlenmesi ve zorlukların aşılarak toplumsal refahın elde edilebilmesi için bir takım girişimlerde bulunulması durumunda insanların niyetine göre sonuçların elde edilebileceği söylenebilir. Eğer sosyal girişimcilikte niyet kendi pazarlamasını yapmak, şöhret elde etmek, politik girişimleri için zemin hazırlamak, toplum nezdinde bilinirliğini arttırmak veya siyasi karar mekanizmalarının dikkatini çekerek özel menfaatlerini elde etmek amacıyla bir platform olarak kullanılıyorsa bu tür girişimlerin sürdürülebilir olamayacağı söylenebilir. Çünkü gerçek niyetleri anlaşıldığında etraflarındaki samimi insanlar dağılacağı gibi kendileri de emellerine ulaştıklarında bu sosyal girişimcilikleri de sona erecektir. Ancak Allah rızası için toplumsal yarar niyetiyle sosyal girişimcilik yapılması durumunda ise samimiyet, sabır, organizasyon ve fedakârlık ölçüsünde sağlıklı sonuçlar alınabileceği söylenebilir. Nitekim “*insanlar helak olur, alimler kalır alimler helak olur ilmiyle amel edenler kahr ve ilmiyle amel edenler de helak olur ancak samimi ve ihlaslı olanlar kurtulur*” şeklindeki Hadisler de Müslümanların niyet, ilim ve amellerinden önce samimiyet ve ihlası gözetmeleri gerektiği anlaşılmaktadır.

“Amel” ile ilgili olarak türü, niteliği, düşünsel veya eylemsel olup olmadığı önem arz etmemektedir. Bu ilkeler işçi-işveren, öğretmen-öğrenci, amir-memur veya yönetici-vatandaş olup olmadığına bakılmaksızın kul olan herkesi kapsamaktadır. Kuran’da Hz. Nuh tarafından geminin fiziksel ve düşünsel güçle inşa edilmesinden (18: 77), Hz. Davud’un zırlı elbiselerin üretiminden (34: 10), Hz. Musa’nın koyunları gütmesinden (28: 26) ve Hz. Yusuf tarafından yönetsel yeteneğinden dolayı Mısır Kralı tarafından hazine sorumlusu emir olarak atanmasından (12/ 55) bahsetmektedir. Kuran’da geçen peygamberlerin mucizelerinin insanlar için erişilebilecek nihai hudut olarak gösterildiğini ve insanlığın peygamberler tarafından açılan bu yolda ilerleyerek çalışma, keşif ve gayret ile sevk edildiği Risale-i Nur’da şu şekilde ifade edilmektedir:

“Evet, mu’cizat-ı Enbiyayı zikretmesiyle fen ve san’at-ı beşeriyenin nihayet hududunu çiziyor. En ileri gayatına parmak basıyor. En nihayet hedeflerini tayin ediyor. Beşerin arkasına dest-i teşviki vurup o gayeye sevk ediyor. Zaman-ı mazi, zaman-ı müstakbel tohumlarının mahzeni ve şuunatının âyinesi olduğu gibi; müstakbel dahi mazinin tarlası ve ahvalinin âyinesidir” (Nursi B. S., Sözlere, 1960, s. 254).

Dolayısıyla, Hz. Süleyman’ın bir günde havada iki aylık mesafeyi uçarak geçmek şeklindeki mucizesinin; “*Siz de nefsin tenbelliğini bırakıp bazı kavanin-i âdetimden güzelce istifade etseniz, siz de binebilirsiniz*” şeklinde ilahî bir mesaj olduğu, Belkıs’ın tahtını bir göz kırpması süresinde getirtmesi mucizesiyle ses ve görüntü naklinin ötesinde insanlar tarafından maddeyi de nakledebilmenin bir kanunun yaratılmış olduğu ve bunun keşfedilmesi gerektiğinin haberini verdiğini, cin, şeytan ve kötü ruhları emrine itaat ettirerek onları dünya işlerinde çalıştırmak şeklindeki mucizesiyle; “*Ey insan! Bana itaat eden bir abdime cin ve şeytanları ve şerirlerini itaat ettiriyorum. Sen de benim emrime müsahhar olsan, çok mevcudat, hattâ cin ve şeytan dahi sana müsahhar olabilirler*” şeklinde haber verildiğini, Hz. Musa’nın bir asayla taş vuruşu su çıkartması mucizesinin; “*Ey insan! Madem bana itimad eden bir abdimin eline öyle bir asâ veriyorum ki: Her istediği yerde âb-ı hayatı onunla çeker. Sen de benim kavanin-i rahmetime istinad etsen; şöyle ona benzer veyahut ona yakın bir âleti elde edebilirsin, haydi et!*” şeklinde anlaşılacak bir ders olduğunu ve Hz. İsa’nın en müzmin hastaları iyileştirmesi ve ölümleri dirilmesi mucizesinin ise; “*En müzmin dertlere dahi derman bulunabilir. Öyle ise ey insan ve ey musibettede benî-Âdem! Me’yus olmayınız. Her dert, -ne olursa olsun- dermanı mümkündür. Arayınız, bulunuz. Hattâ ölüme de muvakkat bir hayat rengi vermek mümkündür*” şeklinde nihai hudutları çizilmiş olduğunu ve insanlığın “amel”e teşvik edildiği anlaşılabilmektedir. (Nursi B. S., Sözlere, 1960, s. 253-260). Dolayısıyla her türlü sosyal ve ekonomik sorunun çözümü mevcut olup eksik olan doğru zamanda doğru şekilde organize olma ve gerekli insiyatifi ortaya koymaktır. Sürekli başkalarından öncülük ve olanak beklemek veya sosyal girişimcilerin kişisel menfaat veya topluma zararlı başka bir amaçlarının olduğu şeklindeki peşin yargı ve yanlış düşüncelerden kurtularak neler yapabileceğini tespit ederek bir harekette bulunmak veya ortaya konulan hareketlere de destek vermek en doğru olanıdır.

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

“Ben bu zaman ve zeminde, beşerin hayat-ı içtimaiye medresesinde ders aldım ve bildim ki: Ecnebler, Avrupalılar terakkide istikbale uçmalarıyla beraber bizi maddî cihette kurûn-u vustâda durduran ve tevkif eden altı tane hastalıktır. O hastalıklar da bunlardır:

Birincisi: Ye'sin, ümitsizliğin içimizde hayat bulup dirilmesi.

İkincisi: Sıdkın hayat-ı içtimaiye-i siyasiyede ölmesi.

Üçüncüsü: Adavete muhabbet.

Dördüncüsü: Ehl-i imanı birbirine bağlayan nuranî rabitaları bilmemek.

Beşincisi: Çeşit çeşit sâri hastalıklar gibi intişar eden istibdad.

Altıncısı: Menfaat-ı şahsiyesine himmeti hasretmek”. (Nursi, *Hutbe-i Şamiye*, 1960: 20)

Burada dikkate alınması gereken bir husus ekonomik ve sosyal alanda batılı ülkelere karşı ezik olmamak ve kendi öz değerlerimizle de onlardan çok daha ileri noktalarda başarı elde edilebileceği noktasındaki umudu korumaktır. Bu nedenle de sosyal girişimciliğin toplumdaki ümitsizliği gidermek ve insanlara umut aşlamak; insanlar arasında ilişkilerde doğruluktan ayrılmamak ve doğru davranmanın en temel erdem olarak görülmesi için çalışmalar yapmak; kan davası, mobbing, haset, kıskançlık ve su-i zan gibi işbirliğine zarar veren ve ortak çalışmanın temel dinamiklerini yok eden hissiyat ve anlayışların düzeltilmesine çalışmak; Müslümanların gerçek anlamda kardeş oldukları ve bu geçici dünyada kardeşleriyle paylaştığı ölçüde ahiretteki kazançlarının artacağı noktasında bilinç düzeyini geliştirmek; alevi-sünni, Türk-Kürt, Laz-Çerkez, sağcı solcu vb. gibi ayrımcılığı besleyen argümanları ve yaklaşımları kökünden kesmek; insanlara hükmetmeye çalışmamak ve insanların doğru bilgiye sahip olmaları durumunda doğru tercihlerde bulunabilecekleri noktasında gerekli düşünsel zemini oluşturarak başkalarının hürriyetine zarar vermeyecek ölçüde insanların hürriyet ve özgürlüğüne saygı duymak ve en nihayet hareketlerinde ve söylemlerinde sadece kendi menfaatini kast etmemek ve toplumsal faydanın kendisinin de faydasına olduğu noktasında maddi ve manevi motivasyonlarla halkın anlayışına kuvvet vermek gibi pek çok alanda sosyal girişimcilik faaliyetleri, organizasyonları ve yapıları her zaman fayda verecektir.

Görüldüğü gibi öncelikle toplumsal sorunların ve ihtiyaçların tespit edilerek doğru bir yöntem benimsenerek yola çıkılmalıdır. Doğrudan batıdaki uygulamaların “orda var bizde de olsun” şeklindeki kopyacı bir yaklaşımla sürdürülebilir sonuçlar alınabilmesi olanaklı değildir.

Sonuç

Ekonomi insan tercihlerine göre şekil almaktadır. Her tercih insan yaşamını ve hayatının devam ettirilmesiyle ilişkili olduğundan dolayı bir istihdam ve sosyal politika alt yapıya dayandırılabilir. Kuşkusuz tüketici olarak hane halkının üretici, istihdam edici ve vergi veren olarak yatırımcıların harcama alanları ve miktarları ile ilgili tercihleri ekonomideki sorunları ve çözümleri belirleyen davranışlarına göre makro ve mikro ekonomik değişkeler etkilenmektedir.

Dünyanın pek çok ülkesinde bir sosyal girişimi kurup büyütme, bir ticari girişimi kurup büyütme çok daha zor olarak nitelendirilmektedir. Bu bağlamda sosyal girişimcileri destekleyen sivil toplum örgütlerinin sayısının artması önerilmektedir. Ancak sosyal girişimcilik görüntüsü altında lobicilik, menfaat ilişkileri, gizli gündemler, politik hedefler ve topluma zararlı olabilecek veya gayr-i ahlaki sonuçları olan uygulamalar yapılabilir.

Burada kritik bir konu da sosyal girişimciliğin sürdürülebilirliğidir. Kapitalist bir bakış açısıyla bakıldığında sürdürülebilir bir finansman mekanizması olmaması durumunda sosyal girişimciliğin başka gayeler gütmesi veya küresel ölçekte operasyon yapan örgütlerin güdümüne girebilmeleri söz konusu olabilir. FETÖ gibi yapılanmalar da sivil toplum adı altında pek çok vakıf ve derneği bünyesinde bulundurması, ulvi maksatlar için ulusal çıkarlara hizmet edildiği görüntüsü oluşturulmasına rağmen

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

gelinesinde ulus aşırı örgütler veya küresel güçlerle işbirliği halinde veya onların güdümünde darbecilik veya terör faaliyetlerine karışacak ölçüde raydan çıkabilmeleri bu konunun önemini göstermektedir. Bu nedenle sosyal girişimcilik örneklerinin yapılanmaları, hedefleri ve faaliyetleri dışında finansal yapıları ve beslendikleri kaynakların da incelenmesi gerekir. Bu çalışmamızın boyutlarını aşacağı için sadece ilgisi nedeniyle değinilmesinde yarar görülmüştür.

Araştırma sorularımız aşağıdaki şekilde cevaplanabilmektedir:

1. *İslam ekonomisi sosyal girişimcilik açısından analiz edilebilir mi?*

Her dinde toplumsal yaşamla ilgili, diğer insanlar ve doğa ile olan ilişkileri düzenleyen hükümler az çok mevcut olup bu ilkelerin yaşam istihdam ve sosyal politikasını etkilediği ve bireysel tercihleri etkilediği genel olarak kabul edilmektedir. Bu anlamda dindar insanların da iktisadi hayattaki tercihleri ve ekonomik davranışları değişebileceğinden dolayı üretim, tüketim ve yatırım ile ilgili seçimleri ve etkinlikleri de dini değer yargıları ile şekillenen istihdam ve sosyal politikaya göre değişim gösterebilecektir. Kuran’da sosyal girişimcilik için referans noktası teşkil edebilecek pek çok ayet mevcuttur. İslam kelime anlamında bile barış ve güven anlamını telkin ettiği için bu maksatla öncelikle bireylerin niyetleri ve davranışları ile sosyal barışı ve istikrarı bozmayacak şekilde davranışları gerektirmektedir.

“Müslüman elinden, dilinden ve belinden insanların emin olduğu kimsedir”, “En hayırlınız insanlığa en faydalı olanınızdır” ve “sevdiğiniz şeylerden infak ederek muhtaçlara yardım etmezseniz hakiki iman etmiş sayılmazsınız” anlamındaki Hadisler pek çoktur. Bunlar toplumsal yarar için insanların kendi imkanlarından fedakârlık yapmalarını, başkalarını gözetmelerini ve kendileri ihtiyaç sahibi de olsa başkalarının kendi nefislerine tercih ettirme yolunda manevi olarak yükselerek gerçek erdem ve fazilet sahibi olmayı sağlayıcı kilit hususlardır. Bu nedenle de sosyal alandaki soruların çözülmesine katkıda bulunmak, insanlara yararlı işletmek ve toplumsal faydayı düşünen organizasyonlar yapmak İslam’ın özünü barışık ve kapsam dahilindedir. Dolayısıyla İslam ekonomisi gereklilikleri kapsamında sosyal girişimcilik de analiz edilebilir.

2. *Sosyal girişimcilik bir sosyal politika aracı olarak İslam’a uygun bir şekilde uygulanabilir mi?*

Kuran ve Hadis ışığında yapılan bazı tefsirlerde bu hususlarda çıkarsamalar yapabilmek olanaklıdır. Bu konuda Bediuzzaman, Osmanlı’da yabancı unsurların zenginleşmesine rağmen yerli Müslümanların fakirliğinde etken olan sebeplerden birisini de, gayr-i Müslimlerin ticaret ve sanatta ilerlemeyi esas tutmalarına ve bunun karşılığında Müslümanların da memuriyet ve askerlikte istihdam edilmelerini göstermiştir. Dolayısıyla, insan kabiliyetlerinin inkişaf etmesini engelleyen kısır alanlarda istihdam yığılmalarının önlenerek verimli hale getirilmesi önem arz etmektedir. Müslümanların temelde girişimci olmaları gerekir. Çünkü risk almayı severler. “fe iza azamte fetewakkal alallah” ayetinde denildiği gibi bir işe giriştiğinizde Allah’a tevekkül etmek gerekir. Bu nedenle de sosyal girişimcilik de risk almayı ve fedakârlık yapmayı gerektirmesinden dolayı Müslümanların daha çok bu alanlarda teşebbüste bulunmaları gerektiği söylenebilir.

İnsanlığın yararına olan ve insanları nefis perestlik ve dünya perestlikten muhafaza edecek olan her türlü sosyal girişim İslami açıdan sakıncalı değildir. Ancak sosyal giderlerin bütçe üzerinde oluşturduğu yük dikkate alındığında insanların tembelliğe düşmemesi, başkalarının sırtından geçinmeye çalışması veya

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

haksız kazanç elde etmesine olanak sağlayacak sistematik açıkların ve kontrol zafiyetlerinin de giderilmesi gerekir. Bu da “*düşünmüyor musunuz?, tedbir almıyor musunuz? ve Akıl etmiyor musunuz?*” gibi Ayetlerde ifade edilen hususlara uygun olmalıdır.

Bediuzzaman, üretici olan emeğin esas olduğunu ve memuriyet gibi ihtiyaç dışı veya lüzumsuz kadrolarda insan kabiliyetlerinin köreltilmemesi gizli işsizliğe (masa başı işsizlik) yol açmaması gerektiğini şu şekilde ifade etmiştir (Nursi B. S., 1993, s. 32): “*Biz, gayri tabii ve tembelliğe müsait ve gururu okşayan imaret maişetine el atıp belamızı bulduk. Maişet için tabii ve meşru ve zihayat sanattır, ziraattır ve ticarettir. Gayri tabii ise memuriyet ve her nevi imarettir.*” Denilerek sadece memurluk ve kamu çalışanı olmak noktasında beklenti içerisinde olunmasını ve bunun bir geçim kapısı olarak görülmesini uygun karşılamamıştır. Fitri meslekler olarak ziraat, sanat ve ticaret sektörlerini göstermiştir. Memurluk ve kamu sektöründeki istihdamın ise toplum yararına düşünceye sahip olmak ve milli hamiyet gibi duygularla hizmet edilmesinin doğru olduğu savunulmuştur. İslam’ın emrettiği şekilde iktisat etmeyen ve haram kıldığı israfa düşenlerin çok olduğu toplumlarda devlet kapısından yardım beklentileri artacağı ve dolayısıyla bütçe dengesizlikleri, borçlanma ve faiz işlerine bulaşma gibi ekonominin temellerini olumsuz etkileyecek bozucu etmenler ortaya çıkacaktır. Ancak iktisadın sadece kamu sektöründe değil aile ve toplum için de yaygınlaşması, israf ve yersiz harcamadan sakınılması durumunda hem ekonomi ve hem de kamu sosyal politikaları zorlanmadan başarılı bir şekilde uygulanabilecektir.

Osmanlı Devletinin son yıllarında ekonomik ve siyasi olarak çöküşün arifesinde belirtilen bu tahlilden şu sonuca varılabilir ki; etkin bir sosyal girişimcilik ekosistemi için devletin hantal ve gereksiz bürokrasiden kurtarılarak memuriyet kadrolarını azaltması, ihtiyaç dışı kadroları tasfiye ederek verimlilik ve liyakat esasına dayanan bir politika izleyerek, sanat, ziraat ve ticarete serbestiyet, iş bölümü ve uzmanlaşmanın önünü açan ve bunun için temel eğitim programları hazırlaması gerekmektedir. Bu amaçla teşvik tedbirleri ile KOBİ’lere etkin ve uzun döneme yaygın desteklerin yapılması ve eğitim alanında sanat okullarına büyük önem verilmesi ile birlikte üniversite-iş dünyası işbirliğini ve ortak çalışmasını sağlayacak tedbirlerin alınması önem arz etmektedir. Üniversite-iş dünyası iş birliği, teori ile uygulamanın birleştirilmesi ile gençlerin piyasayla yakınlaşması ve kısa zamanda tecrübe ve iş sahibi olmasına yardımcı olması noktası ile bilim ve teknolojiye araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin artması noktalarında büyük öneme sahiptir.

Bu kapsamda belirtilmesi gerekli görülen bir husus ise faizin haram kılınıp zekat emrinin yerine getirilmesidir. Burada dikkat edilmesi gereken bir husus sosyal politika hedefleri içerisinde olan toplumsal huzur ve sosyal dayanışma ile iş barışı gibi temel konulardır. Risale-i Nur, sosyal sınıflar arasındaki dengenin ancak Kuran’ın koyduğu ölçülerle korunabileceğini vurgular. Kuran’ın insana yönelik en temel prensibi olan “*ubudiyet üzere yaşamak,*” ancak bu şekilde mümkün olmakta; öte yandan, ancak kendi vazifesini yaparak rızık vermek noktasında Allah’ın vazifesine karışılmadan ubudiyet üzere yaşandığı sürece bu denge muhafaza edilebilmektedir. Said Nursi’ye göre, sosyal dengeyi bozan en önemli iki unsur, faizin varlığı ve zekâtın uygulanmamasıdır. Bu iki unsurdan faizin toplumsal hayattaki temelindeki yansımada “*Sen çalış, ben yiyeyim,*” yaklaşımının olduğunu ve zekât emrine uymamanın temelinde ise “*Ben tok olayım, başkası açlıktan ölse bana ne*” anlayışlarının yattığı ifade edilmektedir. Çünkü mevduat sahibinin paralarıyla verilen kredileri alan esnaf, sanatkâr, yatırımcı veya tüketici kendi çalışmasıyla mevduat sahiplerini beslemektedir. Mevduat sahiplerinin hiçbir riskleri olmadığı gibi kredi kullananların iflas etmeleri durumunda bile faiz alacakları katmerli bir şekilde mal varlıklarının tasfiyesi ve icraya verilmesiyle de olsa mutlaka garantili bir şekilde tahsil edilmektedir. Bu da mevduat sahiplerinin zenginleşmesine ve merhametsizleşmesine yol açmaktadır. Zekât verilmemesi de gene başkasının aç olmasıyla ilgilenmemek ve dolayısıyla fakirlerden hürmet ve saygı görmemelerinden dolayı sınıflar arasında açılan makas suç oranlarının yükselmesine, ihtilal ve fesatlıkların artmasına yol açmaktadır. İnsanlık tarihindeki karışıklıkların, fesadın, ihtilallerin ve ahlaki bozukluklarının temelinde, bu iki anlayışın yattığı savunulmaktadır. Bu da sosyal politikaların kamu maliyesi üzerinde ciddi bir yük olarak kambur oluşturmalarına ve asayiş ile toplumsal huzursuzlukların önlenememesi anlamına gelmektedir. Kuran ile Hadis ışığında yapılacak uygulamaların ihlas ve gerçek tahkiki iman ile desteklenmesi durumunda sürdürülebilir sonuçlar vereceği kuşkusuzdur. Dolayısıyla Müslüman toplumlarda sosyal girişimciliğin

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

sürdürülebilir bir şekilde istenilen amaçları doğurabilmesi için “*Sen çalış, ben yiyeyim,*” ile “*Ben tok olayım, başkası açlıktan ölse bana ne*” yaklaşımlarının ortadan kalkması gerekmektedir. Bu da zekat ve faiz gibi İslami emir ve yasakların imanları gereğince gönüllü olarak uygulandığı bir toplumun varlığını gerektirmektedir.

Kaynakça

- Abu Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 22-28.
- Ahmad, I. (2011). Religion and Labor: Perspective in Islam. *The Journal of Labor and Society*, 589-620.
- Ansari, M. (1994). İslamic Perspectives on Sustainable Development. *The American Journal of Islamic Studies*, 394-402.
- Armağan, S. (1991). *Ana Hatları İle İslam Ekonomisi*. İstanbul: Timaş Yayınları, No :96.
- Aström, Z. H. (2011). Paradigm Shift for Sustainable Development: The Contribution of Islamic Economics. *Journal of Economic and Social Studies*, 73-84.
- Budak, G. (2015). Yoksulluğa İnovatif Bir Çözüm: Sosyal Girişimcilik. *Emek ve Toplum*, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/84819>.
- Canbay, T., & Demir, M. (2013). Türkiye’ de Sosyal Güvenlik Açıkları ve Sosyal Güvenlik Ahlakı. *Yönetim ve Ekonomi*, 303-317.
- Çayıroğlu, Y. (2014). İslâm İktisadının karakteristik özellikleri. *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 149-183.
- Debbaoğlu, A. (1979). *İslam İktisadına Giriş*. Dergah Yayınlar: İstanbul.
- Döndüren, H. (1993). *Delilleriyle Ticaret ve İktisat İlmihali*. İstanbul: Erkam Yayınları.
- Dumlu, E. (2011). Zekât, Kamu Harcamaları Açısından. *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 218-252.
- Gundolf, K., & Filser, M. (2013). Management Research and Religion: A Citation Analysis. *Journal of Business Ethics*, January 1, 177-185.
- Haldun, İ.-i. (1968). *Mukaddeme*. İstanbul: 1,2,3 Cilt, Çev: Z.Kadiri Urgan.
- J.Cornell, V. (2006). In the Shadow of Deuteronomy Approaches to interest and usury in Judaism and Christianity. A. Thomas içinde, *Interest in Islamic Economics* (s. 13-24). New York: Routledge.
- Jha, Y. (2013). Examining the Meta-Principles of Modern Economics and their Implications for Islamic Banking and Finance. *Islamic Sciences*, Vol. 11, 169-181.
- Kalaycı, İ. (2013). Katılım Bankacılığı: Mali Kesimde Nasıl Bir Seçenek? *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 52-76.
- Karaman, H. (1987). *Mukayeseli İslam Hukuku*, C:1,2,3. Nesil Yayınları: İstanbul.
- Karaman, H. (2002). *Laik Düzendeki Yaşamak*, C:1,2,3,. İstanbul: İz Yayıncılık.
- Khan, M. F. (2013). Theorizing Islamic Economics: Search for a Framework for Islamic Economic Analysis. *Islamic Econ.*, Vol. 26 No. 1, 203-236.
- Kırılmaz, S. K. (2013). Sosyal Girişimcilerin Girişimcilik ve Dönüştürücü Liderlik Algılarının Belirlenmesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 104-130.

Literature Islamic and Political Sciences 2017, 2 (1): 47-72

- Koç, O. (2010). Toplumsal Sorunlarla Mücadelede Bir Kaldıraç Olarak Sosyal İnovasyon Ve Sosyal Girişimcilik Açısından Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/81597>.
- Koehler, B. (2011). The Economist Mohammed Ibn Abdullah (570 – 632). *Economic Affairs*, 109-114.
- Kuran, T. (1995). Islamic Economics and the Islamic Subeconomy. *Joumai of Economic Perspectives*, 155-173.
- Marsuki, M. Z. (2009). Religious Agendas Towards Sustainable Development: An Islamic Perspective. *Malaysian Journal of Science and Technology Studies*, 22-39.
- Mevdudi, E. (1985). *Faiz*. İstanbul: Bir Yayıncılık, Çev: Beşir Eryarsoy, No:41.
- Nakvi, N. H. (1985). *Ekonomi ve Ahlak*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Nienhaus, V. (2013). Method and Substance of Islamic Economics: Moving Where? *Islamic Economics*, 169-202.
- Nursi, B. S. (1960). *Mesnevi-i Nuriye*. İstanbul: Envar Neşriyat.
- Nursi, B. S. (1960). *Sözler*. İstanbul: Envar Neşriyat.
- Nursi, B. S. (1993). *Münazarat*. İstanbul: Envar Neşriyat.
- Okandan, G. D., & Görgülü, V. (2012). Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Tanımı ve Örnekleri. B. Çınar içinde, *Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi.
- Özdevecioğlu, M., & Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 32, 81-95.
- Riis, O. (1989). The Role of Religion in Legitimizing the Modern Structuration of Society. *Acta Sociologia*, 137153.
- Shittu, A. B. (2014). The Qur'anic worldview: A springboard for cultural reform. *Intellectual Discourse*, 239-242.
- Singh, A. (2016). *Indian Social Entrepreneurs*. Springer India.
- Şirvan, İ. (1997). Risale-i Nur'da "İktisat" Bir Giriş Denemesi. *Köprü Dergisi*, 57. Sayı.
- Tabakoğlu, A. (1988). *İslam ve Ekonomik Hayat*. Ankara: Diyanet Yayınları.
- Talegani, M. (1989). *İsmal ve Mülkiyet*. İstanbul: Yöneliş Yayınları.
- Wilber, C. K. (1974). The 'New' Economic History Re-examined: R. H. Tawney on the Origins of Capitalism. *American Journal of Economics & Sociology*, July 1., 249-258.
- Wolk, A. M. (2008). *Social Entrepreneurship and Government*. Washington: A root Cause.
- Zaim, S. (1992). *İslam-İnsan-Ekonomisi*. İstanbul: Yeni Asya Yayınları.
- Zaman, A. (2012). Crisis in Islamic Economics: Diagnosis and Prescriptions. *Islamic Econ, n., Vol. 25 No. 1*, 143-166.



Satın Alma Gücü Paritesinin Azerbaycan Cumhuriyeti İçin Geçerliliğin Analizi

Basti ALIYEVA^{1*} Arzuman HÜSEYNOV²

¹ Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Türk Dünyası İşletme Fakültesi

² Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Türk Dünyası İşletme Fakültesi

ÖZ

Satın Alma Gücü Paritesi, bir mal veya hizmet sepetinin satın alına bilmesi için gerekli ulusal para cinsinden oranı ile hesaplanmasıdır. Bu çalışma 01.01.2000– 31.12.2015 yıllarında aylar itibariyle veri seti kullanarak Azerbaycan`da Satın Alma Gücü Paritesi teorisinin geçerliliği konusunda bir analiz yapma amacını taşır. Dolayısıyla, veri seti Azerbaycan ülkesinin aylık Nominal Döviz Kuru, yurtiçi Tüketici Fiyat Endeksi gibi değişkenlerden oluşmaktadır. Bu çalışmada önemli olarak zaman serileri arasında durağanlık kavramı üzerinde durulmuştur. Satın Alma Gücü Paritesinin Azerbaycan`da geçerli olup olmadığını araştırmak için ilk olarak Birim Kök Testi, Koentegrasyon Testi ve Hata Düzeltme Yöntemleri hakkında bilgiler verildi daha sonra Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Katsayısı anlatılmıştır. SAGP'nin geçerliliği için Tanımlayıcı İstatistiklerden Ortalama, Medyan, Mod, Varyans, Standart Sapma excel ile analizler yapıp Satın Alma Gücü Parite'sinin geçerli olup olmadığı araştırıldı. AZN/\$ "2000-2015" ve TÜFE/AZN "2000-2015", Korelasyon Katsayısı için ise "2000-2015", "2009-2014" yıllarında aylık olarak Tanımlayıcı İstatistikler excel`de analiz edildi. Son olarak Satın Alma Gücü Paritesi geçerliliğinin analizi için "Augemented Dickey Fuller Birim Kök Testi", "Johansen Koentegrasyon Testi" "Hata Düzeltme Modeli" ile \$/AZN % Değişimi "2000-2005", "2006-2014", "2015" ve TÜFE/AZN ve TÜFE/AZN % Değişimi "2000-2005", "2006-2014", "2015" yıllarında aylık olarak Eviews programı ile durağan hale getirilip, karşılaştırma yapılarak geçerliliği araştırıldı.

Uygulanan testler neticesinde uzun dönemde seriler arasında ilişki bulunmuştur. Kurlar artan, TÜFE ise azalan olduğu görülmüş ve TÜFE Kurlardan aslı olduğu anlaşılmıştır. Yani Koentegrasyon (Eşbütünleşme) testi ile yapılan incelemede söz konusu dönemde Satın Alma Gücü Paritesinin geçerli olduğu görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Azerbaycan, Döviz, Satın Alma, Standart Sapma, Korelasyon

***Sorumlu Yazar (Corresponding Author):**

Basti Aliyeva; Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi UNEC Türk Dünyası İşletme Fakültesi İktisat ve İşletme Bölümü, Abbas Sahat küç. 45A, AZ1007, Azerbaycan/Bakü, bastiyusifova@gmail.com

Geliş (Received) : 12.05.2017

Kabul (Accepted) : 29.06.2017

Basım (Published) : 30.06.2017

VALIDITY ANALYSIS OF PURCHASING POWER PARITY FOR THE AZERBAIJAN REPUBLIC

Abstract

The purchasing power parity is calculated by the ratio of the national currency required to purchase a commodity or service basket. This study aims to make an analysis on the validity of the Purchasing Power Parity Theory in Azerbaijan using data set for months from 01.01.2000 to 31.12.2015 for several months.

Therefore, the dataset is composed of variables such as Nominal Foreign Exchange Rate of the Azerbaijan country, Domestic Consumer Price Index. In this study, the concept of stationarity was emphasized between time series. In order to investigate whether the Purchasing Power Parity is valid in Azerbaijan, first the Unit Root Test, Cointegration Test and Error Correction Methods were explained. Then Descriptive Statistics and Correlation Coefficient were explained. Median, Mod, Variance, Standard Deviation from Descriptive Statistics for the validity of SAGP were analyzed with excel and it was investigated whether the Purchasing Power Parity is valid or not. AZN / \$ "2000-2015" and TUFÉ / AZN "2000-2015" for the correlation coefficient and "2000-2015" for the correlation coefficient and Descriptive Statistics excel in the month of "2009-2014". Finally, for the analysis of the validity of the Purchasing Power Parity, the "Augmented Dickey Fuller Unit Root Test", "Johansen Cointegration Test", "Error Correction Model" and \$ / AZN% Exchange "2000-2005", "2006-2014", "2015" TUFÉ / AZN and TUFÉ / AZN% Change was made monthly by Eviews program in the years 2000-2005, 2006-2014, and 2015, and their validity was investigated by comparison. As a result of the tests applied, long term relation was found between the series. The currencies are increasing, while the CPI is seen to be decreasing, and it is understood that the CPI is the original from the currencies. That is to say, in the examination conducted by the Cointegration (Cointegration) test, it is seen that the Purchasing Power Parity is valid in the said period.

Keywords: Azerbaijan, Foreign Exchange, Purchasing, Standard Deviation, Correlation

GİRİŞ

Bu makalede Satın Alma Gücü Paritesi hakkında Literatür taraması yapıldı, sonra ise SAGP'nin Tanımı, Önemi, Amacı, Hesaplanması, Kimler tarafından kullanılır ve Türleri hakkında bilgiler verilecektir.

Döviz kurları ekonomik faaliyetleri etkileyen önemli göstergelerden biridir. Bu çalışmanın konusu olan Satın Alma Gücü Paritesi döviz kuru belirlenme modellerinden biri olarak karşımıza çıkacaktır. Çalışmada Azerbaycan için 01:01:2000-31:12:2015 yılları Satın Alma Gücü Paritesinin geçerliliği "Augmented Dickey Fuller Birim Kök Testi", "Johansen Koentegrasyon Testi" ile incelenmiş ve geçerliliği sınanacaktır.

Azerbaycan TÜFE, Azerbaycan Döviz Kurları serilerini kullanılacaktır. Temelde serilerin durağanlık dereceleri incelenerek uzun dönem dengelerinden faydalanılacaktır. İlk aşamada durağanlık dereceleri için Augemented Dickey Fuller denklemlerden faydalanılacak ve durağanlık dereceleri tespit edilecektir. Durağanlık dereceleri tespit edilen seriler ikinci aşama olarak uzun dönem dengeleri bulunmağa çalışılacaktır. SAGP teorisi incelenirken kullanılan ana yöntem Koentegrasyon (Eşbütünleşme) Testi bu çalışmada kullanılacaktır. Sonra ise yapılan teste hata bulunursa Hata Düzeltme Yöntemine`de başvurulacaktır.

Satın Alma Gücü Paritesi literatürde kullanılan metotlar, Durağanlık ve Zaman Serileri, Birim Kök Testleri, Koentegrasyon Testi, Hata Düzeltme Yöntemleri kavramları hakkında geniş bir şekilde bilgiler verilecektir. **Literatür taraması;** Taylor (2006), SAGP teorisinin geçerliliğinin 1970'li yıllarda yaygın olduğunu, 1980'li yıllarda ise yaygın olmadığını ileri sürmüştür. Ancak, son yıllarda yapılan çalışmalarda ise SAGP teorisinin oldukça güçlü bir şekilde desteklendiği görülmektedir (Karoglou ve Morley, 2012). Breitung ve Candelon (2005), Asya ve Latin Amerika'dan geniş bir ülke grubunu ele alarak, Meksika ve Asya krizlerinin SAGP hipotezinin geçerliliğini ne yönde etkilediğini araştırmışlardır. Çalışmalarında, esnek döviz kuru sistemini benimseyen Asya ülkelerinde SAGP hipotezinin geçerli olduğu, ancak ABD Dolarını referans para birimi olarak kabul eden Güney ve Latin Amerika ülkelerinde ise SAGP hipotezinin geçerli olmadığı sonucuna ulamışlardır. Payne ve diğ. (2005), geçiş ekonomilerinden biri olarak kabul gören Hırvatistan için birim kök testleri ile SAGP hipotezinin geçerli olup olmadığını incelemişlerdir. Alba ve Papell (2005) çalışmalarında, 1976-2002 dönemine ait verileri kullanarak, 84 gelişmiş ve gelişmekte olan ülke için SAGP hipotezinin geçerliliğini incelemiştir. Aylık veriler kullanılarak, panel birim kök yaklaşımı uygulanmış ve Avrupa ile Latin Amerika'da SAGP hipotezi geçerli olurken, Afrika ve Asya'da geçersiz olduğu bulgusu elde edilmiştir. Çağlayan ve Saçaklı (2006) çalışmalarında, Türkiye ile Birleşik Krallık arasında SAGP hipotezinin geçerliliğinin analizi için 1995-2004 dönemine ait aylık veriler kullanarak, birim kök testleri ile hata düzeltme modeli uygulanmıştır. Elde edilen bulgular, bu iki ülke arasında SAGP hipotezinin geçersiz olduğunu ortaya koymuşlardır. Doğanlar (2006), 1995:01-2002:12 dönemi için Engle-Granger ve Phillips-Hansen testlerini kullanarak Azerbaycan, Kazakistan ve Kırgızistan ekonomilerinde SAGP hipotezinin geçersiz olduğunu belirtmiştir. Aslan ve Kanbur (2007), kırılmalar dikkate alınarak 1982:01-2001:01 ve 2001:01-2005:12 iki ayrı dönemler itibariyle 1982-2005 arasını kapsayan bir dönemde Türkiye için SAGP'nin geçerliliğini araştırmış, birim kök ve eş- bütünleşme testleri sonucunda her iki dönem de de hipotezin geçerli olmadığı sonucuna varılmıştır. Tatoğlu (2009), 1977-2004 döneminde 25 OECD ülkesinde Satın Alma Gücü Paritesi teorisinin geçerliliğini sınamak için panel durağanlık testleri uygulamış, yapısal kırılmanın olduğu ve olmadığı durumlar da ele alınarak, yapısal kırılma dikkate alınmadan yapılan birim kök testlerinde sadece 10 ülkede SAGP teorisi geçerli iken, kırılmalar dikkate alındığında teorisinin ülkelerin tamamında geçerli olduğu görülmüştür. Ağayev (2013), reel döviz kuru serilerinin durağanlık özellikleri doğrusal ve doğrusal olmayan birim kök testleri kullanarak SAGP hipotezinin geçerliliğini Kazakistan için incelemiştir. Bu amaçla, Kazakistan ulusal parası Tenge'nin (KZT) on üç farklı reel kuru, Ocak 1995 – Aralık 2012 dönemine ait aylık veri seti kullanılarak çeşitli birim kök testi incelemelerine tabi tutulmuştur.

1. SATIN ALMA GÜCÜ PARİTESİ'NİN KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇİVESİ

1.1. SATIN ALMA GÜCÜ PARİTESİNİN TANIMI

Reel döviz kurunu hesaplamada kullanılan Satın Alma Gücü Paritesi, ülkeler arasındaki fiyat düzeyi farklılaşmasını ortadan kaldıran para birimi dönüştürme oranıdır. Eldeki toplu bir para parite oranı ile farklı bir para birimine dönüştürüldüğünde, tüm ülkelerde aynı sepetteki mal ve hizmetler satın alınabilir.⁶³ SAGP'nin temel dayanağı tek fiyat kanunudur. Söz konusu kanun aynı malın iki farklı yerde aynı fiyat düzeyine sahip olması gerektiğini ileri sürmektedir. Eğer TFK geçerli ise, uluslararası arbitraj ortak bir para birimi cinsinden ifade edildiği zaman, ülkelere karşı her malın fiyatının eşitlenmesini gerektirmektedir.⁶⁴ SAGP yaklaşımında; ülkedeki tüm mallar için bu kanunun geçerli olduğunu belirtilmektedir. Bir başka ifadeyle; herhangi bir zaman dilimi içerisinde iki farklı para birimi arasındaki kurda meydana gelecek değişimi belirleyen esas husustur. Buna göre, bir ülkedeki fiyat seviyesinde meydana gelecek bir artış, ülkenin para biriminde bir düşüşe neden olacaktır. SAGP'ne göre döviz kurlarındaki değişimin başlıca sebebi, ülkeler arasında farklı enflasyon oranıdır.⁶⁵

Satın Alma Gücü Paritesinin matematiksel olarak ifade etmek istesek:

$$ER_{d/f} = P_d / P_f$$

$ER_{d/f}$: Nominal Döviz Kuru

P_d : Yurtiçi Fiyat Düzeyi

P_f : Yabancı Ülke Fiyat Düzeyi

İki ülke üzerinden durumu açıklarsak: karşılaştırmaya konu bir mal sepetinin fiyatının iki ülkede de eşit olacaktır diyebiliriz.⁶⁶

1.2. SATIN ALMA GÜCÜ PARİTESİNİN ÖNEMİ

Uluslararası ekonomide döviz kurlarının belirlenmesi modellerinden biri olan SAGP bir kaç açıdan oldukça büyük önem arz etmektedir. Söz konusu teoremin önemini beş başlık altında sıralamak mümkündür.

a. Nominal ve reel şoklar ile birlikte ortaya SAGP'den sapma, reel döviz kurlarındaki hareketlerin açıklanmasında kullanılmaktadır.

⁶³ “Satın Alma Gücü Paritesi”, https://tr.wikipedia.org/wiki/Satın_alma_gücü_paritesi Erişim Tarihi:(09.11.2015)

⁶⁴ Burcu Özcan, “Satın Alma Gücü Paritesi G7 Ülkeleri için Geçerli mi? ”, **H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt:30, Sayı 2, 2012, s. 137

⁶⁵ Veli Yıllancı, “Eşik Otoregresif Modellerde Birim Kök Testi ile Satın Alma Gücü Paritesinin Geçerliliğinin Sınanması” (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**), T.C İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonomi Anabilim Dalı, İstanbul, 2007, ss.92-93

⁶⁶ Kemal Yıldırım, Mehmet Mercan, S.Fatih Kostaoğlu, a.g.m. s.76

- b. Kur uyumsuzluğunun derecesini belirlemektedir.
- c. SAGP'nin sağlanması, açık ekonomi makro ekonomideki varsayımlardan biridir.
- d. SAGP, ülkeler arasındaki gelirlerin karşılaştırılması için enflasyon farklılıklarının giderilmesini amaçlamaktadır.
- e. SAGP, paritelerin oluşturulması için kullanılmaktadır.⁶⁷

SAGP'nin önemini daha geniş ve kapsamlı şekilde anlatacak olursak: Bir ülkenin yıllara göre gelişme düzeyinin belirlenmesinde genellikle, o ülkenin ulusal para birimine göre sabit fiyatlarla kişi başına milli gelir rakamları temel alınmaktadır. Uluslararası gelişmişlik düzeyi karşılaştırmalarında ise ortak bir döviz kuruna kişi başına milli gelir değerleri kullanılmaktadır. Resmi ve serbest döviz kurları arasındaki farklılıklar ve ülkelerdeki fiyat düzeylerinin farklı oluşu bu tür karşılaştırmalarda döviz kurunun güvenilirliği yitirmesine yol açmıştır. Bu durum döviz kurunun sakıncalarını ortadan kaldıran SAGP yönteminin oluşturulmasına neden olup ve önemini artırmıştır.

1.3. SATIN ALMA GÜCÜ PARİTESİNİN AMACI

Ülkeler arasındaki fiyat düzeyi farklılıklarını gidererek GSYİH ve bileşenlerinin bu tür uluslararası karşılaştırmalarına olanak veren ortak bir değişim oranıdır.⁶⁸

SAGP'nin uygulama`da iki temel kullanımı vardır.

- a. Milli gelirin ülkeler arasında karşılaştırılması için,
- b. Fiyat ile döviz kuru arasındaki ilişkiyi inceleyip döviz kurunun belirlenmesi için kullanılır.

SAGP'nin bu temel kullanımı aslında SAGP'nin kullanım amaçlarını da özetlenmektedir. SAGP ülkeler arasındaki fiyat farklılıklarını giderip GSYİH ve bileşenlerinin bu tür uluslararası karşılaştırmalara izin veren bir oran olmuştur.⁶⁹

1.4. SATIN ALMA GÜCÜ PARİTESİNİN HESAPLANMASI

SAGP'nin hesaplanabilmesi için ihtiyaç duyulan temel veriler:

- Ulusal yıllık ortalama fiyatlar,
- GSYİH'ya ait ulusal harcama ağırlıklarıdır.⁷⁰

SAGP basit olarak ülkeler arası fiyat farklılıklarının karşılaştırılmasıdır. Basit olarak SAGP hesabını göstermek gerekirse:

⁶⁷ Okan Acar, "Satın Alma Gücü Paritesi (Purchasing Power Parity) ve Tarihesi" (19.01.2011), <http://www.okanacar.com/2013/01/satn-alma-gucu-paritesi-purchasing.html> Erişim Tarihi:(8.03.2016)

⁶⁸ "Satın Alma Gücü Paritesi Nedir ?- SAGP Nedir ? (Purchasing Power Parity-PPP)" <http://finansteknik.blogspot.com/2014/12/satnalma-gucu-paritesi-nedir-sagp-nedir.html> (24.12.2014)

⁶⁹ Özgül Volkan, "Satın Alma Gücü Paritesinin Geçerliliğinin Kırılmalı Birim Kök Testleri ile İncelenmesi" (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı Ekonometri Bilim Dalı, İstanbul, 2013, s-10

⁷⁰ Ayşe Nesligül Kanbur, a.g.e. 2

X ve Y gibi iki ülke olsun

$$SAGP = P_{ix} / P_{iy}$$

P_{ix} : i malının X ülkesindeki fiyatı,

P_{iy} : i malının Y ülkesindeki fiyatıdır.⁷¹

Örneğin, 1 kg dana etinin fiyatı Türkiye`de 15 YTL, ABD`de 20 Dolar ise, dana eti için 1 BD dolarının Satın Alma Gücü Paritesi;

$$SAGP (TR/ABD) = \frac{15 \text{ YTL}}{20 \text{ ABD Doları}} = 0.75 \text{ YTL/Dolar}$$

olarak hesaplanır. Bu değer, dana eti için ABD`de ödenecek her bir Dolara karşılık Türkiye`de 0.75 YTL ödeneceği anlamını taşımaktadır.

Uluslararası karşılaştırmalarda kullanılan SAGP`de temel alınan değişken ülkelerin ekonomik faaliyetlerin temelini oluşturan GSYİH`dir. GSYİH belirli bir yıl içinde bir ülkede üretilen ve ya tüketilen mal ve hizmetlerin toplamıdır. SAGP hesaplamalarında harcama yöntemi ile elde edilen GSYİH esas alınmaktadır.

Formülü şu şekildedir:

$$S_1 - S_0 / S_0 = P_a - P_f$$

S_1 : Baz alınan yılın döviz kurunu

$S_1 - S_0 / S_0$: Kurdaki yüzde değişmeyi

P_a : İki dönem arasında ele alınan ülkedeki enflasyon oranı

P_f : Yabancı ülkedeki enflasyon oranını ifade etmektedir.

Bu formüle göre iki ülke arasındaki döviz kuru iki ülke arasındaki fiyat farklarından kaynaklanmamaktadır. NSAGP`de döviz kurundaki değişmeler esas alınmaktadır. Dolayısıyla NSAGP enflasyonla ilgilidir.⁷²

NSAGP uzun ve kısa vadede olmak üzere iki farklı süreçte izlenmektedir. Her analizde olduğu gibi bu analizde de verilerin fazla olması sonucun daha güvenilir olmasını sağlayacaktır.⁷³

2. SATIN ALMA GÜCÜ PARİTESİNİN GEÇERLİLİĞİN SINANMASI

2.1. TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

Bilimsel araştırmalarda toplanan veriler genellikle düzensiz bir durumda bulunur. İncelenen vasıflar açısından hedef kitlenin yapısını ortaya çıkarabilmek için ham veri adı verilen bu bilgilerin işlenmesi gerekir. Veri işlenmesinde ise sınıflama, gruplama, vasıf kombinezonu teknikleri ile toplam (sayı ya da frekanslar), oran (yüzdeler), ortalama (aritmetik ortalama, mod, medyan) ve standart sapma gibi ölçütlerden yararlanılır.⁷⁴Tanımlayıcı İstatistiklerde hesaplama yapabilmek için AZN/\$ kuru için bir aylık “volatiliye”yi

⁷¹ Volkan Özgül, a.g.e, s. 11

⁷² Volkan Özgül, a.g.e, s.16

⁷³ Volkan Özgül, a.g.e, s.17

⁷⁴ Tanımlayıcı İstatistikler http://www.istatistikanaliz.com/tanimlayici_istatistikler.asp Erişim Tarihi: (03:04:2016)

bilmemiz veya tahmin etmemiz gerekir. Volatiliteden kastımız faiz, fiyat, veya kurlardaki değişkenlik veya oynaklık. Eğer AZN/\$ kuru bir aylık “ volatilité”yi bilirsek riske maruz değeri

$$\text{VaR} = \text{Volatilite} \times \text{Pozisyon Değeri}$$

Formula ile hesaplayabiliriz. Eğer bir aydan daha fazla süreler için riske maruz değer hesaplayacak 1 ay için bulduğumuz VaR'ı elde tutma süresinin karekökünü alarak bulacağımız katsayı ile çarpmamız gerekir.

Örneğin: 10 aylık bir süre için VaR hesaplayacak formülümüz şu olacak;

$$\text{VaR} = \text{Volatilite} \times \text{Pozisyon Değeri} \times \sqrt{10}$$

Volatilite hesaplamasının en temel yöntemi risk faktörlerine (faiz, kur, fiyat) ait tarihi verilerin standart sapmasının bulunmasıdır. Standart sapma teknik olarak bir serideki elemanların ortalamadan sapmalarının birim ölçüsüdür.

Risk yazınında “standart sapma” veya standart sapmanın karesi olan `varyans`ın volatilité ile eş anlamlı kullanıldığını söylemek yanlış olmaz. Ancak volatilité hesaplamasının standart sapma dışında yöntemleri de vardır.

Konuyu bir örnek yardımıyla açıklayalım. Müteakip sahifede verilen Tablo 1`de **01.01.2000—31.12.2015** döneminde AMB tarafından yayınlanan günlük kurlardan yola çıkarak hesapladığım Amerikan Doları için aylık döviz alış kurlardaki değişimi gösteren 192 örneklik bir serimiz veya dağılımımız var.

Tabloda ayrıca AZN/\$ kurlarındaki aylık yüzde değişimler için Excel Programını kullanarak hesapladığım tanımlayıcı istatistikler de mevcuttur.

Excel Programı çıktısında şimdi sırasıyla elimizdeki seri için “Aritmetik Ortalama”, “ Mod” , “Medyan” , “Varyans” , ve “Standart Sapma”yı hesaplayalım.⁷⁵

1) Aritmetik Ortalama

Bir sayı dizisindeki elemanların toplamının eleman sayısına bölümüne aritmetik ortalama denir.

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} = \frac{X_1 + X_2 + \dots + X_n}{n}$$

\bar{X} - ortalama, $\sum_{i=1}^n X_i$ - Elemanların sayısı, **n**- elemanların toplam sayısı⁷⁶

2) Mod

Bir sayı dizisindeki serilerde en çok tekrar edilen elemandır. Tepe değer olarak da adlanır. Mod birden fazlada ola bilər. En çok tekrar edilene frekans`da denir.⁷⁷

⁷⁵ M. Ayhan ALTINTAŞ, “Bankacılıkta Risk Yöntemi ve Sermaye Yeterliliği”, Turhan Kitabevi Yayınları, Kızılay-Ankara, Mart 2006. s.22

⁷⁶ Aritmetik Ortalama ve Açıklık Nedir ? (Aralık) <http://www.matematikciler.org/6-sinif/matematik-konu-anlatimlari/428-aritmetik-ortalama-ve-aciklik-aralik.html> Erişim Tarihi:(04:05:2016)

3) Medyan

Küçükten büyüğe ya da büyükten küçüğe doğru sıralanmış puan dağılımında tam ortada yer alan, yani sıralanmış puan dağılımında baştan ve sondan aynı sırada bulunan ölçme sonucuna Medyan (Ortanca) denir.

Medyan Hesaplanması:

a) Sıralanmış puan dağılımı tek ise Medyan (n tek ise) $\frac{n+1}{2}$ formülü ile bulunur.

b) Sıralanmış puan dağılımı çift sayı ise (n çift ise) $(\frac{n}{2}) + (\frac{n}{2} + 1)$ çıkan sonuç 2 ye bölünür

Karışık sayı olarsa ilk önce küçükten büyüğe doğru sıralanır.⁷⁸

4) Varyans

Varyans serideki elemanların aritmetik ortalamadan sapmaların karesinin toplamının örnek sayısının bir eksiğine bölünmesi suretiyle hesaplanır.⁷⁹

$$\sigma^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}{n-1}$$

$$\sigma^2 = \frac{(X_1 - \bar{X})^2 + (X_2 - \bar{X})^2 + \dots + (X_n - \bar{X})^2}{n-1}$$

5) Standart Sapma

Standart Sapma varyansın kareköküdür. Volatilite olarak isimlendirilir.⁸⁰

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}{n-1}}$$

$$\sigma = \sqrt{\frac{(X_1 - \bar{X})^2 + (X_2 - \bar{X})^2 + \dots + (X_n - \bar{X})^2}{n-1}}$$

⁷⁷ Mod Nedir ? <http://modmedyan.nedir.com/> Erişim Tarihi: (04:05:2016)

⁷⁸ Medyan Nasıl Hesaplanır – Medyan Hesaplama Yöntemleri – Medyan Hesaplama <http://www.tualimforum.com/genel-kultur/69286-medyan-nasil-hesaplanir-medyan-hesaplama-yontemleri-medyan-hesaplama.html> (04:05:2016)

⁷⁹ M. Ayhan ALTINTAŞ, a.g.e. s-24

⁸⁰ M. Ayhan ALTINTAŞ, a.g.e s-25

a) Excel çıktısı ile 2000-2015 yıllarında 192 ay üzere **AZN/\$** için Tanımlayıcı İstatistiklerden esasen:

Ortalama	1784,980133
Standart Sapma	2311,640554
Varyans	5343682,053
En büyük	0,7843

En küçük 4936; olduğunu bilerek SAGP'nin geçerli olup olmadığını araştıra biliriz.

b) Excel çıktısı ile 2000-2015 yıllarında 192 ay üzere **TÜFE/AZN** için Tanımlayıcı İstatistiklerden esasen:

Ortalama	105,835
Standart Sapma	5,401493007
Varyans	29,1761267
En büyük	100,21
En küçük	121,66; olduğunu bilerek SAGP'nin geçerli olup olmadığını araştıra biliriz.

6) KORELASYON KATSAYISI

Korelasyon katsayısı analize konu birden fazla değişken arasında bağlantı olup olmadığını ve eğer bağlantı varsa bu bağlantının yönünü anlamamıza yarayan, son derece önemli istatistiki bir yöntemdir.⁸¹

Korelasyon katsayısı **-1** ila **+1** arasında değişir. Korelasyon katsayısı **-1**'e yaklaştıkça değişkenler arasında çok güçlü ters yönde, **+1**'e yaklaştıkça çok güçlü aynı yönde ilişki olduğunu gösterir. Katsayı sıfıra yaklaştıkça, değişkenlerdeki hareketin birbirinden bağımsız diğer bir ifade ile korelasyonun zayıf olduğu anlaşılır.⁸²

TABLO 1. **\$/AZN** ve **TÜFE/AZN** serileri için Korelasyon Matrisi (2000-2015)

\$/AZN ve TÜFE/AZN serileri için Korelasyon Matrisi		
	\$/AZN	TÜFE/AZN
\$/AZN	1	
TÜFE/AZN	-0,249686696	1

Tablo 1. de **\$/AZN** ve **TÜFE/AZN**'ni esas alıp Korelasyonun katsayısının **-1**'e yaklaştığı için hayli zayıf ve ters yönlü korelasyon olduğu tespit edilmiştir.

TABLO 2. **\$/AZN** ve **TÜFE/AZN** serileri için Korelasyon Matrisi (2009-2014)

⁸¹ M. Ayhan ALTINTAŞ, a.g.e, s.31

⁸² M. Ayhan ALTINTAŞ, a.g.e, s.32

\$/AZN ve TÜFE/AZN serileri için Korelasyon Matrisi		
	\$/AZN	TÜFE/AZN
\$/AZN	1	
TÜFE/AZN	-0,943117516	1

Tablo 2.de **\$/AZN** ve **TÜFE/AZN** ni esas alıp Korelasyonun katsayısının **-1**'e yaklaştığı için hayli zayıf ve ters yönlü korelasyon olduğu tespit edilmiştir.

Yaptığımız Augmented Dickey - Fuller (ADF) testinde 1st Difference`den ve None derecede **Prob*in** 0,03-0,005 den küçük olduğu için durağan hale geldiğini görürük ve hemçinin **t-Statistic`in** ise alt hissede yerleşen verilerden küçük olduğu için durağan hale geldi.

Yaptığımız Augmented Dickey – Fuller testinden sonra **AZN/\$** için 2015 yılında aylık kurların % değişim için durağan hale geldiği için **SAGP`sinin geçerliliğin sınanmasında kullanılabilecektir.**

TÜFE % DEĞİŞİM (2015)

TÜFE/AZN için 2015 yılında aylık TÜFENİN % **değişimi** olarak durağanın sınanması için birim kök testi kullanacağız.

Yaptığımız Augmented Dickey - Fuller (ADF) testinde 1st difference`den ve None derecede **Prob*in** 0,03-0,05 den küçük olduğu için durağan hale geldiğini görürük ve **t-Statistic`in** ise hemçinin alt hissede yerleşen verilerin ceminden büyük olduğu için durağan hale geldi.

Yaptığımız Augmented Dickey – Fuller testinden sonra **TÜFE/AZN** için 2015 yılında aylık TÜFENİN % değişim için durağan hale geldiği için **SAGP`sinin geçerliliğin sınanmasında kullanılabilecektir.**

Var modelinde gecikme uzunluğu aralığını bu testte birim kriterlerinde **Akaike information criterion** ve **Schwarz criterion** göre belirlenir. Akaike information criterion ve Schwarz criterion`de ortalama hangisinde olarak en düşük değer alırsa onu kullanırık.

Yaptığım Var modeli testlerinde gecikme uzunluğu aralığı olarak 1-2 de en düşük değer alındığı için, bende 1-2 olarak kullandım. Var modelini kurduktan sonra ise, uygun gecikme uzunluğunu bulalım:

Karşımıza çıkan sonuçlarda Eigenvalue (özdeğer), Trance Statistic (iz statistik), Critical Value (kritik değer), Prob (olasılık) kimi değerler var, Testi incelediğimiz zaman kaç tane eşbütünleşme denklemi olduğunu anlamak için Prob (olasılık) değerine bakırız, eğer olasılık değeri 0,03-0,05 den küçükse onda eşbütünleşme değeri olduğunu anlayırız.

Yaptığımız testin 2 tanesinde olasılık değeri 0,03-0,05 den küçün yanı None`larda Prob 0,0066 ve 0,0014 olduğu için koentegrasyon olduğu anlaşılır. Ve iki tane koentegrasyon denklemi kurmak olur.

At Most 1`lerde 0,03 - 0,05 den büyük olduğu için koentegrasyon denklemi olmadığı anlaşılır.

Genel olarak 2000-2005 yılları arasında aylık olarak KURLAR ve TÜFE % değişimini, değişken olarak kullanıp **Johansen Eşbütünleşme (Koentegrasyon) Testi** yaptığımız da Testin geçerli olduğu ve Kurların TÜFE büyük olduğu için Azerbaycan Cumhuriyetin `de Satın Alma Gücü Paritesi`nin geçerli olduğu anlaşıldı.

Karşımıza çıkan sonuçlarda Eigenvalue (özdeğer), Trance Statistic (iz statistik), Critical Value (kritik değer), Prob (olasılık) kimi değerler var, Testi incelediğimiz zaman kaç tane eşbütünleşme denklemi olduğunu anlamak için Prob (olasılık) değerine bakırız, eğer olasılık değeri 0,03-0,05 den küçükse onda eşbütünleşme değeri olduğunu anlarız. Yaptığımız testin 2 tanesinde olasılık değeri 0,03-0,05 den küçük yani None`larda Prob 0.0001 ve 0.000 olduğu için koentegrasyon olduğu anlaşılır. Ve iki tane koentegrasyon denklemi kurmak olur.

At Most 1`lerde de **0.0005** ler olduğu den 0,03-0,05 den küçük olduğu için koentegrasyon denklemi olduğu anlaşılır.

Genel olarak 2005 yılı arasında aylık olarak KURLAR ve TÜFE % değişimini, değişken olarak kullanıp **Johansen Eşbütünleşme (Koentegrasyon) Testi** yaptığımız da Testin geçerli olduğunu ve KURLARIN TÜFE`den daha büyük olduğu ve TÜFE`nin KURLARDAN aslı olduğu anlaşıldığı için Azerbaycan Cumhuriyetin `de Satın Alma Gücü Partisi`nin geçerli olduğu anlaşılmaktadır.

7) Hata Düzeltme Modeli.

Eşbütünleşme Testi yapıldığı zaman uzun zaman serilerinde uyum sağlanmasa, hata bulunduğu zaman ve Eşbütünleşme testi analizi ile Satın Alma Gücü Paritesi`nin geçerliliği sınanması yapıla bilinmiyor, bu zaman Hata düzeltme Modeli kullanılarak hatalar düzeltilir sonra ise Koentegrasyon testi yapıp SAGP`nin geçerliliği sınanır. Ama yaptığımız bu çalışmada hiçbir hata bulunmadığı için Eşbütünleşme Testi ile Satın Alma Paritesi`nin Azerbaycan Cumhuriyetinde geçerli olduğu anlaşıldı. Sonuç olarak Hata Düzeltme Modeline gerek kalmadı.

SONUÇ

Bu çalışmada Azerbaycan`da Satın Alma Gücü Paritesi geçerliliği 01.01.2000–31.12.2015 dönemi arası aylık verilerle incelenmiştir. Öncelikle Satın Alma Gücü Paritesi tanımı yapıp, sonraki aşamada ise her Satın Alma Gücü Paritesi için uygun testler kullanarak Satın Alma Gücü Paritesinin Azerbaycan`da geçerliliği sınanmıştır.Satın Alma Gücü Paritesi üzerine yapılan çalışmalarda ADF testleri ile incelemeler yapılmıştır. Veri Seti olarak TÜFE ve Nominal Kurların % değişimi kullanıldı. Yapılan testler neticesinde uzun dönem ilişkiler bulunmağa çalışılmıştır. Son olarak Satın Alma Gücü Paritesi geçerliliğinin analizi için “Augemented Dickey Fuller Birim Kök Testi”, “Johansen Koentegrasyon Testi” ve “Hata Düzeltme Testleri” ile \$ /AZN ve \$ /AZN % Değişimi “2000-2015”, TÜFE /AZN ve TÜFE /AZN % Değişimi “2000-2015” yıllarında aylık olarak Eviews programı ile durağan hale getirilip analiz yapıldı. Veriler % değişimle durağan hale geldiği için Eşbütünleşme Testi yapıldı Kurların Artan ve büyük TÜFE`nin ise

azalan ve daha Küçük olduğu anlaşıldı. TÜFE Kurlardan aslı olduğu görüldü. Satın Alma Gücü Paritesi`nin Azerbaycan Cumhuriyetinde geçerli olduğu yapılan testlerle ispat edildi.

KAYNAKÇA

ALTINTAŞ, Ayhan, M. (2006) **Bankacılıkta Risk Yöntemi ve Sermaye Yeterliliği**, Turhan Kitapevi Yayınları, Kızılay-Ankara, Mart,

DOĞUKANLI, Hatice. (2015) **Uluslararası Finans**, Karahan Kitapevi Yayınları, Çukurova/Adana, Ocak

ERTEK, T. 2000. **Ekonometriye Giriş**, Beta Yayınları, İstanbul,

FAHEMET, Akın. (2002) **Sosyal Bilimlerde İstatistik**, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa,

GUJARATI, D.N. (1999) **Temel Ekonometri**, çev. Ü. Senesen ve G.G. Senesen, Literatür Yayınları, İstanbul,

KANBUR, A.N.(1980,2007) **Sonrası Türkiye`de Satın Alma Gücü Paritesini**, Literatür Yayınları, İstanbul,

NEWBOLD, P. (2000) **.İşletme ve İktisat için İstatistik**, çev. Ümit Senesen, Literatür Yayınları, İstanbul,

SEVÜTEKİN, Mustafa ve Mehmet Nargeleşkenler. (2005) **.Zaman Serileri Analizi**, Nobel Dağıtım Yayınları, Ankara,

SEYİDOĞLU, Halil. (2003).**Uluslararası İktisat, Teori, Politika ve Uygulama**, Güzem Can Yayınları, İstanbul,

ŞİŞMAN, Mehmet. ,(2003) **.Mali Sermayenin Küreselleşmesi**, Set Yayınları, İstanbul TARI, Recep. 2005.**Ekonometri**, Kocaeli Üniversite Yayınları, İzmit,

YILDIRIM, Kemal, Mehmet Mercan, S.Fatih Kostaoğlu. **“Satın Alma Gücü Paritesinin Geçerliliğinin Test Edilmesi: Zaman Serisi ve Panel Veri Analizi”** Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cild:8, Sayı:3, Aralık 2003, ss. 76.

NESLİGÜL KANBUR, Ayşe. (2007) **“1980 Sonrası Türkiye`de Satın Alma Gücü Paritesi”** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C MARMARA Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Uluslar Arası İktisat Bilim Dalı, İstanbul,

VOLKAN, Özgül. (2013) **“Satın Alma Gücü Paritesinin Geçerliliğinin Kırılmalı Birim Kök Testleri ile İncelenmesi”** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı Ekonometri Bilim Dalı, İstanbul,

YILANCI, Veli. (2007) **“Eşik Otoregresif Modellerde Birim Kök Testi ile Satın Alma Gücü Paritesinin Geçerliliğinin Sınanması”** (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), T.C İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonomi Anabilim Dalı, İstanbul,

Yıldırım, K. ve Yıldırım, Z. (2012). “Reel efektif döviz kuru üzerinde kırılmalı birim kök testi ile Türkiye için satın alma gücü paritesi hipotezinin geçerliliğinin sınanması”, Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, 33(2), 221-238.

Korkmaz, T., Çevik, E. İ., ve Çevik, N. K. (2013). “**Satın Alma Gücü Paritesinin Azerbaycan, Kazakistan ve Kırgızistan için Geçerliliğinin Test Edilmesi: Birim kök ve eşbütünlük analizi**”, *bilig*(64), 259-284. veri analizi”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 8(3), 75-95.

Ağayev, S., (2013), “**Satın Alma Gücü Paritesi Hipotezinin Kazakistan İçin Geçerliliği**”, International Conference on Eurasian Economies, Web Sitesi, <http://www.eecon.info/papers/594.pdf> (Erişim Tarihi.03.07.2014).

Aslan, N. ve Kanbur A. N., (2007), “**Türkiye’de 1980 Sonrası Satın Alma Gücü Paritesi Yaklaşımı**” Marmara Üniversitesi İ.İ.F. Dergisi, Cilt XXIII, Sayı 2.

Breitung, J., and Candelon, B. (2005). “**Purchasing Power Parity During Currency Crises: A Panel Unit Root Test under Structural Breaks**”, Review of World Economics, 141(1), 124-140.

Çağlayan, E., ve Saçaklı, N. (2006). “**Satın Alma Gücü Paritesinin Geçerliliğinin Sıfır Frekansta Spektrum Tahmincisine Dayanan Birim Kök Testleri ile İncelenmesi**”, Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi, 20, 121-137.

Doğanlar, M. (2006). “**Long-Run Validity of Purchasing Power Parity and Co-integration analysis for Central Asian Countries**”, Applied Economics Letters, 13, 457-461.

Korkmaz, T., Çevik, E. İ., ve Çevik, N. K. (2013) “**Satın Alma Gücü Paritesinin Azerbaycan, Kazakistan ve Kırgızistan için Geçerliliğinin Test Edilmesi: Birim kök ve eşbütünleşme analizi**”, bilig(64), 259-284.

Payne, J., Lee, J., and Hofler, R. (2005). “**Purchasing power parity: evidence from a transition economy**”, Journal of Policy Modelling, 27, 665-672.



Ekolojik Sistem Yaklaşımı Çerçevesinde Bir Olgu Sunumu: Suça Sürüklenen Çocuk Ve Ailesi Üzerine Çalışma

Deniz YILMAZ^{1*}

¹ Uzman Psikolog, Bartın Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğü

ÖZ

Ekolojik sistem yaklaşımı, bireyi, çevresi içerisinde yaşayan bir varlık olarak ele alır ve bireyin davranışını değerlendirirken bu çevreyi de göz önünde bulundurur ve sorunun çözümüne bu noktadan hareketle başlar. Bu çalışmada, bir bakkal dükkânından hırsızlık yaptığı gerekçesiyle ilgili mahkemece hakkında Danışmanlık Tedbiri kararı verilen 16 yaşında bir erkek çocuğu ile yapılan mesleki çalışmada Ekolojik Sistem yaklaşımı kullanılmıştır. Buna göre, çocuk, içinde bulunduğu sistem içerisinde değerlendirilmiş ve her bir sistemin değiştirilmesi yoluna gidilerek çocuğun sorunlu davranışlarının düzeltilmesi sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ekolojik Sistem Yaklaşımı, Çocuk Suçluluğu, Sosyal Hizmetler

Presentation of Case Study over Juvenile Pushed to Crime and Their Families As Part of Ecological System Approach

Abstract

Ecological system approach takes the person as a being who lives together with the environment and takes into consideration this matter while evaluating person's behavior and sorts out the problem starting from this point of view. In this study, Ecological system approach is used for the 16 years old teen who was decided to take advisory support by the reason of stealing from a supermarket. Accordingly, the teen, has been evaluated within the existing social systems and his problematical behaviors are corrected by means of changing these systems.

Keyword: *Ecological System Theory, Child Delinquency, Social Work*

***Sorumlu Yazar (Corresponding Author):**

Deniz YILMAZ; Bartın Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğü, E-mail:
denizyilmaz22@hotmail.com, Gsm: 0555 233 3406

Geliş (Received) : 10.05.2017

Kabul (Accepted) : 29.06.2017

Basım (Published) : 30.06.2017

GİRİŞ

Her toplum, kendine özgü, kültür, yapı, bütünlük, sosyal kontrol gibi dinamikleri ile sürekliliğini sağlar. Bu toplumda yaşayan bireyler, yazılı olan veya olmayan ya da günlük hayatın devamlılığını sağlayacak olan pek çok kuralı kabul eder (Sankır, 2014: 1314). Bu toplumsal kurallardan bilinçli ya da bilinçsizce sapıp, konulan kuralların ötesine geçen kişiye sapmış denir (Arıkan, 1986: 2). Sapmış kişi toplumsal kuralı ihlal ettiği için, bu kişinin suç işlediği kabul edilir. Suç, toplumsal kuralı bozma ya da karşı gelme şeklinde tanımlanır. (Yavuzer, 2011: 94). Bir başka deyişle, bireyin bağlı olduğu toplumun normlarına “hayır” diyerek karşı çıkması, bu karşı çıkışın derecesine göre, içinde bulunduğu ve baştan bir anlaşma imzalamış olduğu toplumun, dışına atılmasına, suçlanmasına ve cezalandırılmasına yol açar (Köknel, 1987: 398). Yavuzer’in Burt’tan (1937) aktardığına göre ise çocuk suçluluğu, anti-sosyal eğilimlerin yasa müdahalesi gerektirecek bir duruma dönüşmesidir (Yavuzer, 2011: 94). Suçlu çocuk, yaşlıları ve çevresiyle uyumlu ilişkiler kuramayan, vuran, kıran, ısırın, zorbalık yapan çocuktur ve geçimsizdir, kavgaya hazırdır, kuralları çiğner, ceza almaktan kaçınmaz (Kılıçarslan, 2006: 82).

Bu çalışmada toplumdan sapma davranışı gösteren, aslında kanunlarda bir ceza yaptırımına karşılık gelen bir eylemi yapmış olan çocuklara yönelik yapılan mesleki çalışmalarda Ekolojik Sistem Yaklaşımı ele alınacaktır. Ülkemizde, 15.07.2005 tarihinde Çocuk Koruma Kanunu yürürlüğe girmiştir. Bu kanun ile toplumsal kurallardan sapma davranışı gösteren çocuklar suçlu değil, suça sürüklenmiş çocuk olarak kabul edilmiştir. Burada yeni bir slogan vardır: “Suçlu Çocuk Yoktur, Suça Sürüklenmiş Çocuk Vardır”. Yani kanun, çocuğu cezalandırmayı değil de, onu topluma yeniden kazandırmayı amaç edinmiştir. Bu bağlamda, kanunda, çocuk, daha erken yaşta ergin olsa bile, on sekiz yaşını doldurmamış kişiyi; korunma ihtiyacı olan çocuk, bedensel, zihinsel, ahlaki, sosyal ve duygusal gelişimi ile kişisel güvenliği tehlikede olan, ihmal veya istismar edilen ya da suç mağduru çocuğu; suça sürüklenen çocuk, kanunlarda suç olarak tanımlanan bir fiili işlediği iddiası ile hakkında soruşturma veya kovuşturma yapılan ya da işlediği fiilden dolayı hakkında güvenlik tedbirine karar verilen çocuğu belirtmektedir (Çocuk Koruma Kanunu, Md.3, 2005).

Aynı Kanunda, “çocuğun bakımından sorumlu olan kimselere çocuk yetiştirme konusunda; çocuklara da eğitim ve gelişimleri ile ilgili sorunlarının çözümünde yol göstermeye yönelik bir tedbir” olarak tanımlanan danışmanlık tedbirlerinin kapsamı belirtilmiş (ÇKK, Md. 5, 2005), Tebliğ’de ise; Danışmanlık tedbirlerinin kapsamı, çocukların bedensel, zihinsel, psiko-sosyal, duygusal gelişimini desteklemek, okul, aile ve sosyal çevresi ile uyumunu güçlendirmek ve yeteneklerine uygun bir meslek sahibi olarak hayatı hazırlanmalarını sağlamak amacıyla okul başarısızlığı, okuma yazma bilmeme, okul devamsızlığı gibi eğitim sorunlarının çözümüne yönelik faaliyetler ve okul başarısını artırma; madde kullanımı, davranış bozukluğu, cinsel istismar, ergenlik sorunları, öfke kontrolü, sosyal beceri sorunu, aile içi iletişim problemleri, ailede parçalanma, ailede çocuğun değeri konusunda yeterli duyarlılığın olmaması, ailenin göçe bağlı sorunları gibi konularda korunma ihtiyacı olan veya suça sürüklenen çocuğu, aileyi ve çocuğun bakımından ve eğitiminden sorumlu kişileri bir arada sistematik bir şekilde ele alan, suç ve mağduriyetin tekrarlanmasını engellemek üzere riskleri ve koruyucu önlemleri değerlendiren ve normal gelişimi destekleyen, müdahale eden, psiko-sosyal ve eğitsel destek hizmetleri olarak uygulanır. (Danışmanlık Tedbir Kararlarının Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Tebliğ, Md. 5, 2008).

Çocuğun toplumsal kurallardan sapma davranışı sergilemesi aslında onun etkilenmiş olduğu sistemlerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü çocuk suçluluğu çok nedenli bir olgudur. Bu nedenlerin en önemlileri; aile, akran grupları, okul, boş zaman aktiviteleri ve kitle iletişim araçlarıdır (Öter, 2005: 10). Bu bağlamda öncelikle suça sürüklenmiş çocukların ailelerinin incelenmesi şu gerçekleri ortaya çıkarmıştır; Yoksulluk, sorunların başında gelmektedir. Genellikle ailede yoksulluk, aile içi iletişim sorunları, şiddetli geçimsizlik vardır. Bunun yanında ailede ne baba ne de anne tarafından çocukların takibi yapılmamakta, çocuklar bu ailede denetimden uzak büyümektedir. Buna karşın çocuklara karşı uygulanan disiplin genellikle çok serttir. Ceza yöntemi sıklıkla şiddettir. Ya da aile çocuk ile hiç ilgilenmemekte, onu boş bırakmaktadır. Ailedeki bütün bu olumsuzluklara karşın bir de, babanın suça yatkın olduğu ailelerde, çocukların da suça yöneldiği görülmektedir. Ayrılık ve boşanma gibi parçalanmış aile örüntülerinin olması durumunda da çocukların suça yönelme olasılığı artmaktadır (Yörükoğlu, 1978: 297). Bunun yanında aile işlevlerindeki bozulmalar da çocuk suçluluğu üzerinde önemli etkilere sahiptir. Ailenin düşük eğitim düzeyinin, ailedeki kişi sayısı ve olumsuz konut durumunun da çocuk suçluluğu üzerindeki etkileri görülmüştür (Yavuzer, 2006: 127). Ayrıca Uşaklı’nın Uluğ ve Candan’dan (2008) aktardığına göre, Ailede geçimsizliğin yarattığı şiddetli çatışma anne ve baba arasındaki ilişkiyi zayıflatarak boşanmaya neden olmaktadır ve bu boşanmaların sonucu olarak çocuklarda yüksek kaygı, saldırganlık, çekingenlik gibi bir takım anti sosyal

davranışlar gözlenmektedir (Uşaklı, 2013:196). Buradan şu sonuç çıkmaktadır; Olumsuz aile ortamı ve olumsuz çevre koşulları gibi durumlarla baş edemeyen ergenler olumlu ve kabul edilebilir davranış biçimi geliştirmekte zorluk çekerler ve suça daha kolay sürüklenirler (Gökten 2011: 110). Bunun yanında en fazla rastlanan ruhsal sorunların çocuğun deneyimlerine, yetişmesine ve genel olarak çevresel faktörlere bağlı olduğu da bilinmektedir. (Salk, 1998: 236). Ekolojik sistem yaklaşımının da temelini oluşturan çevre – birey ilişkisi, çocuk için de son derece önemlidir. Bu bağlamda çocuğun huy ve ahlakını öncelikle eğitim ve yaşantılar belirlemektedir. Bu da çocuk suçluluğunun kökeninin hukuksal olmaktan öte psikolojik ve sosyolojik olduğunun en temel göstergesidir (Yücel, 1993: 155). Bu noktadan hareket ederek şunu söylemek mümkündür; Çocuk suçluluğunun her aşamasında sosyal hizmetlere gereksinim duyulmaktadır. Çünkü çocukların biyolojik ve psiko-sosyal açıdan sağlıklı gelişimlerine, toplumun değişen koşullarına uyum sağlamalarına yardımcı olmak, onların refahını sağlamak ve sosyal değişmeyi etkilemek, çocukların suça yönelmelerini sağlayan unsurları ortadan kaldırmak ve sosyal işlevselliklerini engelleyen tikanlıkları açmak, sosyal bilinci geliştirmek, onların haklarını güvence altına almak, toplumsal refah ve kaynakların dağılımını dengelemek sosyal hizmetlerin temel amacıdır (Danış ve Şahbikan, 2014: 637).

LİTERATÜR

Danış'ın O'Melia, Miley ve DuBois'ten (1998) aktardığına göre Ekolojik Sistem Yaklaşımı, insan davranışına etki eden, iç ve dış kuvvetlerin karşılıklı etkileşimleri üzerinde durur, bireylerin farklı durumlara uyumlarını sağlayan geçerli davranış kalıplarını tanımlar ve çevre içerisinde bulunan insan ve diğer sistemlerin birbirleri üzerinde meydana getirdikleri etkileri açıklar (Akt: Danış, 2006: 46). Buna göre Ekolojik Sistem kavramı, sistemi oluşturan biyofiziksel, beşeri, kurumsal vb. bileşenler arasındaki karşılıklı ilişkinin yarattığı karmaşıklığa dayandırılmaktadır (Berkes vd akt: Kozaman ve Şengezer, 2013). İlişkinin özne olduğu bu yaklaşıma göre, çevrelerindeki unsurlarla sürekli olarak etkileşim içerisinde olan insanlar bu etkileşim yoluyla değişmekte ve gelişmektedirler (Doğan, 2010: 154). Bu değişim ve gelişim sistemin, kısımlarının yapı itibarıyla birbirine bağlı ve parçalarının birisi üzerinde meydana gelen değişikliğin diğer parçalarının üzerinde de etki yaptığı, birbiriyle etki-tepki ilişkisi içinde bulunan unsurlardan oluşmuş bir toplum olduğunu gösterir. Bu yaklaşımda toplum, birbirleri ile ilişkili bu unsurların oluşturduğu bir sistem olarak açıklanır. Sisteme ait parçalar sistem bütünlüğünden ayrı tutularak anlaşılamazlar, bir başka deyişle hiçbir parça bütünden ayrı değildir (Çelik, 2007: 53). Bu nedenle Ekolojik Sistem Yaklaşımı, sorunun açıklanmasında bireyin içinde bulunduğu çevredeki tüm değişkenlerin hesaba katılmasını öngörür. Bu da bütüncül bakış ve bileşenler arasındaki ilişkileri anlamayla gerçekleşir. Buradaki bütüncül kavramıyla, sistem içindeki bütün nesnelere ve öğelerin bütüncül katkısının, her nesnenin ve her öğenin ayrı ayrı katkısından daha fazla olduğu anlaşılır (Duyan, 2013: 3).

Her öge ve her nesne derken burada bireyin içinde bulunduğu sistemlerden söz ediyoruz. Sosyal ağ içerisindeki bu sistemler; ev, aile, kültür, alt kültür, toplum, okul gibi sistemlerdir (Danış, 2006: 46). Buna göre, mikrosistem, çocuğun günlük hayatta karşılıklı etkileşim içerisinde olduğu kişileri ve bu kişilerle olan ilişkilerini içerir. Bireyin gelişimi üzerinde en büyük etkiye sahip olan bu sistem, en temelde aileyi, okulu ve arkadaş gruplarını kapsamaktadır (Doğan, 2010: 154). Mezosistem ise, yaşamın belirli bir noktasında, gelişmekte olan bireyi içeren başlıca ortamlar arasındaki etkileşimdir. Çocuğun aktif rol oynamadığı ancak onun yaşantısını ve gelişimini etkileyen kitle iletişim araçları, komşular, sosyal hizmet kurumları ve bütün bu sistemlerin kendi içindeki bağlantılarını sağlayan 'mezosistem'; çocuğun gelişimini dolaylı bir şekilde etkileyen 'ekzosistem'; inanç, değer ve ideolojileri içeren 'makrosistem' içerisinde çocukların gelişimi olumlu ya da olumsuz yönde değişebilmektedir. Merkezde yer alan çocuk açısından, ekosistemin bu farklı yüzleriyle, aile-akrabalarıyla birlikte uyum içerisinde çalıştığında sistemin dengede olduğu, çocuğun normal gelişimini sürdürdüğü söylenebilir. Çocukla ekosistem arasında uyumun olmaması halinde ise çocuğun gelişimsel dönemleri ve sağlıklı gelişimi açısından çeşitli riskler söz konusu olabilmektedir (Yolcuoğlu, 2010: 76).

Ekolojik Sistem Yaklaşımında, çocuğun bütün yaşam alanının incelenmesi önemlidir, yani ilgiler sadece çocuk yerine, canlı ve cansız çevreden oluşan etkileşim sistemleri üzerinde yoğunlaşır. Çocuğun davranışı, problemin sadece bir parçasıdır. Buna bağlı olarak da, bozukluğun çocuk ile çocuğu çevreleyen çevre arasındaki etkileşimde, yani çocuğun sisteminde yattığına inanılır. Yukarıda anlatılan sistemin farklı bölümleri ile çocuk uyum içinde olduğunda, sistem dengededir demektir. Ve bunun sonucu olarak çocuğun normal olduğu söylenir. Bunun tam tersi olarak, çevre ve çocuk uyum içinde değilse, çocuğun davranışı normalden sapar ve belki de bunun sonucu olarak suça sürüklenir. Durum böyle olunca, sistemin dengede

olmadığı, elemanların birbiriyle çatışma içinde olduğu söylenir. Bu çatışmalar uyumsuzluk noktalarıdır, yani çocuk ile ekosistemi arasında uyumun olmamasıdır (Davaslıgil, 1997: 69).

Yukarıdaki tanım bağlamında çocukla yürütülen çalışmada, Danış'ın (2006) Butler'den (Butler, 1996: 48) aktardığı, davranış bilimi uygulayıcıları, mesleki ilişkinin başlangıcında, danışan bireyi (çocuğu), ailesini, komşuluk çevresini ve içinde yaşadığı toplumu analiz etmelidir (Danış, 2006: 52) ve Doğan'ın ifade ettiği, ekolojik yaklaşımda yer alan bu sistemler arasındaki tutarlılık ne kadar fazla ise, bu durumun çocuğun gelişimi üzerindeki etkisi de o kadar olumlu olacaktır yaklaşımından hareket edilmelidir. (Doğan, 2010: 157). Ve hareket noktası buradan alındığı için, yapılacak mesleki çalışmanın başlangıç noktası da burası olmalı ve çocuk ile sahip olduğu sistemlerin tutarlılık içine alınması yoluna gidilmelidir.

OLGU SUNUMU

Hakkında ilgili Mahkemece Danışmanlık Tedbiri kararı verilen çocuk T.Y ve ailesi ile Müdürlüğümüz Hizmet Binası ve ailenin ikamet adresinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan ilk iki görüşme, çocuğun, ailesinin ve çevresinin tanınması için kullanılmış, aynı zamanda yapılacak olan görüşmelerin çerçevesi kişilere anlatılmış ve Danışmanlık Tedbirinin ne olduğu ve kişilerin sorumluluklarının ne olacağından söz edilmiştir. T.Y 16 yaşında, ortaöğretime giden bir erkek çocuğudur. Ders başarı düzeyi düşük ve devamsızlık yapma eğilimi olan bir öğrencidir. Öğrenim gördüğü ortaöğretim kurumu il merkezinde bulunmaktadır ve taşınmalı yöntemle okula gidip gelmektedir. Çok fazla arkadaşının olmadığı, genelde ya birkaç arkadaşı ile ya da tek başına vakit geçirdiği öğrenilmiştir. Bunun yanında içe dönük bir kişilik yapısı olduğu anlaşılmıştır. Zaman zaman babası tarafından fiziksel şiddete maruz kalmakta olduğu da öğrenilmiştir. Birkaç arkadaşı ile bir bakkal dükkanından hırsızlık yapmak suçlamasıyla çıkartıldıkları mahkemece kendisine Danışmanlık Tedbiri kararı verilmiştir. Baba 40 yaşında sürekli bir işi bulunmayan, iş buldukça inşaatlarda çalışan vasıfsız biridir. Daha önce karıştığı bir kavga nedeniyle kısa süreli cezaevinde kaldığını bilgisi alınmıştır. Anne ise 36 yaşında ev hanımıdır. Bunun dışında ailenin bir de 19 yaşında bir erkek çocuğu bulunmaktadır. Bu çocuk liseyi bitirememiş ve şuan, aynı babası gibi bulunduğu takdirde günlük geçici işlerde çalışmaktadır. Aile ilimiz merkez köylerinden birinde ikamet etmektedir. Ev, tek katlı, bakımsız, iki oda bir salondan oluşan, kömür sobası ile ısıtılan, duvarları sıvalı, bazı odalarında pencere olmayan, çatısından yağmur suyu akan, rutubetli betonarme bir yapıdır. Bunun yanında kömür sobasının yanmadığı ve evin soğuk olduğu görülmüştür. Bu ev T.Y'nin babasının babası tarafından aileye miras kalmıştır. Evde temel ihtiyaçları karşılayacak düzeyde eşya bulunmamaktadır. Ailenin sahip olduğu tek beyaz eşya bir buzdolabıdır. Yaşadıkları köyde birkaç akrabalı bulunmasına karşın, iletişimleri kötüdür. Hatta hem diğer akrabalı hem de diğer köylüler ile iletişim çatışmaları yaşamaktadırlar. Bununla beraber aile içi iletişimin seviyesi de çok düşük düzeydedir. Ailenin birlikte yaptığı herhangi bir etkinlik bulunmamakla birlikte, ne annenin ne de babanın çocuklarının takiplerini yapmadığı, kendi hallerine bıraktıkları görülmektedir. Buna karşın aileden çocukları hakkında olumsuz cümleler duyulmamış, aksine çocuklarını sevdiği ve onların gelecekte iyi bir hayatları olmasını istedikleri bilgisi alınmıştır. Anne bir tam gününü evin içinde geçirmektedir. Baba ve büyük çocuk ise genelde dışarda vakit geçirerek iş aramaktadır. Bunun dışında büyük çocuğun kardeşi T.Y ile iletişimi de kaliteli değildir. Aralarında ciddi iletişim sorunları olmasa da, büyük çocuğun T.Y'ye abilik de yapmadığı anlaşılmıştır. T.Y ise okuldan arta kalan zamanlarında ya da okula gitmediği günlerde vaktini internet kafelerde çevirim içi oyun oynayarak ya da sosyal medyada aktif olarak geçirmektedir. T.Y bilgisayar kullanmayı çok sevdiğini ifade etmiştir.

Bunun dışında aile ile yapılan görüşmede, ailede herhangi bir sağlık sorunu olan kimse bulunmadığı öğrenilmiştir.

Alınan bu bilgilerden sonra, ailenin tüm üyeleri ile birlikte bir görüşme daha yapılmış ve ailenin ihtiyacı olan hizmetler belirlenmiştir. Bundan sonra hem aile içerisindeki ilişkilerin değerlendirilmesi yapılmış hem de ailenin içerisinde bulunduğu sistemler ile ilişkilerinin ve sistemlerin kendi aralarındaki ilişkilerin değerlendirilmesi amacıyla ekolojik haritası çıkarılmıştır. Son olarak yapılan görüşmelerin temel noktasına T.Y'nin yapmış olduğu "suç eylemi" konulmamış, ailenin genel olarak güçlendirilmesi amaçlanmıştır. Öncelikle ailenin ekolojik haritasının çıkarılması amaçlanmıştır. Bu nedenle, aile sistemi, bireylerin sistemi, okul sistemi gibi sistemlerin tanımları belirlenmiştir. Bundan sonrasında ise ailenin ihtiyaç duyduğu hizmetler üzerinden bu sistemlerin güçlendirilmesi planlanmıştır.

- T.Y'nin öğrenim gördüğü okul ile görüşme yapılması planlanarak, okul yönetiminden ve rehber öğretmenden destek istenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca okula devamının sağlanması ve bu konuda

motivasyonunun arttırılması için, T.Y ile geleceğinin nasıl olmasını istediği üzerinde görüşme gerçekleştirilerek farkındalık çalışmaları yapılacaktır. Bunun dışında ilgili Mahkemeden Eğitim Tedbiri de talep edilerek T.Y'nin okula devamı sağlanacaktır. Tam bu noktada aileye de çocuklarının okul takiplerini yapmalarının önemi noktasında görüşmeler gerçekleştirilecektir. Bu sayede okul yönetimi ve öğretmenler ile ailenin iletişimi de geliştirilmiş olacaktır.

- Ailenin ekonomik olarak düşük düzeyde olduğu görüldüğünden Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürlüğüne, okuyan çocuk T.Y için Sosyo – Ekonomik Destek (SED) verilmesi planlanmıştır.

- Ayrıca evin temel ihtiyaçlarının karşılanması noktasında Sosyal Yardımlaşma Dayanışma Vakfı (SYDV) ile iletişime geçilecek ve bu eksikliklerin giderilmesi sağlanacaktır.

- Burada önemli olduğu düşünülen bir diğer husus, ailenin yaşadığı çevredir. Aile burada yaşayan diğer insanlarla nitelikli iletişim kuramamaktadır. Ayrıca ailenin yaşadığı evin de insan onuruna yakışır bir yer olmadığı görüldüğünden, ailenin il merkezinde düşük kira ödeyecekleri bir eve taşınması için SYDV ile koordineli çalışacak, Vakıftan kullanılan kaynaklar ile ailenin taşınması sağlanacaktır. Bu sayede il merkezinin iş ve eğitim imkanları da daha etkili kullanılmış olacaktır. Ayrıca, aile, diğer insanlarla hiçbir iletişimi olmadığı bir yerden taşınarak hayatlarında yeni bir sayfa açmış olacaktır. Tam bu noktada aile ile yeni çevrelerine uyumları konusunda da çalışmalar yapılacaktır.

- Anne ve babanın çocuklarına olan yaklaşımı önemli bir sistem sorunu olarak değerlendirilmiş ve bu noktada çalışmalar planlanmıştır. Anne ve babaya ergenlik dönemi ve bu dönemde bulunan çocuklara yaklaşım konusunda eğitim verilecektir. Bu eğitim aynı zamanda aile içi iletişimi de kapsayacak ve nitelikli iletişim becerileri üzerine de çalışmalar yapılacaktır. Bunun dışında öfke kontrolü önemli bir konudur ve bu konuda da aileye bilgilendirmeler yapılacaktır.

- Bunun dışında başta T.Y olmak üzere baba ve diğer çocuğa kanunlar hakkında açıklama yapılacak, kanunlarda suç olarak belirtilen hususlar anlatılacaktır. Tam da bu bağlamda kanunların suç olarak tanımladığı eylemlerde bulunmanın kişilere neler kaybettirebileceği ve bu kişilerin geleceklerini nasıl etkileyeceği noktasında çalışmalar yapılarak ailenin erkek üyelerinin farkındalıklarının yükseltilmesi sağlanacaktır.

- Baba henüz 40 yaşındadır ve herhangi bir sağlık sorunu da yoktur. Bu nedenle babanın çalışma hayatına atılması gerekmektedir. Bu konuda baba ile motivasyon üzerine çalışmalar yapılacaktır. Ailenin diğer çocuğu henüz genç yaştadır ve o da işsizdir. Bu nedenle bu çocuk ile de motivasyon çalışması yapılacaktır. Öncelikle eğitimini tamamlaması üzerinde görüşmeler gerçekleştirilecek ve lise diploması alması noktasında cesaretlendirilecektir. Bunun dışında, kendisinin de istemesi ve kişiliğine de uygun olduğunu düşündüğü için bir özel güvenlik kursuna kayıt olması için de kendisine rehberlik yapılacaktır. Annenin ise, bakacak küçük bir çocuğu olmadığı için, çalışmasına engel bir durumu bulunmamaktadır. Bu noktada anneye de Halk Eğitimi Merkezi ya da Belediyelerin açacağı meslek kurslarına kayıt yaptırması için rehberlik yapılacak hatta bu konuda kendisine yardım edilecektir.

- T.Y, okuldan arta kalan zamanlarında Halk Eğitimi Merkezinin açacağı Bilgisayar, Web Tasarımı, Ön Muhasebe, Ofis Programı kullanımı gibi kurslara katılması için teşvik edilecektir. T.Y bilgisayar kullanmayı, bilgisayar ile vakit geçirmeyi sevdiğini belirtmiştir. Bu sayede hem başka mesleki yetenekler kazanmış olacak hem de okul sonrası zamanını daha nitelikli kullanmış olacaktır. Ayrıca bu sayede farklı insanlar tanıyacak ve kendini hem yenileyecek hem de geliştirmiş olacaktır.

- Aile içi iletişimin nitelikli olmaması ve T.Y'nin ailede zaman zaman baba şiddetine de maruz kalması nedeniyle olacak ki içine kapanık bir yapısı vardır. Bu noktada diğer disiplinlerden de yardım alınmasının önemli olduğu düşünüldüğünden, mahkemeden Sağlık Tedbiri talep edilecek ve T.Y'nin psikiyatrik tedavi görmesi de sağlanacaktır.

-Son olarak aileye Danışmanlık Tedbiri kapsamında yapılacak çalışmaların bitiminden sonra, ihtiyaç duydukları konularda kendilerine rehberlik yapılabileceği de anlatılacaktır. Bunun dışında hangi Devlet Kurumunun hangi görevi yaptığı da aileye anlatılabilir ve bu konuda da bilgi sahibi olmaları sağlanacaktır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Yapılan mesleki çalışmada aile üyeleri ile 16 görüşme gerçekleştirilmiştir. Bunun dışında okul idaresi ve öğretmenleri, mesleki eğitim veren kurs yetkilileri, SYDV personeli ile de görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışma toplam 4 ay sürmüştür.

Yapılan tüm mesleki çalışmalar sonunda başta T.Y olmak üzere aile bireylerinde olumlu gelişmeler görülmüştür. Aile il merkezinde bulunan bir eve kiracı olarak geçmiştir. Mesleki çalışmaların etkisi, il merkezinde de yaşamın vermiş olduğu imkanlar ile, baba iş aramak ve çalışmak için motive olmuş ve bunun sonucunda, bir fabrikada bekçi olarak çalışmaya başlamıştır. Aldığı maaş ile evin kirasını karşılayabilmiş ve evin diğer ihtiyaçları için de kaynak sağlamıştır. Diğer çocuk ise Açık Liseye kayıt olmuştur. Bunun dışında şehirlerarası yolcu taşımacılığı yapan bir otobüs firmasında host olarak göreve başlamıştır. O da aileye ekonomik olarak katkı sağlamıştır. Anne ise çocuk bakımı, yaşlı bakımı ve aşçılık gibi mesleki kurslara kayıt olmuştur. Henüz bir işi yoktur. Fakat ASP İl Müdürlüğünden kısa süreli SED yardımı almıştır. T.Y ise okuldan arta kalan zamanlarında web tasarımı kursuna gitmeye başlamıştır. Aile şuan için ekonomik sıkıntılarından kurtulmuş görülmektedir.

Ailenin ekonomik düzeyinin yükselmesinin, aile üyelerinin kendilerini daha işe yarar hissetmelerinin ve kendileri ile yapılan aile içi iletişim, ergenlik dönemi özellikleri, öfke kontrolü gibi mesleki çalışmaların da katkısı ile, aile de pozitif bir hava görülmüştür. Aile üyeleri birlikte vakit geçirmeye çaba göstermiş, hafta sonlarını ekonomik imkanları ölçüsünde sosyal faaliyetler ile değerlendirmiş, birbirlerine saygı göstermiştir. Aile içi iletişim, tartışmacı değil, cesaretlendirici olmuştur, düşmanca, kötüyeyici, cezalandırıcı bir yaklaşım ebeveynler tarafından terk edilmiş ve daha olumlu bir iletişim modeli tercih edilmeye başlanmıştır.

T.Y ise; bu çalışmalar ve sonuçlarının olumlu olmasından dolayı son derece mutlu olduğunu, özgüveninin arttığını, okula devam ediyor olmanın ve ders başarı düzeyinin yükselmesinin psikolojisinde belirgin bir düzelme yarattığını ve artık geleceğini planlayarak ve ona göre adımlar atarak yaşayacağını ifade etmiştir. T.Y'nin bu söyledikleri ile örtüşür şekilde, çevresi ve ailesi ile daha yapıcı ve daha samimi iletişim tarzı benimsediği de görülmüştür.

Sonuç olarak, aile ile birlikte planlanan neredeyse tüm hedeflere varıldığı görülmüştür. Çerçevesi aile ile birlikte çizilen bu mesleki çalışma Davaslıgil'in (1997: 74) makalesinde belirttiği gibi, önlemler eldeki ekosistemin tüm elemanları üzerinde yoğunlaşmış, dikkatler sadece çocuğa çevrilmemiş ve bu fikirden hareketle çalışma planı yapılandırılmıştır. Aynı şekilde Özbesler ve Bulut'un (2013: 98) belirttiği gibi, Genel Sistemler Kuramının birleştirici bir kuram olduğu kabul edildiğinden ve nesnelere ve insanları ayrı ayrı değil, ilişkileri içinde incelemek gerektiği bakış açısıyla hareket edilmiş ve suça sürüklenen çocuk üzerinde yoğunlaşılmanın, çocuk ilişkileriyle birlikte ele alınmıştır. Ekolojik Sistem Yaklaşımında davranış ile o davranışın ortaya çıktığı ortam arasındaki ilişkiye odaklanıldığından, sistemi oluşturan ilişkiler ağının bir noktasında meydana gelen değişimin, ağ boyunca yayılarak diğer bütün noktaları da etkileyeceği görüşünde olduğu gibi, bu çalışmada da, her bir sistemin birbirini nasıl etkilediği görülmüştür. Danış'ın (2006: 46), çevresel etkenlerin sorunlar üzerindeki etkisinin önemi anlaşılacak, sorunların nedenlerinin sadece bireylerde ve içsel yaşantılarda aranmasının aynı zamanda sorunu olan bireylerin suçlanmasını da beraberinde getireceği inancı giderek önem kazanmıştır tespitinden yola çıkılmış ve aileye ve çocuğa bu şekilde yaklaşmıştır. Bu nedenle çocuk bir suçlu olarak değil, suça sürüklenen olarak görülmüş ve kendisine bu şekilde yaklaşmıştır. Bu da çocuğun motivasyonunu arttırmış ve mesleki çalışmanın başarısının başlangıcı olmuştur. Çalışma boyunca yapılması planlanan tüm etkinlikler hep ekolojik sistem yaklaşımı çerçevesinde gerçekleşmiştir. Bu bakış açısı ile ailenin içinde bulunduğu tüm sistemlere ailenin kendisinin dokunması amaçlanmış ve bu konuda sadece yol gösterici, motive edici bir rol oynanmıştır.

Sonuç olarak bakıldığında, Ekolojik Sistem Yaklaşımının, bu alanda çalışan meslek elemanının elini kuvvetlendirdiği ve mesleki başarının önemli bir anahtarı olduğu görülmüştür.

KAYNAKÇA

Arıkan, Ç. (1986). Psiko-sosyal yönleriyle sapma, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Hizmetler Yüksekokulu Dergisi, 4: 2-3.

Çelik, C. (2007). Niklas Luhmann'da Sosyal Sistem Olarak Toplum ve Modern Toplumun Karmaşıklığı Sorunu, Bilimname XII, 2007/1: 51-74.

Çocuk Koruma Kanunu (2005). T. C. Resmi Gazete, 25876, 15.07.2005.

Danış, Z. (2006). Davranış Bilimlerinde Ekolojik Sistem Yaklaşımı, Aile ve Toplum, 8 (3): 45-53.

Danış, Z. ve Şahbikan, İ. (2014). Suça Sürüklenmiş Çocukların Yeniden Toplumsallaşma Sürecinde ve İnsan Hakları Bağlamında Sosyal Hizmet Yaklaşımlarının Yeri ve Önemi, Tarih Okulu Dergisi (TOD), 7 (18): 627-651.

Danışmanlık Tedbir Kararlarının Uygulama Usul ve Esasları Hakkında Tebliğ (2008). T.C. Resmi Gazete, 27035, 25.10.2008.

Davaslıgil, Ü. (1997). Ekolojik Yaklaşımın Psikoloji ve Eğitime Uygulanması, Eğitim ve Bilim Dergisi, 21 (103): 66-79

Doğan, A. (2010). Ekolojik Sistemler Kuramı Çerçevesinde Akran Zorbalığının İncelenmesi, Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi, 17 (3), 149-162.

Duyan, V. (2013). Sosyal Hizmet Kuramları ve Yaklaşımları. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.

Giddens, A. (2000). Sosyoloji (H. Özel ve C. Güzel Çev.). Ankara: Ayraç Yayınevi.

Gökten E. (2011) 2009-2011 yılları arasında bir devlet hastanesinde Çocuk Psikiyatrisi Polikliniği'ne yönlendirilen adli olgular, Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi, 18(2): 105-116.

Kılıçarslan, F. (2006). Çocuk ve Aile Sorunlarının Terapi ile Tedavisi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Kızılcılık S. Erjem Y. (1996). Açıklamalı Sosyoloji Sözlüğü. İzmir: Saray Kitabevleri

Kozaman, S. ve Şengezer, B. (2013). Sosyo- Ekolojik Sistem Yaklaşımı Bağlamında Türkiye'de Çevresel Değişimler ve Sosyo Ekonomik Yapı İlişkisi, Megaron, 8(3):179-189.

Köknal, Ö. (1987) İnsanı Anlamak. İstanbul: Altın Kitaplar.

Öter, A. (2005). Çocuk Suçluluğunun Toplumsal Nedenleri (Antalya Örneği) (Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özbesler, C. ve Bulut, I. (2013). Sosyal Hizmette Genelci Yaklaşım ve Ekolojik Perspektif. Sosyal Politika ve Kamu Yönetimi Bileşenleriyle Sosyal Hizmet Temelleri ve Uygulama Alanları, Akademi, 2013: 97-107

Salk, L. (1998) Çocuğun Duygusal Sorunları (E. Onur Çev.). İstanbul: Remzi Kitapevi.

Sankır, H. (2014). Gençlerin Sapmış ve Suçlu Davranışlara Yönelmelerinde Benlik Saygısının Etkisi: Lise 11. Sınıf Örneği, Turkish Studies, 9/2: 1311-1333.

Uşaklı, H. (2013). Eşinden Ayrılmış Annelerin Görüşü Açısından Çocuklarının Sorunu, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(2) 195-208.

Yavuzer, H. (2006). Çocuk ve Suç. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Yavuzer, H. (2011). Gençleri Anlamak. İstanbul: Remzi Kitapevi.

Yolcuoğlu, İ. Galip (2010). Çocukların İhmal-İstismara Uğramasında Aile ve Çocuklara Yönelik Risk Faktörleri ve Sosyal Hizmet Müdahalesi, Toplum ve Sosyal Hizmet 21(1): 73-83.

Yörükoğlu, A. (1978). Çocuk Ruh Sağlığı. Ankara: T.C. İş Bankası Kültür Yayınları.

Yücel, T. Mustafa (1993). “1980–1992 Yılları Arasında Türkiye’de Çocuk Suçluluğu”, Adliye ve Çocuk Suçluluğu Sempozyumunda Sunulan Bildiri, İstanbul: Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi, Yayın no: 441: 155-177.



Mikrofinansman Kurumu Örneği: Grameen Bank

Dr. Nurhodja Akbulaev^{1*} Öğr. Gör. Turan Ahmedov² Öğr. Gör. Yusif Aliyev³

¹Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi-UNEC, Türk Dünyası İşletme Fakültesi, İktisat ve İşletme Bölümü,

²Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi-UNEC, Türk Dünyası İşletme Fakültesi, İktisat ve İşletme Bölümü,

³Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi-UNEC, Türk Dünyası İşletme Fakültesi, İktisat ve İşletme Bölümü,

Öz

Bugünün gelişmekte olan dünyasında, yoksul kesimin yaşam standartları yükseltilmedikçe, hiçbir ülkede anlamlı bir kalkınmanın sağlanamayacağı gerçeğini açık bir şekilde kabul edilmiştir. Yoksul kesimin yaşam refahını yükseltme düşüncesi giderek ön plana çıkmaktadır; çünkü sadece büyüme yönlü stratejiler, insanların yaşam şartlarını iyileştirme konusunda önemli ölçüde başarısız olmuşlardır. Bu çalışmada mikrofinans uygulamalarında en başarılı mikrofinansman kurumu olan Grameen Bank'ın ortaya ve gelişimi, amacı ve hedef kitle, kurumsal ve faaliyet yapısı, yenilikleri ve finansal yapısı üzerinde durulmuştur. Ayrıca, Grameen Bank sistemleri müşteri türleri, finansal hizmet çeşitleri ve şartları bağlamında ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Bu çalışmada, Grameen Bank'ın ortaya çıkışı, tarihsel gelişimi, verdiği finansal hizmetler, hizmetinden faydalanan alanlara göre müşteri kesimi ve finansal yapısı hakkında bilgi sunulmuştur.

Anahtar kavramlar: Grameen Bank, Yoksulluk, Mikrokredi, Mikrofinans, Bankacılık

Micro Finance Corporation Sample: Grameen Bank

Abstract

In today's developing world, it is clearly accepted that unless the standards of living of the poor are raised, no meaningful development can be achieved in any country. Poverty is increasingly at the forefront of raising the living prosperity; Because only growth-oriented strategies have been largely unsuccessful in improving people's living conditions. This study focused on the development and development of Grameen Bank, the most successful microfinance institution in microfinance applications, the aim and target mass, institutional and activity structure, innovations and financial structure. In addition, Grameen Bank systems are described in detail in terms of customer types, financial services types and conditions. In this study, information on the customer segment and financial structure of Grameen Bank is presented according to the use of the service, its historical development, the financial services it has provided, and its services.

*Sorumlu Yazar (Corresponding Author):

Nurhodja AKBULAEV; Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi UNEC Türk
Dünyası İşletme Fakültesi İktisat ve İşletme Bölümü, E-mail: nurhoca@gmail.com

Geliş (Received) : 10.05.2017

Kabul (Accepted) : 29.06.2017

Basım (Published) : 30.06.2017

Key words: Grameen Bank, Poverty, Microcredit, Microfinance, Banking

Giriş

Mikrofinans sistemi, başlangıçta geleneksel bankacılıktan farklı şekilde faaliyete başlamasına rağmen ticaret bankaları tarafından da benimsenmiştir. Ancak, yüksek maliyetlerinden dolayı geniş kapsamlı kullanılamamaktadır. Mikrofinans yoluyla verilen borç tutarlarının küçük tutarda olması, borç verme süresinde uygulanan işlem maliyetlerinin yüksek olması ve müşterilerinin büyük bir kısmı kırsal bölgelerde olmaları nedeniyle şube açma masraflarından kaçınılmaktadırlar. Uygulama sadece yoksullukla mücadele ile sınırlı kalmayıp, köylerden şehre ya da gelişmiş ülkelere göçleri de büyük çapta azaltma özelliğine sahiptir. Özellikle kırsal bölgelerde hayvancılık ve balıkçılığın, tarımcılık ve ormancılığın finanse edilmesi hem istihdam oluşturacak hem de bölgesel kalkınmayı sağlayacaktır. Bu olumlu sonuçlara ulaşmak için uygulama modelinin sağlıklı oluşturulması ve buna göre uygulanması gerekmektedir. Uzun vadeli fon sağlayan finans kurumları birçok sektörün can damarı olduğu gibi, mikrofinans kurumlarının da varlığını sağlıklı ve sürekli bir şekilde sürdürebilmesi tüm dünya ekonomilerinde önemli yere sahip olan küçük işletmelerin gelişiminin ve yoksulların refah seviyesinin yükseltilmesinin finansmanı açısından oldukça önemlidir. Söz konusu kurumların süreklilik kazanması için sosyal amaçlı hizmetleri ve kazanç açılarından birbirinden farklı finansal hizmetlerin sağlamaları gerekmektedir. Bununla sosyal ve ticari yönden yeni aktivitelere girişmek, hem dolaylı ya da dolaysız gelirlerine katkıda bulunmak hem de ekonomik kalkınmaya rehberlik yapmak bu kurumların başlıca görevidir. Bankacılığın tarihsel gelişimi incelendiğinde çok eskilere dayanan tarihi, çeşitli yapıları ve uygulamalarına rastlanmaktadır. Bu tür uygulamaları içerisinde çiftçilere yönelik kredi kooperatifleri şeklinde uygulamalar olmuştur. Ancak, küçük tutarlardaki kredi uygulamaları zamanla gelişmiş sanayi ülkelerinde büyük bankalara dönüşmüş, gelişmekte ve geri kalmış ülkelerde de faaliyetlerini sürdürememişlerdir. Söz konusu küçük miktarlardaki kredi uygulamalarıyla dünyanın dört bir yanına yayılarak model olarak kullanılan Grameen Bank en başarılı yoksul bankasıdır. Grameen Bank ayrıca ülkenin önemli ve temel sektörlerinden olan tarım sektöründeki çiftçileri de desteklemektedir.

Tarımsal destekleme politikalarının nitelik ve niceliğindeki bu değişimler, kırsal kesimde üretimden yabancılaşıma ve yoksulluğa yol açarken, kırmızı ette olduğu gibi ülkeyi tarımsal ürün ithal eder bir konuma getirmiştir (Kandemir, 2011: 103). 2000 yılından sonra Dünya Bankası'nın talebiyle uygulanan ve OTP'na uyumun anahtarı olarak gösterilen doğrudan gelir desteğine yönelik politikalar, kendi kendine yeterli Türk tarımını olumsuz etkilemiştir. Nüfusu %25'inin istihdam edildiği tarım sektöründe, DGD uygulamaları ile desteklerin üretim yerine arazi büyüklüğüne göre verilmesi, kırsal kesimde yoksulluğu arttırarak kentlere göç sürecini hızlandırmıştır (Kandemir, 2011: 110-111). TÜİK (2009)'e göre istihdamdaki fertler için tarım sektöründe yoksulluk oranı %33 iken, sanayi ve hizmet sektöründe bu oranlar sırasıyla %9,6 ve %7,2 olarak gerçekleşmiştir.

1. Yoksulluk Kavramı ve Türleri

Yoksulluk olgusu, insan tarihinde hep var olan bir olgudur. Bunun çözümü için birçok program ve modeller geliştirilmeye çalışılmış ve halen üzerinde araştırmalar yapılmaktadır. Bu olgu bundan sonra da devam edecektir. Ancak, işletmeler riskten kurtulamadıkları gibi yoksulluğun da tam bir çözümü olsa bile uzun bir zaman gerekmektedir. Söz konusu amaçla geliştirilmekte olan program ve modeller tamamen yoksulluğu yok edememesine rağmen azalmasına sebep olmaktadır.

1.1. Yoksulluk Kavramı

Her dünya görüşünün yoksulluk kavramına farklı yaklaşması nedeniyle yoksulluk kavramının tanımlanması oldukça güçtür. Yoksulluk kavramı ile ilgili literatür farklı görüşler yer alsa da, kavram ve türleri açısından bazı ortak noktalara rastlamak mümkündür.

Sözlük anlamıyla yoksul, yeterli düzeyde parası olmayan veya konforlu bir şekilde yaşamak için gerekli olan araçlara sahip olamayan kişidir. Yoksulluk kelimesi ise yaşamın gerektirdiği olanaklardan yoksun olma durumunu ifade etmektedir. Yaşamı sürdürmek için gerekli olan şeyler ise, içinde bulunulan topluma, çevreye ve koşullara bağlı olarak değişiklik göstereceğinden yoksulluk kavramı her zaman gözlemlenen durumla, standart durumun karşılaştırılmasını gündeme getirir (Aktan ve Vural, 2002). Sosyal siyaset açısından yoksulluk, insan haysiyetine ve şahsiyetine yaraşır bir hayat düzeyinin altında, maddi yönden tam anlamıyla veya nispi olarak yetersiz olma durumudur. Bir başka ifadeyle, toplum, ahlak, aile ve kültür hayatımızı tehdit eden bir felaket, umumi bir toplumsal risktir (Seyyar, 2002: 171).

İnsanlar topluluklar halinde yaşamaya ve üretim ilişkilerinde bulunmaya başladığından bu yana yoksulluk hep var olmuştur. Yoksulluğun kökenlerinin ana hatlarıyla sosyal bir sorun olarak ortaya çıkışını 17. yy başlarından izlemek mümkündür. Başta liberalizmin en büyük teorisyeni ve öncüsü olan John Locke olmak üzere 17. yy. liberal kuramcılarının en baştan yoksulluk sorununa eğilerek özel mülkiyet haklarını savunurken bunun yoksulları dışlamaması gerektiğini, geçimlik yaşam hakkının sosyal düzenin güvenliği açısından gerekli olduğu ve bunun toplumun, yoksulların refahını sağlayacak bir artış oluşturulmasıyla sağlanabileceği yaklaşımı içinde olduklarından söz edilebilmektedir (Şenses, 2001:32).

Önemli düşünür ve kuramcıların, yoksulluk sorununa yakın ilgisinin sanayileşmeye dayalı kapitalizmin kök salmaya ve yaygınlaşmaya başladığı 18. ve 19. yy.'da giderek arttığı gözlenmektedir (Şenses, 2001: 33). Zira 18. yy'ın ortalarında kapitalist yörüngede gelişen sanayi devrimi her ne kadar emeğin verimliliğini olağanüstü arttırıp, kitlesel üretime geçiş imkânları sağlayan insanlık tarihinin büyük dönüşümlerinden biri olsa da beraberinde kentleşme, nüfus artışı, kitlesel bir toplum, hızla sanayileşen toplumların daha yoğun emperyalist politikalar izlemesi ve hızla sanayileşen ülkeler arasında yoğun rekabeti de beraberinde getirerek yoksulluk sorununu önemli bir toplumsal sorun olarak ortaya çıkarmıştır.

1.2. Yoksulluk Kıstasına Göre Yoksulluk Türleri

Yoksulluk ile ilgili edebiyatlar ve araştırmalar incelendiğinde yoksulluk türleri ölçüm tekniklerine göre üç gruba ayrılmaktadır. Söz konusu gruplar, mutlak yoksulluk, görelî yoksulluk ve insani yoksulluk şeklinde sıralanmaktadır.

a. Mutlak Yoksulluk ve Ölçülmesi

Mutlak yoksulluk; hane halkının ya da bireyin asgari yaşam düzeyini sürdürebilmesi için gerekli, yalnızca en temel ihtiyaçlarını karşılayabilmesi durumudur. Birinci dereceden yardıma muhtaç olarak algılanması gereken bu fakirler temel insani ihtiyaçlarını bile karşılayamamakta, hatta bu duruma düşen bir kişiye dışarıdan yardım edilmediği takdirde ölüm riskiyle bile karşı karşıya gelmesi de kaçınılmaz olabilmektedir. Mutlak yoksulluğun ortaya çıkarılması bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için gerekli olan minimum tüketim ihtiyaçlarının belirlenmesini gerektirir. Mutlak yoksulluk gıda ve gıda dışı bileşenler dikkate alınarak ayrı ayrı belirlenebilmektedir (www.tuik.gov.tr). Sadece gıda harcamalarını esas alan mutlak açlık sınırının hesaplanması; “asgari temel gıda maddesinden oluşan gıda sepetinin maliyetiyle” hesaplanmaktadır. Tüm nüfus için önerilen kişi başına günlük alınması gereken kalori miktarı esas alınarak, bunun altında kalori alan fertler bir yoksulluk çizgisi oluşturmaktadırlar. Mutlak yoksulluk sınırı gıda harcamalarına ek olarak temel gereksinimleri de (eğitim, sağlık, barınma, giyim) dikkate alınarak da hesaplanabilmektedir. Günümüzde birçok Az Gelişmiş Ülkede bu yaklaşım (Temel İhtiyaçlar Yaklaşımı) temel alınarak mutlak yoksulluk sınırı hesaplanmaktadır.

b. Göreli Yoksulluk ve Ölçülmesi

Adam Smith’ in tanımına göre, temel ihtiyaçlarını mutlak olarak karşılayabilen ancak kişisel kaynakların yetersizliği yüzünden toplumun genel refah düzeyinin altında kalan ve topluma sosyal açıdan katılımları engellenmiş olanlar göreli yoksullardır. Tanımdan da anlaşılacağı gibi, yoksulluğu göreli bir kavram olarak yorumlayan ve sosyal yönü daha fazla olan göreli yoksulluk, yoksulluğu bireyin gereksinmelerini karşılama derecesi yönüyle toplumun diğer bireyleri karşısındaki durumuna göre tanımlanmaktadır. Yoksulluğun göreli olarak tanımlanmasında ya nüfusun düşük gelirli bir oranı yoksul olarak alınmakta ya da ortalama gelir düzeyinde bir sınır saptanarak bu sınırın altında gelire sahip olanlar yoksul olarak tanımlanmaktadır. Mutlak yoksulluk tanımlarını, kişi başı sabit bir reel gelir (harcama) düzeyi temelinde yaparken; göreli yoksulluk başka bazı sosyal grupların kişi başı reel geliri (ya da harcaması) şeklinde tanımlar, göreli yoksulluk kavramı farklı grupların sahip olduğu mutlak gelir düzeyinden daha ziyade gelir ve refahın dağılımındaki farklılıklara odaklanır. Göreli yoksulluk çizgisi hesaplanırken atılacak ilk adım araştırmanın yapılacağı sosyal topluluğun ortalama refah seviyesinin belirlenmesidir. Bu aşamada refah ölçüsü olarak hem gelir düzeyi hem de tüketim düzeyi belirlenebilir. Daha sonra bu düzeyin belli bir oranı ise yoksulluk çizgisini vermektedir (Arpacioğlu ve Yıldırım, 2011:63).

c. İnsani Yoksulluk

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) yoksulluk ve yoksulluğun ölçülmesi yaklaşımlarını genişleterek katkıda bulunmuştur. UNDP’ nin 1997 İnsani Gelişme Raporu (İGR) ile ilk defa “İnsani Yoksulluk” kavramını ortaya atmıştır. İGR 1990 yılından bu yana UNDP tarafından her yıl yayımlanmaktadır. UNDP hazırladığı söz konusu raporlarda; insani gelişme kavramını, kişi başı gelir hesaplarının ötesine giderek insan kaynaklarının gelişimini, insanı insan yapan özgürlük, kişilik gibi unsurları ve insanın temel gereksinimlerine ulaşma düzeyini bir arada değerlendirmekte ve böylece kalkınma içindeki insanın rolünü ele almaya çalışmaktadır (Demir, 2006: 2). Temel insan yeteneklerini sürdürebilecek olan mal, hizmet ve altyapıya, enerji, hijyen, eğitim, iletişim, içme suyu ve erişimin yokluğu ya da kısıtlanması yoksulluğun “insani” boyutu olarak nitelendirilmektedir (Bayındırlık ve İskan Müdürlüğü, 2009).

İnsani Gelişme Raporu’nda insani gelişme, kişilerin seçeneklerini artırma süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu seçenekler sonsuz ve değişken olabilmekte, ancak bütün gelişme aşamalarında üç temel seçenek ön

plana çıkmaktadır. Bu seçenekler; a) Uzun ve sağlıklı bir yaşam, b) Bilgi edinme c) Tatminkâr bir yaşam sürmeyi sağlayacak kaynaklara ulaşmaktır (UNDP, 2001: 9). Bunların dışında, siyasi özgürlük, garanti edilmiş insan hakları ve öz saygınlık da diğer seçenekler arasındadır. Bu anlayışa göre gelir, insani gelişmişliğin göstergesi olarak önemli bir faktör olmakla beraber tek başına yeterli olmamaktadır. Kişisel gelir yanında, kredi olanaklarına, kamu mallarına ve verimli üretim araçlarına erişim, akraba ve arkadaşlardan sağlanan transferler gibi insanların kaynaklara erişim düzeyinin bir bütün olarak değerlendirilmesini amaçlamaktadır (Şenses, 2001:101). Özellikle insani gelişmişliğin ölçümünde kullanılan göstergeler ve bunların bileşik ifadesi olan endeksler bu alanda insanlık adına çok büyük bir ilerlemedir.

Bu bağlamda UNDP insani gelişmeyi, sağlık ve eğitim gibi gelişmenin ekonomik olmayan göstergelerini de dikkate alarak İnsani Gelişme Endeksi (İGE) ile ölçmektedir. Benzer İGE değerlerine sahip iki ülke arasında kişi başı GSYİH arasında ciddi farklılık olsa da bu durum, İGE'nin hesaplanmasında insani gelişmişliğin ekonomik olmayan yönlerinin de hesaba katılmasından kaynaklanmaktadır (Demir, 2006: 4).

İGE hesaplama yöntemi üç kritere dayanmaktadır. Bunlar; refah standardı, eğitim standardı ve sağlık standardıdır. Refah standardı tatminkâr bir yaşam sürmeyi sağlayacak kaynaklara ulaşmaya, sağlık standardı uzun ve sağlıklı bir yaşama, eğitim standardı ise bilgi edinmeye karşılık gelmektedir.

UNDP'nin hazırladığı İGR' de, İGE' nin yanı sıra yayınlanan İnsani Yoksulluk Endeksi, Toplumsal Cinsiyeti Güçlendirme Endeksi, Cinsiyete Bağlı Gelişme Endeksi ile ülkelerin sosyal gelişmişlik düzeyi daha iyi belirlenmeye çalışılmaktadır (Demir, 2006: 5).

2. Mikrofinans Sisteminin Esasları

Özellikle 1900'lerin ikinci yarısından sonra gerek ülkelerin gerekse Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası ya da OECD gibi uluslar arası kuruluşların, gelişmekte olan ülkelerdeki yoksullukla mücadele ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması amaçlarıyla makro düzeyde hazırladıkları stratejilerin geçen zaman zarfında anlamlı başarılar kaydedememesi, bir yandan söz konusu stratejilerin yeniden gözden geçirilmesi ile sonuçlanırken diğer yandan ülkelerin arzulanan amaçlara istikrarlı bir biçimde ulaşmalarını hedefleyen yeni yaklaşımların doğuşuna zemin hazırlamıştır.

Diğer bir ifadeyle, bir ülkede üretim sürecinde yer almayan ve mevcut koşullarda hiçbir finansal kuruluştan istifade edemeyecek durumda olan en fakir grubun geniş bir yelpazede çeşitli kamu ve özel sektör kuruluşlarınca sunulan finansal olanaklardan yasal olarak yararlandırılmaları esasına dayanan mikrofinans sistemi, bir yandan söz konusu bireylerin ekonomik anlamda bağımlı konumlarından kurtulup onları üretken hale getirerek düzenli bir gelir sahibi olmalarını teşvik etmekte, diğer yandan üretim sürecine katılan yeni işgücü sayesinde mevcut üretim kapasitesini ve dolayısıyla çıktı seviyesini arttırarak büyüme ve kalkınma gibi diğer makro ekonomik hedeflerin gerçekleştirilmesine de yardımcı olmaktadır. Mikrofinans yoluyla yoksullukla mücadele hareketi, 1970'li yılların ortalarında Chitagong Üniversitesi ekonomi Profesörü Muhammed Yunus tarafından başlatılmıştır. Yoksulluğun çok yoğun olarak yaşandığı Bangladeş'te, halkın karşı karşıya olduğu açlık ve bu durum karşısında yaşadığı çaresizlik, Prof.Dr. Yunus'u ekonomik teorilerin öngördüğü modellerin ötesinde farklı çözüm arayışlarına yöneltmiştir. Yunus tarafından o yıllarda ortaya atılan çözüm önerileri, günümüzde Grameen tipi finansman modelinin temelini teşkil etmiştir. İhtiyaç sahibi 42 kişiye verilen toplam 27 Dolar tutarındaki kredi ile başlatılan proje,

günümüzde dünyanın birçok ülkesinde uygulanmakta olan dev bir finansman modeline dönmüştür (M. YUNUS, 2003, s.15-20.).

3. Grameen Bank'ın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

Grameen Bank, 1970'lerin ortalarında, Chittagong Üniversitesi'nde ekonomi profesörü olan Muhammad Yunus tarafından geliştirilen bir proje kapsamında ortaya çıkmıştır. Muhammad Yunus, daha sonraları gelişmekte olan ülkelerde yapılan araştırmalarca da desteklenen inceleme ve araştırmalar sonucunda, yoksul kesimin krediden yoksun kalmasının, bu kesimin ekonomik açıdan ilerlemesi önündeki en önemli kısıtlardan birisi olduğu yargısına varmıştır. Bu yargıdan hareket eden Yunus, teminat olmaksızın yoksullara kredi verilmesinin mümkün olduğunu ispat etmek istemiştir (Todaro ve Smith, 2006:241). Grameen Bankası, 1976 yılında yoksulların yeteneklerini değerlendirmek amacıyla Muhammed Yunus tarafından Bangladeş'te kurulmuş olan bir bankadır. Günümüzde bu model esasında, 81 ülkede faaliyet göstermektedir. Grameen Bankası'nın başlangıcı mikrokredi fikri olarak 1973 yılında Prof. Dr. Muhammed Yunus tarafından Bangladeş'in Çitagonk köyünde uygulanmaya başlamıştır. Muhammed Yunus; 42 aileye toplam 27 dolar borç vererek onların kendi paralarını kazanmalarını sağlamış ve bu insanların nispeten mutlu olduklarını, kendilerine güvenmeye başladıklarını ortaya koymuştur. 1979 yılına kadar Bangladeş Merkez Bankası ve diğer ticari bankaların desteği ile proje geliştirilmiş ve 1983'te Grameen Bank adı altında yoksullara kredi veren mikrokredi bankası kurulmuştur. Bangladeş'te Grameen Bankası'ndan 6.2 milyon kişi bu krediyi kullanarak kendi işlerini yapmaktadırlar.

3.1. Grameen Bank'ın Amacı ve Hedefleri

Grameen kelimesi, Bangladeş dilinde "kırsal" ya da "köy" anlamına gelmektedir. Grameen projesi 1976-1979 yılları arasında Jobra köyündeki başarılı uygulamaları sonucunda, Merkez Bankası ve Bangladeş'in diğer ticari bankaları tarafından desteklenmeye başlamıştır. 1979 yılında faaliyet alanını genişleten proje, Tangali Bölgesinde de kredi vermeye başlamıştır. Grameen Bank'ın amaçları (Grameen Bank, Erişim: 08.01.2007):

- Bankaların sunduğu finansal hizmetlerden yoksulların da faydalanmasını sağlamak,
- Yoksulların informal (biçimsel olmayan) kredi kullanıcıları tarafından sömürülmesini engellemek,
- Bangladeş'in kırsal kesimlerinde yaşayan işsizlere kendi işlerini kurma fırsatı vermek,
- Uzun yıllardır süregelen "düşük gelir-düşük tasarruf-düşük yatırım"daresi "düşük gelir-kredi desteği-yatırım-daha fazla gelir-daha fazla tasarruf-daha fazla yatırım-daha fazla gelir" olarak değiştirmek şeklinde özetlenmektedir.

3.1.1. Grameen Bank Kredilerinin Kullanım Alanları

Genel olarak, Grameen Bank kredi aktarım sisteminde borçlananlar, aldıkları krediyi kendi seçtikleri alanlarda kullanabilmektedirler. Çünkü yapılan incelemelerde, borçlananların genellikle iyi bilinen faaliyet alanlarına yatırım yapmak istedikleri ortaya çıkmıştır. Bu nedenle Banka çalışanları, yatırım yapılacak faaliyet alanının seçimi konusunda, üyelere herhangi bir yönlendirmede bulunmazlar. Ancak, sıkı bir izleme süreci mevcuttur. Grup başkanı ve banka çalışanı, verilen kredilerin faydalı bir şekilde kullanılıp kullanılmadığını görmek için borçlananları takibe alırlar (Sarker, 2001:8). Kredi, her bir grup üyesince

belirlenen faaliyetlere yönelik olarak sağlanır ve üyeler bu faaliyetlerin seçiminde birbirlerine yardımcı olmaktadır. Hem seçilen faaliyetler hem de kredi miktarları grup ve merkez toplantılarında ele alınmaktadır (Khandker, 2006:68). Diğer taraftan, Grameen Bank'ın kredi müşterileri ağırlıklı olarak topraksız köylülerden oluştuğu için, bankadan sağlanan krediler, genellikle kırsal kesimde bulunan, ancak çiftçiliğe yönelik olmayan faaliyet alanlarında kullanılmıştır. Nitekim tarımsal krediler, kredi işlemlerinin başladığı ilk yıllarda, Banka'nın kredi portföyünün çok küçük bir bölümünü oluşturmaktaydı. Ancak 1991 yılından sonra, gerek borçlananlardan gelen baskı, gerekse çalışanlarının artan ücretlerinden dolayı Banka'nın maliyetlerini azaltma kaygısıyla hareket etmesi, tarımsal faaliyetlerin daha fazla finanse etmeye yönlendirmiştir. Banka'nın 2010 yılı içerisinde en fazla kredi sağladığı faaliyet alanlarının başında tarım ve ormancılık gelmektedir. Bu alanda 2010 yılında 2.347.446 kişiye verilen yaklaşık 23.5 milyar takalık borç, toplam kredi büyüklüğünün %24.46'sını oluşturmaktadır. Bu alandaki kredilerin %97,6'sı kadınlara, %2,4'tü ise erkeklere verilmiştir. Toplam kredilerin %23,17'lik pay ile ticaret, %20.32'yle hayvancılık ve balıkçılık, %16,66'yla işleme ve üretim, yaklaşık %11 ile mağazacılık, %3,39'la hizmet ve en son sırada %1,01 oranıyla dilencilere yönelik geliştirilen seyyar satıcılık alanları takip etmektedir. Banka tarafından verilen kredilerin alanlara göre dağılımı yıllara göre farklılık gösterse de kadın erkek arasındaki dağılım aynı oranlarda kalmaktadır. Bu da, kadınların tüm alanlarda iş yapma yeteneği olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak, Grameen Banka'sının daha çok kadınlara yönelik çalıştıklarından erkek eşleri için kredi almış olabilecekleri de düşünülmesi ve araştırılması gerekmektedir.

3.1.2. Grameen Bank'ın Finansal Yapısına Genel Bakış

Dünya da yoksullukla mücadele eden kurumlar ve programların yanı sıra finansal sektör içinden de bir yoksul bankası olarak faaliyetini sürdürmekte olan Grameen Bankası ile ilgili tüm bilgiler verilmiştir. Daha önceki kısımlarda geniş olarak aktarılan bilgileri daha da açıklayıcı olması için söz konusu Banka'ya ait bilançosu ve varlığını sürdürebilmesi için en çok ihtiyaç duyduğu fon yapısı üzerinde durulacaktır.

Varlık Yapısı: Grameen Bank'ın, 1983 yılında 2.109 milyon dolar olan aktif büyüklüğü, 2010 yılında 12.7 milyar doları aşmış ve son 25 yılda, yaklaşık 6 kat büyümüştür. Banka'nın, krediler, mevduat yatırımı ve hazine bonoları gibi gelir getiren aktiflerinin toplam aktifleri içerisindeki payı ise, son 8 yıldır, %90 düzeyinde seyretmektedir. Ancak, bu gelir getirici aktiflerinin her birinin aktifler içerisindeki payı, zaman içerisinde değişmiştir. Örneğin, mevduat yatırımlarının toplam aktifler içerisindeki payı, 1983 yılında %15,5, 1997 yılında da yalnızca %23 iken, 2009 yılında %84,7; 2010 yılında ise, %87 düzeyinde gerçekleşmiştir. Kredilerin toplam aktifler içerisindeki payının da 1983'te %62, 1997'de %63.6, 2009'da %54,7 ve 2010 yılında %54,5 olduğu görülmektedir. Banka'nın sabit varlıklarının toplam aktifler içerisindeki payı ise, 1983'te %1,17 iken son yıllarda, %1.4 ile %3 arasında değişmiştir. Bu kapsamda, aktif kalemleri içerisinde mevduat yatırımlarının payının giderek artması, kredilerin oranının ise tersine azalması dikkat çekmektedir.

Kaynak Yapısı: Son yıllarda, Grameen Bank'ın kaynak yapısında da önemli değişimler gerçekleşmiştir. Bugün, Grameen Bank'ın fon kaynaklarının büyük kısmı, gerek üyelere gerekse üye olmayanlardan sağlanan mevduatlardan oluşmaktadır. Bu durum, Banka'nın temel olarak iç kaynaklarına güvenmesini sağlayan, yerel tasarruf eğilimindeki değişimin bir göstergesidir. Buna göre, 1983 yılında sadece 777.713 dolar olan ve toplam kaynakların %15'ini oluşturan "mevduat ve diğer fonlar" kalemi, 2010 yılında 1.5 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır. Zira, yıllar itibarıyla sürekli artan bir görünüm sergileyen mevduat ve diğer fonlar kaleminin, 2010 yılında, toplam kaynaklar içindeki payı %82.5'e ulaşmıştır. Grameen Bank'ın fon kaynaklarından biri olan diğer bankalardan ve yabancı kurumlardan borçlanmaları ise giderek

azalmaktadır. Bu kalemin, toplam bilanço büyüklüğü içerisindeki payı, 1997 yılında %15.5 düzeyindeyken; 2008 yılında %2.09'a kadar gerilemiştir. Banka'nın, 2010 yılında diğer bankalardan ve yabancı kurumlardan aldığı borçların toplamı 22.574.621 dolardır. Oysa bu tutar, 2008 yılında 25.192.353 dolar idi. Bu durum, Banka'nın kaynak yapısının değiştiğini gösteren etkenlerin başında gelmektedir. Diğer taraftan, ödenmiş sermaye, yedekler ve bağışlar toplamından oluşan ve finansal gücün en önemli göstergesi olarak kabul edilen sermaye büyüklüğünün, tüm kaynaklardan aldığı pay, son 10 yıl içerisinde, %7 ila %14 aralığında değişkenlik göstermiştir. Sadece 2003 yılında, "genel ve diğer yedekler" kaleminin aşırı büyümesi, o yıl sermaye toplamının kaynaklar içerisinde aldığı payı %30'a çıkarmış; ancak bu oran, 2008'de %7.34'e ve 2010'da da %5.43'e kadar gerilemiştir. Sermaye miktarının bu düşüklüğü, Grameen Bank'ın daha istikrarlı faaliyet yürütme kapasitesini zayıflatmaktadır (Khandker, Khalily ve Khan, 2007:60).

Sonuç

İstihdam, ekonomik büyümenin en temel belirleyicilerindendir. İstihdamdaki artış, üretimi arttıracak ve böylece ekonomik büyüme artacaktır (Kamacı, 2016:29). Grameen Bank'ın 2010 yılında sağladığı mikro girişim kredilerinin kullanım alanlarına göre dağılımı incelendiğinde, banka tarafından 2010 yılında kullanılan 25.5 milyar takalık mikrogirişim kredisi içinde en büyük payı, %28.8'i ticaret, %19.93 ile hayvancılık ve balıkçılık %18.11'lik payla mağazacılık, %17.73 ile işleme ve imalat ve en az payla hizmet ve seyyar satıcılık sektörü almıştır. Daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi yoksul nüfusun yoğun olduğu bölgelerin kırsal olması, banka müşteri portföyünün büyük bir kısmını bu bölgelerdeki müşterilerden oluşması nedeniyle alanlardaki kredi payı paylaşımında değişiklik olmamaktadır. Grameen Bank'ın finansal yapısını ilgilendiren bir başka konu da mali sürdürülebilirliktir. Buna göre Grameen Bank, borç verdiği her bir takanın maliyetini, en azından borçlanana ödettiği fiyatla eşitleyebildiği sürece (örneğin faiz oranlarıyla), mali olarak hayatta kalabilecektir (Khandker, 2006:70). Bu kapsamda Banka, mali sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla, borç alan yoksulları tasarrufa teşvik etmektedir. Zira, Banka'nın 1995 yılından itibaren kullandığı kredilerin %90'ını, kendisine borçlananlardan ve hissedar mudilerden sağlanan faiz gelirleri ve mevduatlar ile finanse etmiştir. Grameen Bank, bu yolla, kırsal kesim tasarruflarının, şehirli elit kesime kaynak oluşturduğu, geleneksel finansal fon aktarım sistemini tersine çevirmeyi amaçlamıştır. Sonuçta Banka, köylerden toplanan mevduatın yine köylerdeki yoksullara borç olarak kullanılmasına aracılık ederek, kendisini bu geleneksel sistemin dışında tutmuştur (Mainsah ve diğerleri, 2004:5).

Dünya uygulamalarına bakıldığında, mikrofinans modelinin gerek gelişmiş, gerekse gelişmekte olan birçok ülkede 30 yılı aşkın bir süredir başarıyla uygulandığı görülmektedir. Bu alanda yapılan birçok araştırma; mikrokredinin yoksul hane halklarının gelirlerine ciddi katkıda bulunduğunu, menkul ve gayrimenkuller edinmelerine yardımcı olduğunu ve bu bireylerin zaman zaman meydana gelen olağanüstü negatif gelişmelerden (doğal afetler, iktisadi krizler v.s.) daha az etkilenmelerine sebep olduğunu ortaya koymuştur. 1983 yılında Grameen Bank'ın kurulmasıyla kurumsal bir kimlik kazanan mikrofinans uygulaması, geçen zaman içinde, sistemi daha etkin hale getirme yolunda bir takım dönüşümler yaşamış ve bazı yenilikleri bünyesine katmıştır. Buna örnek olarak mikrosigorta uygulaması söylenebilir (Erhan Birgili, Nurhodja Akbulaev, 2010: s.305).

Kaynak:

Aktan, Coşkun Can (2002), "Yoksullukla Mücadele Stratejileri", Yoksullukla

Aktan, Coşkun Can ve İstiklal Yaşar VURAL (2002), "Yoksulluk: Terminoloji, Ankara.

Arpacıoğlu, Ö. Yıldırım, M. (2011). Dünya da ve Türkiye'de Yoksulluğun Analizi,

Bayındırlık ve İskan Bakanlığı (2009), Kentsel Yoksulluk, Göç ve Sosyal Politikalar, <http://www.bayindirlik.gov.tr>, (12.08.2011).

Birgili E., Akbulaev N., (2010), II. Uluslararası Sosyal Bilimciler Kongresi Orta Asya Ülkelerinde Mikrofinans Uygulamaları, 305.

Bıçkı, D. (2005). Kentsel Yoksulluğun Yapısal Faktörlerle Analizi: Ekonomik ve Politik Yapının Yeniden Örgütlenmesi: Karşılaştırmalı Bir Analiz.

Coşkun Can Aktan (ed.), (2002). Yoksulluk Terminoloji, Temel Kavramlar Ve Ölçüm Yöntemleri, Yoksullukla Mücadele Stratejileri, Ankara: Hak-İş Konfederasyonu Yayınları.

Demir, S. (2006), Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı İnsani Gelişme Endeksi ve Türkiye Açısından Değerlendirme", DPT Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.

Johannsen, J., & Zeller, M. (2006, August). Operational Poverty Targeting by the Means of Proxy Indicators-The Example of Peru. In Contributed paper for presentation on the International Association of Agricultural Economists Conference, Gold Coast, Australia.

Kamacı, Ahmet. (2016). "Doğu Karadeniz'de İşgücü ve İstihdam.": Yönetim, Ekonomi, Edebiyat, İslami ve Politik Bilimler Dergisi, 14-32.

Kandemir, Orhan. (2011). "Tarımsal Destekleme Politikalarının Kırsal Kalkınmaya Etkisi." Ekonomi Bilimleri Dergisi 3.1

Khandker S.R., 2007. "Coping with flood: role of institutions in Bangladesh," Agricultural Economics, International Association of Agricultural Economists, vol. 36(2), pages 169-180, 03.

Khandker, S.R. (1996). Grameen Bank: Impact. Costs. and Program Sustainability. Asian Development Review. Cilt 14. Sayı 1.

Khandker, Shahidur R. & Khalily, M. A. Baqui & Samad, Hussain A., 2010. "Seasonal and extreme poverty in Bangladesh : evaluating an ultra-poor microfinance project," Policy Research Working Paper Series 5331, The World Bank.

Mainsah, E., Heuer, S. R., Kalra, A., & Zhang, Q. (2004). Grameen Bank: Taking capitalism to the poor. Chazen Web Journal of International Business, 1-28.

Özge ve Metin Yıldırım (2011), "Dünyada ve Türkiye'de Yoksulluğun Analizi", Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt 4, Sayı 2, ss.60-76

Sarker, A.E. (2001). The Secrets of Success: The Grameen Bank Experience in Bangladesh. Labour and Management in Development Journal. Asia Pacific Pres: Cilt 2. Sayı 1.

Seyyar, A. (2002). Sosyal Siyaset Terimleri, Beta Yayınları, İstanbul.

Seyyar, A. (2003). Sosyal Siyaset Açısından Yoksulluğa Karşı Mücadele. Yoksulluk Sempozyumu, İstanbul: Deniz Feneri Derneği Yayınları, CI, 38-69.

Şenses, F. (2001), Küreselleşmenin Öteki Yüzü Yoksulluk, 2.Basım,İletişim Yayınları, İstanbul.

Şenses, Fikret (2006), “Küreselleşmenin Öteki Yüzü: Yoksulluk”, 4. Baskı, Tarihi: 22.08.2001.

Todaro, J. B., & Smith, M. (2006). Training library staff and volunteers to provide extraordinary customer service. Neal Schuman Pub.

Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2005). Economic Development 9th edition Addison Wesley.

Todaro, M.P. & Stephen, C. S. (2002). Economic Development. 9.Basım, USA:Pearson

TÜİK İstatistikleri, <http://www.tuik.gov.tr/Start.do>. 2017

UNDP. (2011). Human Development Report 2010, <http://hdr.undp.org/en/>, Erişim

Yunus, M. (2000). Banker to the Poor . The University Press Limited, Dhaka.

Yunus, M. (2002). Grameen Bank II: Designed to Open New Possibilities, October.

Yunus, M. (2003). Some Suggestions on Legal Framework for CreatingMicrocredit Banks, Grameen Bank, July.<http://www.grameen.com/>

http://www.grameen.com/index.php?option=com_content&task=view&id=179&Itemid=424

Makale Yazım Kuralları

Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünün, JOMELIPS Dergisi 2016 yılından itibaren; İktisat, İşletme, Maliye, Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler, Çalışma Ekonomisi, Endüstri İlişkileri, Tarih, Felsefe, Psikoloji, Sosyoloji, İslami İlimler, Coğrafya gibi çeşitli bilim alanlarında yayın hayatını sürdürmektedir.

- Hakemli bir dergi olup, Haziran ve Aralık aylarında yılda iki kez yayınlanmaktadır.
- Editörlüğümüze gelen makaleler, bir ön incelemeden sonra Hakem Kurulu içerisinde konunun uzmanı olan iki, gerektiğinde üç hakemin değerlendirmesinden geçmektedir.
- Dergiye ancak başka bir yerde yayınlanmamış veya halen yayınlanmak üzere değerlendirme sürecinde olmayan yazılar gönderilebilir. Hakem değerlendirme süreci sonunda yazı yayına kabul edilirse, yazının tüm yayın hakları JOMELIPS Dergisi'ne aittir.
- Başlık makaleyi betimleyici olmalı, makalenin esas konularını teşkil etmelidir. Türkçe ve İngilizce başlıklar mümkünse 13-15 kelimeyi aşmamalıdır. Yazının başlığı büyük harflerle 14 punto ve koyu olarak yazılmalı; Özet yerine “Öz” kavramı kullanılmalıdır. Öz makalenin ana bölümlerinin her birinin kısa özetini içermeli, okuyucunun makaleyi bütünüyle okumaya karar vermesini sağlayacak bilgileri içermelidir. Öz, özet dahil tüm ana başlıklar 12 punto büyük harflerle, alt başlıklar ise küçük harflerle, koyu ve 12 punto olarak yazılmalıdır.
- Dergimize gönderilecek makaleler Türkçe veya yabancı dilde (İngilizce, Fransızca veya Almanca) olabilir. Makalenin Türkçe ve İngilizce dilleriyle hazırlanmış en çok 100-250 kelimelik özetinin de eklenmesi gerekir (İngilizce ve Türkçe başlık da yer almalıdır). Ayrıca bu özetin altında, çalışmanın alanını tanımlayabilecek Türkçe ve İngilizce “anahtar sözcükler, (keywords)” de bulunmalıdır.
- Yazılar A4 ebatlı kağıda aşağıdaki biçimde yazılmalıdır. Makale kaynakça dahil; Sayfa sayısı olarak 25 sayfayı, kelime sayısı olarak da 8000 kelimeyi geçmemelidir. Üst : 2,5 cm Sol : 3 cm Alt : 2,5 cm Sağ :2,5 cm Karakter : Times New Roman 12 punto Satır Aralığı : 1.5 (Paragraf girintileri önce ve sonra 0 nk ve blok yazım şekli yani paragraf başı için girinti yok).
- Makalede satır boşluğu bırakılması gereken yerler şöyledir; Başlıklardan önce ve sonra (1,5 satır aralığında), paragraflar arasında (1,5 satır aralığında), kaynaklar arasında (1 satır aralığında).
- Makaleyi bölümlere ayırmada ondalık sistem kullanılmalıdır. Tablo ve şekillerin hazırlanmasında derginin boyutları ve genel dizayn dikkate alınmalıdır. Şekillere ve tablolara başlık ve sıra numarası verilmeli ve sayfaya ortalanmalıdır. Başlıklar tabloların üstünde şekillerin ise altında yer almalıdır. Denklemlere sıra numarası verilmelidir. Sıra numarası parantez içinde ve sayfanın en sağında bulunmalıdır.
- Tüm yazılar; Amerikan Psikologlar Derneği (American Psychological Association, APA) tarafından yayınlanan “ The Publication manual of the American Psychological Association (6th edition), 2001 “ isimli kaynakta belirtilen yazım ilkelerine uygun bir biçimde yazılmalıdır. Apa'nın 6. Baskısı yazarların dikkate alacağı versiyon olmalıdır.
- Bahsedilen kaynağa ilişkin internet adresi ; <http://www.apastyle.org/> ,
- http://www.muhenberg.edu/library/reshelp/apa_example.pdf

- Makale, sağ üst köşeden sisteme kullanıcı kaydı yapıp, sistem üzerinden gönderilmelidir.

Metin İçi Referanslar/Göndermeler

- Metin içi gönderme ve atıflar, parantez içi sisteme göre verilmelidir. Dipnot, kaynak bilgisi dışındaki açıklama veya bilgilerin verilmesinde kullanılmalıdır.
- Kitaplara yapılan göndermelerde, yıl bilgisinden sonra virgül konulmalı ve sayfa numarası verilmelidir. Ancak kitabın belli bir sayfasına gönderme yapılmayıp eser hakkında genel bir değerlendirme yapılıyorsa sayfa numarası vermeye gerek yoktur.
- Başka bir metinden aynen yapılan ve kelime sayısı 40'tan az olan alıntılar tırnak içinde verilmelidir. 40 kelimedenden fazla olan aynen alıntılar yeni bir paragrafta, 10 punto ve normal metnin sağ ve sol tarafında tarafından birer cm daha içeriden yazılmalıdır.
- İki ya da daha fazla yapıta gönderme yapılıyorsa alıntı yapılan yapıtların yazarlarının soyadları, alfabeğe göre sıralanmalı ve eserler arasına noktalı virgül konulmalıdır.
- Aynı soyadlı yazarlardan, yayını daha eski tarihli olsa bile adının ilk harfi alfabetik olarak önce gelen kaynakçada önce belirtilir.

Aydın, A. (1999). Gelişim ve öğrenme psikolojisi. Ankara: Anı.

Aydın, B. (2005). Çocuk ve ergen gelişimi. İstanbul : Atlas.

- Aynı soyadına sahip birden fazla yazara gönderme yapılıyorsa eserlerin yayın yılları farklı olsa bile cümle içinde yazarların adları da belirtilmelidir: (Çetin Semerci, 2007; Nuriye Semerci, 2006).
- Farklı yazarlara ait iki veya daha fazla çalışma aynı parantez içinde kaynak olarak verilecekse alfabetik sıralama yapılır ve kaynaklar arasına noktalı virgül konulur: (Semerci, 2007; Ünal, 2012)
- Aynı yazarın iki veya daha fazla çalışması aynı parantez içinde kaynak olarak verilecekse yazar soyadı sadece bir kez yazılır, eserler arasına virgül konulur: (Güneş, 2007, 2009, 2010-a, 2010-b)
- Alıntının kaynağı ikinci bir yayına dayanıyorsa "Güneş, 2007'den aktaran Ünal, 2012" şeklinde atıf verilir ve kaynakçada hem Ünal, 2012'nin hem de Güneş, 2007'nin künyesi yazılır.

- Metin içi atıf örnekleri:

Tek Yazarlı:

Güneş'e (2007) göre ...,

Güneş (2007) ...,

.... (Güneş, 2007).

.... (Güneş, 2007, s. 46).

İki Yazarlı:

Babadoğan ve Ünal'a (2011) göre ...,

Babadoğan ve Ünal (2011) ...,
... (Babadoğan ve Ünal, 2011).
İkiden Çok Yazarlı
Hırça'ya vd. (2009) göre ...,
Hırça vd.(2009) ...
.... (Hırça vd., 2009).

Kaynakların Yazımı

- Atıfta bulunulan bütün eserler, “KAYNAKLAR” bölümünde alfabetik olarak verilmelidir. Eser bilgisi, ikinci ve sonraki satırlara taşarsa bu satırlar, 1 cm daha içeriden yazılmalıdır.
- Bir yazarın aynı yılda yayımlanmış birden fazla yayını varsa bu yayınlar kaynakçada yıl bilgisinden sonra “a, b, c ...” konularak (2001a, 2001b, 2001c ... gibi) sıralanmalıdır.
- Cilt, sayı, yıl, sayfa numarası vb. bilgilerin bulunduğu elektronik dergilerin kaynakçada verilmesi, basılı dergi gibi yapılır. Bu tür yayımlar için ayrıca web adresini, erişim tarihini vermeye gerek yoktur.
- Kaynaklar bölümündeki künye bilgilerinin yazımında aşağıdaki örnekler dikkate alınmalıdır.

Tek Yazarlı Kitap

Güneş, F. (2007). Türkçe öğretimi ve zihinsel yapılandırma. Ankara: Nobel.

Kitap adının sadece ilk harfi (özel isim yoksa) büyük, sonraki kelimeler küçük harfle yazılır. Kitap adı italik yazılır.

İki Yazarlı Kitap Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2000). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin.

İkiden Çok Yazarlı Kitap Ayhan, H., Dodurgalı, A. vd. (2010). Çocuk ve Ergen Eğitiminde Anne Baba Tutumları. İstanbul: Timaş.

Kitapta Bölüm

Karaburgu, O. (2006). Cemil Meriç'in dil ve edebiyat üzerine düşünceleri. Cemil Meriç içinde (s. 185-189). Ankara: Kültür Bakanlığı.

Editörlü Kitap

Güneş, F. (Ed.) (2013). Eğitim bilimine giriş. Ankara: Pegem Akademi.

Editörlü Kitapta Bölüm

Tosun, C. ve Genç, M. (2014). Eğitimin bilimsel temelleri ve araştırma yöntemleri. Firdevs Güneş (Ed.), Eğitim bilimine giriş (2. Baskı) içinde (s. 155-166). Ankara: Pegem Akademi

Birden Çok Baskısı Olan Kitap

Özbay, M. (2009). Türkçe özel öğretim yöntemleri 1 (3. Baskı). Ankara: Öncü.

Çeviren (Çev.) / Hazırlayan (Haz.) Bilgisi Olan Kitaplar

Barzun, J. ve Graff, H. (1996). Modern araştırmacı. (Çev. Fatoş Dilber) Ankara: TÜBİTAK.

Kurum Yayını

Türk Dil Kurumu (TDK). (2005). Yazım Kılavuzu. Ankara: Türk Dil Kurumu.

Makale (Çok yazarlı makalelerde, makale ve dergi isminin yazımında yandaki örnek, yazar isimlerinin yazımında ise çok yazarlı kitapların yazımı dikkate alınmalıdır.)

Semerci, Ç. (2007). Öğretmen ve öğretmen adayları için yansıtıcı düşünme eğilimi (YANDE) ölçeğinin geliştirilmesi. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri. 7(3), 1351-1377.

- Cilt numarası italik yazılır.

- Makale adının sadece ilk harfi (özel isim yoksa) büyük, sonraki kelimeler küçük harfle yazılır.

- Dergi adı italik ve her kelimenin ilk harfi büyük.

- Varsa doi:

Basılmamış Bildiri (Çok yazarlı bildirilerde, bildiri adı ve sempozyum bilgisinin yazımında yandaki örnek, yazar isimlerinin yazımında ise çok yazarlı kitapların yazımı dikkate alınmalıdır.)

Gün, Ö. (2014). 5. sınıf matematik öğretim programındaki kazanımların revize edilmiş Bloom Taksonomisine göre sınıflandırılması: sayılar öğrenme alanı örneği. 13. Matematik Sempozyumu. Karabük Üniversitesi, 15 – 17 Mayıs 2014, Karabük.

Basılmış Bildiri (Çok yazarlı bildirilerde, bildiri adı ve sempozyum bilgisinin yazımında yandaki örnek, yazar isimlerinin yazımında ise çok yazarlı kitapların yazımı dikkate alınmalıdır.)

Balyemez, S. (2012). Bildirme ekinin dil bilgisi öğretimindeki yeri üzerine. IV. Uluslararası Dünya Dili Türkçe Sempozyumu Bildirileri II. Cilt. Muğla Üniversitesi, 22 – 24 Aralık 2011, Muğla. s. 339-344.

Tezler Er, H. (2010). Sosyal bilgiler eğitimi kapsamında ilköğretim öğrencilerinin biyografi kullanımına ilişkin görüşleri. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.

Gazete / Mecmua / Bülten Yazısı

Ülsever, C. (2002, 7 Aralık). Bu bayram çocuk oldunuz mu? Hürriyet, s. 16.

İnternet Sayfası

Emre, İ. (2012, Haziran 7). Şair, Şehir ve Şiir. www.ismetemre.com (Erişim Tarihi: 2012, 15 Temmuz).