

The Journal of
**INTERNATIONAL
SCIENTIFIC RESEARCHES**

ISR
ISR

Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi

Year 2018 Volume 3 Number 2



ISSN:2458-8725

The Journal of International Scientific Researches

Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi

Year / Yıl: 2018
Volume / Cilt: 3
Number / Sayı: 2

Chief Editor / Bař Editör
Dr. Salih Yıldız

Editorial Board / Yayın Kurulu
Dr. M. Hanefi Topal
Dr. Muhlis Özdemir
Dr. Emel Yıldız
Dr. Büşra Tosunoğlu
Dr. Orkun Demirbağ

Secretariate / Sekretery
Mustafa Zuh

Contact / İletişim
Gümüşhane Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Bağlarbaşı Mah. 29100 Merkez / Gümüşhane
Tel: 0456 233 1000 (Dahili: 2203) Fax: 0456 233 7553
journalofisr@gmail.com
www.isr-journal.com

© Her hakkı saklıdır. "The Journal of International Scientific Researches" dergisi yılda üç kez yayımlanan bilimsel, uluslararası indeksli ve hakemli bir dergidir. Dergide yayımlanan çalışmalardaki görüş ve düşünceler yazarların kendilerine ait olup hiçbir şekilde derginin görüş ve düşüncesi olarak ifade edilemez. Dergideki çalışmalar sadece referans gösterilerek kullanılabilir.

ISSN
2458-8725

The Journal of International Scientific Researches
Science and Advisory Board
Bilim ve Danışma Kurulu

Dr. Avinash Pawar	University of Pune
Dr. Bünyamin Er	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Dr. Davran Yurdashev	İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi
Dr. Ekrem Cengiz	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Fazıl Kırkbir	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Dr. Hans Jürgen Krysmanski	University of Münster
Dr. Hasan Alacacıoğlu	İstanbul Üniversitesi
Dr. Hilmi Erdoğan Yayla	Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Dr. Jagbir Singh Kadyan	University of Delhi
Dr. Kyung Hyan Yoo	William Paterson University
Dr. Mehmet Ferhat Özbek	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Mohamed El-Hodiri	Kansas University
Dr. Mohammad Hudaib	Glasgow University
Dr. Muhammed Asif Yoldaş	Avrasya Üniversitesi
Dr. Mukesh Chaudhry	Indiana University of Pennsylvania
Dr. Ömer Torlak	Rekabet Kurumu
Dr. Rasim Yılmaz	Namık Kemal Üniversitesi
Dr. Remzi Altunışık	Sakarya Üniversitesi
Dr. Roszaini Haniffa	Heriot Watt University
Dr. Thomas Li-Ping Tang	Middle Tennessee State University

Indexing / Endeksler

"The Journal of International Scientific Researches"
Directory of Open Access Journal (DOAJ), Index Copernicus, Directory of Research Journals Indexing (DRJI), ASOS Index, Scientific Indexing Services (SIS), International Institute of Organized Research (I2OR), Journal Factor (JF), Cosmos Impact Factor (Cosmos), Cite Factor
endekslerinde taranmaktadır.

The Journal of International Scientific Researches

Referees of Issue

Sayı Hakemleri

Dr. Abdülkadir Öztürk	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Dr. Alper Veli Çam	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Bünyamin Er	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Dr. Büşra Tosunoğlu	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Ebru Onurlubaş	Trakya Üniversitesi
Dr. Ekrem Cengiz	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Emel Yıldız	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Ezgi Baday Yıldız	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Dr. Fatma Okur Çakıcı	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Fazıl Kırkbir	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Dr. Handan Çam	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Kadir Caner Doğan	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Kadir Sancak	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. M. Hanefi Topal	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Metin Aksoy	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Muhlis Özdemir	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Mustafa Kırca	Sinop Üniversitesi
Dr. Nihat Yılmaz	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Orkun Demirbağ	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Salih Akkanat	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Salih Yıldız	Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Yeşim Dindaroğlu	Karadeniz Teknik Üniversitesi

Teşekkür

"The Journal of International Scientific Researches"
dergimizin bilimsel niteliğinin artırılması için yapmış olduğunuz katkılardan dolayı siz değerli bilim insanlarına
şükranlarımızı sunarız



CONTENTS / İÇİNDEKİLER

Ayşegül Kaya	96 - 106
Penetration of Cloud Computing Services to Small and Medium Businesses: Cylanpınar District E-Commerce Applications	
Bulut Bilişim Hizmetlerinin Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Penetrasyonu: Ceylanpınar İlçesi E-Ticaret Uygulamaları	
Volkan Tatar	107 - 113
Russia's Middle East Policy in the context of Post-Cold War	
Soğuk Savaş Sonrası Rusya'nın Ortadoğu Politikası	
Rahmi Baki	114 - 122
Literature Review on Green Supply Chain Management Concept and Problems During It's Implementation	
Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi Kavramı ve Uygulanması Sırasında Karşılaşılan Problemler Üzerine Literatür Taraması	
Kadir Sancak, Nihat Yılmaz	123 - 131
Vision Change and Foreign Supports in Turkey's Foreign Policy	
Türk Dış Politikasında Vizyon Değişimi ve Dış Yardımlar	
İsmail Köse	132 - 147
Karadeniz Teknik Üniversitesi Uluslararası İlişkiler (UI) Bölümü Öğrencilerinin Geleceğe Yönelik Beklentileri	
Employment Expectations of Karadeniz Technical University International Relations Students	
Gülcan Bayram, Ahmet Şimşek Bayram	148 - 156
Grunig ve Hunt Halkla İlişkiler Modelleri Çerçevesinde Emniyet Genel Müdürlüğü Kamu Spotlarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma	
A Research on The Investigation of Public Spots General Directorate of Security Affairs in Grunig and Hunt Public Relations Models Framework	
İbrahim Avcı, Özgür Çengel	157 - 178
İhracata Yönelik Uygulanan Teşviklerin Etkinliği: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama	
Effectiveness of Incentives for Exporting: An Application in The Textile Industry	

Penetration of Cloud Computing Services to Small and Medium Businesses: Cylanpinar District E-Commerce Applications

Bulut Bilişim Hizmetlerinin Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Penetrasyonu: Ceylanpinar İlçesi E-Ticaret Uygulamaları

Abstract

For Small and Medium Scale Enterprises located in Cylanpinar District of Şanlıurfa, which is expected to join the digital world due to financial and sociological deficiencies, the Cloud Computing System is considered as a digital salvation proposal. Because the SMEs, where access to finance is identified as the main problem, must continue to exist in the competitive market. This situation requires SMEs' commitment to digital platforms; The financial and sociological deficiencies of Ceylanpinar SMEs make the needs of the Cloud Informatics clear. At this stage, Cylanpinar is proposing the Cloud Computing Systems which are thought to be compatible with the SME budget financially and easily understandable to SMEs in the digital sense. In this context, Cloud Computing Systems are included in the research in terms of security. The presented research study is directed towards SMEs in the general sense, whereas it is directed to Cylanpinar SMEs in the context of the sample. In addition, a model criterion was established in the study of document analysis.

Öz

Finansal ve sosyolojik yetersizlikler nedeniyle dijital dünyaya dâhil olması henüz beklentiler dâhilinde olan Şanlıurfa'nın Ceylanpinar İlçesi'nde yer alan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler için, Bulut Bilişim Sistemi, dijital bir kurtuluş önerisi olarak düşünülmektedir. Finansmana erişimin temel sorun olarak belirlendiği Kobi'lerin rekabet piyasasında varlığını sürdürmesi, dijital platformlara bağlılığını gerektirdiğinden; Ceylanpinar Kobi'lerinin finansal ve sosyolojik yetersizlikleri, Bulut Bilişime olan ihtiyacını belirginleştirmektedir. Ceylanpinar Kobi'lerine bu aşamada dijital anlamda; hem kolay anlaşılabilir hem de finansal anlamda Kobi bütçesine uygunluğu düşünülen Bulut Bilişim Sistemleri, güvenlik açısından da araştırma dâhilindedir. Araştırma çalışması; evreninde Kobi'lere, örnekleminde Ceylanpinar Kobi'lerine yönelik bir doküman analizi yoluyla neticelendirilerek, önerilerde bulunmaktadır.

Introduction

SMEs, which are generally established with limited capital, can not provide continuity because their education levels are low. It is thought that Cylanpinar SME's participation in digital platforms is necessary because of its own culture and patron tradition. Because participation in the digital world can be argued as a precondition for adapting to the age of competition. On-line transactions carried out on digital platforms purify the SMEs from many financial obligations. According to the findings of this study, where document analysis is carried out, Cloud Computing for SMEs is seen as a digital liberation. Because of the incentive to productivity software, the capacity of trading capacity, the ease of formatting required, and especially financial suitability, Bulut Bilişim Hizmetleri is pointing to digital access to Cylanpinar SMEs.

It is a good idea to briefly introduce Şanlıurfa's Cylanpinar District at this stage. Cylanpinar, known as Vassugar in the time of the Assyrians, was the capital of the Mitanni State. It is also known that it was connected to the city of Resulayn in Syria in the Ottoman Empire. At the moment, the Republic of Turkey is a border town in the province of Şanlıurfa. Cylanpinar dominates a population of 84,727. Turkey's largest producing state TIGEM the farm (General Directorate of Agricultural Enterprises) is located in the structuring Cylanpinar district. Cylanpinar District of economic



Ayşegül Kaya

Cylanpinar Limited Craftsmen and
Craftsmen Credit Cooperative:
Business Expert Republic of Turkey
ayse.kaya.akd@gmail.com

Article Type / Makale Türü

Research Article / Araştırma Makalesi

Keywords

Cylanpinar SMEs, Cloud Computing,
E-Commerce

Anahtar Kelimeler

Ceylanpinar Kobi'leri, Bulut Bilişim,
E-Ticaret

JEL: D29, O10, F19.

Submitted: 09 / 02 / 2018

Revised: 10 / 04 / 2018

Accepted: 25 / 04 / 2018

activities within the TIGEM and there is no entry to Turkey. Moreover, the output from the economic activities in TIGEM is sent to the west (<https://en.wikipedia.org/wiki/Ceylanp%C4%B1nar>). At this point, it is understood that the Cylanpinar District is an inadequate city in the economic direction. The fact that economic inadequacy has developed in parallel with the level of education has also been demonstrated by many studies. There are nine high schools in Cylanpinar District, and there are no changes in high school numbers over the years. Education inadequacy naturally represents a binding character for Small and Medium Scale Enterprises. Therefore, in these conditions, SMEs' adaptation to the era and their active involvement in digitalization is a tough possibility.

The universe of the research is the SMEs and their sample is the SMEs located in the Cylanpinar District. But this is a requirement of the research, but it can also be seen as a limitation of this study. Because there are many living spaces in the region with similar characteristics to the Cylanpinar District. However, the organizational conditions to which the work will be presented have led to the need to give priority to Cylanpinar District. Digital services should now be moved to Cylanpinar District, which is at the threshold of many needs due to being a border city. It is also necessary to consider the necessity of a method appropriate to the educational level in the process of penetration of Cloud Computing to Ceylanpinar SMEs. Suggestions for Cylanpinar SMEs are presented at the final stage of the research study prepared through the document review. Suggestions presented are shown on a table. Besides, a model has been reached in the proposed process.

1. E-Commerce in Small and Medium Enterprises

The virtual environment creates significant opportunities for SMEs. The SMEs, whose biggest problem is to reach the target group from the beginning, will be helpless against the firms in the global production field if they can not use the marketing channels at this stage. SMEs, who can adapt to the new scheme provided by digital competition, they will be able to enter the markets without much financial expense and provide them with product entry. As a matter of fact, the digital field provided by the internet provides effective and less cost effective marketing to SMEs (Kartal, 2002: 105). Thanks to e-commerce, which is only one of the possibilities, SMEs have gained the advantage over large-scale businesses by removing the time and space threat of traditional methods (Türen et al., 2011: 49-50). This can be presented as a solution to the SME financing problem, which allows businesses to save money in financial obligations such as paperwork, communication and marketing costs (Kalayci, 2008: 148). The internet, which can be defined as a global network, is launching new initiatives in trade practices by creating market areas where it can reach. With the easier access of consumers to the products, the foundation of the digital competition market has been laid (Demireli and Dursun, 2013: 271). The marketing of rapidly developing e-commerce products in the world has become an important element of economic activities, reflecting the price and sales gains (Canpolat, 2001: 5). It is comprised of many factors, such as sales, purchasing, planning and recruitment, that support the internal event processes of e-commerce businesses (Schneider; 2004: 4). Since the new configuration brought by E-Commerce to the job market changes the competition conditions based on classical commercialization, it is in e-commerce activities in order to increase the sales volume of the enterprises in the national market as well as in international markets (Özbay and Akyazı, 2004: 2).

Investigating the necessity of e-commerce for the information revolution, Karakaya (2013: 1-145) explains that the country's SMEs are in the process of trying to use e-commerce properly because of the increasing importance of e-commerce. As a matter of fact, e-commerce develops different strategies to meet the needs by changing economic policies. In the world of globalization, the world takes on a single market form as it increases dependence on a number of countries. In this case, businesses have to be ready for global competition. Because there are no longer remote geographies in electronic commerce (Drucker, 2002: 14). Findings of a study made in this respect determine the critical success factors for SMEs according to their status in non-business, non-business and technological dimensions (Karamaşa ve Acılar, 2011: 4-8). According to the findings obtained from the majority of the enterprises in another project of the researcher, the digital platform is mostly

used for communication and information research purposes (Acılar, 2007: 343-353). the United States was born in another research adopted to evaluate the international dimension of e-commerce in the new economy, to take place in Turkey's new world order describes the need to take decisive steps in the e-ticaret (Ozturk and awesome, 2002: 11). Indeed, e-commerce provides a better inventory management by reducing revenue by creating revenue streams. It facilitates the traditional business process as Internet trading facilitates the community's goal with it. This also includes a reduction in costs for SMEs, a saving of time, a reduction in inventory costs, and a reduction in transactions by converting hands-on invoices to digital media. In this context, e-commerce, which enables customers to keep their information in a good database, indicates that businesses can better track customer information and acquire individual marketing strategies based on better understanding of customer behaviors based on customers' purchasing habits (Schulze and Baumgartner, 2000: 12). It is also reported in another research that SMEs should be innovative and flexible in scope in order to be successful in the process of exporting their products and services to e-commerce (Etemad and Wright, 2003: 210). Kalaycı (2004: 1-18) argues that e-commerce is a study of economic impacts, reducing transaction and research costs, accelerating business processes by increasing competition, and increasing operational efficiency. Indeed, the decisive impact of GDP on e-commerce transaction volume was supported by research by Caselli and Coleman (2001, 329-333), Gibbs and others (2003: 5-18). At this point it should be noted that the benefits of SMEs' participation in e-commerce will be in the extent of SMEs' economic capabilities and capabilities. It is seen as an advantage that SMEs, which have a more flexible structure compared to the cumbersome structure of large enterprises, are able to dynamicize the existence of competition in digital sales (İşler, 2008: 288). Later on, e-commerce allows potential customers to be informed about every product in the world, thereby contributing to world markets. In this competitive environment, e-commerce reduces the total cost of trading (Strauss and Frost, 2000: 15).

In many countries, OECD members have found that intermediaries that make up the supply chain add up to 33% of the total gain until the final product reaches the final consumer. It is foreseen that SMEs established with limited capital can get rid of many intermediary costs with e-commerce at this stage (Civelek and Sözer, 2003: 120). Subsequently, the United States reports that 5% of total sales volume in e-commerce constitutes e-commerce, and that the potential of digital commerce is continuously growing (Laudon and Laudon, 2010: 416). Together, many of the major international business and holding organizations have announced that their logistics needs will be realized on the digital platform. Many automobile manufacturing enterprises, which are the first ones created by General Motors, Ford, BMW, Renault, Peugeot, have announced that they will make all the material purchases they have made by the subsidiary company from the e-commerce site they have established. Moreover, military and civil aircraft producers such as Boeing and Airbus have the same explanations. Finally, BP Amoco, Exxon, Shell and ELF have announced that they are in the process of building the necessary infrastructure to make large-scale purchases through the digital platform. In this case, SMEs who can not show their presence in the electronic environment will not survive by staying out of the system. As a matter of fact, it is already known that a significant part of SMEs are doing subsidiary business of large enterprises (Ene, 2002: 37-38).

In a study in which consumers' habits of shopping on the internet are investigated and their thoughts about safety are examined, it is emphasized that income and education are directly influenced on the internet shopping transactions (Uluçay, 2012: 50-85).

It is worth emphasizing at this stage that the financial and educational level of the Cylanpinar District is inadequate. Cylanpinar District, where only nine licenses are located, is a district where unemployment is intense. As a border town, a considerable part of the SMEs located in the Cylanpinar District in the vicinity of many of the townspeople lost their continuity since they naturally could not adapt to today's conditions. It can be said that the SMEs, who can survive, give life struggle due to many financial obligations. Therefore, it can be predicted that the Penetration of Small and Medium Scale Enterprises located in Cylanpinar District of the Cloud Computing Services will meet a need.

2. Cloud Computing Systems

Cloud Computing is based on the power of computing resources such as power, storage space and leasing as needed and as needed. Controlled access is possible where applications and infrastructure are independent of each other and the end result is that the data can be controlled from a single center. It provides an infrastructure where the use of resources can be easily controlled and reported, where the capacity can be quickly increased or decreased as needed. At this stage it is necessary to talk about the possibility of a leased data exchange system. Lease is based on usage, not server based. This can be likened to the use of electricity from the electricity grid. Because invoices for the use of information resources, such as automatic billing process and payment of electricity bills, are paid at the end of the period. In this context, it is possible for the institutions to have the resources of local information instead of having them to be kept away and to be rented only when needed. (Özdaş, 2014: 2-3). According to the most accepted definition by Mell and Grance (2011: 2) from US National Institute of Standards and Technology (NIST) experts, Cloud Computing is a network management solution that enables rapid intervention and dissemination of information resources (networks, servers, storage space, services, etc.) are described as a model that provides network access to the shared outdoor pool, on demand and appropriately. In this context, the common characteristics of Cloud Computing can be listed as large scale, homogeneity, virtuality, flexibility, low cost, distribution, service orientation and advanced security.

It is expected that over 30% of small and medium sized enterprises operating in the world in the next decade will carry out data storage by using the Bulut Bilişim channel with accounting operations (Şanlı, 2014: 3-4). The research findings made by Gardner Company in 2010 show that cloud computing is the top three IT companies (Koyuncu, 2011: 1). It is worth mentioning that there are important studies in the field of cloud computing at the Berkeley University Academy. According to the academy publications, Bulut Bilisim corresponds to both the applications offered as services on the internet and the hardware and system software in the data centers that provide these services. The services have long been called software. Therefore, it is preferable to use this term. Data center hardware and software are described as cloud (Cliff, 2010: 4). By OECD (2011: 6), Cloud Computing is defined as a service model that is used for information services based on a set of information resources that can be accessed flexibly at the time of need with low management effort. Bulut Informatics, which is recommended for Small and Medium Scale Enterprises, is also used by individual users, large corporations and holding companies. The star of traditional knowledge in businesses has gained momentum in the last five years. Research conducted by the International Data Expert (IDC) can be used as a basis for worldwide growth. According to research, the share of cloud computing expenditures in IT and communication technologies is growing day by day, reaching 44.2 billion dollars in 2013. In this context, the most important reason why information technology providers concentrate on the cloud model is that the cloud sector has grown rapidly (Constructor, 2010: 2).

It is worth noting that the benefits obtained from Cloud Computing are generally derived from the economics of scale (Armbrust et al., 2009: 3). No cloud computing infrastructure requires virtualization or any specific technology. Cloud Computing is a concept related to the qualities of intelligent computing infrastructure, which is in principle based on specific technologies. However, technologies such as virtualization and service-oriented architecture are recommended for the activation of cloud computing principles (Schubert et al., 2010: 18). In addition, with Bulut IT, businesses do not have to install UPS, generators, fire extinguishers, security devices and access devices to set up a system room where financial information, which is a significant cost item, can be stored. It is the responsibility of the service provider to safeguard all data stored. Since Bulut Bilisim Hizmetleri has a pay-as-you-go structure as electricity and telephone service, it creates significant cost savings in terms of businesses (Elitaş ve Özdemir, 2014: 104-105). In terms of environmental responsibilities along with the decline in costs, it can also be called Green IT. Because, Bulut Bilişim offers less energy and information services. Accelerating the software and testing phases together, the Cloud Computing software also offers the opportunity to test development in various environments. Thus, the quality of the software can be said to increase (Şanlı, 2011-2012: 5).

Therefore, it is thought that the advantages of the cloud have a potential to reduce the needs of SMEs.

The Sahada Cloud has been investigated with examples of innovations and innovations brought by cloud GIS technology and it is aimed to provide information about this technological innovation by giving detailed information about GIS applications that are integrated with the system and Bulut Bilisim which is envisaged as an important issue for GIS users in the future (Kavzoglu and Falcon, 2012: 1-8). Because, in today's competitive environment for businesses, creating and executing accounting systems in a reliable structure that can be continuously monitored remotely with low cost, advanced technological facilities has become the main target. Accounting systems that use Web based Cloud Computing facilities are able to meet these needs. But the fact that Cloud Computing is a new concept in the accounting sector, the inability of the legal infrastructure in our country to be fully developed and security concerns constitute a question mark in business about the functioning of the system. On the other hand, it is expected that many applications of web based accounting programs in the next ten years will have a Bulut Informatics based structure (Özevren and Gürsu, 2004: 645). In this context, a research on the establishment of a company-specific cloud system for files protected by the institution's security wall, stored in data centers located within the corporation, without having to share the corporation's data with other companies is described. Research shows that the best performance in files under 1MB is better than BLOB in the database table column, while using the file system on larger files is better (Yanar, 2015: 814-820). In another study carried out, positive / negative aspects of Bulut Informatics, US legal regulations, EU contracts with EU directives were examined in detail and the entire legal process was noted. Research findings in accordance with existing contractual and regulatory Cloud Services, Cloud Computing users in Turkey has been demonstrated that there is a sufficient level of legal regulations to protect the security and confidentiality of data. In addition, a proposal has been made for a reliable Cloud Computing Model that can be accepted as the basis (Henkoğlu and Külcü, 2013: 62) in order to ensure the trust of data subjects and to protect personal data. It is worth mentioning at this point that SMEs in Cylanpinar, whose digital information is inadequate. As a matter of fact, it is necessary to inform the SMEs in Cylanpinar that there is a lot of insecurity towards the virtual world about digital trust. Therefore, a Cloud Computing Model, which will form the basis for the protection of personal data, should be deemed necessary for Small and Medium Enterprises in Cylanpinar.

3. An Assessment of Adaptation of Cloud Computing to SMEs

Research findings Cloud Computing services in Turkey, major telecom operators, shows that given by the local cloud providers and cloud providers the few international. In addition, cloud computing market size is still small. But it is expected to grow rapidly among IT markets. It is reported that it is expected that the Turkish public and private sector, which prefer to develop in-house solutions instead of packet solutions in software, are expected to change with cloud computing. In this context, the three stages of the development of the cloud computing market can be summarized as follows; In the first stage, the migration of public institutions to the cloud, followed by large private enterprises and finally penetration of cloud computing services into SMEs. It is worth noting that the availability of cloud computing in this area is low by the SMEs. One reason for this is that most of the solution partners who provide IT products and services to SMEs earn the majority of their revenue from hardware sales. Therefore, these solution providers do not inform SMEs about the possibilities of Bulut IT (Ministry of Development, 2013: 96-97). At the same time, using applications as services over the cloud requires investing in less resources and resources than managing own servers in their own buildings. This is one of the reasons why the Cloud systems are presented as an ideal proposal for SMEs. When you choose the right vendor, the usability and security issues that can arise from unsupported open source solutions are no longer a threat. Delivering the right product at the right price to the customers they want is the ultimate goal in increasing sales. However, pricing proposals can cause errors and delays if they are executed manually. At this point, an automatic configuration, price and price quoting options (CPQ) can solve these problems. The faster the company grows, the less likely it will lose momentum. However, if

the generated data slows down the system, application software performance and usability may be reduced and operations may be interrupted (One, 2014: 2-3).

Beginning to use the Internet, the product of information and communication technologies, for commercial purposes has helped to create a new trading platform. This platform has been adopted and developed by the people and institutions in the electronic commerce, which is a suitable trade style (Yükçü and Gönen, 2007: 915). Eliminating the time and space barriers of traditional sales and marketing approaches, e-commerce is also a novelty that allows small entrepreneurs to access markets that are difficult to access in practice, removing the borders of countries where they can compete with adults (Turen et al., 2011: 51). As a matter of fact, being fast is a priority condition for businesses and it can be said that the system that will enable them to obtain this speed is Bulut Bilişim. Businesses that want to benefit from Cloud Computing grow their investments every year to deliver speed, flexibility, quality, and low cost. Because with Cloud Computing, businesses can get almost all information technology needs in service model. At the same time, if businesses invest in high amounts of IT infrastructure, they can afford to buy affordable services from service providers that can run business applications as secure web services on virtual sub-structures (It Advisor, 2012: 41).

The findings of the research show that Cloud Computing and SMEs can meet a mutual need. Indeed, Bulut needs a market space and SMEs need digital service. It can be said that the penetration process is feasible since this indicates that Bulut is suitable for Cylanpinar SMEs.

Conclusion

This study, which aimed to investigate the penetration of Cylanpinar Kobilerin into Cloud Computing by document analysis, has obtained a result in e-commerce context.

The development of data centers around the world, the day-to-day ease of accessing the Internet and the cheapness of it, and the spread of mobile devices along with it, are pushing institutions to invest in the cloud infrastructure (Yanar, 2015: 814). In this context, it is anticipated that by 2020, small and medium-sized companies will have to switch to public cloud software (SaaS) and public or private clouds. Large companies can create their own private cloud or hybrid cloud (Sanli, 2014: 12). It is anticipated in the near future that Cloud Computing will be an important choice for application and testing environments, especially with standard applications such as messaging and collaboration, customer relationship management that businesses need. In the next stage, critical business applications can be used via Bulut IT with the determination of the necessary security mechanisms. In this regard, the trade between the enterprises will take place entirely in the virtual environment. In addition, all processes such as ordering, purchasing, payment / collection will be done on the infrastructure of Bulut Inform (It-Advisor, 2012: 41). In addition, SMEs in the Cylanpinar District show that their financial situation is suffering from inadequate payments. Recycling also does not happen correctly because of access to finance. The general education level of Cylanpinar SMEs is hampering the development of SMEs. In this case, practical trainings for digital platforms can support the continuity of SMEs (Kaya, 2017: 265-272). Because Cylanpinar District has a border town feature, its priority problems are in human context. This is justified. But the people here also need to be aware of the innovations in the modern age. What's more, the speed of change in the digital world is very difficult even under normal conditions. In other words, Cylanpinar people need practical support in this context.

Small and Medium Sized Enterprises constitute a large proportion of employment and similar opportunities in world economies. The majority of businesses that make up the global economy are either SMEs or SMEs with many of the functions of larger scale structuring such as holding companies (Kaya, 2017). In this context, the continuity of the SMEs is an indisputable reality in the social economy. Cloud Computing systems are a digital and financial advantage for SMEs with limited capital. SMEs' presence in e-commerce shows that e-commerce must be fast and efficient, rather than a necessity for continuity. As a matter of fact, the main factor that keeps businesses operating especially in the digital competition market today is having robust information infrastructures. It should be noted at this point that in terms of structure, SMEs established with

limited capital should also take account of their inadequate access to finance. Cost factors are much more important in information systems for SMEs who lack digital functionality. The pay-as-you-go policy used by Cloud Computing services, the speed of the processor, and the ability to create a system room for financial information within the context, are other digital opportunities for SMEs. Today, reaching beyond-borders consumers with time management will save SMEs from many costs. The findings of the research revealed that the penetration of Small and Medium Businesses by Cloud Computing services will make SMEs profitable. Therefore, it is understood that the awareness created by the Cloud Computing Systems in order to ensure the continuity of SMEs in e-commerce is digital liberation for SMEs. Based on the findings of the research, a research table for Penetration of Bulutun Kobi was established. The advantages and disadvantages of the Tabloda Bulut are given in the advantages and risks. In other words, the table presented summarizes research findings.

Table 1. Penetration of the Cloud into Ceylanpinar SMEs

Clouds	Cloud Computing Penetration Findings for SMEs		
	Penetration risk factors ^a	Advantages	Structuring
SERVICE FOCUSED SOFTWARE	Data privacy	Management Elasticity	Clear Cloud
SERVICE INFRASTRUCTURE	Legal Issues	Service Quality	Private Cloud
SERVICE COMMUNICATION	Teamwork	Performance	Mixed Cloud
SOFTWARE DEVELOPMENT FLEXIBILITY	Contract Problems	Saving Flexibility	Community Cloud
RESEARCH AND DEVELOPMENT	Incomplete Information	Lower costs	Company Merger
FUTURE-ORIENTED	Internal and external messaging business	Access the data	Company-specific cloud studies
SERVICE TRANSPORTATION	Customer relations management	Testability in software	Cross-Company Cloud Studies
JOBS FOR SECURITY APPLICATIONS	Trade Between Companies	Secure Web Services	Work for companies' private web requests
CONTROLLED PAYMENTS	Inadequacy in accounting	Processor Speed	Control of numerical data
LEGISLATIVE WORK	Security concerns	Pay as much as you use	Fast trading
PROTECTION OF FINANCE	Data Storage	Chamber of Financial System	Security

Table data are based on research findings.

When the table is examined, it can be argued that Cloud Computing may soon have a say in the management of digital areas in businesses. In this context, cloud penetration must be provided so that the SMEs in Cylanpinar District can maintain their continuity in today's competitive market. Indeed, research findings show that the Cloud can meet the needs of SMEs. It is necessary to pay attention to the digital information shortage of Cylanpinar District in the foreseen penetration process. Because of the inadequacy of information, which is composed of financial and sociological structures, Bulut should lead to a marketing strategy for the conditions of Cylanpinar. Cloud providers that seem to have the ability to respond appropriately should not ignore their social characteristics. For example, a marketing strategy that uses too many technical terms can not be successful in Cylanpinar District. Another thing is that Cloud Computing Services should be presented in an easy to understand way. Moreover, it can be predicted that a spreading strategy to be carried out on a generic basis will be more successful. It is necessary to adapt the Cloud Services to the general conditions of the span area. It is necessary to reduce the cloud to the social structure. In this context, firstly recognition and high level understanding of the target can be presented as a correct approach. Therefore, it is understood that the penetration of Cylanpinar Kobilere into the cloud is a necessity and that the cloud services have a substructure that can meet this need with a suitable strategy.

Recommended Penetration Period

It is necessary to consider the recommendations of the Small and Medium Sized Enterprises in Ceylanpinar in the process of adaptation to Cloud Computing.

SMEs can not participate in the cost-saving digital sales process due to reasons such as lack of qualifications, lack of technology, lack of knowledge about e-commerce, and so on. In this context, SMEs' survival in new media provided by information and communication technologies depends on the establishment of the infrastructure of the systems, the selection of the application programs and the proper identification of the methods to be followed in the realization of the activities. As a matter of fact, the wrong choice and implementation of the SMEs in the process of change may cause the SMEs, which are described as the parameters of the economy, to harm the country's economy (Eslami, 2010: 2). As a fast global market player, the SMEs will have advantages in operating their electronic trading orientation on the digital platform. It is necessary to establish the most appropriate electronic infrastructure and make administrative decisions accordingly. Given that e-commerce allows SMEs to compete with large-scale businesses, SMEs need to allocate more e-commerce budget and receive professional support if necessary. Therefore, it will be beneficial for SMEs to have more focus on electronic trading with a program that can be analyzed with a proper budget planning. Therefore, penetration of the Cloud Services is required to ensure the continuity of SMEs in today's competitive conditions (Bulut et al., 2006: 150-160). which is a topic being studied intensively worldwide Cloud Computing System has not seen enough interest in Turkey. Some existing IT infrastructures qualify Bulut Bilisim without details due to lack of information. In this context, objective sources of information about Cloud Computing should be established: the legal infrastructure of the cloud should be strengthened and turned into a service that can be marketed to the social structure together with foreign countries. Submission of a private Bulut Informatics infrastructure to the public through public institutions is also required by many institutions. Subsequently, it is proposed to create a road map for the transition to Cloud Computing (Özdaş, 2014: 146).

At the end of this section, a model was created by moving from research. The data obtained in the research model supports that the Bulut is compatible with the Kobi in Cylanpinar. It is understood that Cylanpinar SMEs, whose level of education is generally insufficient, will meet the digital need of the Cloud Computing. It is a necessary declaration in order to provide management simplicity. Boss culture is dominant in SMEs. Low cost and saving flexibility is always required for SMEs that are established with limited capital. The inadequacy of education also affects the financial performance. In this context, cloud computing offers the possibility of financial system room for Cylanpinar SMEs. The pay-as-you-go policy is very suitable for Cylanpinar SMEs, who tend to the concept of guarantee in digital environment. An infrastructure that will be monitored more socially on the basis of the social structure of the Cylanpinar District in front of the stated needs will be supportive of the settlement strategy and will provide support to the Cloud. The proposed penetration process can be realized by understanding the social structure. The supply offered by Cloud Computing can be regarded as a sign that the penetration process, which is directed at SMEs, is a job that can provide bilateral satisfaction.

A model proposal is presented for bringing Cloud Computing Systems to Small and Medium Scale Enterprises in Cylanpinar. This model summarizes the penetration process proposed by Bulut's Cylanpinar SMEs and includes the expectations of the penetration process. It is possible to see Cylanpinar Kobi's e-commerce needs met by the cloud by modeling. It is also clear that the factors that are expected to be met are within expectations. It is considered that the proposed model for the research of Cloud Computing in the context of Cylanpinar of Penetration of Kobi can be a reference for future researches. This is because this study makes it easier to follow digital requirements and expectations. Indeed, whether it is classic or digital, it is possible to define the target group which is essential in trade. In this context, it can be said that the two variables in the study are meaningful enough to be able to carry out modeling by means of document analysis.

Cylanpinar is a border town that requires development but lacks sufficient guidance and strategies. In the era of globalization, to be closed in a residential area of the Republic of Turkey to

the digital world as Cylanpinar is unfortunately true. For this reason, it is expected that the related units will implement the purpose of this research. Because success in a business depends on time and space without distinction. In this context, the priority area of responsibility of Cloud Computing must be composed of application-oriented strategies. The success rate of an infrastructure marketing strategy to be applied according to social conditions seems high. In this sense, this model which shows the way to success must be considered. Subsequent work should then be compared.

The penetration model proposed for Cylanpinar SMEs of the Bulut shows the success path in the last stage.

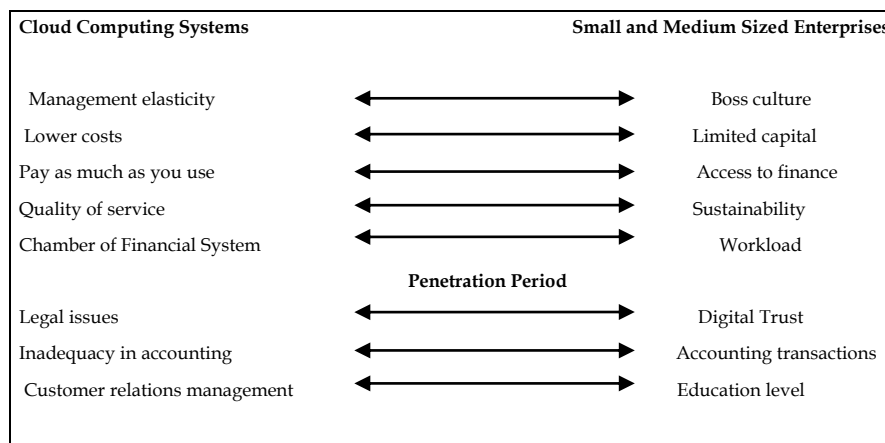


Figure 1. Bulut's Penetration Model Recommended for Cylanpinar SMEs

References

- Acilar, A. (2007). Impact of Sectoral Difference on Internet Usage in SMEs. 4th SMEs and Productivity Congress. 7-8 Aralık, Istanbul Kültür University.
- Armbrust, M, Armando, F, Griffith, R, Antony, D, Joseph, Randy H Katz, A Konwinski, G Lee, Patterson, A David, Rabkin, A, Stoica, I, Zaharia M. (2009). Above the Clouds: Berkeley View of Cloud Computing. University of California Berkeley, February 10 (28).
- Bulut, Z Atıl, Öngören, B, Engin K. (2006). The Importance of Electronic Commerce in SMEs: Istanbul Example. *Dogus University Journal*, 7(2), s. 150-161.
- Canpolat, Ö. (2001). Developments in E-Commerce and Turkey. Ministry of Industry and Trade of Ankara.
- Caselli, F, Coleman, W John. (2001). Cross-Country Tecnology Diffusion: the Case of Computers. *American Economic Review*, 91 (2), s. 328-335.
- Civelek, M Emre, Sözer, E G. (2003). Internet Trade: New Ecosocial System and Trade Points. Istanbul Beta Publications.
- Cliff, D. (2010). Remotely Hosted Services and 'Cloud Computing'. British Educational Communications and Technology Aceny. June, United Kingdom.
- Demireli, C, Dursun, F. (2013). An Application on the Determination of Customer Satisfaction in E-Commerce. *Dumlupınar University Journal of Social Sciences*, October (38).
- Drucker, P. (2002). *Exetucutive Excellence*, 19 (10), s.12-14.
- Elitaş, C, Özdemir, S. (2014). Cloud computing and its use in accounting. *Journal of Accounting Science World*, (2).
- Ene, S. (2002). Conservation of Consumer in Electronic Commerce and an Application. Istanbul Compass Publications.
- Eslami, M Jafarzad. (2010). Electronic Document Management in Small and Medium-Sized Enterprises. Ankara University Social Sciences Institute Information and Document Management Master of Science Thesis.
- Etemad, H, Wright, R. (2003). Globalization and Entrepreneurship: Policy and Srrategy Perspectives. Edward Elgar Publishing.

-
- Gibbs, J, Kraemer, K L, Dedrick, J. (2003). Environment and Policy Factors Shaping Global E-Commerce Diffusion: A Cross-Country Comparison. *The Information Society*, 19 (1), s. 5-18.
- Henkoğlu, T, Külcü, Ö. (2013). Cloud Computing as an Information Access Platform: A Review on Relational and Legal Conditions. *Knowledge World*, 14(1) s. 62-86
- It Advisor. (2012). Cloud Computing in Turkey. *Istanbul Ihlas Journalism A.Ş.*, August (33).
- İşler, D. B. (2008). Strategic Use of E-Commerce and E-Commerce in SMEs in the Context of Creating Competitive Advantage. *Süleyman Demirel University Faculty of Economics and Administrative Sciences Journal*, 13(3), s. 277-291.
- Kalaycı, C. (2008). Effects on Electronic Commerce and SMEs. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 1/1(1), s. 1307-9832.
- Kalaycı, C. (2004). Electronic Commerce and its Potential Possible Effects. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 13(1), s. 1-18.
- Karakaya, T. (2013). E-Commerce's Importance and Market Share in the Globalization Process. *Istanbul University Master Thesis*.
- Karamaşa, Ç, Acılar, A. (2011). Success Factors in E-Commerce for Small Businesses. *SSRN Elektronik Journal*, 10 (2139), January 1899019.
- Kartal, C. (2002). *Internet Marketing; First Step in Electronic Trading*. Gazi Bookstore, Ankara.
- Kavzoğlu, T, Şahin, E Kutluğ. (2012). Cloud Computing Technology and Cloud GIS Applications. *UZAL/CBS: IVth Remote Sensing and Geographic Information Systems Symposium*, October 16-19, Zonguldak.
- Kaya. (2016). *Financial Education*. LAP LAMBERT Academic Publishing. 04/22.
- Kaya. (2017). E-Commerce as a Cloud Computing Difference in Small and Medium Sized Enterprises. *Journal of Academic Viewpoint*. September-October (63).
- Koyuncu, M. (2011). *New Trend in Computing: Cloud Computing*. (Date of access August 17, 2015) acikarsiv.atilim.edu.tr/browse/503/17.pdf.
- Laudon, Kenneth C, Laudon J P. (2010). *Management Information Systems, Managing the Digital Firm*, 11th Ed. Pearson.
- Mell, P, Grance, T. (2011). *The Nist Definition of Cloud Computing*. National Institute of Standards and Technology US Department of Commerce Special Publication, United States, s. 800-145.
- OECD. (2011). *Cloud Computing-Draft Final Report*. Report Num., DSTI/CCP, October (19). Paris.
- ONE. (2014). *Oracle Magazine For Midsize Companies*, Summer.
- Özbay, S, Akyazı, S. (2004). *Electronic trade*. Ankara Detay Publishing.
- Özdaş, M Raşit. (2014). *Use of Cloud Computing in Public Sphere, World Examples of Cloud Computing and Cloud Computing Recommendations for Turkey*. Republic of Turkey Ministry of Information Society Development Department Thesis, April (2861).
- Özevren, M, Gürsu, M. (2004). *The Process of Creation of Information in Organizations and the Importance of Leadership in this Process*. 3th National Information Economy and Management Congress, Eskişehir.
- Öztürk, L, Başar, S. (2002). *New Economy and Electronic Commerce: Global Developments and Turkey in terms Evaluation*. Ataturk University Journal of Economics and Administrative Sciences, 16 (3-4), October.
- Schneider, Gary P. (2004). *Electronic Commerce*, Thompson Canada.
- Schubert, L, Jefferey K, Neidecker, L. (2010). *The Future of Cloud Computing: Opportunities for European Cloud Computing Beyond*. Public Version 1.0
- Schulze, C, Baumgartner, J. (2000). *Don't Panic! Do E-Commerce: A Beginner's Guide to European Law Affecting E-Commerce*.
- Strauss, J, Frost, R. (2000). *Marketing: Second Edition*, Prentice-Hall Inc., New Jersey.
- Şanlı, O. (2014). *Cloud computing, MCT, MCAS, MCTS, Business Management Solution Specialist Pay Deg. Computing and Programming Services*, October 8, Istanbul TURKEY.
- Şanlı, O. (2011-2012). *Glance over the clouds*. Istanbul University Informatics Department Information Seminars Speech Text, Spring, (9).
-

-
- Türen, U, Gökmen, İ. Tokmak. (2011). Factors Affecting E-Commerce Transaction Volume of Investigation in Turkey: Proposal of a Model.
- Republic of Turkey Ministry of Development. (2013). Information Society Strategy Renovation Project, June 27.
- Uluçay, U. (2012). E-Commerce in the World and Turkey: An application for consumers shopping on the Internet. Ankara Atılım University Institute of Social Sciences Graduate Thesis.
- Yanar, Ö. (2015). Private Cloud Storage Solution Based on Security and Privacy (Private Cloud Storage). Kuveyt Turk Participation Bank Inc. Information Technology Project Management and R & D Directorate, s. 814-820.
- Yapıcı, C.(2010). Cloud Computing File.
- Yükçü, S, Gönen, S. (2007). Problems and Suggestions for Taxation of Electronic Commerce which is the Rising Star of Today's Businesses. 6th International Information Economy and Management Congress's Notification Book, December 26-28 (2), s 914-923.
- Wikipedia.(15.Nisan.2017). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Ceylanp%C4%B1nar>

Russia's Middle East Policy in the context of Post-Cold War

Soğuk Savaş Sonrası Rusya'nın Ortadoğu Politikası

Abstract

At the beginning of the 1990s, the greatest change in the international political system was the state Soviet Union that was most affected. As one of the leaders of the bipolar system, the Soviet Union, which is directly and indirectly involved in the administration of many states, has taken its place in history and has left its inheritance to Russia in a smaller scale. Russia's early years, as well as economic and social crises, have led to a certain degree of loss of former activity in foreign policy. Especially in certain regions where the Middle East is also involved and has given great importance before, it is far from its former activity. The Cold War era, the global powers of the Soviet Union, and the US have found many political influences that will go far enough to divide or consolidate forces both in the region and in the region. At the end of the 1990s, the occupation of stones in Russia's economic, social and domestic politics resulted in more active foreign policy implementation in certain regions. If the September 11 attacks are a turning point against terrorism, recent developments called 'Arab Spring' can be considered as another turning point. As a result of the large masses of people falling into the streets, it has been seen that some of the powers in the region have changed and some have protected themselves. The active forces, in these changes, want to be involved in the process of different political movements, the most striking is to make the reminders of Russia's old power. In this study, after the Cold War, Russia tried to answer questions about the changes and developments in Middle East politics. For this purpose, the documents were examined and the data analyzed and interpreted.

Öz

1990'ların başında uluslararası siyasi sistemde meydana gelen büyük değişimin en fazla etkilediği devlet Sovyetler Birliği olmuştur. İki kutuplu sistemin, lider devletlerinden biri olarak, doğrudan ve dolaylı, birçok devletin yönetiminde söz sahibi olan Sovyetler Birliği, tarihteki yerini alarak, mirasını daha küçük ölçekteki Rusya'ya bırakmıştır. Rusya'nın ilk yılları, ekonomik ve sosyal krizler yanında, iç politik çekişmelerle geçmesi, dış politikada eski etkinliğini belirli ölçüde kaybetmesine neden olmuştur. Özellikle Ortadoğu'nun da içerisinde olduğu, daha önceden çok önem verdiği belirli bölgelerde, eski etkinliğinden uzaktır. Soğuk savaş döneminin, küresel güçler olan Sovyetler Birliği ve ABD hem bölgeyi hem de bölgedeki güçleri bölme ya da birleştirmeye kadar gidecek birçok politik etkide bulunmuştur. 1990'ların sonunda Rusya'da, ekonomik, sosyal ve iç politik zemininde taşların yerine oturması, belirli bölgelerde daha aktif dış politika uygulanması sonucunu doğurmuştur. 11 Eylül saldırısı nasıl teröre karşı bir dönüm noktası ise, 'Arap Baharı' olarak adlandırılan son dönemde yaşanan gelişmeler de, diğer bir dönüm noktası sayılabilir. Geniş halk kitlelerinin sokaklara dökülmesi sonucunda, bölgedeki bazı iktidarların değiştiği ve bazılarının kendini koruduğu görülmüştür. Etkin güçler, bu değişimlerde farklı politik hamlelerle sürece dâhil olmak istemişler, en fazla dikkati çeken ise Rusya'nın eski gücünü hatırlatan çıkışlar yapmasıdır. Bu çalışmada, Soğuk Savaş'ın ardından Rusya'nın Ortadoğu politikasında ne değişme ve gelişmeler olduğu sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır. Bu amaçla doküman ve belgeler incelenmiş, veriler analiz edilerek yorumlanmaya çalışılmıştır.

Introduction

Russia, which is the largest state in the world with its large territories, has quite rich underground resources in parallel with its size. Again, in parallel with its size, it is a multilingual, multicultural state and has many autonomous regions with different characteristics because many people host it. The lands, which expanded steadily during the Russian Tsarist period and reached the highest level in the Soviet Union time, decreased at the beginning of the 1990s with the disintegration of the East Block. Although this disintegration resulted in a decrease in the soil and the number of the population, Russia, which is the center of dispersed states, continued its activity on the separated states in the following period. During the Soviet Union, leaders such as Haydar



Volkan Tatar

Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Arel
Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu
Yönetimi Bölümü,
volkantatar@arel.edu.tr

Article Type / Makale Türü

Research Article / Araştırma Makalesi

Keywords

Russia, Middle east, Foreign policy, Arab
spring

Anahtar Kelimeler

Rusya, Ortadoğu, Dış politika, Arap baharı

Submitted: 21 / 02 / 2018

Revised: 18 / 04 / 2018

Accepted: 26 / 04 / 2018

Aliyev in Azerbaijan and Saparmurat Niyazov (Turkmenbashi) in Turkmenistan, who have a say in the administrations or bureaucracy, have held positions of politics since the Soviet Union and have maintained close relations with Moscow. The Soviet influence and influence has fallen to a lower level in the indirectly isolated regions such as the Middle East, while it manifests itself in the states that have been separated in the first years and confused. Particularly, during the period when Nasser was influential in Egypt, during the Arab-Israeli Wars and at the end of the 1970s the Soviet Union's influence in the Middle East was considered very low. The international political system has also undergone changes and transformations, and different political centers have been involved in many areas of active competition. The Middle East is at the forefront of neglected territories, and the recent years have seen developments in the direction of increasing interest and efficiency, as interest and energy have been put into the effort to solve.

1. Soviet Policy and Middle East

In the second half of the 1950s the Soviet Union focuses on Middle East (Erenler, 2013). Soviet Foreign Policy in Middle East suffered many issues in the early and mid-1970s. Most importantly, Arab states blamed insufficient Soviet Support against Israel and they think that soviet foreign policy has no enough influence over Israel and they think that only Washington can influence Israel (Yan, 2012). In that case many Arab governments and radical Syria construct relationship with United States in order to find out solution to the Arab - Israel conflict. In this sense, Moscow is on the diplomatic position (Yan, 2012). It should be noted here in the Persian Gulf the Shah of Iran has important and strong link with United States. Actually many Arab states (Saudi Arabia, Kuwait, Oman, Bahrain, Qatar, and United Arab Emirates have strong link with West structure. Only in Iraq and South Yemen have Soviet Union influential. Nevertheless, in 1978 - 1979 Soviet Union gains power in Middle East because of American sponsored Camp David Accord between Egypt and Israel, in that case, many Arab governments condemn United States, and they think that United States protects Israel on the Palestinian issues. At the end of 1979, Soviet Union invaded Afghanistan and the situation changed in Middle East also when Iraq was invaded Iran in 1980; Moscow gave direct military assistance to Baghdad and began helping Teheran. It is significant issue because USSR has a long coastline on the Persian Gulf and Indian Ocean and Iran is much more important country than Iraq. When Gorbachev came to power in 1985, Soviet leaders try to improve their links with Major countries of the gulf. In line with this, Gorbachev's better establishment with Israel provides Soviet Jews to emigrate Israel and this act directly influence question Soviet Union's Middle East Proposals. (Gvosdes, 2003:17). To sum up, the Soviet Union political position in the Gulf and Middle East under Gorbachev willingness to talk and construct diplomatic issues with Israel, and Gorbachev tries to convince both Arab and Israeli moderates that Soviet Union can improve peace process in Middle East and in the Gulf (Trenin, 2012).

It should be noted here, religion, nationalism and petroleum play important role for shaping Middle East (Yan, 2012). In that case, there is a dividing category between Arab and Soviets. Arab nationality gains popular in the region in terms of Islamic moves and it is a unifier structure against Jews and the West. The concept of religion makes the Arab together as Christianity makes the West together in social and political terms. The invasion of Afghanistan by Soviet confused the Arabs and in that case they are not sure about Soviet intension. (Wallender, 2002). As it is known oil plays significant role in World politics and specially in this region so construction of OPEC is important movement because it provides Arabs' stability and they are moving them out of either Communist or Capitalist system and Arabs can play both sides of the fence and this action favors the Arabs because by means of creation of OPEC Arabs have economic power over West and Soviets and they lose nothing but they gain everything. (Cutler, 2004). The background relationship between the USSR and the Middle East focuses on Turks, mistrust of the Persians and the Afghanistan conflict.

To sum up, Soviet Foreign Policy on the Middle East focuses on Arabs and their relationship with the West (Gvosdes, 2002:17). As mentioned above, Middle East region is a significant point for Soviet Unions as well as it is an important and highlighted area for the major World powers (Trenin, 2012).

2. Foreign Policy and Middle East after 1990

2.1. Russian Foreign Policy in the Middle East from the Disintegration of the Eastern Bloc to the September 11

The Second World War revealed two great powers. These powers, perhaps for the first time in history, are not among the classically active states of Europe (Oren, 2002). The destruction of Britain, Germany, and France at the end of the war, the loss of Austria's old power and territory, is an indication that decisions will be taken from outside Europe. Although the decision mechanisms of the Soviet Union and the bigger part of the industry are Europe, a large part of their land is in Asia. The years 1945-1990 are a period of the first encounter with a different structure called the Cold War. The world is divided between the United States (USA) and the socialist states it represents, with its capitalist group and the Union of Soviet Socialist Republics (USSR). Although some states are trying to stay out of this conflict or to feel least effective, the division is clearly felt in every phase of life (Sönmezoglu, 2000). The cold war is a period when the military in the world is constantly competing with many super-powers and around the world (science, technology, ideology, weapons, space activities, sporting events, etc.) It is also the name of a tactic given to win new allies in an effort to break the influence of the other side and prevent a possible alliance. In particular, the early years of the Cold War have been in the last years in the perception that it can turn into a different World War at any moment. The main factor in the frightening of people in this period is the availability of the atomic bomb and the balance of horror (Sönmezoglu, 2000).

The policy of Gorbachev government in 1986, 'Glasnost and Perestroika', entered into a new process, and when it came to 1991, it was unresolved (Milliyet Newspaper, 1991). In 1987, acts of independence and violence began to spread throughout the entire USSR, beginning with the Baltic States. Lithuania became the first state to declare independence. The proximity of the Baltic States to Europe and the short-lived influence of their independence are great. In March 1990, the declaration of independence was at parliament level. In the USSR, the pacification of the Baltic States continued to dissolve and many federal states declared independence in 1991. (US Foreign Policy, 2011). While the Soviet Union is history, Moscow is at the beginning of the twentieth century, and in the end, it is in an economic and political turmoil.

Apart from this issue, the most important proof of the effect of the utilitarian nationalist line on foreign policy since 1993 was the Foreign Policy Concept that was announced in April 1993. This document, also known as the "Near Environment", places CIS countries at the forefront of Russian foreign policy, and underscores the differences in interests between the West and Russia. (The Foreign Policy Concept of the Russian Federation, 2008) The acceleration of the government's implementation of liberal economic policies after the "Black Tuesday" incident of October 1994, the shift towards foreign borrowing in order to close the budget deficit, and the leadership of the second round privatization program and the formation of oligarchs have also led to the pro-Western tendency in foreign policy. In this framework, the process from the end of 1994 to the 1996 presidential election can be described as the transition to Atlantic foreign policy. Despite the accelerating liberalization of the economy during this period, the continuing influence of generals in Russian politics due to the Battle of Chechnya prevented the pursuit of a pro-Western policy. (The Foreign Policy Concept of the Russian Federation, 2008)

As a result, it is possible to say; Russia, which had experienced a sense of turmoil in every sense from the disintegration of the USSR in the early 1990s to the 2000s, began to recover with the impact of some cyclical developments such as Vladimir Putin's presidency in 2000 and the rise in oil prices. The most lucrative area reflected by this recovery has been the foreign policy area. Russia, which had previously followed a passive foreign policy on the development of its periphery, has begun to follow a growing foreign policy with Putin. He continues to use the elements of political, economic, military, and cultural power in his hands effectively against the neighboring countries and other countries. As Vladimir Putin, who was re-elected president of the Russian Federation on March 4, 2012, has a chance to be president for two more terms, and is very pleased with his work with

Medvedev, it can be said that this paralysis will continue to increase in the next ten to fifteen years (White, 2011:29).

3. Russian Foreign Policy after September 11

In this part the article deals with the Russian Foreign Policy after September 11, attacks of terrorists on the Twin Towers in New York effects directly Russian Foreign Policy and the Russian Foreign Policies' relationship between USA and Euro Atlantic Organizations are shaped in this context. (Trenin, 2012). The president of Putin was to first leader to telephone US president George W. Bush after September 11 in order to express his solidarity. In that case, Russia's security and Foreign Policy are shaped in terms of between West-East, Washington-Moscow in particular. The concept of September 11 re constructed the bipolar system, based on these statements USA and anti-terrorist coalition and Russia in one pole on the other hand USA's discourse of "axis evil" states and international terrorist organizations belong to other pole. In this process, there is a "honeymoon" in the relations between Washington and Moscow. Based on these statements. In May 2002, President Bush and the US President Bush signed a Treaty on Strategic Offensive Reductions called Start -3 and both parties try to reduce the warheads. Based on these statements Moscow tries to construct friendly relations with the Western states countries and states on the other hand Russia is gaining authority and its opinions is taken to consideration even though it has a regional state of limited possibilities (Trenin,2012). However, Russian foreign and security structures are afraid of American presence in the Middle East because of energy resources so actually Russian foreign policy and security items want to block American political, economic and military presence, it can be stated that Russia has economic and security interests in this special region (Theses of the Council of the Foreign and Defense Policy, 2003: 3-14). But in this critical period; major treats to Russia is no longer come from NATO, major threats are in the form of nuclear attack or conventional attack on Russian territory (Theses of the Council of the Foreign and Defense Policy, 2003: 3-14). In that case, terrorism, weapons, drugs and refugees are viewed new threats to for Russian Foreign Policy (Wallender, 2002). Based on these statements nuclear attacks, biological and chemical weapons in the hand of terrorists in the Middle East are new dangers and major threats for Russian Foreign Policy priorities (Wallender, 2002). Russian interests and concerns are modified after September 11 attacks and the Russia is not sufficient to deal with new threats and dangers in the region (Tarbakov, 2003: 2). It should be noted here, Russian Foreign Policy and Moscow's attitude are designed according to new concept of world order. They maintain that they should not take risk in terms of major rift with the United States and European Union (Gvosdes, 2002:17). Based on these statements Russian foreign policy under the title of Putin stablishes close and active relations with West. This traces of close and active friendship are seen in his September 24 2001 speech acts. (Nezavisima Gazeta, 25 September 2001:3). In this speech acts he focuses on Russian foreign policy, security and military priorities after the September 11 attacks. But we can mention that Putin's supporting message to US after the 9/11 attacks does not mean that Russia wants to loose interests and concerns in the region. Because Russia wants to hegemon of the regions central Asia and Middle East for years to come (Cutler, 2004). In this respect, Russian political, cultural, economic, and security influence the regions (Gvosdes, 2002:17). To put is simply, Russia wants to control and regulate military and economic instruments. Post 9/11 events influence Russian oil and gas companies and its military presence in this context. (Wallender, 2002).

4. Russia and Arab Spring

Arab Spring is significant issues in the Middle East and North Africa and it is an important global politics in 2011 (Trenin, 2012). Leaders of the countries of North Africa and the Middle East constitute the most basic pillars of the Arab Spring, the inability to meet the needs of their people and their living conditions in a fair and healthy manner (Buzan,2003). Arab authoritarian regimes and dictatorships are replaced by new political forces and new political structures. Arab spring event's speed is very great and outside players try to adopt the changing facts, realities, and domino effects of Arab spring covers through the region. (Russian Foreign Policy, 2013). In the West the

concept of Arab Spring is seen as democracy from below and dictatorship from above so outdated authoritarian regimes and their behaviors are being incapable of keeping up with the times (Russian Foreign Policy, 2013). In first stage Russia preferred distance itself from this dominant effects of Arab Spring; it should be noted here Moscow also think that this outdated regimes authoritarian regimes can be changed by the Spring but it does not choose the support loudly democratization like West. Based on these statements Moscow's attitude to the Arab Spring and modern Russian world views in general has a logic in external and domestic politics (Kressler, 2005). It should be noted here that this logic behind external and domestic policies are Russian's own historical background and experience. (Pukhov, 2012). Russian citizens and authorities sees this domestic and world events in Middle East through the angle and perspective of end of the 1980s and the 1990s (Marcus, 2014). According to Lukyanov (2013) Russian society does not believe in revolutions, revolutions are seen too much turmoil, illusory, and disappointments. The changes in the countries as the result of Arab spring do not offer optimism through the region. As it is understood from this explanation, the Russian approach is broader than the Arab Spring issue and the spring itself is not the significant and key issue. To sum up The Arab Spring is getting chaotic portrait of modern international environment. (Lukyanav, 2013).

Based on these arguments, Russia appears to have come up with two main goals in the Middle East Policy after the Arab Spring. First, protecting the economic, military, and political presence in the region as a global power is the first target (Erşen, 2014). Here, advantages and disadvantages can be addressed and sorted from different angles. First, Russia is not the only competitor of the block leader in the US, as it used to be in the region. After the collapse of the Eastern Bloc, the United States stands out in a multi-polar political system. The European Union, China, and Japan have also increased their political and economic interests in the region. The fact that the European Union, China, and Japan have a share in technology and war materials makes competition more intense, making the ruling administrations and the Russian influence as controversial as the former. Secondly, it can be said that the Soviet Union and many Arab states with oil income are covert or competitive, and their co-operation continues to this axis. In this sense, some states are automatically developing and developing relations with the US and the EU. However, the issue of Israel, or even the radical Islam in the region, the presence of distant and even troubled states with the United States, attracts attention to Russian foreign policy. Secondly, it can be said that the Soviet Union and many Arab states with oil income are covert or competitive, and their co-operation continues to this axis. In this sense, some states are automatically developing and developing relations with the US and the EU. Nevertheless, the issue of Israel, or even the radical Islam in the region, the presence of distant and even troubled states with the United States, attracts attention to Russian foreign policy. Secondly, Russia has tried to increase its global power by taking advantage of regional crises. Russia, which has not taken much initiative in the overthrow of the Gaddafi administration in Libya, has been active in the Syrian crisis while abstaining from the UN base (Erşen, 2014: 80 -81). To put it simply; it has been seen that the Arab Spring has gradually participated in the process gradually from the beginning and has been leading events. It is seen that Russia, which went to the veto of the process continuously, gave open support to the Syrian government in order to increase the prestige in the region. Besides, Putin intensify its cooperation with states in the region have also established direct contact with NATO member Turkey. It can be said here that both states have experienced a transition to conflict, without conflict, and that they are in a position to win-to-win (Erşen, 2014).

Conclusion

The Middle East, especially in the late period of the Ottoman Empire, became the center of important problems and this problem was called 'the Eastern Question' by the European states. which may be referred to as a region of oil on the ocean, ethnic distinctions drawn on the map in a complex manner and without considering the people in the Middle East therefore remains within the different state, except Turkey and Iran are limited tradition. Exactly unity of the states of the Middle East, which have earned their independence very soon except these two most out-of-state states, on nation-consciousness has not been established. Artificial borders, water issues and

disagreements among neighbors based on different spots are seen as the most common disadvantages in the region, as the education level of the people of the region is generally very low. In addition to all these, many western companies and the state have an interest in the region because of the large number of groups with radical religious tendencies and the easy living area in this region, the democracy is far from the desired level, human rights violations and especially rich oil resources. has come to mean a constant conflict and turmoil.

These conflicts were not only confined to the states of the region, but also as a threat to the farthest states, as seen in the September 11, 2001 attacks, especially in the neighboring states. If a permanent state of war for the people of the region, next to the poverty of the deaths and the masses, led to experiencing mass migration of Palestinians in Lebanon and Jordan, Northern Iraqi Kurds and Syrians in particular in Turkey has led to migration to other parts of the state, including. Especially during the Cold War, the cold war between the United States and the Soviet Union made the region feel overwhelmed. As we have seen in the Iran-Iraq and Arab-Israeli wars, two different poles have supported different states. The natural richness of the region has brought both regional and global forces since the early 1900s. The United Kingdom and France, the United States and the Soviet Union are global powers entering the region in different periods. In the Cold War, the conflict of the East and West Bloom, the Soviet Union lost power after the Cold War, developed in favor of the US, and the influence of the United States in the region has increased considerably.

In such a challenging and competitive geography, many of the powers supported by the West have spread conflicts and deaths in many parts of the region, although not as much as in Syria. The tension in the region soon sprang to states active in the international political system, and although not direct, political observation was a cold war, especially between Moscow and Washington. After Iran (2012), Russia (2015) began to actively support the Syrian government in the field on the grounds that Syrian territorial sovereignty had entered into danger as a result of the Arab uprisings that have deeply affected Middle East security and spread to Syria in 2011. This development paved the way for Russia to take a shaping role in regional security in the Middle East. This area of influence, which has been steadily increasing since 2011, sat on a floor with more practical and meaningful implications since Russia established new military bases in Syria in 2015 and increased its capacity in the existing military bases. From that date until today, Russia has followed a particular security policy increasingly more responsibility in the Iran-Syria-Turkey plane. (Walt,1987). Indispensable partner of Russia in the Middle East that Iran and Syria, and threatens the balance of interests can be claimed to be the focus of the public in Turkey and Egypt (Erenler,2013). In Line with this, When the defense agreements between Russia and Egypt since 2014 are examined; \$ 3.5 billion in 2014, \$ 2 billion in 2015, and then expanding to \$ 3 billion, reaching \$ 6-7 billion in defensive supply (Halit,2016). It should be underlined that while these figures are enough to show that there is a deepening security cooperation between Russia and Egypt, these treaties will turn into long-standing modernization, maintenance and training processes and functional ties that are difficult to break between countries (Buzan ,2003).

Arab Spring, like many states, has caught Russia in an unprepared way, but it has also placed a significant opportunity ahead of it. During the Cold War, Soviet foreign policy practitioners who practiced an effective foreign policy in the Middle East and benefited from the hostility of the region's states to Israel (and indirectly the United States), lost their former activity after the dissolution of 1990. The Arab Spring has come to the fore as an important event at this point. For some time, the internal turmoil in the states with intensive work with the Soviet Union, and even in the same leadership as the Libyan leader Gaddafi, has disturbed Russia. While the uprisings in Tunisia and Egypt followed a cautious approach, a more active attitude was taken in Libya and Syria (Erşen, 2014). Especially the Syrian crisis is a crisis that Russia has been most active in the Arab Spring period and even after the Cold War, and that I am still here messages of Russia. To conclude, Russia follows proactive strategies in international organizations and international arena in order to indicate that it is becoming hegemonic country in the region.

References

- Buzan B. (2003) Regional Security Complex Theory in the Post-Cold War World. In: Söderbaum F., Shaw T.M. (eds) *Theories of New Regionalism*. International Political Economy Series. Palgrave Macmillan, London
- Cutler, R.M. (2004) "The Shanghai Cooperation Organization Moves into First Gear", 24 March, *caianalyst*. Org.
- Erşen, Emre (2014). Rusyanın Arab Baharı Politikası. *Middle East Analysis*, 6(61).
- Erenler, Muhammed. (2013) The Making of Soviet Middle East Policy v1s-à-v1s the Arab-Israeli Conflict Between June and October Wars (1967-1973). *Avrasya İncelemeleri Dergisi*, 2(1). 115-141.
- Gvosdev, N. (2002). "Moscow Nights, Eurasian Dreams" *The National Interest*, 13-32.
- Kessler, Gleen (2005). "If Hamas Parcipates, Sharon says Israel Wont aid Palestinian Elections. Washington Post.
- Lukyev, Fedor (2013). Let it be ... How it used to be. Ogenak.
- Marcus, Jonathan (2014). "Putin Supported Sisi: The Kremlin's Egyptian Gambit. Vol. 14. February 2014 (BBC Russian Service).
- Milliyet Gazetesi 10 Aralık 1991.
- Nezavisima Gazeta, 25 September 2001:3
- Oren, Michael. (2002). *Six Days of War*, Oxford Press.
- Pukhov, Ruslan. (2012). Why Russia is Backing Syria" *The New York Times*.
- RF Foreign Policy Concept. (2013) In approved by RF President V.V. Putin.
- RF Foreign Policy Official Website 12 July 2008, <http://www.mid.ru/ns-osndoc.nsf/osnddeng>, Accessed time: 20.03.2018
- Sönmezoğlu, Faruk (2009). *Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi*, İstanbul, Filiz Kitabevi.
- USA Foreign Policy Website (Online) <http://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/5775.htm>, 12 June 2011.
- Theses of the Council on Foreign and Defense Policy, New Security Challenges and Russia, http://eng.globalisation.ru/live/article.asp?rubric_id=1616&id=1650, 2003
- Trenin, Dimitri (2012) "Why Russia Supports Assad-d." *The New York Times*.
- Yan, Holly Why China. (2012). Russia wont condemn Syrian Regime. CNN.
- Yolcu, F. Halit (2016), "Ortadoğu'daki Silahlanma Yarışının Yeni Aktörü Mısır", 8 (75).
- Wallander, C.A. (2002). "Russian Foreign Policy: The Implications of Pragmatism for U.S. Policy" Congressional Testimony at Europe Subcommittee of the House Committee on International Relations, 27 February, <http://www.csis.org/hill/ts020227wallander.htm>.
- White, Stephen. (2011). *Understanding Russian Politics*, New York: Cambridge University Press.
- Walt, Stephen M. (1987). *The Origins of Alliances*, Cornell University Press.

Literature Review on Green Supply Chain Management Concept and Problems During It's Implementation

Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi Kavramı ve Uygulanması Sırasında Karşılaşılan Problemler Üzerine Literatür Taraması

Abstract

Intensified competition, accelerated technological developments, growing volume and spectrum of international trade as well as ever-increasing environmental threats, all of which characterize a globalized world order, caused the need for an upgrade from conventional supply chain applications, one result being Green Supply Chain Management (GSCM). Customers' rising environmental awareness, governments' strict regulations and hikes in environmental threats have forced businesses to be more environmentally friendly, as they have become increasingly focused on environmental issues recently, resulting in a heightened interest in GSCM applications. Consequently, a myriad of studies has been conducted regarding GSCM. Nevertheless, businesses still have difficulties in identifying and taking actions to mitigate the obstacles confronted with during the management of green supply chains. The main objective of this study is to determine these barriers faced during the transition to and application of GSCM through extensive literature review and expert opinion. Even though non-negligible portions of those obstacles originate from internal dynamics of the business, some of those can also arise from customers, vendors and governments. Literature review conducted has revealed twenty-four different barriers. Therefore, it is being aimed that a roadmap will be structured for businesses planning to migrate to GSCM applications as well as academics pursuing studies on this issue.

Öz

Yoğun rekabet ortamı, hızlanan teknolojik gelişmeler, gittikçe artan çevresel tehlikeler ve uluslararası ticaret hacmi küreselleşen dünya düzeninin nitelikleridir. Bu durum geleneksel tedarik zinciri uygulamalarında bir gelişime ihtiyaç duyulmasına neden olur ve bunun bir sonucu Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi'dir (YTZY). Müşterilerin artan çevre bilinci, hükümetlerin sıkı düzenlemeleri ve çevresel tehlikelerdeki artışlar son yıllarda işletmeleri çevre konularına giderek daha fazla odaklanmaya ve çevre dostu olmaya zorlamıştır. Bunun sonucunda YTZY uygulamalarına olan ilgi artmıştır. Sonuç olarak YTZY hakkında çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bununla birlikte işletmeler, yeşil tedarik zinciri yönetimi sırasında karşılaşılan engelleri ortadan kaldıracak eylemleri belirlemede ve uygulamada halen zorlanmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, kapsamlı bir literatür taraması ve uzman görüşleri ile YTZY'ne geçiş ve uygulama esnasında karşılaşılan engellerin belirlenmesidir. Bu engellerin ihmal edilemeyecek bir kısmı işletmenin iç dinamiklerinden kaynaklanmış olsa da, bir kısmı da müşteriler, satıcılar ve hükümetlerden kaynaklanmış olabilir. Yapılan literatür taramasında 24 farklı engel gözlenmiştir. Dolayısıyla, YTZY uygulamalarına geçmeyi planlayan işletmelerin yanı sıra bu konuyla ilgili çalışma yapmak isteyen akademisyenlere yönelik bir yol haritası oluşturulması hedeflenmiştir.

Introduction

Nowadays, companies are aware that environmental management is a strategic issue with a potential to make a permanent impact on organizational performance. The establishment of an environment-friendly approach in the supply chain is an issue of growing concern and a challenge for many businesses in the 21st century (Diabat and Govindan, 2011). GSCM is an important way for businesses to achieve their environmental goals.

GSCM may apply several precautions to meet numerous requirements that can arise in a complex supply chain (Kang and Hwang, 2017). GSCM, integrates the environmental concerns into product flow within organizational boundaries in order to capture the efficiency gains that reduce



Rahmi Baki

Arş. Gör., Aksaray Üniversitesi,
Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü,
rahmi.baki@hotmail.com

Article Type / Makale Türü

Research Article / Araştırma Makalesi

Keywords

Supply Chain, Supply Chain Management,
Green Supply Chain Management

Anahtar Kelimeler

Tedarik Zinciri, Tedarik Zinciri Yönetimi,
Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi

JEL: M11, Q20

Bilgilendirme

Bu çalışmanın özeti IBAD CONGRESS'te kabul edilmiş ve sanal olarak sunulmuştur.

Submitted: 03 / 03 / 2018

Revised: 12 / 04 / 2018

Accepted: 27 / 04 / 2018

environmental damage, has become a management approach which is accepted by manufacturers (Zhu et al., 2008).

Especially with the increase of environmental consciousness in recent years, a consensus has been reached that issues of supply chain management and environmental pollution should be taken together (Sheu et al., 2005). Reduction of packing and waste, assessment of suppliers based on their environmental performance, development of environment-friendly products and reduction of carbon emissions related with the transport of products can be shown as examples of GSCM applications (Walker et al., 2008).

In this study, the concept of GSCM, historical development of GSCM, advantages and disadvantages of GSCM are mentioned. Moreover, in consequence of the literature search, the obstacles that businesses encounter in GSCM applications are identified and classified. It is aimed that the identified obstacles help the researchers who work on the subject and the companies which want to adopt GSCM applications.

1. Green Supply Chain Management

The globalized age has seen intensified competition, rapid developments in technology and increased product complexity, all of which created the need for improvements to be made in businesses' ongoing supply chain policies. One of the many applications developed to cater for this necessity is the GSCM, which is the re-structuring and enrichment of conventional supply chain management through incorporating environmentally conscious methods into the links of this chain.

Academic literature contains an exhaustive span of studies regarding GSCM, resulting in a wide range of definitions. GSCM is the re-evaluation of the innovations in supply chain management and industrial procurement through an environmental perspective (Green et al., 1996). GSCM consists of substituting procurement activities with recycling, reusing and substituting materials (Narasimhan and Carter, 1998). GSCM is the monitoring and improving of a business's environmental performance. GSCM is the integration of certain transactions like product design, delivery, raw material selection, waste management with supply chain via taking into account environmental considerations (Srivastava, 2007). Even though plenty of definitions are presented in the literature, nearly all studies agree that the concept incorporates the unification of environmental awareness with effective supply chain management.

The main objective of GSCM is to make sure that businesses take into account environmental concerns while making progress in their supply chains. Through this environmental consciousness, it is being aimed that environmentally risky processes are eliminated from the supply chain, thus enhancing the businesses' environmental effectiveness and mitigate their environmental risks, while simultaneously helping increase their profitability and market share. The ever-increasing importance of GSCM mainly stems from diminished raw material sources, saturation of dump sites and rise in pollution.

2. Historical Development of Green Supply Chain Management

Rising trading/transaction volumes both domestically and internationally have forced businesses to acknowledge that self-management of operations is not sufficient for high performance. Therefore, they have started to strengthen the applications that integrate the backward processes comprising of businesses supplying the raw materials as well as the forward ones including processes that involve the delivery of the products to the end user and after-sales transactions (Handfield and Nicholas, 1993). Businesses prefer this method to effectively control pre- and post-production processes, therefore enhancing the maneuvering space for taking effective and systematic actions. Moreover, the recent ages have seen businesses comprise of many functions and evolve into multi-structured entities, contributing to their aim to unify and manage all these functions under one encompassing roof. Therefore, the notion of a supply chain has arisen from the need to form and transparently monitor a structure where all components are interconnected through a single network.

Supply chain management aiming to cater for rising consumer demand also boosts competitive advantage. Recently, businesses have taken up GSCM via integrating conventional supply chain methods with environmental consciousness to comply with legislations, to transform their businesses to be environmentally-friendly and ensure customer satisfaction. In contrast to the classical supply chain management, the GSCM method requires that actions such as procurement, shipping, production, etc. are taken through an environmental point of view.

Businesses should pay utmost attention to developing safe and reliable products, prefer more environmentally friendly production phases/lines, reduce toxic wastes, develop environmentally friendly packaging methods and act with a certain environmental awareness (Shrivastava, 1993).

While phases that require relatively more managerial scope than technical expertise like logistics and procurement are focused upon during the first few years following the emergence of GSCM, reverse logistics in through the environmental perspective has integrated with logistics and marketing in the later periods (Sarkis et al., 2011).

3. Advantages and Drawbacks of Green Supply Chain Management

Advantages of GSCM can be classified in three parts: legal, social and commercial. Businesses implementing GSCM can more easily comply with environmental laws, minimizing the potential compliance risks. On the social side, decreased energy consumption, waste production, emissions, environmental thread risks, raw material consumption, noise and radiation and risky material consumption contribute to improving employee and community health. In addition to all these, commercial benefits of GSCM include increased access to market, improved environmental performance, higher customer satisfaction and confidence, improved brand value and reputation, higher product and service quality, increased competitive advantage and market share, accelerated technological development and increased performance. Moreover, trading/transaction, energy, material, disposal and storage costs are reduced.

Despite all these advantages, GSCM requires significant capital expenditures to be undertaken and a highly-skilled R&D department to be formed, causing great economic difficulties for small and medium enterprises upon the decision to undertake GSCM. The drawback of GSCM is the hike in raw material costs, testing costs, investment expenditures as well as the time spent for conducting research and development.

4. Root Causes Influencing Green Supply Chain Management

GSCM is an integrated formation comprising of multi sub-systems. For its effective application these sub-systems and their components must be understood in depth and implemented successfully. Major root causes for a successful GSCM are green procurement, green manufacturing, green distribution, green packaging and reverse logistics.

Bearing a strategic importance in GSCM, green procurement consists of "purchasing involvement in activities that include the reduction, reuse and recycling of materials" (Carter and Ellram, 1998). Green procurement is the procurement of environmentally-friendly materials that are either recyclable or has already been recycled (Sarkis, 2003). Businesses implementing GSCM constantly conduct market research to pursue and improve green procurement strategies and aim to increase the maturity and competency of the business in selecting environmentally-friendly raw materials/inputs.

Green manufacturing is the conducting of manufacturing processes via taking into account environmental factors and re-designing and implementing those through ecological and environmental perspectives. This method of manufacturing also encompasses the recollection of used products and re-launching of those after being put through certain processes. Green manufacturing ensures that inputs/ raw materials utilization and damages/ threads incurred at the environment are minimized by making sure that products are recyclable and reusable.

Green distribution aims to identify and utilize shorter routes, reduce storage space/area and avoid holding unnecessary inventory. Main factors triggering risky gas emissions and carbon dioxide particles within the supply chain are distribution and transportation practices (Paksoy et al.,

2011). Moreover, as vehicles and types of combustibles utilized in distribution also bear critical importance, utilizing railways instead of highways could both incur economic benefits for businesses and create positive environmental externalities. Transportation / transmission of products in large bulks, utilization of noise inhibiting devices in vehicles, usage of environmentally friendly vehicles and effective vehicle routing are crucial in implementing and maintaining efficient green distribution.

Green packaging is an eco-friendly and environmentally-conscious type of packaging that ensures recyclability and reusability and supports sustainable development. It is a method of packaging that supports recyclability and reusability and does not create negative externalities such as pollution or threads on community health (Zhang and Zhao, 2012). Process and product re-designation to better enable recycling, cost reduction, enhanced utilization of environmentally-friendly materials and avoidance of petroleum-based plastics usage could all be put forward as the main objectives of undertaking green packaging.

Reverse logistics is the systematic acceptance process of products and parts that have previously been sent from consumption points for re-manufacturing or disposal (Dowlatshahi, 2000). Reverse logistics re-design supply chain to manage re-manufacturing, recycling / refurbishing and product/material flow. Reverse logistics management are examined within six parts: acceptance, reuptake, revision, renewal, transportation and re-engineering (Giuntinu and Andel, 1995).

5. Literature Review on the Barriers to the Implementation of Green Supply Chain Management

Despite incorporating a myriad of benefits, which were briefly outlined in the previous parts of this study, real-life practices of GSCM can create certain obstacles for businesses. The range and scope of these obstacles can vary depending on the scale of the business, from small to medium enterprises to multinational companies; yet most of them bear standardized characteristics.

Obstacles faced during the implementation of GSCM are classified in five main areas: outsource, technology, knowledge, financial, participating and supporting (Govindan et al., 2014). Even though a non-negligible portion of those obstacles originate from internal dynamics of the business, some of those can also arise from customers, vendors and governments. Literature review conducted has revealed twenty-four different barriers which are: non-availability of bank loans to finance green products, costliness of transition to green systems, costliness of disposal of risky materials, costliness of green/environmentally-friendly packaging, costliness of collecting used products, lack of training activities for green product applications, lack of awareness in adopting reverse logistics, lack of convincing parties on the environmental benefits, lack of knowledge on environmental issues, lack of awareness on environmental impacts on business, insufficient information technology applications, resistance against adopting advanced technologies, difficulty of designing processes that recycle used products, insufficient technical expertise, insufficient flexibility in transitioning to new systems, market competition and uncertainty, insufficient government support, insufficient tone at the top, insufficient customer awareness, fear of failure, restrictive company policies, reluctance of vendors/suppliers, insufficient environmental awareness of vendors/suppliers and complexity of assessing and monitoring vendors'/suppliers' environmental applications.

Table 1. Barriers faced in GSCM

No	Barriers	Resource
1	Non-availability of bank loans to finance green products	Govindan et al. (2014), Jayant and Azhar (2014)
2	Costliness of disposal of risky materials	Govindan et al. (2014), Jayant and Azhar (2014)
3	Costliness of transition to green systems	Mudgal et al. (2010)
4	Costliness of green/environmentally-friendly packaging	Walker et al. (2008)
5	Costliness of collecting used products	Govindan et al. (2014)
6	Lack of training activities for green product applications	Carter and Dresner (2001), Bowen et al. (2001)
7	Lack of awareness in adopting reverse logistics	Ravi and Shankar (2005), Meade et al. (2007) and Mudgal et al. (2010)

8	Lack of convincing parties on the environmental benefits	Revell and Rutherford (2003), Walker et al. (2008).
9	Lack of knowledge on environmental issues	Shen and Tam (2002)
10	Lack of awareness on environmental impacts on business	Mudgal et al. (2010)
11	Insufficient information technology applications	Rogers and Tibben-Lembke (1998), Wu and Hang (2009), Ravi and Shankar (2005), Al Khidir and Zailani (2009), McLaren et al. (2004).
12	Resistance against adopting advanced technologies	Hosseini (2007), Cooper (1994), Hsu and Hu (2008), Digalwar and Metri (2004), Gant (1996), Tsai and Ghoshal (1999), Al Khidir and Zailani (2009)
13	Difficulty of designing processes that recycle used products	Beamon (1999)
14	Insufficient technical expertise	Perron (2005), Revell and Rutherford (2003)
15	Insufficient flexibility in transitioning to new systems	Revell and Rutherford (2003)
16	Market competition and uncertainty	Hosseini (2007), Yu Lin and Hui Ho (2008), Mudgal et al. (2010)
17	Insufficient government support	Hosseini (2007), Yu Lin and Hui Ho (2008), Hsu and Hu (2008), Mudgal et al. (2009), Mudgal et al. (2010), Scupola (2003), Srivastva (2007), Al Khidir and Zailani (2009), Porter and Van de Linde (1995)
18	Lack of top management commitment	Digalwar and Metri (2004), Mudgal et al. (2009), Mudgal et al. (2010), Ravi and Shankar (2005), Zhu (2007), Yu Lin and Hui Ho (2008), Emiliani (2010)
19	Insufficient customer awareness	Lamming and Hamapson (1996), Mudgal et al. (2009), Ravi and Shankar (2005), Zhu et al. (2007), Zhu et al. (2008), Chen et al. (2006), Mudgal et al. (2010), Sharma et al. (2012)
20	Fear of failure	Gant (1996), Rao and Holt (2005), Perron (2005), Revell and Rutherford (2003)
21	Restrictive company policies	Beamon (1999), Revell and Rutherford (2003), Al Khidir and Zailani (2009)
22	Reluctance of vendors/suppliers	Hsu and Hu (2008), Lettice et al. (2010), Ravi and Shankar (2005), Srivastva (2007), Sarkar and Mohapatra (2006), Sarkis (2003), Hong et al. (2009)
23	Insufficient environmental awareness of vendors/suppliers	Ravi and Shankar (2005), Mudgal et al. (2010), Revell and Rutherford (2003)
24	Complexity of assessing and monitoring vendors'/suppliers' environmental applications	Faisal et al. 2000, Mudgal et al. (2010), Hervani et al. (2005), Björklund et al. (2012)

Non-availability of bank loans to finance green products: This is the effort that companies make in getting bank loans for environmental initiatives (Govindan et al., 2014). Even if companies have environmental awareness, financial institutions may not be as sensitive as them. Financial institutions that expecting high profit in short term may raise difficulties to companies in providing loans.

Costliness of disposal of risky materials: Eliminating dangerous substances in environmentally friendly ways is an extra cost for companies. Therefore, some companies may avoid this cost and prefer to release dangerous substances into the environment. This obstacle is determined as the most dominant low level obstacle. (Jayant and Azhar, 2014)

Costliness of transition to green systems: Transition of the company to a system that is compatible with the environment may require a high initial cost (Mudgal et al., 2010). Although in long-term, companies will benefit from this transition, especially small and medium-sized companies avoid high initial cost.

Costliness of green/environmentally-friendly packaging: Damage to the environment can be minimized by reducing shipping and packaging costs. (Walker et al., 2008). Transition to environmentally friendly packaging is one of the most important indicators of environmental sensitivities of companies.

Costliness of collecting used products: Collection of used products is a costly process for companies (Govindan et al., 2014). Collection and recycling of these products from end users and vendors is a complex problem.

Lack of training activities for green product applications: Education and innovation can ensure that the obstacles are overtaken and provide success in projects (Carter and Dresner, 2001). However, the lack of expert in the field of green procurement is the biggest problem faced by companies.

Lack of awareness in adopting reverse logistics: Although reverse logistics applications provide direct benefits to the environment, the fact that companies are not aware of these benefits is a major

obstacle to reverse logistics (Ravi and Shankar, 2005). Awareness of companies about reverse logistics practices will directly contribute to the understanding of green procurement.

Lack of convincing parties on the environmental benefits: If governments act as a persuasive party in ecological structuring, this will cause especially small firms to provide more contribution to the process. (Revell and Rutherford, 2003). The fact that governments are not trying to raise awareness about green procurement is one of the difficulties.

Lack of knowledge on environmental issues: Lack of trained staff and expert is considered as a critical obstacle in organizations (Shen and Tam, 2002). The lack of knowledge should be resolved through internal or external training.

Lack of awareness on environmental impacts on business: Being aware of the positive effects of environmental practices on companies in long term is a factor that will directly encourage companies. Therefore, if businesses are not aware of the effects of environmental practices, this will pose a serious obstacle to GSCM practices.

Insufficient information technology applications: Knowledge quality has significant positive effects on environmental management performance (Wu and Hang, 2009). Among producers, inadequacy in the application of information technologies, which are based on environmentally friendly requirements, is a critical obstacle for GSCM.

Resistance against adopting advanced technologies: Successful adoption and implementation of advanced technologies are important factors in improving environmental management performance (Hosseini, 2007). It is not surprising that businesses which are resistant to the adoption and implementation of advanced technologies experience difficulties in GSCM implementations.

Difficulty of designing processes that recycle used products: Recycling has a very important role in environmental practices. However, design of recycling operations is a complex and difficult process (Beamon, 1999).

Insufficient technical expertise: Insufficient technical expertise is a critical obstacle to strategic planning, especially when considering human resource and time constraints in small and medium-sized enterprises (Perron, 2005). Companies may have access to knowledge and professional expertise with the help of various programs.

Insufficient flexibility in transitioning to new systems: Switching to a new and environmentally-conscious system may not always be easy. Sometimes this process may cause technical, financial and managerial problems.

Market competition and uncertainty: Environmental uncertainty and market competition have a direct impact on the intention to adopt green innovations (Yu Lin and Hui Ho, 2008). The external environment in which a company operates also affects the intention of company to adopt innovations.

Insufficient government support: Government regulations are able to both encourage and discourage enterprises to the adoption of innovations (Scupola, 2003). Inadequate government support is a factor that discourages enterprises in GSCM implementations.

Lack of top management commitment: Top management commitment is the process of empowering, changing, formulating policies, progressing and monitoring strategies in order to ensure that basic production and business strategies are positioned, (Digalwar and Metri, 2004). It is difficult for GSCM applications to achieve success without support and effort of top management.

Insufficient customer awareness: The quality of the product returned at the end of its economic life, and uniformity of this quality are important factors to effect green logistics. (Ravi and Shankar, 2005). Thus, customers must be aware of product recycling at a certain level.

Fear of failure: GSCM requires high initial investment and may lead some difficulties at first, then brings success in long-term. Therefore, the fear of failure that may arise in enterprises and employees is a serious obstacle to the transition to the system.

Restrictive company policies: Policies and targets, defined and developed continuously at each organization level, for pollution prevention and waste minimization, are the primary requirements of environmental consciousness (Beamon, 1999). Therefore, restrictive company policies are barriers in the process.

Reluctance of vendors/suppliers: Cooperation of companies with vendors and suppliers for environmental purposes, and supply chain interactions for the improvement of environmental performance have significant impacts in the process (Theyel, 2006). Companies can improve their environmental performance with the help of vendors and suppliers by setting standards and sharing resources.

Insufficient environmental awareness of vendors/suppliers: The fact that GSCM practices are not known for their economic and environmental benefits may be an important cause of resistance to the process (Ravi and Shankar, 2005). Thus, especially vendors and suppliers must be informed about the process.

Complexity of assessing and monitoring vendors' /suppliers' environmental applications: The operation and implementation of GSCM applications compose a complex process, and this complexity is a major obstacle to the process (Hervani et al., 2005). However, once the system has been developed, the application can be more widespread and easier.

Conclusion

Businesses' are paying ever-increasing attention to GSCM practices that provide plenty of legal, social and commercial benefits. Nevertheless, business face a considerable amount of obstacles during the transition to and application of GSCM, and have difficulties in addressing and taking action against these barriers. This study encompasses a vast literature study and expert reviews that result in a list of twenty-four obstacles faced by businesses, while leaving out the interactions and hierarchies between and the prioritization of these identified barriers. For further research, it is strongly advised that these obstacles should be analyzed via Structural Modelling, Fuzzy Cognitive Map and Multi-Criteria Decision-Making techniques.

References

- Al Khidir, T., Zailani, S., (2009), Going Green in Supply Chain towards Environmental Sustainability, *Global Journal of Environmental Research*, 3(3), 246-251.
- Beamon, M.B., (1999), Designing the Green Supply Chain, *Logistics Information Management*, 12(4), 332-342.
- Björklund, M., Martinsen, U., Abrahamsson, M., (2012), Performance Measurements in the Greening of Supply Chains, *Supply Chain Management: An International Journal*, 17(1), 29-39.
- Bowen, F., Cousins, P., Lamming, R., Faruk, A., (2001), The Role of Supply Management Capabilities in Green Supply, *Production and Operations Management*, 10 (2), 174-189.
- Carter, C.R., Craig, R., Ellram, L.M., (1998). Reverse Logistics: A Review of The Literature and Framework for Future Investigation, *Journal of Business Logistics*. 19, 85-102.
- Carter, C.R., Dresner, M., (2001), Purchasing's Role In environmental Management: Cross-Functional Development of Grounded Theory, *Journal of Supply Chain Management*, 37(3), 12-27.
- Chen, Y., Lai, S., Wen, C., (2006), The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan, *Journal of Business Ethics*, 67(4), 331-339.
- Cooper, J. (1994). *Green Logistics, European Logistics: Markets, Management and Strategy*. Oxford: Blackwell Business.
- Diabat, A., Govindan., (2011) K., An Analysis of the Drivers Affecting the Implementation of Green Supply Chain Management, *Resources, Conservation and Recycling*, 55(6), 659-667.
- Digalwar, A.K., Metri, B.A., (2004), Performance Measurement Framework for World Class Manufacturing, *International Journal of Applied Management and Technology*, 3(2), 83-101.
- Dowlatshahi, S., (2000), Developing A Theory of Reverse Logistics. *Interfaces*, 30 (3), 143-155.
- Emiliani, M.L., (2010), Historical Lessons in Purchasing and Supply Relationship Management, *Journal of Management History*, 16 (1), 116-136.
- Faisal, M.N., Banwet, D.K., Shankar, R., (2000), Supply Chain Risk Management in SMEs: Analyzing the Barriers, *International Journal of Management and Enterprises Development*, 4(5), 588-607.
- Gant, R. M., (1996), Prospering in Dynamically-Competitive Environments: Organizational Capability as Knowledge Integration, *Organizational Science*, 7(4), 375-387.
-

-
- Giuntini, R., Andel, T., (1995), Reverse Logistics Role Models, *Transportation & Distribution*, 36(4): 97-98.
- Govindan, K., Kaliyan, M., Kannan, D., Haq, A.N., (2014), Barriers Analysis for Green Supply Chain Management Implementation in Indian Industries Using Analytic Hierarchy Process, *Int. J. Production Economics*, 147, 555-568.
- Green, K., Morton, B., New, S., (1996), Purchasing and Environmental Management: Interactions, Policies and Opportunities, *Business Strategy and the Environment*, 5, 188-197.
- Handfield, R. B., Nicholas E.L., (1999), Introduction to Supply Chain Management, *Prentice-Hall, Inc.*, New Jersey.
- Hervani, A.A., Helms, M.M., Sarkis, J., (2005), Performance Measurement for Green Supply Chain Management, *Benchmarking: An International Journal*, 12(4), 330-353.
- Hong, P., Kwon, H., Roh, J.J., (2009), Implementation of Strategic Green Orientation in Supply Chain: An Empirical Study of Manufacturing Firms, *European Journal of Innovation Management*, 12 (4), 512-532.
- Hosseini, A., (2007), Identification of Green Management of System's Factors: A Conceptualized Model, *International Journal of Management Science and Engineering Management*, 2(3), 221-228.
- Hsu, C.W., Hu, A.H., (2008), Green Supply Chain Management in the Electronic Industry, *International Journal of Science and Technology*, 5(2), 205-216.
- Jayant, A., Azhar, M., (2014), Analysis of the Barriers for Implementing Green Supply Chain Management (GSCM) Practices: An Interpretive Structural Modeling (ISM), *Approach, Procedia Engineering*, 97, 2157 - 2166.
- Kang, M.J., Hwang, J., (2017), Interactions among Inter-organizational Measures for Green Supply Chain Management, *Procedia Manufacturing*, 8, 691-698.
- Lamming, R., Hamapson, J., (1996), The Environmental as a Supply Chain Management Issue, *British Journal of Management*, 7(March Special Issue), 45-62.
- Lettice, F., Wyatt, C., Evan, S., (2010). Buyer-Supplier Partnerships during Product Design and Development in the Global Automotive Sector: Who Invests in What and When?, *International journal of Production Economics*, 127(2), 309-319.
- Mclaren, T.S., Head, M.M., Yuan, Y., (2004), Supply Chain Management Information System Capabilities: An Exploratory Study of Electronics Manufactures, *Information Systems and E-Business Management*, 2(3), 207-222.
- Meade, L., Sarkis, J., Preseley, A., (2007), The Theory and Practice of Reverse Logistics, *International Journal of Logistics Systems and Management*, 3(1), 56-84.
- Mudgal, R.K., Shankar, R., Talib, P., Raj, T., (2009), Greening the Supply Chain Practices: An Indian Perspective of Enablers' Relationship, *Int. Journal of Advanced Operations Management*, 1, 151-176.
- Mudgal, R.K., Shankar, R., Talib, P., Raj, T., (2010), Modeling the Barriers of Green Supply Chain Practices: An Indian Perspective, *International Journal of Logistics Systems and Management*, 7(1), 81-107.
- Narasimhan, R., Carter, J.R., (1998), Environmental Supply Chain Management, *The Center for Advanced Purchasing Studies*, Arizona State University, Tempe, AZ.
- Paksoy, T., Bektaş, T., Özceylan, E. (2011), Operational and Environmental Performance Measures in a Multi-Product Closed-Loop Supply Chain, *Transportation Research Part E*, 532-546.
- Perron, G.M., (2005), Barriers to Environmental Performance Improvements in CANADIAN SMEs, Dalhousie University, Canada.
- Porter, M.E., Van de Linde, C., (1995), Green and Competitive, *Harvard Business Review*, September-October, 120-134.
- Rao, P., Holt, D., (2005), Do Green Supply Chains Lead to Competitiveness and Economic Performance, *International Journal of Operations and Production Management*, 25(9), 898-916.
- Ravi, V., Shankar R., (2005), Analysis of Interactions among the Barriers of Reverse Logistics. *International Journal of Technological Forecasting & Social Change*, 72(8), 1011-1029.
- Revell, A., Rutherford, R., (2003), UK Environmental Policy and the Small Firm: Broadening the Focus, *Business Strategy and the Environment*, 12(1), 26-35.
-

-
- Rogers, D.S., Tibben-lembeke, R.S., (1998), Going Backwards: Reverse Logistics Trends and Practices, *Reverse Logistics Executive Council*, Pittsburgh, PA.
- Sarkar, A., Mohapatra, P.K., (2006), Evaluation of Supplier Capability and Performance: A Method for Supply Base Reduction, *Journal of Purchase Supply Management*, 12, 148-163.
- Sarkis, J., (2003), A Strategic Framework For Green Supply Chain Management, *Journal of Cleaner Production*, 11, 397-409.
- Sarkis, J., Zhu, Q., Lai, K., (2011), An Organizational Theoretic Review of Green Supply Chain Management Literature, *International Journal of Production Economic*, 130, 1-15.
- Scupola, A., (2003), The Adoption of Internet Commerce by SMEs in the South of Italy: An Environmental, Technological and Organizational Perspective, *Journal of Global Information Technology Management*, 6(1), 52-71.
- Sharma, B.P., Singh, M.D., Neha., (2012), Modelling the Knowledge Sharing Barriers Using an ISM Approach, *International Conference on Information and Knowledge Management*, (Vol. 45), 233-238.
- Shen, L.Y., Tam, W.Y.V., (2002), Implementing of Environmental Management in the Hong Kong Construction Industry, *International Journal of Project Management*, 20 (7), 535-543.
- Sheu, J.B., Chou, Y.H., Hu, C.C., (2005), An Integrated Logistics Operational Model for Green Supply Chain Management, *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 41 (4), 287-313.
- Srivastava, S, K., (2007), Green Supply-Chain Management: A State-of-the-art Literature Review, *International Journal of Management Reviews*, 9,1, 53-80.
- Shrivastava, P., (1993), *The greening of Business. Business and The Environment: Implications of The New Environmentalism*. London: Poul Chaoman Publishing.
- Theyel, G., (2006), Customer and Supplier Relations for Environmental Performance. *Greening the supply chain*, Springer, London, 139-149.
- Tsai, W., Ghoshal, S., (1998), Social Capital and Value Creation: The Role of Intra Firm Networks. *Academy of Management Journal*, 41(4), 464-476.
- Walker, H., Di Sisto, L., McBain, D., (2008), Drivers and Barriers to Environmental Supply Chain Management Practices: Lessons from the Public and Private Sectors, *Journal of Purchasing and Supply Management*, 14(1), 69-85.
- Wu, G. C., Hang, S. Y., (2009), The Study of Knowledge Transfer and Green Management Performance in Green Supply Chain Management, *African Journal of Business Management*, 4(1), 44-48.
- Yu Lin, C., Hui Ho, Y., (2008), An Empirical Study on Logistics Services Provider, Intention to Adopt Green Innovations, *Journal of Technology, Management and Innovation*, 3(1), 17-26.
- Zhang, G., Zhao, Z., (2012), Green Packaging Management of Logistics Enterprises, *Physics Procedia*, 24, 900-905.
- Zhu, Q., Sarkis, J., Lai, K., (2007), Green Supply Management: Pressures, Practices and Performance within the Chinese Automobile Industry, *Journal of Cleaner Production*, 15(11-12), 1041-1052.
- Zhu, Q., Sarkis, J., Lai, K., (2008), Green Supply Chain Management Implications for Closing the Loop, *Transport Research Part E*, 44(1), 1-18.
-

Vision Change and Foreign Supports in Turkey's Foreign Policy

Türk Dış Politikasında Vizyon Değişimi ve Dış Yardımlar

Abstract

When a country's foreign policy vision is considered, that country's targets and purposes which can be realized in future come to the mind. Word 'vision' is about the act of seeing as per the meaning of word and it means the distance of sight and farsightedness. The equivalent of this in the foreign policy can be accepted as being interested and developing policies. Vision of a country is in close relation with the geographies it is interested in and the subjects of policies it develops. This situation also shows the relation between the countries' visions and their positions within the international system. Vision discussion is one of the main discussion subjects going on in Turkish foreign policy for years. The question, whether Turkey has a foreign policy vision and/or which geographies are included in this vision, goes back to the years when Republic was founded. Turkey, which adapted a status quo foreign policy approach based on protection of the borders with Treaty of Lausanne (except participation of Hatay to the main land) on the first periods of foundation, has tried to stay far from the developments in this area with the related policy. After the World War II, it adopted a passive foreign policy by taking part in NATO with the Western countries and it kept its relation with the world out of West in minimum. This situation changed with end of the cold war and disintegration of the Soviet Union and Turkey has started to be interested in Central Asia, the Caucasus, the Balkans and the Middle East. However, instability of interior policy due to coalitions has not given way to develop in this subject. In 2002, new attempts were made with change of understanding in foreign policy after Justice and Development Party has come to power alone. Solid policies on different geographies of the world were developed by providing vision expanse in foreign policy. Subject of this study will mark the expansion in Turkey's foreign policy vision especially in the latest term. Moreover, aforementioned vision expansion will be materialized by telling foreign supports given in the latest term.

Öz

Bir ülkenin dış politika vizyonundan söz edildiğinde o ülkenin geleceğe ilişkin gerçekleştirilmesi mümkün olabilecek hedefleri ve amaçları akla gelmektedir. Vizyon kelimesi sözlük anlamı itibarıyla görme eylemi ile ilgilidir ve görüş mesafesini, ileri görüşlülüğü anlatır. Bunun dış politikadaki karşılığı ise ilgi duymak ve politika geliştirmek olarak kabul edilebilir. Bir ülkenin sahip olduğu vizyonun genişliği de hangi coğrafyalara ilgi duyduğu ve nerelere yönelik politikalar geliştirdiği ile yakından ilişkilidir. Bu durum bir anlamda ülkelerin vizyonları ile uluslararası sistem içerisinde işgal ettikleri konumları arasındaki bağlantıyı da göstermektedir. Vizyon tartışmaları Türk dış politikasında yıllardan beri sürdürülen temel tartışma konularından biridir. Türkiye'nin bir dış politika vizyonunun olup olmadığı ve/veya bu vizyonun hangi coğrafyaları kapsadığı meselesi Cumhuriyet'in kuruluşuna kadar uzanmaktadır. Kuruluşunun ilk dönemlerinde Lozan Antlaşması'yla ortaya çıkan sınırların muhafazasını -Hatay'ın anavatanına katılması hariç- esas alan statükocu bir dış politik yaklaşımı benimseyen Türkiye, bununla bağlantılı olarak bölgesindeki gelişmelerden uzak kalmaya gayret etmiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ise iki kutuplu yapıda Batı ülkelerinin yanında NATO içerisinde yer alarak pasif bir dış politika takip etmiş ve genel anlamda Batı dışı dünya ile ilişkisini asgari düzeyde tutmuştur. Bu durum Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve Sovyetler Birliği'nin dağılması ile değişmiş ve Türkiye, Orta Asya, Kafkaslar, Balkanlar ve Orta Doğu coğrafyasına ilgi göstermeye başlamıştır. Ancak koalisyonlardan kaynaklanan istikrarsız iç siyasi yapı bu konuda mesafe alınmasına imkan vermemiştir. 2002 yılında Adalet ve Kalkınma Partisi'nin tek başına iktidar olması ile birlikte dış politikadaki anlayış değişikliği paralelinde yeni atılımlar gerçekleştirilmiştir. Dış politikada bir vizyon genişliği sağlanarak dünyanın farklı coğrafyalarına yönelik somut politikalar ortaya konulmaya başlanmıştır. Bu çalışmanın konusu öncelikle son dönemde Türkiye'nin dış politika vizyonunda yaşanan genişlemeye işaret etmek olacaktır. Devamında ise son dönemde yapılan dış yardımlar anlatılarak bu konu üzerinden söz konusu vizyon genişlemesi somutlaştırılacaktır.



Kadir Sancak

Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, kadir sancak@gmail.com



Nihat Yılmaz

Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, nihatts@gumushane.edu.tr

Article Type / Makale Türü

Research Article / Araştırma Makalesi

Keywords

Turkey, Vision Change, Foreign Supports, Foreign Policy

Anahtar Kelimeler

Türkiye, Vizyon Değişimi, Dış Yardımlar, Dış Politika

JEL: Z00, L32, M39

Bilgilendirme

Bu çalışma 4-5 Mart 2017 tarihinde Edirne'de düzenlenen III. IBANESS Congress Series'te bildiri olarak sunulmuştur.

Submitted: 11 / 02 / 2018

Revised: 15 / 04 / 2018

Accepted: 27 / 04 / 2018

1. Vision in Turkish Foreign Policy

1.1. The Concept of Vision

Vision discussion has always been a popular subject in Turkish Foreign Policy. Many books and articles have been published covering this subject and whether a foreign policy exists is discussed in some of them while the subject of what a vision should be is discussed in many others. This concept which is not limited to being a subject for academic research has a wide-spread usage area in almost every aspect of our daily lives. It was entered into management literature starting from 1990s then became popular especially in the 21st century (Yılmaz ve Akdemir, 2005: 23; Akdemir, 2008: 7). With the increasing interest, it has a wide range of usage area starting from corporate management to states' foreign policies. Therefore, once its usage area expanded, it also experienced meaning expansion so that some other words happen to be using interchangeably as actually confusing the words. In this concept, it became a necessity to explain firstly the origins of the word of vision and what this word explains in the beginning.

The word of vision, which is a quite old word in terms of linguistic, is considered that it rooted back to the word of Visio, which was derived from the word of videre having many meanings in Latin language, used to mean to be awake and to comprehend (Akdemir, 2008: 11). The way of usage in Turkish language is derived from the word of vision in French which means to see, to watch, view and outlook (<http://fransizcasozluk.net>). Turkish Language Committee likewise defines the word vision as outlook, ideal, prudence, and in metaphoric meaning as foresig (<http://www.tdk.gov.tr>). The word of vision is defined in several different other ways by many authors. On the other hand, accomplishable goals and targets are mentioned in all of them shows that there is generally accepted approach in this particular subject. In another definition of this idea, the concept of vision is defined as the picture of the future which is tried to be reached (Yılmaz ve Akdemir, 2005: 15).

As before-mentioned, the word of vision is used in many areas of our daily lives and one of the areas in which it widely used is states' foreign policies. There are set of basic policies, which are required to be followed by the states whose primarily objectives are to sustain and prevent their existence, in order to reach their primarily goals. The foreign vision of the countries in question will be the guidance in the process of these policies' determination. Utilizing the definitions, the foreign policy vision of a country could be defined as the possible targets and goals which could be reached in the future in terms of the country in question. In the realistic manners, vision is differentiated from the dreams and they could not be used interchangeably (Gölbaşı, 2008: 9). The word of vision could also mean the view distance and the corresponding usage of area in the foreign policy is the geographical depth in the interest area of the country in question and the position the country locates itself in the international system.

Vision is the direction map which must be followed in a country' foreign policy and each county aims to create a vision which leads them to shape their foreign policies. The factors which must be taken into account while determining the foreign policy are composed of the tangible and intangible power items. Tangible factors including population military capacity, geography, economic structure and intangible factors including history, culture, national moral and the qualifications of the governments which create the countries' total power are important to determine the limits of the vision. In the analysis of the structures of the factors which are dominant on vision determination, the structures seem to be composed of constant and variable factors. This condition shows that the visions which are determined by the countries are not unchangeable and, as in the qualifications of the governments' examples, it is possible for vision to experience changes over time since the existence of the variable factors. Through the Turkish Republic perspective, it is observed that similar vision changes are experienced because of the internal and external developments during the 90 years.

1.2. Turkish Foreign Policy in the 20th Century

Turkish Republic, which was established over a new political regime after the I. World War, is continuation of Ottoman Empire in terms of many institutions and founding members although it presents a new country view which parted its connections with the past in its establishment

philosophy. In the analysis of the foreign policy which was followed during the Republic period, the same situation could be observed and also Ottoman foreign policy reflected on the Republic policy could be seen. The westernization approach which was started from the 19th century was one of the unchanged policies till the collapse of the Ottoman Empire (Işık, 2011: 45-61). This situation continued likewise in the Turkish Republic which was established after the Ottoman Empire and westernization was happened to be one of the main state policies (Oran, 1996).

Another foreign policy approach which was inherited from the Ottoman Empire to Turkish Republic is the statuesque prevention approach (Oran, 1996). Ottoman Empire lost lands constantly –except the exceptions- caused that it adapted a defensive approach in foreign policy especially after the 18th century. The state, which was aware of its weakness conditions especially in late 19th century, followed a balance policy among the powerful countries in order to sustain its existence and kept itself away from the war policies unless forced (Işık, 2011: 47). This situation reflected itself on the new established Turkish Republic's foreign policy and the newly established state tried to be not involved in the spreading foreign policies so that it adapted preventing the boundaries which are derived on the Lozano Agreement as a main politic approach. Except the adding Hatay into Turkey land boundaries as using diplomatic methods, any kinds of land boundary changes were not experienced (Karakoç, 2009).

Turkish Republic which was established on the heritages of Ottoman Empire –in terms of location and humanity- experienced political regime and performed a set of revolutions in this respect. Some problems were happened in the phase of adaptation of these revolutions by the public during transition from the old order to new one led The Republic's management members primarily emphasize on the internal political developments. Therefore, foreign policy agenda was put on the second row and the operations which were given attention to was limited to the subject related to country safety. The result of this approach was to sign the Balkan Pact in the year of 1934 and the Sadabat Pact in the year of 1937 (Hülagü, 2006: 105-116).

Renowned statement by Mustafa Kemal Atatürk, "Peace at home, Peace in the world" became the main principle of the Republic period foreign policy and the statement was identified with the statuesque policy which was implemented. The attempts, which were taken in the foreign policy before the II World War, were implemented in order to be accepted by the international communities as in the membership to the League of Nations in the year of 1932 or in order to create a support against the possible threats as in the Balkan and Sadabat Pacts (Talas, 2004: 348-250). Therefore, a foreign policy which was shaped through the possible threat occurrences, which targeted the country's survival, was implemented rather than creating a vision in order to be the dominant force in the regional and global developments.

Two-polar structure was occurred in the international system after the II World War and Turkey included into this structure as being involved in the Western Block. Taking and implementing this decision was highly influenced by the developments that Soviet Union created a threat for Turkey territorial integrity and sovereignty. Additionally, another factor that shaped the decision was the desire of Turkey being in the Western organizations and to act with the West as an extension of the westernization policy which was continued about two centuries (Sander, 2010: 266-267). In this concept, Turkey which became a member of NATO in the year of 1952, followed a foreign policy which was centered on safety during Cold War and adapted a West oriented foreign policy approach which was found suitable as the status of a member in the Western Block instead of creating its own foreign policies (Şahin: 12-13). Therefore, Turkey, which turned back to East, was the first Muslim country which accepted the sovereignty of Israel state in the year of 1948 and supported France while the sovereignty movements of Algeria in the year of 1958 in the international political platforms were recorded in the history as the solid examples of this approaches. However, the letter of Johnson in the year of 1964, Petroleum Crisis in the year of 1973 and Cyprus Intervention (Çiftçi, 2010: 279-284) in the year of 1974 were a set of developments which showed that Turkey's one sided Western-oriented foreign policy approach was wrong. Although Turkey, which worked on to diversify its foreign policies as leaving this wrong approach, tried to create warmer connections with

Middle East countries, it could not achieve successful progresses because of the limiting effects of the two-polar political structure.

With the disintegration of Soviet Union in the year of 1991, tight limits of two-polar structure were broken so that new opportunities were arisen for Turkey. Turkey which followed more active foreign policy comparing to the previous periods in the leadership of Turgut Ozal who became president after becoming prime minister started giving close attention to especially Middle Asia Region in which a power gap was experienced with the disintegration of Soviet Union (Ataman, 2003: 49-64). The concept of foreign policy became more often used a set of word in Turkey which followed foreign policy as an approach which was generally safety-oriented instead of as a framework of vision. In the period which started following the death of Turgut Ozal, an inconsistent period was begun due to coalition government in the internal political structure and this situation also affected the foreign policy. Till the period which Justice and Development Party established the government as sole power in the year of 2002, although active foreign policy statements (Efeğil, 2009: 356-363) were developed however the statements could be implemented (Çakıcı ve Sancak, 2012: 199).

1.3. Vision Change in Foreign Policy

With the consistency experienced in the internal policy in the beginning of the 21st century, certain changes in Turkey's foreign policy were implemented. As taking benefit of the geography on which it locates, and historical and cultural heritage (Oğuzlu, 2009) it has; Turkey, which incarnated its position for others as renowned statement of "a bridge between Asia and Europe", defined its position as the center country (Yeşiltaş ve Balcı, 2011: 12-13). Turkey started following more active, action taker and multi-sided foreign policy in the direction of this new approach over which Ahmet Davutoğlu has big influence who has been prime minister since the year of 2014 following that he had been minister of foreign affairs since 2009 and before, he was in prime ministry consultancy (Oğuzlu, 2009). Turkey, which positioned itself on the center with this approach changes, tried to re-evaluate the regional relationships as adapting the new foreign policy approach which was self-benefits oriented. In this concept, it created a new vision and added new geographical regions to its interest field (Davutoğlu: 2012: 6). Foreign Affairs minister Davutoğlu depicted which basics would be utilized on implementing new foreign policy with his statement that "we will follow a foreign policy which is based on a vision (Davutoğlu, 2012: 7)" while he pointed out the importance of the concept of vision for a country's foreign policy. As a result of this approach, a new foreign attempt was started which gave emphasize on East and South -as not ignoring West- instead of one-sided foreign policies which caused such understandings as " West's advanced gendarme station" (Oğuzlu, 2009). Turkey, which re-evaluated its regional relationships giving attention to national priorities, added new fields to its interest field as experiencing a vision expansion in terms of geography.

2. External Support and Supports That Turkey Gives As A Foreign Policy Tool

2.1. The Concept of External Support

The difficulties on giving definitions for the concepts belong to social sciences constitute one of the main problems experienced in this field. The problem in here is caused by the situation that putting forward common definitions which people has consensus on are most of the time not possible. This problem is also experienced in giving a definition for the concept of external support and there could be found many different definitions in the last -although they generally give similar meaning-. The differences in the structures, methods and objectives of official institutions and non-governmental organizations which operate in this field somehow explain the diversity of the definitions.

In the search of the word of help in Turkish Language Committee, Great Turkish Dictionary, as the second meaning, it is defined as "a grant or money and support items which are given as borrowed to a country" (<http://www.tdk.gov.tr>). On the other hand, the concept of external support in the same committee's dictionary is defined as "benefits in kind, grant or facilities provided through low interest rates and long termed credits which are generally given to less developed countries from developed countries for the purposes of social, economic, military and humanitarian

means" (<http://www.tdk.gov.tr>). Although there is a diversity of the definitions which are used in broader meanings besides its dictionary definitions, the definition of external support provided in below help to comprehend the concept:

"Benefits in kind and all kinds of monetary supports, which are made to developing countries from states, public institutions, non-governmental organization and charity organizations, as a grant without seeking any re-payment obligations or any other conditions, in order to provide the donated country's people's basic needs, social rights and human safety for the purposes only and only of to increase the country's development and welfare, except natural disasters." (Öztürk ve Öztürk, 2012: 18).

However, this definition excludes the investment operations which have profit intentions and similar operations. Likewise, the supports made during instances like natural disasters are not also included into this definition. As could be seen, the definitions which are made for this purpose are helpful to comprehend the concept however they are not fully complete. Besides the definitions, the subject should be detailed as paying attention to important items including for whom, in which purposes and through which methods the support is made in order to fully explain the concept.

One of the questions which could be occurred to mind while discussing the subject of external supports that why countries give external support. The question, in the most general perspective, could be answered as in order to perform humanitarian purposes and to reach the targets of foreign policy. (Chachage: 3). External supports which enable the cooperation and contribution inter-countries are positioned among the soft power items (<http://www.kdk.gov.tr>). In the recent periods where hard power items experienced power loss, these kinds of supports gain great importance as foreign policy tools. In analyzing the concept in this view of point, it could be understood as if the benefits of the country which gives support instead of the country which is given support are prioritized. However, the approach, that the benefits of the side which needs support must be prioritized, should be the common sense in the logic of giving support. This condition should be taken granted in order not to deviate the purpose of support relationship.

In the analysis of the external support relationship, there are two parties as one party is donor who gives the support and the other side is recipient who received the support. However, the fact that the relationship has two sides does not mean that the supports are implemented between two countries, all the time. The types of support are divided into two groups as giving attention to the amounts of the sides: two-sided supports and multi-sided supports. Two-sided supports are implemented depending on the relationship between only two countries while multi-sided supports are performed utilizing an international institution (Akçay, 2012: 5-6).

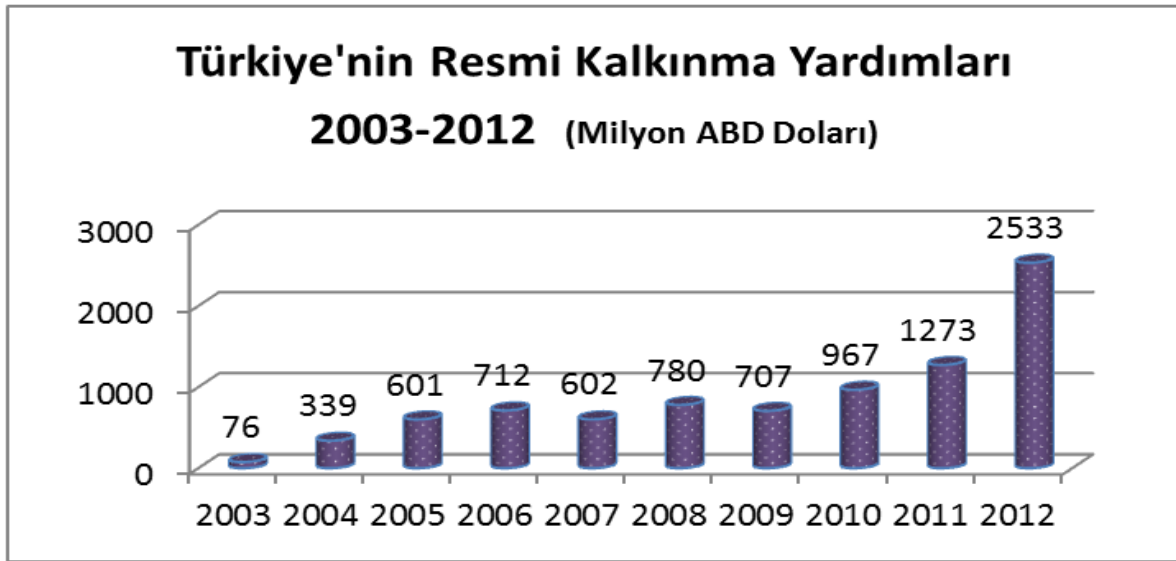
Official development assistance (ODA) is the most important one among the external supports. In order to be regarded as official development assistance, a support must carry the requirements of "on the basis, to target the development and welfare of the country which is given the assistance and 25% of the assistance must be a grant (Akçay, 2012: 6)." The content of the official development assistance is consisted of the project supports in dual level, humanitarian supports, immigration supports, technical cooperation and other supports made in similar purposes. Support type of being whether two-sided or multi-sided does not change the condition and the supports in this category must be publicly sources-official assistance (Akçay, 2012: 6). Additionally, "the supports, which do not have sufficient grant condition and are given for the purposes of contribution to the increase in the welfare level and given as economic development incentives to developing countries from public institutions and organizations are called as other official flow (OOF)" (Gür vd., 2013: 8). Direct investments, which carry the potential of economic development contribution for the countries in question, are categorized in the development supports (Gür vd., 2013: 8). All of the supports, which the supports of the non-governmental organization performing for the purposes of developmental cooperation or humanitarian supports are also included into, constitute the total development supports which are made by a country.

2.2. External Supports that Turkey Gives

In the parallel of the vision changes in Turkish Foreign Policy in the recent period, an expansion in the field of foreign policy planning and implementation is experienced. The necessity of giving

attention to a wider geography is realized in order to be a dominant power in both regional and global perspectives in the area of international policy. The political power existence which is able to perform this approach and the resource potential that the country has are very important elements in order for the mind-ful transition to carry a meaning. Consistency in the internal policy could be maintained after the year of 2002 and the developments in the economy enabled the implementation of attempts in the foreign policy. Turkey, which utilizes a growth model which is based on the exportation, started to give attention to the regions which it previously became distanced in terms of trade and politics for the purpose of this new policy approach. The politics and trade connections, which are recently established, started produce results in short term and Turkey began enjoying the results of these relationships. However, Turkey spent efforts to create these relationships based on a win-win situation instead of an approach which only cares for Turkey's own benefits. Therefore, it intends to be a country which also gives rather than only cares to take benefit. As an extension of this relationship approach, Turkey started making big amounts of supports for under-developed and needy countries in the world.

Turkey, since the years of National Independence, in spite of differences among the periods, has been a country which received external support. Especially the support, which was made by USA to Turkey through England in the framework of Lending and Leasing Law, was leveled up to a further degree with Truman Doctrine (Güler, 2004: 209-224). With the supports continued in the following periods, Turkey, which had been generally in the position of support receiving country, rose to a position of support giving country with 2000s. In this context, thirty times increase is experienced in the supports which are made by Turkey for the last twelve years. This situation had attention in the international platforms and Turkey as being the country which increased the external supports most in the year of 2012 was qualified as the rising donor by World Food Program (<http://www.kdk.gov.tr>).

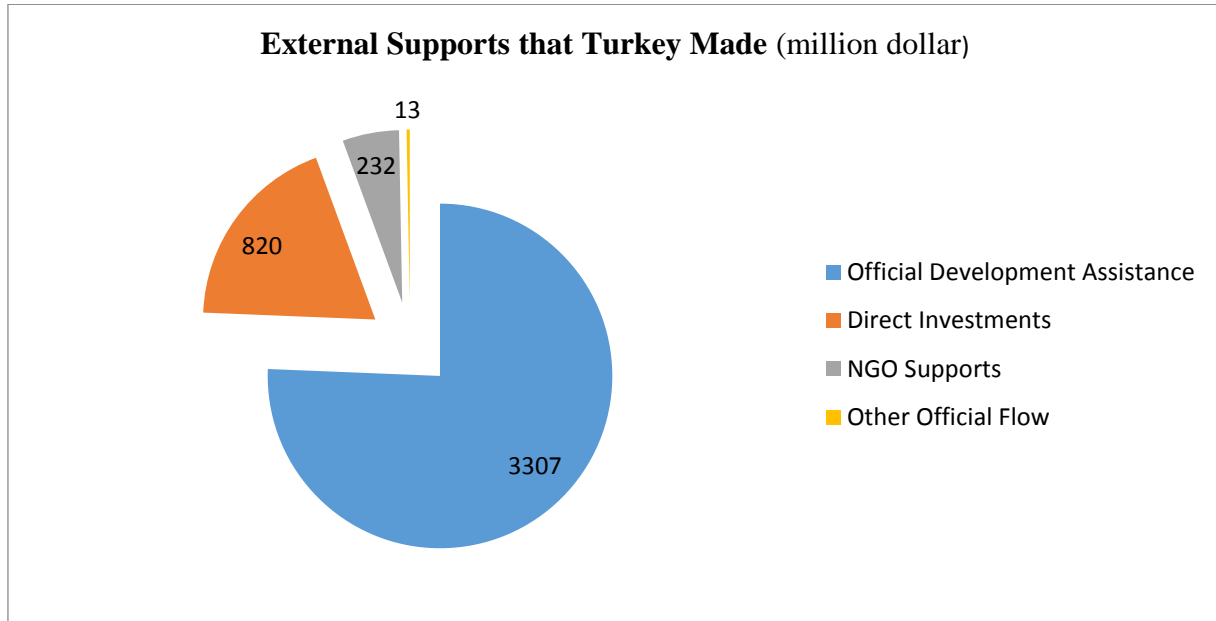


Graph 1. Official Development Assistances Which Turkey Made through the Years of 2003-2012

Kaynak: <http://www.kdk.gov.tr>

As also could be seen on the graph, an important increase in each year –exception of the years of 2007 and 2009- have been reached in the supports which Turkey made and the amount of total support 76 million USA dollar in the year of 2003 was risen to 2533 million USA dollar the 10 years. The same approach was continued in the year of 2013 and the official development assistance was 3307 billion dollar as creating 30% increase in the total support amount. This amount positioned Turkey in the second rank following Japan among OECD countries in the support increase rate ordering (<http://www.kdk.gov.tr>). The total amount of external support which is made by Turkey as of 2013 has been 4 billion 347 million dollar when direct investments and the supports made by non-governmental organizations are added to the official development assistance which is made on over

a hundred countries in the five continents. As also could be seen on the graph 2; 3,3 billion dollar of total amount is constituted by official development assistance, 820 million dollar by direct investments, 232 million dollar by NGO supports and 13 million dollar by other official flows (<http://kdk.gov.tr>).



Graph 2. Distribution of the total external supports of Turkey in the year of 2013

Kaynak: (<http://kdk.gov.tr>)

Turkey is also ranked in the upper positions in the world, in the list of the emergent humanitarian supports which are excluded from these supports. According to the data of the Global Humanitarian Support 2014 report, Turkey is ranked after USA and England in terms of the support amounts in the ordering of the countries which make the most support. On the other hand, Turkey is the country which makes the most of the humanitarian support when the supports amounts are compared to the country's national income (<http://www.aljazeera.com.tr>).

Table 1. Humanitarian Support Ordering for The Year of 2013 (First 5)

	Country	Support Amount (Dollar)
1	ABD	4,7 billion
2	UK	1,8 billion
3	<i>Turkey</i>	<i>1,6 billion</i>
4	Japan	1,1 billion
5	Germany	949 million

Kaynak: <http://kdk.gov.tr>

As could be seen on the amounts, official assistance which are made from Turkey constitutes the important part in the total supports. Additionally, the change in the foreign policy makes correspondents in NGOs and the shares in the amounts of the external support steadily increased over the years. Official foreign assistance operations are implemented in the parallel of the established foreign policy and the implementation is operated by Turkish International Cooperation and Development Agency (TICDA). This issue is legally grounded with the law numbered as 4668 and in this context TICDA is given responsibility of making cooperation among institutions for the

subject matter of external supports which are made through institutions and organizations in Turkey and of keeping records of the inventory related to the supports (Kardaş, 2012: 170).

TICDA, which had produced 240 amounts of projects in average per year in the first 10 years after its establishment in the year of 1992, increased its annual average project amount to 1108 as experiencing a big increase in the operation amounts with the parallel of the economic opportunities and the changed foreign policy approach in the following 10 years. TICDA presents services with its 35 program coordination office in 32 countries in 5 continents as of September, 2013 (TİKA, 2013).

Conclusion

Turkey experienced an approach change in its foreign policy following that Justice and Development Party came into power in the year of 2002. In this framework, Turkey, defines itself as a center country rather than being a bridge between East and West, re-defined its foreign policy vision based on this approach in the new period. In the parallel of the economic growth and approach changes in the foreign policy, Turkey rose to upper ranks in the list of the countries, which made most of the supports in the world, as increasing the spending in the field of external supports.

In what degree the external supports are utilized for the original purposes and in what degree they make real contributions to the country development are the subjects discussed in the international relations. The desired results from the external supports which were made to underdeveloped countries could not be taken and the resources were not utilized for the benefits of public instead of management bodies have been criticized. For these purposes, how and to where the supports are spent should be well defined in order for the amounts of support to be meaningful. In the analysis of the supports which are made by Turkey, the necessary attention is paid for this matter. In the supports which are made in the leadership of TICDA, it is observed that an approach is followed to provide permanent solutions as mainly focusing the substructure services.

Comparing to Western countries which make external supports, Turkey seems to have advantages. This situation is rooted to the fact that Turkey was not involved in colonialism. The effects of colonialism history in the supports which are made by Western countries could also be seen today. It is important that Turkey, which is aware of this situation, gives attention to this in the relationships built among the region countries and Turkey should establish its policy in the framework of win-win condition in which both sides can provide benefit as not focusing on the one-sided benefit. The next step should be to make the subject matter supports reach more people as continuing the same approach with official and non-governmental organizations.

References

- Akçay, Engin, *Bir Dış Politika Enstrümanı Olarak Türk Dış Yardımları*, Turgut Özal Üniversitesi Yayınları, Ankara 2012, s.5-6
- Akdemir, Ali, *Vizyon Yönetimi*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa 2008, s.7
- Ataman, Muhittin, "Özalist Dış Politika: Aktif Ve Rasyonel Bir Anlayış", *Bilgi*, 7, 2003 / 2 s. 49-64
- Çakıcı, Fatma Okur; Sancak, Kadir, "Komşularla Sıfır Sorun Politikası: Karşılıklı Bağımlılık Ekseninde Türkiye-Ermenistan Değerlendirmesi", *Üç Deniz Havzası Ülkeleri Ortak Yönetim Kültürü Ve Yeniden Yapılanma Sorunları Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Kav Yayınevi, Ankara, 2012 s.199,
- Çiftçi, Kemal, *Tarih, Kimlik Ve Eleştirel Kuram Bağlamında Türk Dış Politikası*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2010, s.279-284
- Davutoğlu, Ahmet, *Stratejik Derinlik, Türkiye'nin Uluslararası Konumu*, Küre Yayınları, 76. Baskı, İstanbul 2012. s.17
- Davutoğlu, Ahmet, "Türk Dış Politikası'nın İlkeleri Ve Bölgesel Siyasal Yapılanma", *Stratejik Araştırmalar Merkezi*, No. 3, Ağustos 2012, S.6
- Efegil, Ertan, "AK Parti Hükümetinin Orta Asya Politikalarına Eleştirel Bir Bakış", *II. Uluslararası Sosyal Bilimciler Kongresi Kongre Kitabı*, Kocaeli 2009, ss.356-363
- Gölbaşı, Fatma, *Vizyon ve Misyona*, Kum Saati Yayınları, İstanbul 2008, s.9

- Güler, Yavuz, " II. Dünya Harbi Sonrası Türk-Amerikan İlişkileri (1945-1950)", *Gazi Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi*, Cilt 5, Sayı 2, Yıl 2004, s.209-224,
- Gür, Fusun; Yıldız, Nurçin ve Diğerleri(haz.)*Kalkınma Yardımları Raporu 2012*, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, Ankara, Ocak 2013, s.8
- Hülagü, Metin, "Türk Dış Politikasında Değişim Var mı, Gerekli mi? : Osmanlı Devleti - Türkiye Cumhuriyeti Örneği", *Uluslararası İlişkiler ve Türk Siyasal Partileri*, Editörler: Nejat Doğan, Mahir Nakip, Seçkin Yayınevi, Ankara 2006, s. 105-116,
- Işık, Zekeriya, "19. Yüzyıl Osmanlı Dış Politikası Üzerinde İngiliz Tesiri", *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl 4, Sayı 2, Aralık 2011, s.45-61
- Karakoç, Ercan, "Atatürk'ün Hatay Davası", *Bilig*, Yaz 2009, Sayı 50
- Kardaş, Tuncay; Erdağ, Ramazan "Bir Dış Politika Aracı Olarak TİKA", *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt:7, Sayı:1 Yıl:2012, ss.167-193, s.170
- Morgenthau, Hans. J. *Uluslararası Politika - Cilt.1-2*, Çevirenler: Baskın Oran Ve Ünsal Oskay, Sevinç Matbaası, - Ankara 1970, S.144-189
- Oğuzlu, Tarık, "Türk Dış Politikasında Davudoğlu Dönemi", *Ortadoğu Analiz*, Eylül 2009, Cilt 1 - Sayı 9
- Oran, Baskın, "Türk Dış Politikası: Temel İlkeleri ve Soğuk Savaş Ertesindeki Durumu Üzerine Notlar" *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 51 Sayı: 1, 1996
- Öztürk, Hasan; Öztürk, Sevinç, *Türkiye'nin Dış Yardım Stratejisi: Sorunlar Ve Öneriler*, BİLGESAM Yayınları Rapor No: 54, Aralık 2012, s.18
- Sander, Oral, *Siyasi Tarih 1918-1994*, 19. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara 2010, s.266-267
- Şahin, Mehmet, "Türkiye'nin Orta Doğu Politikası: Süreklilik Ve Değişim", *Akademik Orta Doğu*, Cilt4, Sayı 2, ss.9-21, s.12,13
- Talas, Mustafa, "Örnek Bir Dış Siyaset Modeli Olarak Atatürk'ün Yurtta Barış Dünyada Barış Politikası", *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, Bahar 2004, Sayı:15, ss.339-354. s.348-350
- Yeşiltaş, Murat; Balcı, Ali, "Ak Parti Dönemi Türk Dış Politikası Sözlüğü: Kavramsal Bir Harita", *Bilgi* (23), 2011 Kış, ss.9 -34, s.12,13
- Yılmaz, Abdullah, Sunda Akdemir, *Örgütlerde Vizyon ve Yönetimi*, Detay Yayıncılık, Ankara 2005, s.23
- URL: "Acil Yardımlar Sıralamasında Dünyada 4.Sıraya Çıkan Türkiye, 100'den Fazla Ülkeye Yardım Eli Uzatıyor", <http://www.kdk.gov.tr/haber/acil-insani-yardimlar-siralamasinda-dunyada-4-siraya-cikan-turkiye-100den-fazla-ulkeye-yardim-eli-uzatiyor/338#.uqbvojix0ty.twitter>, (Erişim Tarihi: 09.02.2014)
- URL:"vision" <http://www.fransizcasozluk.net>
- URL:"vizyon" http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.52135052aee991.63082864
- URL: Büyük Türkçe Sözlük, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.52f95b81e00360.33082902 (Erişim tarihi: 11.02.2014)
- URL: "TİKA Faaliyetleri ve Resmi Kalkınma Yardımları," <http://www.akparti.org.tr/upload/documents/argevizyon-eylul2013.pdf>
- 2012 Yılı Faaliyet Raporu, Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı Başkanlığı, <http://www.tika.gov.tr/yayinlar/faaliyet-raporlari/23>, Sf.22 (Erişim tarihi:14.02.2014)
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bilimsanat&arama=kelime&guid=TDK.GTS.52f960505995c2.85161898, (Erişim tarihi: 11.02.2014)

Karadeniz Teknik Üniversitesi Uluslararası İlişkiler (UI) Bölümü Öğrencilerinin Geleceğe Yönelik Beklentileri

Employment Expectations of Karadeniz Technical University International Relations Students

Öz

Dünyada ve Türkiye’de birkaç küçük istisna hariç üniversiteler eğitim verecekleri bireyleri seçerek kabul ederler ve öğrencileri mezuniyet sonrası meslek sahibi olacak ya da belli alanda uzmanlaşacak şekilde eğitirler. Söz konusu nedenden ötürü yükseköğretimde eğitim gören öğrencilerin üniversite ve bölüm tercihleri seçme sınavlarındaki başarı oranları ile mezuniyet sonrası meslek tercihleri tarafından da şekillendirilir. Bunlara ek olarak, üniversite eğitimiyle elde edilen mesleki uzmanlaşma, mezuniyet sonrası istihdam beklentileri ekonomik büyüme hızı ve nüfus artışıyla yakından ilintilidir. Nüfus artışıyla ekonomik büyüme arasında doğru orantılı bir büyüme gerçekleşmemesi sebep sonuç ilişkisi içinde üniversite mezunlarının arz fazlası oluşturmalarına neden olur. Belirtilen durum kaçınılmaz olarak mezuniyet sonrası iyi bir iş ve meslek sahibi olmayı hedefleyen öğrencilerin meslek seçimleriyle bu seçime bağlı bölüm tercihlerini yakından etkiler. İstihdam olanakları dinamik bir sürece giren ya da gerileyen bölümler Türkiye’deki bazı meslek alanlarında olduğu gibi sürdürülebilirlik sorunu yaşamaya başlar. Bu çalışmanın amaçlarından birisi Uluslararası İlişkiler (UI) bölümünün yakın gelecekte böyle bir sorun yaşayıp yaşamayacağı sorusuna cevap aramaktır. Diğer amaç, Karadeniz Teknik Üniversitesi UI Bölümü’nde eğitim gören öğrencilerin geleceğe yönelik beklentilerini ortaya çıkarmaktır.

Abstract

Except some exceptions all around the world universities enrol students due selection exams and train them towards a profession which they could be employed when graduated. Therefore, university and department preferences of students are steered by their capabilities in the selection exams and profession choices also are effective in this process. In addition, vocational expertise which handled due university education and employment expectations after the graduation are in close interaction with economic and population growth rates. Lack of proportional equality between population growth and economic growth in cause and effect reaction chain pave the way of increasing unemployment rates for university graduates. Thus, this fact inevitably steer student preferences who want to have a favourable profession when graduated. In Turkey, in connection with above mentioned facts, some university departments whose employment possibilities started to decrease face with sustainability problems. One of the basic aims of this paper is to search whether international relations (IR) departments will come across with such problem in near future or not. The other aim is to analyse what are the employment expectations of IR students studying in Karadeniz Technical University.

Giriş

Uluslararası ilişkiler (UI) bölümleri; siyasi tarih, uluslararası hukuk ve uluslararası ilişkiler (teori ve teorik yaklaşımlar) olmak üzere üç anabilim dalından oluşur (Criss, 2006: 50). Uluslararası ilişkilerin üç anabilim dalından iki tanesi olan siyasi tarih ve uluslararası hukuk üniversitelerin hukuk ile edebiyat fakültelerine bağlı bölümlerde kendilerine ait kürsülere sahiptirler. Belirtilen nedenle gerek siyasi tarih gerekse uluslararası hukuk ilgili fakültelerde daha detaylı bir şekilde öğretilmektedirler. Ayrıca anabilim dallarını kapsayan tarih ve hukuk bölümleriyle karşılaştırıldığında UI’nin oldukça genç bir disiplin olduğu görülür. Zira, UI disiplininin sosyal bilimler alanında kendi özerk sahasının varlığına işaret eden ilk kürsüsü 1919 yılında kurulmuştur (Smith ve Booth, 1995: 14). Bu tarihten itibaren gerçekleştirilen kurumsallaşmadan sonra da UI’nin



İsmail Köse

Doç. Dr., Karadeniz Teknik Ün.,
İİBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü
ismailkose@ktu.edu.tr

Article Type / Makale Türü

Research Article / Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler

Uluslararası İlişkiler (UI), İstihdam,
Öğrenciler, Üniversiteler, KTÜ

Keywords

International Relations (IR), Employment,
Students, Universities, KTU

Bilgilendirme

Bu çalışma, 28 Nisan-1 Mayıs 2016 tarihleri arasında İzmir/Çeşme’de gerçekleştirilen VII. Uluslararası İlişkiler Çalışmaları ve Eğitim Kongresi’nde sunulan bildirinin genişletilmiş ve güncellenmiş halidir.

Submitted: 30 / 03 / 2018

Revised: 19 / 04 / 2018

Accepted: 23 / 04 / 2018

hukuk ve siyasi tarihten hemen, tamamen özgülleştirilmesi olası olmamıştır. Çünkü UI'nin gövde anabilim dalı sayılabilecek siyasi tarih ile tarih bölümleri tarihsel olay örgüsünü hemen hemen aynı metodoloji ve yaklaşımla ele almaktadır (Manning, 2003: 104). Aynı savları uluslararası hukuk anabilim dalı için de ileri sürmek olasıdır.

İki ana bilim dalındaki eğitimin daha detaylı olarak diğer fakülteler tarafından da verilmesi keyfiyeti, bölümler arasındaki çapraz korelatif bağlantının yarattığı rekabetçi ortamın da etkisiyle UI mezunlarının iş bulma ve kariyer olanaklarını olumsuz etkilemektedir (Köse, 2014: 110-111). İstihdam olasılıkları, kariyer olanakları ile bölüm tercihleri arasındaki doğru orantı dikkate alındığında UI eğitiminin gelecekte bazı temel sorunlarla karşılaşması kaçınılmazdır. Söz konusu durum yakın gelecekte ülkemizdeki UI eğitiminin sürdürülebilirliğini ve tercih edilirliliğini de tartışmaya açacaktır. Ülkemizde öğrencilerin yarışma sınavlarıyla lise sonrası yükseköğretime yerleştirilmesi sürecinde mutlak yetkili kurum olan Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi'nin (ÖSYM) geleceğe yönelik projeksiyonları ve bölüm kontenjanları UI bölümlerinin geleceğinin şekillenmesinde etkili olacaktır.

Bölüm kontenjanlarının belirlenmesinden sorumlu olan ÖSYM'nin 2015 yılı verilerine göre Türkiye'de ve Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Sistemi (ÖSYS) Kitapçığında yer alan, yurt dışında denkliği tanınan 117 üniversitede ortalama 14.815 UI kontenjanı bulunmaktadır. Bu oldukça yüksek rakamdaki kontenjan sayıları; 2016 ve 2017 yıllarında yaklaşık $\frac{1}{3}$ oranında azaltılarak 10.000 öğrenci düzeyine indirilmiştir. Söz konusu sayının ortalama 4.000'i Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi'ne ayrılan kontenjandan oluşmaktadır. ÖSYM'nin 2015 yılındaki 9.815 kontenjanın 3.722'si yurtdışı dahil paralı eğitim veren vakıf üniversitelerine, kalan 6.093 devlet üniversitesi kontenjanının 3.813'ü gündüz, 2.280'i gece öğretime aittir (ÖSYS Kitapçığı 2015; 2016; 2017). Söz konusu rakamlar 2016 ve 2017 yıllarında da çok fazla değişmemiştir. Kontenjanlar ile birlikte eldeki verilerin de açıkça gösterdiği gibi her yıl ortalama 7.500 kişi UI bölümlerinden mezun olmaktadır. Diğer bir ifadeyle önümüzdeki 10 yıl içerisinde UI mezunlarının ortalama sayısı 75.000'in olacak, mezunların tüm nüfusa oranı ise %0,093'e ulaşacaktır. Disiplinler arası bir bölüm olan UI'den bu kadar yüksek oranda genç neslin eğitim görerek mezun olması bilimsel anlamda önemli bir kazanımdır. Buna karşın aynı yargının istihdam olanakları açısından ileri sürülmesi olanaksızdır.

Ülkemizdeki UI mezunlarının istihdam olanaklarının yoğunlaştığı alanların genellikle; Dışişleri Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, AB Bakanlığı, düşünce kuruluşları, Bankalar, Adalet Bakanlığı, Akademik kadrolar ve özel şirketlerin dış ilişkilerle ilgili kısımları olduğu görülmektedir. Belirtilen seçenekler içinde Dışişleri Bakanlığı, çok sınırlı sayıda; bir ya da birkaç dil bilen adayları yarışma sınavıyla istihdam etmektedir. Diğer bakanlıklar ise farklı bölümlerin de rekabetçi olarak yarışabildiği merkezi ve özel sınavlarla istihdam sağlamaktadırlar. Tüm bu nedenlerin de etkisiyle ekonomik büyüme ile mezun sayısı arasında doğru orantı henüz sürdürülebilir şekilde kurulamadığından özel kuruluşlar dahil UI mensuplarına hitap eden istihdam olanakları her geçen gün biraz daha daralmaktadır.

Bu çalışmanın kapsamındaki devlet üniversitelerinin mezun takip sistemleri ya hiç olmadığı ya da bu sistemler yeterli verimlilikte faaliyet göstermediği için UI öğrencilerinin mezuniyet sonrası istihdam olanakları ile memnuniyetlerini veya karşılaştıkları temel sorunları kantitatif verilerle ölçmek imkansızdır. Eldeki yegâne olanak, halen eğitim görmekte olan öğrencilere yönelik araştırma yapılabilmesidir. Devlet üniversitelerinin tamamına erişmek önemli miktarda bütçeye ve çok daha uzun süreli bir araştırmaya ihtiyaç duymaktadır. Böyle bir araştırma için proje desteği sağlanması çalışmaları halen devam etmektedir.

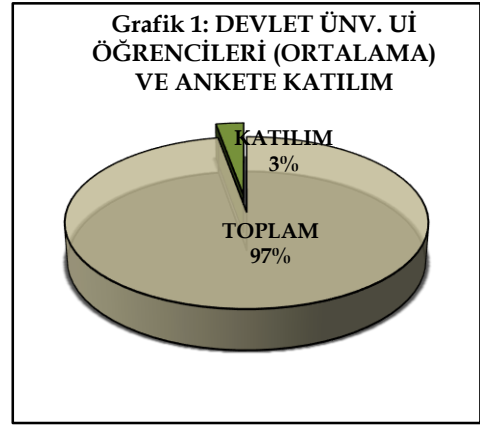
Bir tür ön tespit araştırması olan bu çalışmada kapsam, yukarıda belirtilen maddi olanaklar, zamanlama, fiziksel yeterlilikler vb. gibi bağımsız değişkenler nedeniyle dar tutulmuş, spesifik olarak Karadeniz Teknik Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü öğrencilerinin beklentileri, karşılaştıkları güçlükler doğrultusunda, elde edilen sonuçlara bağlı olarak bölümün sürdürülebilirliği belirlenmeye çalışılmıştır. Tek başına KTÜ UI öğrencilerinin cevaplarından elde edilecek veriler çok fazla anlam ifade etmeyeceğinden, bu çıktıkların Türkiye'nin coğrafi olarak farklı illerinde bulunan Devlet üniversitelerinde eğitim gören UI öğrencilerinin beklentileri, karşılaştıkları

güçlüklerle karşılaştırılması gerekmektedir. Böylece çalışmada Uİ mezunlarının istihdam olanakları, bölüm aidiyetleri, gelecekte beklenenleri ve karşılaştıkları güçlükler irdelenmiş, bu bağlamda istihdamdaki daralmanın Uİ bölümlerini tercihi nasıl etkilediği ve gelecekte ne tür bir planlamanın gerekli olduğu saptanmaya çalışılmıştır. Ayrıca, yine Türkiye'nin farklı Devlet üniversiteleri Uİ bölümlerinde görev yapmakta olan akademisyenlerin belli bir kısmına ulaşılarak öğrenciler ile eğitimcilerin görüşleri karşılaştırılmıştır.

Çalışma, yüz yüze anket yöntemiyle gerçekleştirilerek, durum tespiti yapılmış, elde edilen veriler grafiklerle değerlendirilerek öğrenci yönelimleri ve disiplinin geleceği hakkında bir kanaat oluşturulmasına çalışılmıştır. KTÜ Uİ Bölümü öğrencilerinin tercihlerinin doğrulamasının yapılabilmesi için aynı anket soruları Türkiye'nin coğrafi olarak farklı bölgelerinde bulunan üç Devlet üniversitesi Uİ bölümünde yine birebir iletişim yöntemiyle uygulanmıştır. Akademisyen dağılımı da KTÜ ve diğer devlet üniversitelerinden rastgele olarak seçilerek, cevaplar birebir uygulama metoduyla belirlenmiştir.

1. Yöntem

Uİ Bölümlerinde ders veren öğretim üyeleri ile halen eğitim gören öğrencilerin geleceğe yönelik beklentilerinin tespit edilmesi aynı zamanda Uİ Bölümlerinin yakın geleceği hakkında kantitatif veriler sağlayabilecek niteliktedir. Bu tür bir tespitin en etkili yollarının başında anket uygulamaları gelmektedir. Belirtilen nedenle bu çalışmada da, nitel verilere ulaşılabilmesi için yüz yüze anket yöntemi tercih edilmiştir. Cevapların tutarlılığının sağlanabilmesi ve anket sonuçlarını olumsuz etkileyecek arkadaş, çevre gibi etkilerden bağımsık bir ortam oluşturulabilmesi için internet tabanlı online anket yönteminden kaçınılarak, anket uygulaması kağıt çıktılarla birebir uygulama metoduyla gerçekleştirilmiştir. Söz konusu zorunlu tercih, daha önce de açıklandığı gibi kaçınılmaz olarak hem üniversitelerin Uİ bölümlerine erişimi zorlaştırmış hem de çalışmanın ulaşılabilir hedef kitlesini daraltmıştır.



Geleceğe yönelik beklentileri saptamayı amaçlayan bir araştırmanın Türkiye'de Uİ bölümü bulunan tüm devlet ve vakıf üniversitelerini kapsamaya elde edilecek sonuçlardaki yanılma payını minimize edebilecek bir durumdur. Buna karşın, bu kadar geniş çaplı bir çalışma için yüksek bir bütçe ve Türkiye'nin her yerinde anket uygulayabilecek anketörlere ihtiyaç duyulmaktadır. Zikredilen keyfiyet göz önünde bulundurularak ve eldeki bütçe olanakları doğrultusunda daha dar kapsamlı, Karadeniz Teknik Üniversitesi ve belli devlet üniversiteleriyle sınırlı, bir araştırma yapılması uygun görülmüştür.

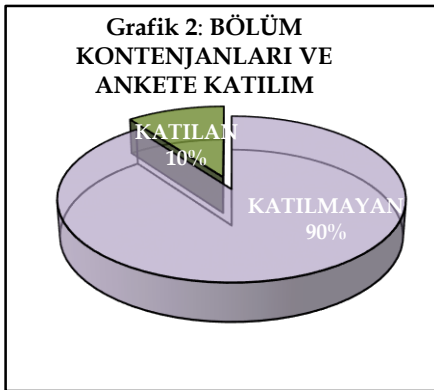
Çalışmanın gerçekleştirilmesi zikredilen üniversitelerdeki Uİ bölümü öğretim üyelerinin karşılıksız, özverili katkılarıyla mümkün olmuştur. Bu kapsamda, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi, Osmangazi Üniversitesi ve Uludağ Üniversitesi Uİ Bölümlerindeki öğrencilere anket uygulanmıştır. Uludağ (Bursa), Osmangazi (Eskişehir) ve Erciyes (Kayseri) gibi coğrafi olarak birbirinden uzak, buldukları kentlerin demografik ve sosyal yapısı birbirinden farklı üç üniversite bu çalışmada kontrol grubu olarak kullanılarak spesifik bir yaklaşımla KTÜ Uİ öğrencilerinin tercihleri üzerinden Devlet üniversitelerindeki Uİ bölümü öğrencilerinin yönelimleri analiz edilmeye çalışılmıştır.

Kontrol grubu üç üniversite Uİ öğrencileri tarafından verilen cevaplar KTÜ Uİ dahil bir bütünlük içinde değerlendirilerek ulusal düzeyde ortalama bir yargı elde edilmeye çalışılmıştır. Böyle bir sonuca ulaşılabilmesi için kontrol grubu ile değerlendirme grubunun cevaplarının yüzdellik dilimleri arasında belirgin farklılıklar olmaması gereklidir. Karşılaştırmalı analizler ve grafikler her iki grubun cevapları arasında belirgin bir fark olmadığını ortaya koyduğu için ulusal düzeyde değerlendirme yapılabilmesi mümkün olmuştur.

Anket uygulanan kişilerin, özellikle öğrencilerin uzun sorulardan oluşup cevaplaması iki dakikadan fazla süren anketleri ya hiç okumadıkları ya da üstünkörü bir yöntemle okuyarak cevaplandıkları bilinen bir keyfettir. Bu nedenle Uİ beklentilerini ve geleceğe yönelik telakkileri ölçmeyi amaçlayan bu çalışmada sorular kısa tutulup, mümkün olduğu oranda net ve anlaşılabilir yazılmışlardır. Öğrencilere beş soru sorulmuş, cevaplayıcıların hissiyatlarının ölçülebilmesi amacıyla soruların altına nicel değerlendirmeye yönelik 1 ile 10 arasında değişen bir puanlama skalası eklenmiştir. Cevapların samimi ve hissedilen gerçek duyguları yansıtabilmesi için, cevaplayıcının kimliğinin tespit edilebileceğinden endişelenmemesi ön koşuldur. Bu amaçla el yazısı, isim, cinsiyet, sınıf, öğrenci numarası gibi tanımlayıcı bilgilerin anket kâğıdına yazılması istenmemiştir.

Öğrenciler bazı soruları boş bırakarak cevap vermemeyi, bazı sorularda ise cevaplarını puanlamamayı yeğlemiştir. Puanlanmamış cevapların, durum analizinde kullanılacak standart sapmayı etkilememesi için cevabın olumlu ya da olumsuz olması dikkate alınmaksızın puanlanmamış cevapların puanı "1" olarak kabul edilmiştir. Anket tüm sınıflara, gece ve gündüz eğitim dahil karma olarak uygulanmıştır. Cevaplayıcıların cinsiyetlerinin belirtilmesinin istenmesinden özellikle kaçınıldığı için cevapların kız ve erkek öğrenci tercihi şeklinde ya da eğitim görülen dönem sayısına göre kategorik olarak sınıflandırılması; dolayısıyla cinsiyet temelinde çapraz değerlendirilmesi mümkün olmamıştır.

Olanaklar ölçüsünde kısa tutulan anket beş sorudan oluşmuştur. Devlet üniversitelerine, AÖF



hariç her yıl ortalama 6.000 Uİ öğrencisi kabul edilmektedir. Son yıllarda kontenjanlar belli bir standarda oturtulduğundan kabul sayısının daha az olamayacağı varsayılmıştır. Uİ bölümlerine kayıt yaptıran öğrenci sayısı son dört yıl için sabit kabul edilirse, hazırlık sınıfları ve normal öğretim süresinde mezun olamayanlar hariç, Devlet üniversitelerinin Uİ bölümlerinde içinde bulunduğumuz zaman diliminde yaklaşık 24.000 öğrencinin eğitim gördüğünü saptamak olasıdır.

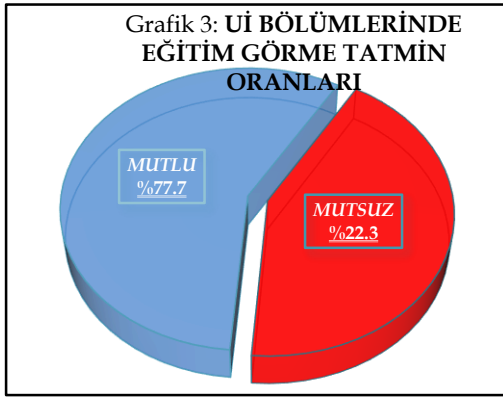
Ankete, ortalama 700 Uİ öğrencisi katılmıştır. Böylece ankete katılımın devlet üniversitelerinde eğitim gören toplam Uİ öğrencilerinin ortalama %3'üne (%2.91) denk geldiği görülür.

Diğer bir ifadeyle anket esnasında hedef kitle 100 öğrenciden 3'üne ulaşılabilmiştir ve bu oran, elde edilen karşılaştırmalı veriler arasında büyük farklar doğmadığı sürece, KTÜ Uİ'de eğitim gören öğrencilerin geleceğe yönelik beklentileriyle Uİ öğrencilerinin ortalama genel düşünceleri hakkında bir kanaat oluşturulabilmesi için yeterlidir. Ayrıca her yıl Uİ bölümlerine kayıt yaptırılacak kontenjanlar dikkate alındığında katılım oranının %10 gibi oldukça yüksek bir rakama ulaştığı görülmektedir.

Anket çalışması öğrencilere ek olarak, yüz yüze soru sorma metoduyla KTÜ Uİ Bölümü'nde görev yapan, akademik unvana sahip öğretim üyeleriyle Türkiye'nin değişik yerlerinde Devlet üniversitelerinde görev yapan yine akademik unvana sahip Uİ öğretim üyelerine de uygulanmıştır. Anket uygulanan toplam öğretim üyesi sayısı: 27 Yardımcı Doçent; 9 Doçent ve 11 Profesör olmak üzere 47'dir. Ülkemizde Uİ Bölümü olan ortalama 50 Devlet üniversitesi bulunduğu ve her Uİ Bölümünde akademik unvanlı ortalama 12 öğretim üyesinin görev yaptığı varsayıldığında yaklaşık bir rakamla devlet üniversitelerinin Uİ Bölümlerinde toplamda 600 akademisyenin istihdam edildiğini söylemek olasıdır. Bu durumda anket uygulamasıyla Uİ Öğretim üyelerinin %13'üne ulaşılmıştır.

Ankete verilen cevaplar kategorik bir yöntemle sınıflandırılmış, elde edilen sonuçlar excel formülasyonu tabanına işlenerek sayısal veriler şeklinde kaydedilmiştir. Sayısal verilerin analizini kolaylaştırabilmek ve çıktıları somutlaştırabilmek için elde edilen bulgular grafiklere dönüştürülmüştür. Sayısal verilerin çapraz analizlerinin de önemli sonuçlar verebilmesi mümkündür. Buna karşın anket kısa tutulup, cinsiyet, sınıf, gece/gündüz gibi ayırıcı bilgiler kapsam dışı bırakıldığından, çapraz bağlantılar kurularak SPSS programında değerlendirme yapılması olası olmamıştır.

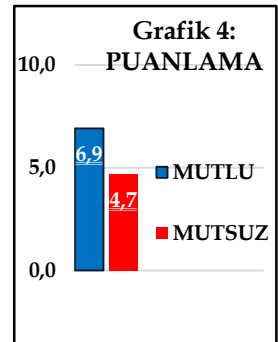
2. Öğrencilerin Geleceğe Yönelik Beklentileri ve Uİ Öğretim Üyelerinin Yaklaşımları



Çalışmanın giriş kısmında da belirtildiği gibi, Uİ bölümlerinin geleceği eğitim gören öğrencilerin bölüme olan ilgileriyle, bölümde eğitim görmekten duydukları memnuniyet düzeyiyle yakından ilintilidir. Belirtilen amaçla araştırmada ilk olarak zikredilen durumun saptanmasına çalışılarak öğrencilere “Uİ bölümlerinde eğitim görmekten mutlu olup olmadıkları” sorulmuş, cevaplarını puanlamaları istenmiştir. Yöntem başlığı altında bahsedilen dört üniversitede eğitim gören Uİ öğrencilerinin yanıtları kanaat oluşturabilecek verileri sağlamıştır (Öğrenciler Anket Soru 1).

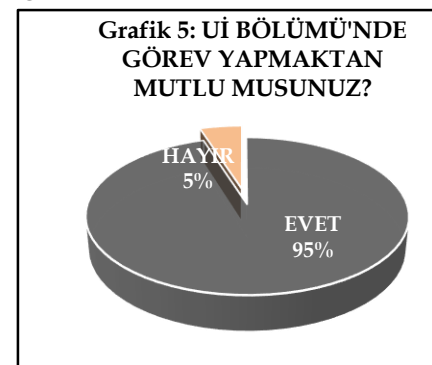
Gerek KTÜ Uİ gerekse kontrol grubundaki ortalama 700 öğrencinin cevapları ve puanlamaları enteresan sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Zira, istihdam olanaklarının her geçen gün daha fazla daralmasının Uİ öğrencilerinin geleceğe yönelik beklentilerini olumsuz etkileyen bir keyfiyet olduğu bilinmektedir. Buna karşın öğrencilerin 583’ü bölümde eğitim görmekten mutlu olduklarını belirtmişlerdir. Böylece cevaplayıcıların yaklaşık %77’sinin, diğer bir ifadeyle $\frac{3}{4}$ ’ten fazlasının Uİ bölümünde bulunmaktan memnun olduğunu söylemek mümkündür. Sadece KTÜ Uİ öğrencilerinin verdiği cevaplar değerlendirildiğinde sonucun değişmediği görülmüştür. Şöyle ki, KTÜ Uİ öğrencileri de, %77 oranında bölümde eğitim görmekten mutlu olduklarını belirtmişlerdir. Bu sonuç Uİ bölümlerinin geleceğiyle ve sürdürülebilirliğiyle ilgili olarak ileriye yönelik ümit verici bir çıktıdır.

Toplam sayı içinde aynı soruya 154 öğrenci mutlu olmadığı şeklinde cevap vermiştir. KTÜ Uİ öğrencilerinin mutsuz cevabı verenlerin sayısı 99 kişidir. Cevaplayıcıların %23’ünün (toplamda $\frac{1}{4}$ ’ten daha az) Uİ bölümlerinde eğitim görmekten memnuniyetsizliği anlamına gelen bu cevap irdelenmelidir. Nitekim sayısal olarak $\frac{1}{4}$ toplam içinde çok önemli bir rakam olarak görülmesi de dikkate alınması gerekli oldukça belirgin bir hoşnutsuzluğa işaret etmektedir. Söz konusu hoşnutsuzluğun ileri araştırmalarla sebep-sonuç ilişkisi içerisinde analiz edilmesi yerinde olacaktır.



Öğrencilerden cevaplarını puanlamaları istenmiştir. Puanlama az mutlu 1, çok mutlu 10 şeklinde yapılmıştır. Yaklaşık 50 öğrenci çok mutlu olduğunu gösteren 10 puan kutucuğunu işaretlemiştir. Mutlu olduğunu belirten öğrencilerin 10 üzerinden puan ortalaması 6.9’dur. Söz konusu oran mutsuz olduğunu belirtenlerle karşılaştırıldığında yaklaşık iki puan yüksektir. KTÜ Uİ öğrencilerinin mutluluk puan ortalaması genel eğilimle hemen aynı olarak 7’dir.

Bölümde eğitim görmekten mutsuz olduğu seçeneğini işaretleyen öğrencilerden de cevaplarını 10 üzerinden: az mutsuzdan çok mutsuz doğru puanlaması istenmiştir. Mutsuz öğrencilerin verdiği puan ortalaması 4.7’dir. KTÜ Uİ öğrencilerinin de mutsuz puan ortalaması 4.6 ile hemen hemen bu rakamla aynıdır. Söz konusu ortalama 5’in altındadır ve çok yüksek değildir. Buna karşın 11 öğrenci, çok mutsuz anlamına gelen 10 puan kutucuğunu işaretlemiştir. Bölümde eğitim gören öğrencilerin tamamının memnun olup, yüksek puanlı memnuniyet kutucuğunu işaretlemesi beklenebilecek bir durum değildir. Buna karşın özellikle mutsuz öğrencilerin gerekçelerinin irdelenerek çözüm önerileri getirilmesi ileriye dönük politikalar için olumlu bir adım olacaktır.



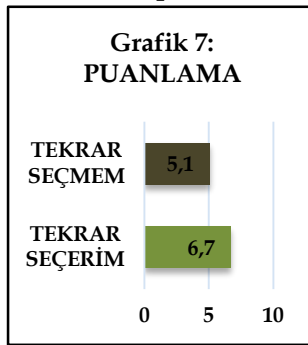
Bölüm aidiyet ve memnuniyetini belirlemeye yönelik benzer soru, “Uİ Bölümünde görev yapmaktan mutlu musunuz?” şeklinde Uİ öğretim üyelerine sorulduğunda; 43 akademisyen evet, 2 akademisyen hayır cevabı vermiştir. Evet cevabı veren akademisyenlerin mutluluk puanı ortalaması 8.4, bölümde

görev yapmaktan mutlu olmadığını belirten akademisyenlerin puan ortalaması 6.0'dır (Öğretim Üyeleri Anket Soru 5).

Çalışmada KTÜ Uİ'de görev yapmakta olan akademisyenlerin cevaplarının genelden bağımsız şekilde değerlendirilmesinden kaçınılmıştır. Zira böyle bir metot uygulanması halinde, cevaplar çok kısıtlı bir sayıdaki öğretim üyesiyle ilintilendirilmiş olabilir, bu durum öğretim üyelerinin şahsi düşüncelerinin kendilerinden izinsiz bir şekilde açıklanmasına sebebiyet vererek anketin amacından sapması gibi aykırı bir sonuç ortaya çıkartabilecekti. Bu sebeple diğer üniversitelerde görev yapan öğretim üyeleri kontrol grubu olarak kullanılıp, KTÜ Uİ öğretim üyelerinin karşılaştırmalı görüşlerini ortaya çıkarmaya yönelik analizlere yer verilememiştir. Elde edilen toplu sonuçlar doğrultusunda öğrencilerden farklı olarak ankete katılan öğretim üyelerinin hemen tamamının Uİ bölümlerinde görev yapmaktan mutlu oldukları görülmektedir.

Öğrencilerin Uİ bölümlerine ilgilerinin ve memnuniyetlerinin ölçülebilmesini sağlamaya yönelik sorgulama kaçınılmaz olarak bölümün geleceği ve sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir. Birinci soruya verilen cevap Uİ öğrencilerinin büyük oranda bölümde eğitim görmekten mutlu olduklarını göstermektedir. Buna karşın aynı öğrencilerin sayısı ve oranı bir kez daha üniversite sınavına girmeleri durumunda Uİ bölümünü tekrar seçip seçmeyecekleri şeklindeki soruya verilen yanıtlarda azalma yönlü bir eğilimle önemli bir değişim göstermiştir.

Nitekim bu doğrultudaki soruya verilen cevaplar ile ilk soruya verilenler arasında dikkat çekici bir sapma mevcuttur. Şöyle ki, bölümde eğitim görmekten duyulan memnuniyet oranı %77.7 gibi yüksek bir rakam iken, aynı oran tekrar Uİ bölümünü seçme tercihinde %56'ya düşmüştür. Mutsuz öğrenci oranı %22.3 iken, tekrar seçmeyeceği cevabını verenlerin oranı %44 gibi hemen hemen ½ oranına yakın bir düzeye ulaşmıştır (Öğrenciler Anket Soru 3). Söz konusu sonuç Uİ bölümünün geleceğe yönelik politikalarının gözden geçirilmesini gerektirmektedir. Nitekim sürdürülebilirlik öğrenci tercihleriyle doğru orantılı olduğu için tercihteki sapmanın dikkate alınmasının sürdürülebilirliğe katkı sağlaması beklenebilir.



Bölüm tercihi ile ilgili soruda da birinci soruyla benzer şekilde 1'den 10'a kadar puanlama yapılması istenmiştir. Olumlu ve olumsuz yanıtların puanlamasından verilen cevaptan emin olunma derecesinin tespiti mümkündür. Kontrol grubunda tekrar seçmem cevabı verenlerin puan ortalaması 5.1'dir. Bu durum öğrencilerin cevaplarından çok fazla emin olmadıklarını göstermektedir. Bölümü yeniden seçmeyi düşünmeyenlere karşın, tekrar aynı tercihte bulunacağı yanıtı verenlerin puan ortalaması 6.7'dir. Bu ortalama olumlu yönde tercih kullananların cevaplarından karşılaştırmalı bir analizle daha emin olduklarını göstermektedir.

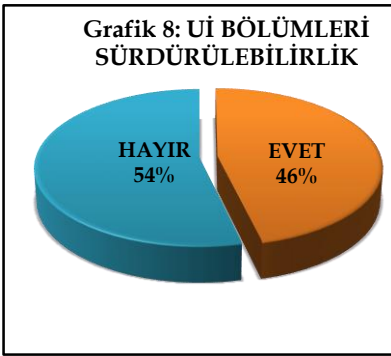
KTÜ Uİ öğrencilerinin 3. soruya verdikleri yanıtlar da genel cevaplarla benzer şekilde %47 tekrar seçmem, %53 tekrar seçerim şeklindedir. Puan ortalaması tekrar seçerim cevabında %6.8, seçmem cevabında ise %5.1'dir. KTÜ Uİ öğrencilerinin, bölümü tekrar seçmeme oranı genel ortalamadan çok az bir farkla daha yüksektir. Puanlamada, seçmem cevabı veren öğrenciler ile seçerim cevabı verenler arasında genel sıralama içinde çok fazla tercih farklılığı göze çarpmamaktadır. Birbirinden uzak coğrafi bölgelerdeki Devlet üniversitesi öğrencilerine yönelik çalışmadan elde edilen sonuçtan, anketin uygulandığı üniversite sayılarının artırılması durumunda da sonuçların çok fazla değişmeyeceği saptamasını yapmak olasıdır.

Sonuçların irdelenmesi yerinde olacaktır. Zira, Uİ öğrencilerinin tercihlerindeki değişimin çok sayıda farklı nedeninin bulunması olasıdır. İlk cevap ile ikinci cevap karşılaştırıldığında şöyle bir saptama yapılabilir. Öğrenciler bölümde eğitim görmekten mutludur fakat gelecek kaygıları nedeniyle istihdam olanakları daha geniş yayılım gösteren bölümlerde okumayı tercih

etme eğilimi mevcuttur. İstihdam kaygılarının yukarıdaki tercihte etkili olmadığını varsaymak mezuniyet beklentilerine aykırıdır. Nitekim söz konusu kaygının varlığı meslek tercihleri seçeneğinde açıkça görülmektedir.

Yüzeysel bir analizin kolaylıkla gösterebileceği gibi %56 gibi 1/2 oranının üzerinde seçim tercihi önemlidir. Bu tercih bölümde eğitim görme istekliliği ve aidiyet hissinin işaretidir. Söz konusu yönelim ileriye dönük beklentiler ile politikaları teşvik edici bir göstergedir. Buna karşın, %44 şeklinde yarıya yakın bir kısmın isteksizliği ve aidiyet sorunu, sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi açısından dikkate alınması gerekli oldukça yüksek bir orandır.

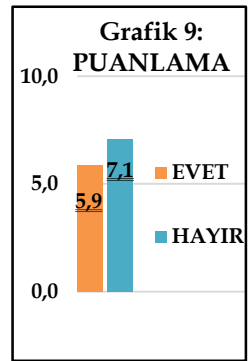
Memnuniyetle ilgili cevaplar analiz edildiğinde UI bölümlerinin geleceğine yönelik kaygıların güçlü gerekçeler üzerine temellendiğini saptamak olasıdır. Zira, bu tespit tersten okunduğunda elde edilecek sonuç dikkate değerdir. Öğrencilerin cevap yönelimine göre; bölümde eğitim gören öğrenciler şayet bir kez daha yükseköğretim sınavına girip, bölüm değiştirebilmek gibi bir fırsat elde etmeleri durumunda bölüme kayıt yaptıran öğrenci sayısı ortalama %50 düşebilecektir. Bu



durumda UI bölümlerinin yakın gelecekte sürdürülebilirlik sorunu yaşaması kaçınılmaz olacaktır. Elde edilen sonuç, özenli bir ileri araştırma ve analizi gerektirmektedir. Belirtilen noktada UI bölümlerinde görev yapan öğretim üyelerinin sürdürülebilirlikle ilgili düşünceleri geleceğe yönelik politikaların belirlenmesinde yol gösterici olabilecektir.

Sürdürülebilirliği tespit etmeye yönelik soru öğrencilerden farklı olarak öğretim üyelerine doğrudan sorulmuştur. Uluslararası ilişkiler bölümlerinin gelecekte sürdürülebilirlik sorunu yaşayıp yaşamayacağı şeklindeki soruya, ankete katılan UI öğretim üyelerinin 21'i evet, 25'i hayır cevabı vermiştir. Öğretim üyelerinden cevaplarından emin olma derecelerini puanlamaları da istenmiştir. Gelecekte sürdürülebilirlik sorunu yaşanacağını düşünen öğretim üyelerinin ortalama değerlendirme puanı 5.9 iken hayır cevaplarına verilen ortalama puanın 7.1 olduğu görülmüştür (Öğretim Üyeleri Anket Soru 1). Gerek puanlamada gerekse hemen yarıya yakın görüş dağılımında elde edilen sonuçlardan, öğretim üyeleri ile öğrenciler tarafından verilen cevaplar arasında çok az fark bulunduğu saptaması dikkat çekicidir. Bununla birlikte, çoğunluk görüşünün sürdürülebilirlik sorunu yaşanmayacağı şeklinde olduğunu söylemek hatalı olmayacaktır.

Bu çalışmanın, 2016 yılı Nisan-Mayıs aylarında gerçekleştirilen Çeşme UI Kongresi'nde sunulan kısmı UI Bölümlerinin sürdürülebilirlik problemi üzerinde yoğunlaşmıştı. Fakat sunum yapıldığında UI öğretim üyelerinin görüşleri henüz bilinmiyordu. Buna karşın, sunum esnasında dinleyici UI akademisyenlerinin hemen tamamı sürdürülebilirliğin gelecekte önemli bir sorun olabileceği tezini desteklemeyen bir görüş belirtmişti. Açıkça görüldüğü gibi sürdürülebilirlik konusunda UI öğretim üyeleri kesin bir yargıya sahip değildir. Buna karşın, sorun yaşanmayacağını düşünenlerin sayısı, sunum esnasındaki görüşe benzer olarak daha yüksektir ve bu düşüncedekiler 7.1 ortalama ile verdikleri cevaptan daha emindirler.



3. Uluslararası İlişkiler Bölümlerinin İstihdam Olanakları

Dünyada ve dolayısıyla ülkemizde geçerli evrensel kural üniversitelerdeki bölümler ile uzmanlaşmanın istihdam olanaklarıyla karşılıklı bağit içerisinde olmasıdır. Bu bağlamda UI bölümleri, mezunlarına istihdam olanağı sundukları oranda tercih edileceklerdir. Öğrencilerin istihdam seçimleri aynı zamanda geleceğe yönelik beklentilerini de ortaya koyacağı için ankette öğrencilere mezun olduklarında hangi kurum(lar)da istihdam edilebilmeyi planladıkları sorulmuştur. Cevapların belli alanda toplanıp, dengeli bir dağılım elde edilebilmesi amacıyla beş seçenekte olası istihdam alanları; son seçenekte "diğer" parantez "()" içinde belirtiniz şeklinde açık uçlu tercih olasılığına imkân tanınarak, varsa farklı beklentilerin belirlenmesi amaçlanmıştır (Öğrenciler Anket Soru 2).

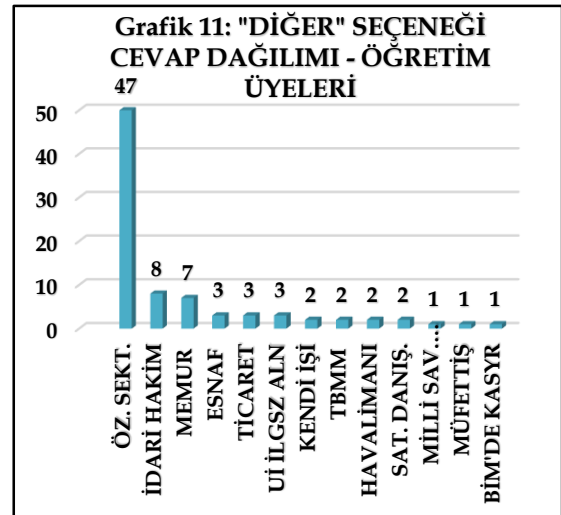
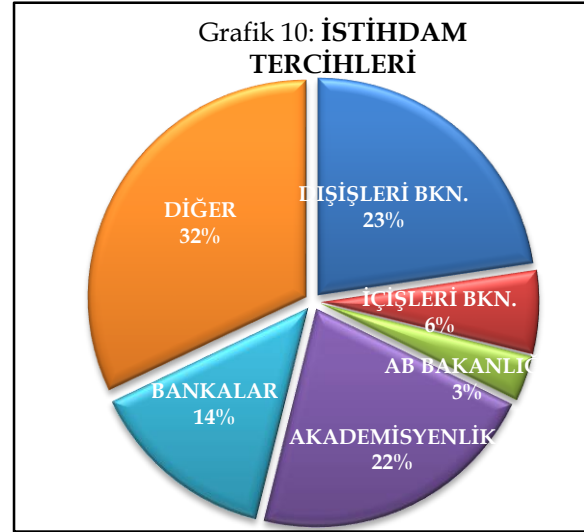
Mezuniyet sonrası hangi alanda iş bulunabileceğine yönelik soruya verilen cevapların dağılımı sağ üst köşedeki grafikte görülmektedir. Söz konusu soruya cevap veren toplam 711 öğrencinin 161'i Dışişleri Bakanlığı'nı ilk istihdam tercihi arasında göstermiştir. Bu miktar genel toplamda %23 oranına denk gelmektedir. Dışişleri Bakanlığı seçiminin yaklaşık ¼ oranında tercih edilmesi dikkat çekicidir.

Nitekim UI mezunlarının alanlarına yönelik en uygun istihdam sahası Dışişleri Bakanlığı bünyesinde yer almaktadır. Buna karşın istihdam ya da meslek tercihlerine yönelik cevapların sınıflandırılması neticesinde geleceğe yönelik beklentileri; hatta zorunlu tercihleri gösteren bir dağılım ortaya çıkmıştır. Grafikte de görüldüğü üzere, UI bölümü mezunlarının ilk hedefi olması gereken Dışişleri Bakanlığı'nda istihdam beklentisi ya da Bakanlık'ta kariyeri hedefleyen öğrenci sayısı mesleki eğitimde kabul edilebilir sınırların altındadır.

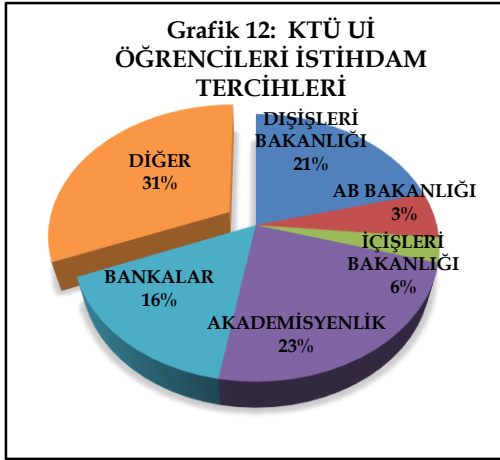
Dışişleri Bakanlığı'na yönelik istihdam ilgi ve ümidinin bu kadar düşük şekillenmesinde; Bakanlık sınavlarının yarış şeklinde oldukça zor ve kabullerin çok sınırlı olması, yazılı sınav sonrasında ikinci basamak sınavı sözlülerin adil olmadığı şeklindeki kuşkular, Bakanlık'ta istihdamın en az bir dile çok iyi hakim olmayı gerektirmesi, son atama sürecinde *clientist* uygulamaların belirleyici rolü gibi söylentilerin oluşturduğu cesaret kırıcı faktörlerin de etkili olduğu keyfiyeti göz ardı edilemez. Bakanlık'ta istihdam istek ile beklentisinin bu kadar düşük olması, öğrencilerin diplomasi öğretilen bir bölümden mezun olduklarında diplomat olmayı düşünmedikleri ya da böyle bir ümit taşımadıkları şeklinde ironik bir durum ortaya çıkarmaktadır.

Öğrenci tercihlerinden daha enteresan sonuç, UI öğretim üyelerinin benzer soruya verdiği yanıtta görülmektedir. Şöyle ki ankete katılan akademisyenlerden hiçbiri spesifik ya da öncelikli olarak öğrencilerin Dışişleri Bakanlığı'nda istihdam olabileceği seçeneğini işaretlememiştir (Öğretim Üyeleri Anket Soru 2). Bu tercihte ya öğrencilerin Dışişleri Bakanlığı meslek memuru olmak için yeterli donanımına sahip olmadıkları düşüncesi ya da gerçekten Bakanlığa girişin *clientist* yaklaşımlar nedeniyle olanaksız olduğunun düşünülmesi etkide bulunmuş olmalıdır. Her iki durumda da, gerek öğrenci gerekse akademisyen tercihlerinin ileri araştırmalarla irdelenmesi gerekmektedir.

Öğrenciler tarafından Dışişleri Bakanlığı'ndan sonra en çok tercih edilen istihdam alanı %22 oranla akademisyenliktir. Akademisyenliği ilk meslek



tercihi şeklinde işaretleyen öğrenci sayısı 154'tür. İdealist bir meslek olan ve sürekli araştırmayı gerektiren akademisyenliğin ¼ oranına ulaşabilecek bir düzeyde, hemen hemen Dışişleri Bakanlığı'na yakın bir oranda tercih edilmesi ilgi çekici diğer bir durumdur.



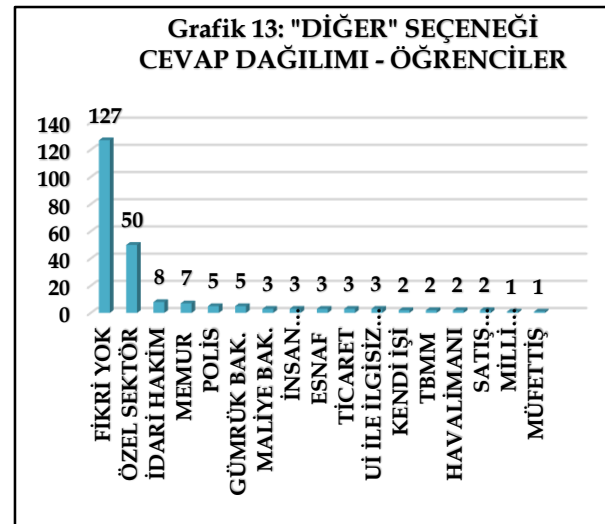
Akademisyenlik tercihinde diğer alanlarda yaşanan istihdam darlığının etkili olduğu açıktır. Öğrencilerin tercihine benzer şekilde ankete katılan 47 Uİ öğretim üyesi içerisinde 21'i de öğrencilerin gelecekte istihdam edilebileceği alan olarak akademisyen seçeneğini işaretlemişlerdir. Uİ öğretim üyeleriyle öğrencilerin ilk iki meslek tercihleri arasında gerek yüzdeler gerekse tercih oranlaması açısından ortalama bir yakınlık ve paralellik mevcuttur. Öğretim üyeleri istihdam öngörü dağılımı önceki sayfada; öğrenci tercih dağılımı ise yandaki tabloda görülmektedir.

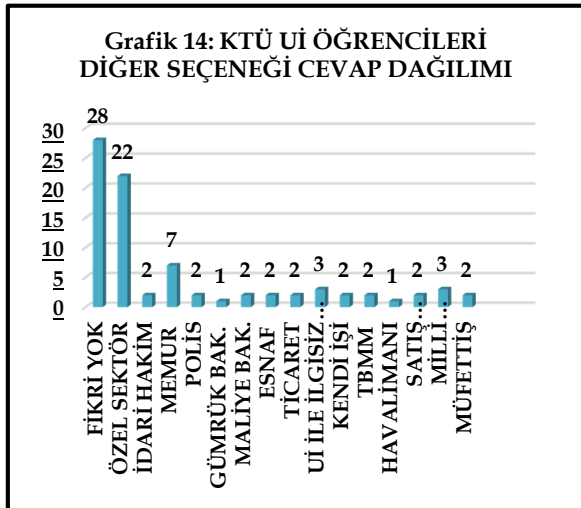
Tercih dağılımında, kamu ve özel ayrımı yapılmaksızın bankalar üçüncü sıradadır. Ankete katılan 100 öğrenci, toplamda %14'e denk gelen bir oranda mezun olduğunda bankalarda iş bulmayı ümit ettiklerini, hatta kararlı bir şekilde isteklerinin bu yönde olduğunu belirtmişlerdir. Özellikle özel bankaların genellikle daha açık ufuklu, yeniliğe adaptasyonu hızlı olduğu için Uİ mezunlarını tercih ettikleri bilinmektedir. Buna karşın Uİ müfredatı bankada istihdama yönelik çok fazla alt yapı sağlamamaktadır. Bankada istihdam edilmeyi planlayan Uİ öğrencileri, İİB Fakültelerinin maliye, işletme, iktisat ve ekonometri bölümlerindeki ilgili seçmeli derslere devam ederek söz konusu açığı kapatmak mecburiyetindedirler.

Meslek tercihlerinde İçişleri Bakanlığı 44 tercihle (%6) dördüncü, AB Bakanlığı 24 tercihle (%3) beşinci sıradadır. Uİ mezunları, kaymakamlık, müfettişlik, uzmanlık vb. gibi alanlardaki sınavlara girebilmekte, bu çalışma kollarında istihdam edilebilmektedir. Buna karşın Dışişleri ile benzer şekilde İçişleri Bakanlığı'nda da istihdam tercih ve istekliliğinin oldukça düşük olması dikkat çekicidir.

Benzer şekilde AB Bakanlığı'nı tercih de oldukça düşüktür. Diğer köklü emsalleriyle karşılaştırıldığında AB Bakanlığı'nın yeni bir kuruluş olduğu bilinmektedir. Türkiye'ye, 1999 yılındaki Helsinki Zirvesiyle üyelik aday ülke statüsü tanınmıştır. Bu nedenle, son dönemdeki durağanlık ve art arda yaşanan krizlere rağmen, AB Bakanlığı bugün ve gelecekte Türkiye-AB ilişkilerini şekillendirecek politikaların oluşturulmasında önemli bir rol üstlenecektir.

AB Bakanlığı çalışma alanı Dışişleri ile benzer şekilde Uİ mezunlarının müfredat ve formasyonu ile doğrudan ilgilidir. Bakanlık yeni bir kuruluş olduğundan kariyer olanakları da diğer emsallerinden daha geniştir. Buna karşın, AB Bakanlığı'nın istihdam seçeneği olarak değerlendirilmesi tercih sıralamasında %3 gibi düşük bir oranda kalmıştır. Bakanlığın öğrencilere daha iyi anlatılıp gelecekte oynayacağı rol hakkında yapılacak bilgilendirme faaliyetlerinin tercih oranlarını yukarı çekmesi mümkündür.





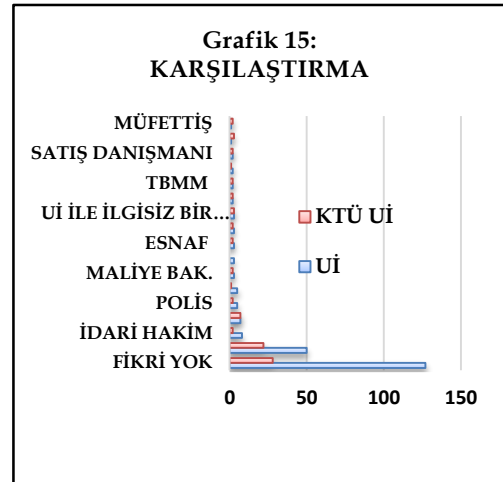
Öğrencilerden, istihdam tercihlerini işaretlerken sayet isterlerse ilgili kutucuğu boş bırakarak tercihte bulunmayabilecekleri belirtilmiştir. Katılımcı 127 öğrenci herhangi bir meslek belirtmekten kaçınarak bu alanı boş bırakmıştır. Söz konusu durumdan, katılımcı öğrencilerin yaklaşık %15'inin gelecekte hangi alanda istihdam edilmeyi ümit ettiğine yönelik bir beklentisi ya da belirli bir planının bulunmadığını saptamak olasıdır. Geleceğe yönelik istihdam ve meslek tercihlerinde en yüksek oran %33 ile, diğer bir ifadeyle 1/3 oranında "diğer" seçeneğine aittir. Ankete katılan 711 öğrencinin 228'i, Dışişleri, İçişleri, AB Bakanlıkları, Akademisyenlik ve Bankalar seçeneklerini boş bırakarak, istihdam beklenti ve hedefleri için diğer kutucuğunu işaretlemiştir.

Dağılım önceki sayfadaki grafikte görülmektedir.

Diğer seçeneğini işaretleyenlerden 9 öğrenci Maliye, Gümrük ve Milli Savunma bakanlıklarının birinde istihdam edilmeyi umduğunu kaydederken, 50 öğrenci özel sektörde (ulusal ve uluslararası şirketler) çalışmak istediğini belirtmiştir. Uİ mezunları, son yıllarda idari hakimlik sınavına girebilme hakkı kazanmıştır, 8 öğrenci bu seçeneği işaretlemiştir. Meslek tercihleri içerisinde 5 öğrenci polis, 3 öğrenci Uİ ile ilgisiz bir alan, 2 öğrenci satış danışman 7 öğrenci memuriyet seçeneğini işaretlemiştir. Son meslek seçeneklerinin önemli bir kısmı dört yıllık fakülte mezunu olmayı gerektirmemektedir. Buna karşın, ortalama 26 öğrenci (%4) söz konusu mesleklerde istihdam edilmeyi umduklarını gösteren kutucuğu işaretlemiştir.

İstihdam ve meslek seçimleriyle ilgili olarak KTÜ Uİ öğrencilerinin tercihleri ile diğer üç üniversitedeki öğrencilerin tercihleri arasında değerlendirmede esaslı anlam ifade etmeyecek çok küçük bir fark vardır. Her iki grafikte de görüldüğü üzere kontrol grubu olarak kabul edilebilecek Uludağ, Osmangazi ve Erciyes Üniversiteleri Uİ öğrencilerinin %32'si, KTÜ Uİ öğrencilerinin ise %31'i istihdam beklentisi olarak "diğer" seçeneğini işaretlemiştir. Benzer şekilde Dışişleri Bakanlığı seçeneğini işaretleyen kontrol grubu öğrencilerinin oranı %23 iken, bu oran KTÜ Uİ öğrencilerinde ortalama %21'dir. KTÜ Uİ öğrencilerinin tercihleri sol üstteki grafikte görülmektedir.

Kontrol grubu üç üniversite Uİ öğrencilerinin akademisyenlik tercihi %22, banka tercihi %14, İçişleri Bakanlığı tercihi %6, AB Bakanlığı tercihi ise %3'tür. KTÜ Uİ öğrencilerinin akademisyenlik tercihi %23, diğer tercihleri sırasıyla, %16, %6 ve %3'tür. Rastgele oluşan bu tercihlerin de aynı şablondan çıkmışçasına benzer olduğu görülmektedir. Yüzdeler oranlar ve yoğunlaşma, açık uçlu diğer meslek seçeneklerinde de çok büyük farklılık göstermeyerek birbirine yakındır. Diğer seçeneğine verilen cevapların sağ üstteki karşılaştırmalı grafiksel görüntüsünde de açıkça görüldüğü üzere, kontrol grubu ile KTÜ Uİ öğrencilerinin açık uçlu soruda belirttikleri meslek tercihleri arasında analiz değeri ifade edebilecek keskin bir fark ya da veri kümelmesi yoktur.



4. Lisans Eğitiminde Uygulanan Müfredat ile Meslek Sınavları Arasındaki Uyum

Önceki bölümde açıklanan nedenlere ek olarak öğrencilerin istihdam seçimlerinde, meslek kabul sınavları da etkili olmaktadır. Nitekim tıp fakülteleri ve avukatlık mesleğini seçen hukuk mezunları hariç, yükseköğretimden mezun olan hemen her öğrenci istihdam edilebilmek ya da meslek seçebilmek için mezuniyet sonrası yarış usulüyle yapılan meslek sınavlarına girmek zorundadır. Belirtilen nedenle öğrencilerin lisans eğitimleri esnasında aldıkları dersler ile mesul tutuldukları müfredat, mezuniyet sonrasındaki beklenti, meslek sınavı ve istihdam olanakları için büyük önem arz etmektedir. Bu durum Uİ bölümleri için de geçerlidir ve bölümlerin geleceği ile öğrenci aidiyeti üzerinde belirleyici etkiye sahip mutlaka dikkate alınması gerekli etmenler listesinin ilk sıralarında kendisine yer bulabilmektedir.

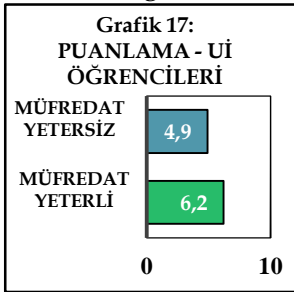
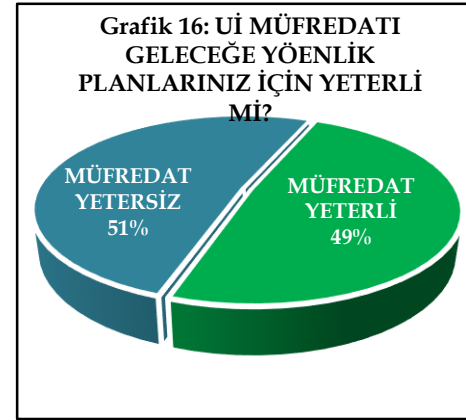
Anket çalışmasında Uİ öğrencilerine bölümde gördükleri derslerin geleceğe yönelik beklentileriyle örtüşüp örtüşmediği sorularak, yanıtlarını puanlamaları istenmiştir. Bilindiği gibi Uİ bölümlerinde devletler hukuku, uluslararası ilişkiler teorileri ve siyasi tarih dersleri ağırlıklı olarak öğretilmektedir. Bu nedenle ders müfredatları, doğrudan Uİ ile ilgili olmayan meslek seçimlerinde yetersiz kalabilmektedir.

Önceki sorulara verilen cevaplar dikkate alındığında müfredatla ilgili yanıtın “yeterli değil” seçeneğinde yoğunlaşıp, puanlamanın da bu alanda yüksek çıkması beklenebilecek bir durumdur. Buna karşın kontrol grubu üç üniversitede yanıtlar hemen hemen ½ oranında yeterli (%49); yetersiz (%51) şeklinde bir puan sapmayla yaklaşık iki parçalı eşit bir dağılım göstermiştir (Öğrenciler Anket Soru 4).

Müfredat yetersiz seçeneğini işaretleyen öğrencilerin, yetersizliği 1’den 10’a kadar puanlamaları istenmiştir. Aynı şekilde yeterli seçeneğinin de puanlanması istenmiştir. Yetersiz seçeneğini işaretleyen öğrencilerin puan ortalaması 4.9’ dur. Ankete katılan 40 öğrenci (%10) 10 puan vererek müfredatın tamamen yetersiz olduğunu belirtmiştir. Bu sonuç öğrencilerin verdikleri cevaplardan emin olduklarını göstermesi açısından önemlidir. Müfredat yeterli seçeneğini işaretleyen öğrencilerin puan ortalaması 6.2’ dir. Yeterli seçeneğini işaretleyen 21 öğrenci (%5) cevabına 10 puan vermiştir. Söz konusu sonuç olumlu cevap veren öğrencilerin olumsuz kanaat bildirenler kadar cevaplarından emin olmadıklarını göstermesi açısından dikkat çekicidir.

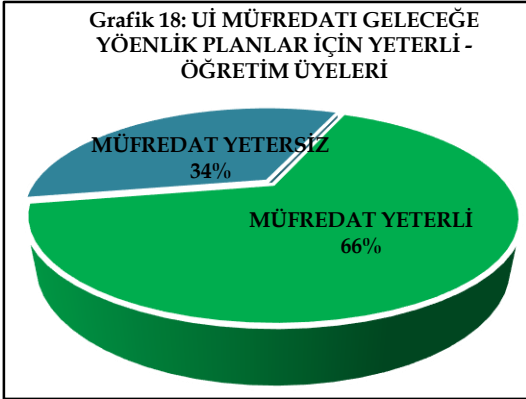
KTÜ Uİ öğrencileri aynı soruya, %47 oranında yeterli, %53 oranında yetersiz cevabı vermiştir. Puanlamada ise yeterli cevabının puanı 6.3; müfredat yetersiz cevabının puanı 4.6 şeklindedir. Puanlama dikkate alındığında “yeterli” cevabı veren öğrencilerin yanıtlarından daha emin oldukları görülmektedir. Açıkça görüldüğü gibi kontrol grubu üç üniversitede eğitim gören Uİ öğrencileri ile KTÜ Uİ öğrencileri arasında puanlamada önemli bir fark yoktur. Buna karşın, müfredatın yetersiz olduğunu düşünen KTÜ Uİ öğrencilerinin oranı kontrol grubundan iki puan daha fazladır. Söz konusu fark, yüzdelik dilimde küçük bir değere karşılık geldiğinden diğer sonuçlarla benzer şekilde analitik önem arz etmemektedir. KTÜ Uİ Bölümü’nde Türkiye’nin önde gelen üniversiteleriyle hemen hemen aynı müfredat takip edildiğinden, bu sonucun bölüm ders programıyla ilintilendirilmesi güçtür. Elde edilen sonuçtan saptanabilecek en önemli çıkarım, gerek kontrol grubu gerekse KTÜ Uİ öğrencilerinin yarından fazlasının bölüm müfredatının geleceğe yönelik beklentileri karşılamadığı kanaatinde olmalarıdır.

Aynı soru Uİ bölümlerinde görev yapan öğretim üyelerine de sorulmuştur (Öğretim Üyeleri Anket Soru 4). Öğretim üyelerinin müfredat hakkındaki yanıtları ile öğrencilerin cevap oranları arasında önemli bir fark göze çarpmaktadır. Nitekim, Uİ bölümlerinde görev yapan akademisyenlerin %66’sı müfredatın yeterli olduğu cevabını vermiştir. Öğrencilerle benzer şekilde öğretim üyelerinin de cevaplarını puanlamaları istenmiştir. Soruya, “yeterli” cevabı veren öğretim üyelerinin puan ortalaması 7.0; “yetersiz” cevabı verenlerin puan ortalaması ise 5.9’dur. Bu



sonuçtan, olumsuz görüşteki meslektaşlarıyla karşılaştırıldığında “yeterli” cevabını veren öğretim üyelerinin kanaatlerinden daha emin oldukları görülmektedir.

Öğrenciler ile öğreticiler arasındaki farkın gözden geçirilmesi önemli bir gerekliliktir. Zira,



müfredatın yeterli olduğu kanaatindeki öğretim üyeleri yeniliğe ve son gelişmelere ayak uydurmakta istekli olmayacaklardır. Oysa, öğretilenler güçlü bir motivasyonla ders içeriklerinin yenilenmesini, hatta içeriklerin ihtiyaçları daha fazla karşılamasını talep etmektedirler. Bu sonucun dikkate alınmaması hem Uİ bölümlerinin sürdürülebilirliği ile öğrencilerin bölüm aidiyetini olumsuz etkileyebilecek hem de öğrencilerin derslere konsantrasyon ve ilgilerinin azalmasına sebebiyet verebilecektir. Ayrıca söz konusu sonuç, Uİ bölümlerinde izlenen müfredatın mezuniyet sonrası sınav ve meslek uzmanlaşması için yeterli olup

olmadığının tekrar gözden geçirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu durumun mezunların görüşleri alınarak; ileri, daha detaylı araştırmalarla irdelenmesi yerinde olacaktır.

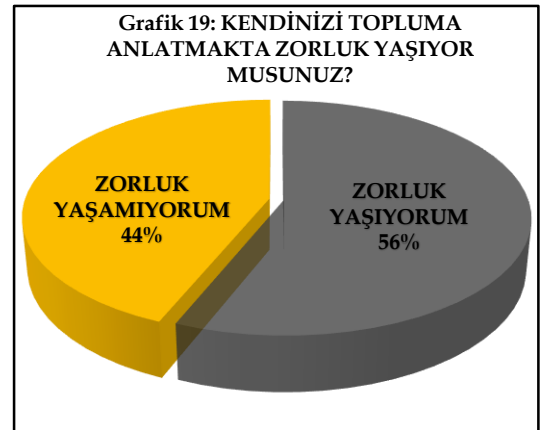
Yöntem kısmında da belirtildiği üzere, sağlıklı sonuç alınabilmesi için anket kısa tutulmuştur. Öğrencilere sorulan son soru Uİ mezunu olarak kendilerini topluma anlatmakta güçlük yaşayıp yaşamadıklarıdır. Zira Uİ bölümü, hukuk, tıp, mühendislik vb. fakülte ve bölümler gibi doğrudan bir meslek adı olmadığı için, Uİ öğrencileri sıklıkla kendilerini topluma ifade ederken zorluk yaşadıkları şeklinde şikâyetleri dile getirmektedirler.

Öğrencilerden kendilerini ifade ederken zorluk yaşayıp yaşamadıklarını belirtip cevaplarını puanlamaları istenmiştir. Bu soruya verilen yanıtların “zorluk yaşıyorum” seçeneğinde yoğunlaşması beklenebilirdi. Yanıtlar, beklentiler doğrultusunda %56 (387 öğrenci) zorluk yaşandığı şeklindedir (Öğrenciler Anket Soru 5).

Öğrencilerden verdikleri cevapları puanlamalarının istendiği belirtilmişti. Sorun yaşadığını bildiren öğrencilerin puan ortalaması 6.3’tür. Söz konusu ortalama, cevaplayıcıların verdikleri yanıtlardan emin olma derecelerini göstermektedir ki, olumsuz cevap veren 58 öğrenci (%13) yanıtlarına en yüksek derece olan 10 puan vermiştir. Bu durum öğrencilerin zorluk yaşama oranını ve hissiyatın düzeyini göstermesi açısından önemli bir göstergedir. Zorluk yaşamadığını belirten öğrencilerin puan ortalaması 5.5’tir. Söz konusu yanıtı veren 43 öğrenci (%13) yanıtlarını zorluk yaşamama oranını belirtmek için 10 puan üzerinden değerlendirmiştir.

Açıkça görüldüğü gibi, zorluk yaşamadığını belirtenlerle karşılaştırıldığında, zorluk yaşadığını ifade eden öğrenciler cevaplarından daha emindirler. KTÜ Uİ öğrencilerinin kendilerini ifade etmekte güçlük yaşayıp yaşamadıkları sorusuna cevapları şu şekildedir: %55 “güçlük yaşıyorum”, %45 “güçlük yaşamıyorum”. Bu sonuç kontrol grubu ile hemen hemen aynıdır. Puanlama ise, kontrol grubu ile birebir aynı olarak, “güçlük yaşıyorum” cevabında 6.3, “yaşamıyorum” cevabında ise 5.5’tir. Puanlama, güçlük yaşadığını belirten öğrencilerin daha kuvvetli bir motivasyona sahiplik edip kendilerinden emin olduklarını göstermektedir.

Anket sonucunun da açıkça gösterdiği üzere Uİ öğrencilerinin kendilerini içinde yaşadıkları topluma ifade ederken güçle karşılaşmaları sık yaşanan bir vakadır. Buna karşın söz konusu zorluğun aşılabileceği için aslında yapılabilecek çok fazla bir şey yoktur. İçinde yaşadığımız toplum statik bir durumda olmadığından zaman içinde dinamik gelişmeler eşliğinde Uİ bölümlerinin daha fazla tanınır hale geldiği/geleceği bilinen bir vakadır. Belirtilen nedenle gelecek yıllarda öğrencilerin kendilerini topluma ifade etme sorununu her geçen gün daha az yaşayacakları



öngörüsünde bulunmak olasıdır. Nitekim %44 (301 öğrenci) kendini ifade derken zorluk yaşamadığını belirtmiştir. Bu durum toplumun UI bölümlerine her geçen gün bir öncekinden daha fazla aşına olduğunun kanıtıdır.

Toplumla yaşanan iletişim sorunu kaçınılmaz olarak öğrencilerin konsantrasyon ve bölüme ilgi, aidiyet hissiyatını olumsuz etkileyebilecek niteliktedir. Bu sorunun dersler esnasında öğrencilere bilgilendirme yapılmak yoluyla aşılması bir ara çözüm olarak kullanılabilir. Böylece UI öğrencileri kendilerini topluma daha iyi anlatabilecek, zamanla doğru orantılı şekilde bilgilendirilen toplum ile öğrenciler arasındaki iletişim aksaklığı kendiliğinden ortadan kalkabilecektir.

Öğrencilerin kendilerini topluma ifade ederken yaşayabilecekleri zorluğu tespit etmeye yönelik soruya öğretim üyelerinin cevap vermesi olanaksızdır. Zira böyle bir sorunla öğretim üyeleri ya hiç karşılaşmamakta ya da öğrenciler tarafından söz konusu şikâyet dile getirildiğinde üstünde durulmamaktadır. Toplumla iletişimi belirlemeye yönelik soru öğretim üyelerine sorulmayarak bunun yerine UI bölümlerindeki derslerin İngilizce olmasının öğrencilerin istihdamına katkı yapıp yapmayacağı sorusunun yanıtlanması istenmiştir (Öğretim Üyeleri Anket Soru 3). İngilizce eğitimin yabancı dil bilgisini, son yüzyılda tartışmasız bir üstünlükle *lingua franca* olan İngilizce dilini konuşabilme ve yazabilme kabiliyetinin ise istihdamı artırıcı etkisi tartışılmaz bir realitedir.

Kolaylıkla tahmin edilebileceği gibi ankete katılan öğretim üyelerinin %96'sı derslerin İngilizce olmasının istihdamı olumlu etkileyeceğini belirterek, cevaplarına ortalama 7.9 puan vermişlerdir. Ankete katılan 45 akademisyenin yanıtlarının kümelendiği evet cevabı beklenebilecek bir sonuçtur. Buna karşın iki öğretim üyesi, dil sorusuna faydası olmaz anlamına gelen "hayır" cevabı vererek, yanıtlarını 10 üzerinden 10 puanla değerlendirmişlerdir. Mahremiyete saygı gösterilmesi için her iki öğretim üyesinin unvanlarının açıklanmasından kaçınılmıştır. Fakat söz konusu cevabın gerekçelerinin araştırılması gereklidir. Zira, "hayır" cevabı rastgele verilmemiş ise, bu tercih dil eğitimi konusundaki düşüncelerin çağın gereklerinin gerisinde kalmış olması açısından önemli bir sorundur.

Saha analizine dayalı bu çalışmanın kapsamı burada sonlandırılmıştır. Buna karşın, UI özelinde öğrenci aidiyeti ile istihdam beklentilerini belirlemeye yönelik ileri araştırmaların yapılması geleceğe yönelik tutarlı, uygulanabilir eğitim planlamaları yapılabilmesinin ön şartıdır. Nitekim dar kapsamına rağmen, bu çalışmada uygulanan anket önemli veriler ortaya çıkarmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

İlk olarak, 2016 yılında İzmir Çeşme'de gerçekleştirilecek UI Kongresi'nde sunulmak üzere hazırlanan bu çalışmanın temel amacı UI eğitiminin iyileştirilmesi, öğrencilerin gelecek kaygılarıyla bölüm aidiyet hislerinin tespit edilmesi ve bölümün sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için gerekli tedbirlerin önceden alınmasının sağlanmasıdır. Daha tutarlı ve sağlam verilere dayanan bir çalışma için ülke genelindeki tüm UI bölümlerinde benzer anket uygulamalarının yapılması gerekmektedir. Yapılan çalışma sonucunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

(1) UI bölümleri yakın gelecekte sürdürülebilirlik sorunu yaşayabilecektir. Bu durum göz önüne alınarak bölümün geleceğe yönelik beklentileri karşılayabilecek şekilde yapılandırılması yerinde olacaktır. (2) Öğrencilerin hemen hemen 1/2'si bölümlerinde aidiyet sorunu yaşamaktadır. Eldeki yarının yeterli olduğu yanılgısına kapılmadan bu sorun ileri çalışmalarla irdelenmelidir. (3) Öğretim üyeleriyle öğrencilerin beklenti ve geleceğe yönelik düşünceleri önemli noktalarda örtüşmemektedir. Bu durumun ileri araştırmalarla gözden geçirilmesi gerekmektedir. (4) UI bölümlerinin daha iyi eğitim verebilmesi için, bölüm öğrenci ve mezunlarının beklentileriyle karşılaştıkları sorunların analiz edilmesi gerekmektedir. Mevcut öğrencilere ve bilhassa mezunlara ulaşılarak geri dönütlerin toplanıp analiz edilmesi yerinde olacaktır.

Elde edilen bulgulardan öğrencilerin büyük kısmının UI bölümlerinde eğitim görmekten mutlu olduğu fakat gelecek endişelerinin aidiyet için eksi çarpan vazifesi gördüğü tespit edilmiştir.



Memnuniyetin muhafazası, aidiyetin güçlendirilmesi ve bölümün sürdürülebilirliği istihdam olanakları ile doğru orantılıdır. Ders müfredatı üzerinde istihdama yönelik iyileştirmeler yapılmalıdır. Bu tür araştırmalarda nitel ve sağlıklı sonuçların elde edilebilmesinin en bilimsel yolu saha araştırmalarıdır. Oysa, üniversiteden mezun olduktan sonra öğrencilerin istihdam konusunda ne tür sorunlarla karşılaştıkları ya da bölümde öğrendikleri meslek bilgisinin yeterli olup olmadığı takip edil(e)memektedir. Özellikle mezun öğrencilerin karşılaştığı sorunlar ve tecrübeler arkadan gelen neslin daha iyi eğitilebilmesinde önemli bir veri kaynağıdır. Bu nedenle mezun öğrencilerin görüş ve tecrübelerinin UI bölümlerine dönüşü sağlanarak, geleceğe yönelik politikalar bu doğrultuda oluşturulmalıdır.

Ankette doğrudan dile getirilmemiş olmakla birlikte, UI bölümlerinin en önemli sorunlarından birisi de eğitimlerin anadilde mi, ya da İngilizce mi yapılması gerektiğidir. Bu sorunun tartışılması bile ironiktir. Zira İngilizce eğitime en fazla ihtiyaç duyan bölümlerin başında isminden de anlaşılacağı gibi UI gelmelidir. Dersler İngilizce yapılmadığı sürece öğrencilerin İngilizce bilgisinin pekişmesi olası değildir.

Kaynakça

- Criss, N. B. (2006). Üniversite öğretiminde siyasi tarihin yeri, *Türkiye’de Siyasi Tarih’in Gelişimi ve Sorunları Sempozyumu*, AÜ Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 49-64.
- Köse, İ. (2014). uluslararası ilişkilerde siyasi tarih öğretimi: türkiye örneği., *İnsan ve Toplum Dergisi*, 4 (8), 109-135.
- Manning, P. (2003). *Navigating world history-historians create a global past*, Palgrave Publication.
- ÖSYS Tercih Kitapçığı (2015), Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi, Ankara.
- ÖSYS Tercih Kitapçığı (2016), Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi, Ankara.
- ÖSYS Tercih Kitapçığı (2017), Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi, Ankara.
- Smith, S. & Booth, K. (1995). *International relations theory*, Cambridge: Polity Press.
- Öğretim Üyeleri ve Öğrenciler Anket Çalışması, Nisan-Mayıs, 2016.

Teşekkür: Bu çalışmanın gerçekleştirilmesi, Devlet Üniversitelerinde görev yapmakta olan Uluslararası İlişkiler (UI) Bölümü akademisyenlerinin karşılıksız, özverili katkıları ve UI öğrencilerinin desteğiyle mümkün olmuştur. Meslektaşlarım ve UI Öğrencilerinin paha biçilemez katkılarına karşın çalışmadaki olası tüm hata ve eksikliklerin yazara ait olduğu unutulmamalıdır.

EXTENDED ABSTRACT

Aim: In Turkey, in state universities the number of International Relations (IR) students including day and night education is approximately is 7.500. When they graduated IR students mostly face with employment problems. IR students generally have been employed in Ministry of Foreign Affairs, Ministry of Internal Affairs, Ministry of EU, think-thank organizations, Banks, Ministry of Justice, Academic positions and in large company’s external relations departments. Among those options, Ministry of Foreign Affairs employs very limited persons by a competitive exam and the Ministry asks fluency in more than one foreign language. Other ministries employ people due selective exams which other department graduates generally could participate. Because of above mentioned reasons, employment opportunities of IR graduates have decreasing line because there is no a positive parallelism between the number of graduates/population growth and economical growing rates.

The aim of this paper, is to unearth the problems, expectations, happiness or unhappiness of IR students enrolled in Karadeniz Technical University IR Department. The scope of the work is limited with IR students in Karadeniz Technical University because a comprehensive work need more time and most importantly large budgets. This is a kind of limited-scale premier work addressing IR students and IR academicians. To test the answers of Karadeniz Technical University IR students, a control group formed by three other State university IR students. Those universities located geographically in different parts of Turkey and thus an average evaluation could be realized.

Method: To predict future policies on IR departments in Turkey, determination of student and lecturer tendencies, expectations, challenges and opinions are vital. Whereas there are several kind

of methods to be used, in this paper face-to-face questionnaire method has been used. Thus, quantitative results could be achieved. Even though, internet based questionnaire methods are much more comprehensive and easy to do, face to face method is the only way to achieve concrete results. To handle consistency of answers and to keep privacy of students, questions on gender, name, age and class were not asked.

Due to budget and staff challenges the scope has been limited with Karadeniz Technical University IR students and three other State universities namely, Erciyes University (Kayseri), Uludağ University (Bursa) and Osmangazi University (Ekşehir). In addition to the IR students, a parallel questionnaire also done to IR academicians working different State universities. Thus, an average output has been handled.

Findings:As it is very well known sustainability of a department has close relations with the concern of students. If students are happy and do not have any problem for enrollment when graduated, sustainability would not matter. In this paper, five questions were asked to students and lecturers. The results belonging both control group and Karadeniz Technical University IR students almost near to each other and it is seen that IR students have some challenges towards their future employment. In both control and test group about 700 students replied the questions and grading results also bring out some interesting outputs. For instance, about 77% of participants are happy to study in IR department while their grading are also high.

For profession selection students generally prefer to work in private sector while 50% think that the curriculum in use is not efficient for profession exams. For lecturers they are also happy to work in IR department but some of them think that English as a foreign language is not necessary for employment.

Conclusion: Conclusions of the study could be laid down as below: (1) IR departments in State universities could face with sustainability difficulties. The challenges should be considered and coming policies should be designed accordingly. (2) Almost the half of the student face with belonging problem in IR departments. This problem should be searched due advance researches. (3) There is a gap between lecturers and student expectations. This problem also needs special consideration. (4) For better education in IR departments, student and graduate problems should be analyzed and predictions should be constructed accordingly. Especially alumni systems should receive feedbacks from graduates. Thus, coming policies could be organized considering those feedbacks.

Ek. Anket Formu

Uluslararası İlişkiler Bölümünün İstihdam Olanakları ve Mezunların Gelecek Kaygıları
KISA ANKET

Bu anketin amacı Uİ mezunlarının gelecek kaygılarını ortaya çıkararak, ders programlarının istihdam olanakları doğrultusunda düzenlenebilmesi için öneriler geliştirmektir. Anket süresi 5 dakikadır.

1. Uİ Bölümünde eğitim görmekten mutlu musunuz?
 Evet Hayır Cevabınızı 1'den 10'a kadar puanlayabilir misiniz? (1, az mutlu/mutsuz; 10, çok mutlu/mutsuz)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2. Mezun olduğunuzda hangi alanda iş bulabileceğinizi umuyorsunuz? Cevabınızı yuvarlak içine alınız.
a) Dışişleri Bakanlığı b) İçişleri Bakanlığı c) AB Bakanlığı d) Bankalar e) Akademisyenlik f) diğer ()

3. Tekrar Üniversite Snavına girseydiniz Uİ Bölümünü seçer miydiniz?
 Evet Hayır Cevabınızı 1'den 10'a kadar puanlayabilir misiniz? (1, belki; 10, kesinlikle)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. Bölümdeki ders müfredatının geleceğe yönelik planlarınız ile uyumlu olduğunu düşünüyor musunuz?
 Evet Hayır Cevabınızı 1'den 10'a kadar puanlayabilir misiniz? (1, az uyumlu/uyumsuz; 10, çok uyumlu/uyumsuz)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5. Uİ mezunu olarak kendinizi topluma anlatmakta zorluk yaşıyor musunuz?
 Evet Hayır Cevabınızı 1'den 10'a kadar puanlayabilir misiniz? (1, kısmen; 10, çok fazla)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Bu çalışma, eğitiminizde karşılaştığınız sorunları çözmeyi, Uİ eğitiminin iyileştirilmesiyle sağlam bir gelecek üzerinde şekillenmesine yönelik öneriler getirmeyi amaçlamaktadır. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Uluslararası İlişkiler Bölümü'nün Geleceği

Prof. Dr.	Doç. Dr.	Yrd. Doç. Dr.	Öğr. Görevlisi
-----------	----------	---------------	----------------

1. Uİ Bölümü'nün gelecekte sürdürülebilirlik sorunuyla karşılaşabileceğini düşünüyor musunuz?
 Evet Hayır Cevabınızı 1'den 10'a kadar puanlayabilir misiniz? (1, kısmen; 10, büyük oranda)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

2. Uİ mezunlarının hangi alanda iş bulabileceğini umuyorsunuz? Cevabınızı yuvarlak içine alınız.
a) Dışişleri Bakanlığı b) İçişleri Bakanlığı c) AB Bakanlığı d) Bankalar e) Akademisyenlik f) diğer ()

3. Uİ Bölümlerinin İngilizce olması mezunların istihdamına katkı sağlar mı?
 Evet Hayır Cevabınızı 1'den 10'a kadar puanlayabilir misiniz? (1, belki; 10, kesinlikle)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

4. Bölümdeki ders müfredatının öğrencilerin geleceğe yönelik planlarıyla uyumlu olduğunu düşünüyor musunuz?
 Evet Hayır Cevabınızı 1'den 10'a kadar puanlayabilir misiniz? (1, az uyumlu/uyumsuz; 10, çok uyumlu/uyumsuz)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5. Uİ Bölümünde görev yapmaktan mutlu musunuz?
 Evet Hayır Cevabınızı 1'den 10'a kadar puanlayabilir misiniz? (1, kısmen; 10, çok fazla)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Bu çalışma, eğitiminizde karşılaştığınız sorunları çözmeyi ve Uİ eğitiminin iyileştirilmesiyle sağlam bir gelecek üzerinde şekillenmesine yönelik öneriler getirmeyi amaçlamaktadır. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Grunig ve Hunt Halkla İlişkiler Modelleri Çerçevesinde Emniyet Genel Müdürlüğü Kamu Spotlarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma

A Research on The Investigation of Public Spots General Directorate of Security Affairs in Grunig and Hunt Public Relations Models Framework

Öz

Halkla ilişkiler kavramı iyi niyete dayalı ilişkiler geliştirme temeline dayanması ve doğruluk, dürüstlük ilkeleri kapsamında çalışmalarını yürütmesi nedeniyle günümüzde önemi gittikçe artan kavramlar arasında yer almaktadır. Zira halkla ilişkiler yapısı gereği inandırıcılığı yüksek olan iletişim uygulamaları arasında bulunmaktadır. Bu çalışma çağdaş polislik hizmetleri kapsamında yararlanılan halkla ilişkiler uygulamalarını konu edinmektedir. Emniyet Genel Müdürlüğü tarafınca yayınlanan kamu spotlarını Grunig ve Hunt halkla ilişkiler modelleri perspektifinden incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın evrenini 2017 yılında yayınlanan güncel kamu spotları oluşturmakla birlikte çalışmanın örneklemini 140 terör ihbar hattı ve iletişim yolu ile dolandırıcılık kamu spotları ile sınırlanmıştır. Çalışma kapsamında kamu spotlarının içeriğinin incelenmesinde İngiliz Kültürel Çalışmacı Stuart Hall'ın yönteminden faydalanılmıştır. Yapılan inceleme neticesinde kamu spotlarında çift yönlü asimetric model izleri bulunmakla birlikte halka doğru haber verme ve dürüstlük esasına dayanan kamuyu bilgilendirme modelinin ağırlık bastığı saptanmıştır.

Abstract

The concept of public relations is among the increasingly important concepts nowadays because it relies on the basis of development of good intentions, and because it conducts its work under the principles of integrity and honesty. Because there are communicative practices which are highly credible for the structure of relations with the public. This study is subject to public relations practices that are utilized in the scope of contemporary policing services. By the General Directorate of Security aims to examine the public spots published from the perspectives of Grunig and Hunt public relations models. To create current public spots published in 2017, the universe of study, the example of working together is limited to the public spots of fraud with the 140 terror tip line and communication way. In the study, the content of public spots was utilized by the British Cultural Theorist Stuart Hall's method. As a result of the examination, there are two asymmetric model traces in public spots, while the public information model based on the principle of honesty and reporting to the public is found to be weighted.

Giriş

Türkiye'de modern anlamda halkla ilişkiler çalışmaları 1920'li yıllarda Anadolu Ajansı'nın kurulması ve Atatürk'ün reformlarının halka tanıtması ile başladığı kabul edilmektedir. İlerleyen dönemlerde kamu kurumlarında halkla ilişkilerden sorumlu tanıtım şubesi, basın bürosu, enformasyon şubesi ve basın müşavirliği gibi çeşitli birimler kurulmuştur (Geçikli, 2013: 12).

Benzer olarak günümüz koşullarında çağdaş polislik faaliyetleri halkla geliştirilen ilişkilerin niteliği, halka verilen güven ve suçu önleme sorumluluğuna halkın katılımını sağlama oranı ile değerlendirilmektedir. Emniyet Genel Müdürlüğünde çağdaş polislik çerçevesinde halkla ilişkiler faaliyetleri polisin hizmetlerine halkın katılımı, suç olaylarını polise bildirmesi ve polise güven duyması şeklinde olmaktadır. Geçmişten günümüze kadar suçu önleme ve suçluları yakalama misyonu taşıyan polisin, artık bu misyonu halkın güven ve desteği olmadan başta silah olmak üzere sert güç kullanarak sağlayamayacağı kabul edilmektedir (Kuloğlu, 2004: 52). Bu noktada çağdaş



Gülcan Bayram

Öğr. Gör., Bülent Ecevit Üniversitesi,
Çaycuma Meslek Yüksekokulu,
Çağrı Merkezi Hizmetleri Prog.,
demiralgulcan07@gmail.com.



Ahmet Şimşek Bayram

Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes
Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve
Tanıtım ABD; Polis Memuru,
Emniyet Genel Müdürlüğü,
ahmetsimsekbayram@gmail.com

Article Type / Makale Türü

Research Article / Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler

Halkla İlişkiler, Grunig ve Hunt Modelleri,
Emniyet Genel Müdürlüğü Kamu Spotu.

Keywords

Public Relations, Grunig and Hunt Models,
General Directorate of Security Public Spot

JEL: Z00, L32, M39

Submitted: 16 / 01 / 2018

Revised: 25 / 03 / 2018

Accepted: 16 / 04 / 2018

polislik faaliyetlerinde halkla ilişki kurmak son derece önemli olup halkla ilişkiler uygulamalarından faydalanılmaktadır.

Bu çalışma Emniyet Genel Müdürlüğü tarafınca yayınlanan kamu spotlarını Grunig ve Hunt halkla ilişkiler modelleri perspektifinden incelemeyi amaçlayarak çağdaş polislik hizmetlerini halkla ilişkiler perspektifinden incelemeyi konu edinmektedir. Bu noktada 2017 yılında yayınlanan güncel kamu spotları çalışmanın evrenini oluşturmuş 2017 yılında yayınlanan bütün kamu spotlarını incelemek mümkün olmayacağından ve halkın bütününe ilgilendirmesi nedeni ile çalışmanın örneklemini 140 terör ihbar hattı ve iletişim yolu ile dolandırıcılık kamu spotları oluşturmaktadır. Benzer olarak çalışmada kamu spotlarının içeriğinin Grunig ve Hunt halkla ilişkiler modelleri çerçevesinde incelenmesinde İngiliz Kültürel Çalışmacı Stuart Hall'ın yönteminden faydalanılmıştır.

1. Halkla İlişkiler Kavramı

Halkla ilişkiler kavramı İngilizcede "Public Relations" kelimesinden dilimize çevrilerek ilk etapta "Halk İle Münasebetler" olarak kullanılmıştır (Asna, 2012: 19). Halkla ilişkiler kavramının ilk ortaya çıkışı ile alakalı olarak literatürde fikir birliği bulunmamaktadır. Zira halka ilişkilerin tarihsel gelişimi noktasında literatürde kabul gören yaklaşımları başlangıcı belli olmayan bir tarihsel geçmiş, endüstri devrimi ile başlayan bir tarihsel geçmiş, Ivy Lee ve Edward Bernays'ın halkla ilişkiler tekniklerini kullanması ile başlayan bir tarihsel geçmiş olarak üç farklı noktada sıralandırmak mümkündür (Okay ve Okay, 2014: 20).

Benzer olarak halkla ilişkiler kavramını eski çağlara Hititler ve Çinlilere kadar götürmek mümkün olmakla birlikte profesyonel halkla ilişkiler uygulamalarının 19. yy sonlarında Amerika'da gelişim gösterdiği kabul edilmektedir (Erdoğan, 2014: 31; Okay ve Okay, 2014: 1).

Türkiye'de ise halkla ilişkilerin gelişimi kamu sektöründe ve 1950-1960'lı yıllara tekabül etmektedir. Nitekim ülke ekonomisinin bu yıllarda canlanması bu tarihten önce halkın kendi yağında kavrularak devletten herhangi bir talepte bulunmaması etkili olmuştur. Ancak 1960 yılından sonra vatandaşın devletten çeşitli taleplerde bulunması ve zamanla taleplerin artması halkla ilişkilere verilen önemin artmasına katkı sağlamıştır (Kazancı, 2008: 13).

1.1 Halkla İlişkiler Nedir?

Literatürde halkla ilişkiler kavramı ile ilgili çok çeşitli tanımlar bulunmaktadır. Bu noktada belli başlı tanımlardan bir kaçını şu incelemek mümkündür.

Asna'ya göre halkla ilişkiler, özel yada tüzel kişilerin belirtilmiş kitlelerle dürüstlük ve güven unsuruna dayalı bağlar kurup geliştirerek onları olumlu düşünce ve eylemlere yöneltmesi, tepkileri değerlendirerek tutumlara yön vermesi dolayısıyla karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler sürdürme yolundaki planlı çabaları kapsayan bir yöneticilik sanatıdır (2012: 23). Asna'nın tanımından yola çıkarak halkla ilişkilerin karşılıklı ilişki, kitleleri etkime ve kitlelerin davranışlarında değişikliğe yol açma süreci olarak değerlendirmek mümkündür.

Kazancı'ya göre halkla ilişkiler, yönetimin eylem ve işlemlerini yönetilenle etkileşerek dolayısıyla yönetilenin onayının kendiliğinden oluşumu olarak tanımlanmaktadır (2004: 65). Kazancı bu tanımında herhangi bir faaliyetin halkla ilişkiler sayılabilmesi için iki yönlü iletişim ve değişim süreci olması gerektiğini vurgulamaktadır.

Tortop'a göre halkla ilişkiler, kamuoyunun veya hedef kitlenin ilgisini çekerek onu harekete geçirmek dolayısıyla istenilen biçimde yönetmektir (1990: 4).

İngiltere Halka İlişkiler Enstitüsü halkla ilişkileri, bir işletme ile hedef kitlesi arasında iyi niyet ve karşılıklı anlayışa dayalı ilişkileri sürdürmeye yönelik önceden planlanmış çabalar şeklinde tanımlamış dolayısıyla karşılıklı fayda üzerinde durmuştur (Peltekoğlu, 2012: 4).

Grunig'e göre halkla ilişkiler organizasyon tarafından organizasyon adına alanında uzman kişilerce yönetilen iletişim etkinlikleridir. Bu bağlamda halkla ilişkileri iletişim yönetimi olarak tanımlamak mümkündür (2005: 15).

Scott Cutlip ve Allen Center'e göre halkla ilişkiler karşılıklı ve yeterli iki yönlü iletişime dayalı olarak iyi niyet aracılığı ile kanaatleri etkilemek için planlanan çabalardır (Okay ve Okay, 2014: 12).

Erdoğan'a göre halkla ilişkiler yönetsel ilişki biçimi üzerine oturtulan saptanmış amaçlar doğrultusunda fayda arttırma amaçlı profesyonel bir şekilde örgütlenmiş yapı ve girişim demektir (2014: 30).

Bıçakçı'ya göre halkla ilişkiler olgulardan ziyade algıları değiştirme faaliyetidir (2016: 19).

Benzer olarak yapılan tanımlar ışığında halkla ilişkiler (Çamdereli, 2000: 19);

- * Yönetim fonksiyonudur.
- * İletişim sürecidir.
- * Kamuoyunun etkilenme sürecini ifade eder.
- * Hedef kitle ile ilişki kurar.
- * İşletmenin sosyal sorumluluk felsefesi kapsamında yapılan etkinliktir.

Sonuç olarak halkla ilişkiler tanımlarında genel olarak iletişim süreci olduğu, karşılıklı olması gerektiği, doğruluk dürüstlük çerçevesinde kanaatleri etkileme fonksiyonu olduğu, iyi niyete dayalı ilişkiler geliştirme olduğu ve iletişim yönetimi olduğu gibi noktalar üzerinde durulmaktadır.

2. Grunig ve Hunt Halkla İlişkiler Modelleri

Halkla ilişkilerin uygulanış biçimi, tarihsel gelişimi ve iletişim tarzına göre basın ajansı, kamuyu bilgilendirme, çift yönlü asimetric ve çift yönlü simetric olmak üzere dört temel halkla ilişkiler modeli üzerinde James Grunig ve Hunt yoğun araştırmalar yapmışlardır (Leatang ve Pieczka, 2002: 252; Grunig, 2005: 307; Becerikli, 2008: 61; Sepetçi, 2012: 4728; Tarhan, 2012: 81; Okay ve Okay, 2014: 128).

2.1 Basın Ajansı (Tanıtım) Modeli

Basın ajansı modeli halkla ilişkiler modelleri arasında en basit olanıdır. Nitekim iletişim tek yönlüdür. Bir nevi propaganda ve manipülasyon içermektedir. Halkla ilişkiler tarihinde Barnum'un yapmış olduğu çalışmalar bu model kapsamına dahil olmaktadır. Barnum'a göre "kötü tanıtım yoktur" bu noktada herhangi bir şeyin tanıtımı yapılırken her yola başvurulabilir. Barnumun hedefi abartılı şovlarla basında yer almak olmuştur. Nitekim ona göre basında iyi veya kötü yer almak pek de önemli olmayıp sadece bir şekilde yer almak önem arz etmiştir. Zira gündemde kalmayı sağlamak için takma isimler kullanarak gazetelere okuyucu mektupları göndermiş kendisi ile yazınsal olarak da mücadele etmiştir. Benzer olarak basın ajansı modelinde kamunun ilgisini çekecek herhangi bir konunun tanıtımını yapmak temel amaçtır. Bu modele göre tanıtım ne pahasına olursa olsun dikkat çekmelidir. Bu noktada objektif olmayan, abartılmış, çarpıtılmış, yalan yanlış bilgi ve ucuz esprilerle kamuoyu gündeminde yer işgal etme hedeflenmektedir (Özkan, 2009: 19; Grunig, 2005: 309; Becerikli, 2008: 61; Okay ve Okay, 2014: 131-135). Bu noktada Barnum'un yapmış olduğu örnek olay çalışmaları ise Yaşlı Hizmetçi Heth Olayı, Tom Thumb, Fijili Deniz Kızı, Fil Jumbo olarak incelenecektir (Okay ve Okay, 2014: 136-141).

Yaşlı Hizmetçi Heth Olayı: Aslında bir köle olan Heth'in 161 yaşında ve George Washington'un hizmetkarı olduğunu iddia ederek ulusal bir sansasyon oluşturmayı başarmıştır. Heth'i görmeye gelen ziyaretçilerden bazı kaynaklara göre 25 Cent bazı kaynaklara göre 60 Cent ücret almıştır. Heth'in ölümünden sonra yapılan otopside 80 yaşında olduğu anlaşılınca ise Barnum susmayı tercih etmiştir.

Tom Thumb: Kısa boyludur. Beş yaşındayken Barnum tarafından bulunmuştur. Şovlarda dans etmiş, şarkılar söylemiş ve şakalar yapmıştır. İngiliz basını ve Kraliçe Victoria'nın sevgisini kazanmıştır.

Fijili Deniz Kızı: Barnum New York'a Fiji adalarında yakaladığını ve çok güzel olduğunu iddia ettiği ancak oldukça çirkin bir yaratık olan bir deniz kızı getirmiştir. Barnum bu deniz kızını müzede sergilemiş ve ülkede turneye çıkarmıştır.

Fil Jumbo: Afrika'nın bilinen en büyük fili olan Jumbo tren çarpması sonucu ölünce içi doldurularak sirk turnesine götürülüp sergilenmeye devam edilmiştir. Bu noktada Barnum hayvan severlerden eleştiriler almıştır.

2.2 Kamuyu Bilgilendirme Modeli

Kamuyu bilgilendirme modeli kişi veya kuruluşun kendisi ve faaliyetleri hakkında hedef kitesine doğru ve gerçeğe uygun bilgi vermesi temeline dayanmaktadır. Bu modelde esas olan

kamunun doğru haberlerle bilgilendirilmesi ve dürüstlüktür (Özkan, 2009: 20; Grunig, 2005: 310; Becerikli, 2008: 61; Can, 2012: 77; Tarhan, 2012: 81; Okay ve Okay, 2014: 150). Antrasit Kömür Grevi, Pennsylvania Demir Yolları ve Colorado Kömür Grevi başta olmak üzere Ivy Lee'nin yapmış olduğu çalışmalar bu model kapsamındadır (Okay ve Okay, 2014: 150).

Antrasit Kömür Grevi: Maden ocaklarındaki kötü çalışma koşullarını protesto etmek için yüz elli bin işçinin katıldığı bir grev olup yaklaşık beş ay sürmüştür. Ağır kış koşullarının başlanması ve ABD'nin ısınmak için kömüre bağımlı olması nedeniyle anlaşma imzalanarak grev sona ermiştir. Ivy Lee bu grev sürecinde gazetecilerin işini büyük oranda kolaylaştırmış iletişim kanallarının açılmasına katkıda bulunmuştur. Nitekim grev görüşmeleri gizli yapılarak basına bilgi verilmesine izin verilmezken Ivy Lee her toplantı sonrası gazetecilere bilgi sağlamayı başarmıştır.

Pennsylvania Demir Yolları: İlgili dönemde Amerika'da demiryolu ulaşımı oldukça yaygın olup sık sık demir yolu kazası meydana gelmektedir. Ivy Lee kaza meydana gelen demir yollarına gazetecilerin ücretsiz olarak giriş yapmasını, bilgi toplamasını ve fotoğraf çekmesini sağlamıştır. Zira Ivy Lee'ye göre halkla ilişkilerin temel koşulu olan basınla iyi ilişkiler geliştirmek gazetecilere rüşvet vererek değil onların haber yapabilmelerini sağlamakla mümkün olmaktadır.

Colorado Kömür Grevi: Ludlow katliamı olarak da adlandırılır. Grevden önce şirketin sahibi olduğu evlerde yaşayan maden işçileri grevle birlikte bu evlerden çıkarıldığı için kendilerine çadır kentler kurmuşlardır. Katliam şirket bekçilerinin ve kiralanan özel kişilerin planlı saldırısı sonucu çadır kentlerin yakılması ile başlamıştır. Yaklaşık yirmi kişinin hayatını kaybettiği yangında kadın ve çocuklar da bulunmaktadır. Daha sonra yapılan araştırmalarda çadırları tutuşturmak için yanıcı maddelerin döküldüğü saptanmıştır. Ivy Lee daha önce yaptığı çalışmalarda gibi açıklık ve doğru bilgilendirme faaliyetleri kapsamında İlkeler Deklarasyonuna uymadığı için eleştirilmiştir.

2.3. Çift Yönlü Asimetrik Model: Genel olarak karşılıklı ancak dengesiz bir iletişime dayanmaktadır. Zira hedef kitleyi kurumun çıkarları doğrultusunda ikna etme amacı taşımaktadır. Bu noktada hedef kitlenin görüşü alınarak elde edilen veriler kuruluş lehine hedef kitleyi ikna etmek, davranış değişikliği oluşturmak amacıyla kullanılır. Bu model ile ilk gerçek halkla ilişkiler çalışmalarının temelleri atılmaya başlanmıştır. Bu modelin en önemli temsilcisi Edward Bernays olmuştur. Bernays'ın en önemli çalışmalarından biri olan sigara endüstrisi kapsamında yapmış olduğu Lucky Strike çalışması bu model çerçevesinde değerlendirilebilir (Leatang ve Pieczka, 2002: 252; Grunig, 2005: 192; Özkan, 2009: 21; Can, 2012: 77; Tarhan, 2012: 81; Geçikli 2013: 30; Okay ve Okay, 2014: 168; Bıçakçı, 2016: 106).

Sigara Endüstrisi ve Lucky Strike Sigaraları: Bu çalışma Bernays'ın zamanla pişmanlık duyduğu ancak halkla ilişkiler tarihinde adından sıkça söz ettiren temel çalışmalardan biridir. Amerikan Tobacco için çalışan Bernays'dan hedef kitle olarak kadınlara ulaşması istenmiştir. Sağlık ve moda kavramlarının kadınlar için önemli olduğunu kavrayan Bernays sigaranın iştahı azalttığı ve kiloyu dengede tuttuğu üzerine bir çalışma başlatınca tatlı yiyecekler üreten firmaların eleştirilerini almıştır. Bunun üzerine sigara içmenin psikolojik boyutlarını araştıran Bernays sigaranın kadınlar ve erkekler arasında sağlanan bir eşitlik olarak algılandığını saptamıştır. Bu noktada New York da ellerinde sigara olan genç kızların dolaşmasının sağlanması ülkede büyük yankı uyandırarak kadınların sigara içmeyeceği ve açık alanda sigara içilmemesi gerektiği ile alakalı önyargı kırılmıştır. İlerleyen dönemlerde kadınların sigara içmeme nedenleri ile alakalı olarak bir araştırma yapan Bernays yeşil renkli paketin kadınların kıyafetine uymadığını saptamıştır. Bu noktada sigara ambalajının değiştirilmesinin oldukça maliyetli ve piyasaya sürülen ürünlerin geri toplanma sorunları nedeniyle yeşil rengi kadınlar için moda haline getirmeye karar vermiştir. Nihayet Yeşil Balo düzenlemeye karar veren Bernays balonun tüm içeriğini (balo kıyafetlerinin ve takıların yeşil olması, basın bültenlerinin yeşil kağıtlara basılarak yeşil zarflara konması, yeşil fasulye, kuşkonmaz uçları, şam fıstıkları ve nane başta olmak üzere yemek menüsünün yeşil renkli yiyeceklerden oluşması) yeşil konseptinde düzenleyerek yeşil rengin moda olmasını sağlamıştır. Basının da ilgisini çeken yeşil balo tüm ülkede konuşulur hale gelmiştir.

2.4 Çift Yönlü Simetrik Model: Bu model çift yönlü iletişimi benimsemesi hedef kitlenin görüşlerini değerlendirmesi noktasında çağdaş halkla ilişkiler anlayışını ortaya koymaktadır. Çift yönlü simetrik modele göre dengeli bir iletişim serci olmalıdır. Zira işletmelerin hedef kitleden

aldıkları bilgileri değerlendirerek işletmeler ve hedef kitlenin çıkarları doğrultusunda ortak bir paydada buluşmaları esastır. Bu noktada işletme ve hedef kitle arasında uyum sağlanması modelin temel amacıdır (Leatang ve Pieczka, 2002: 253; Grunig, 2005: 311; Becerikli, 2006: 61; Özkan, 2009: 21; Okay ve Okay, 2014: 206; Bıçakçı, 2016: 104-105).

3. Emniyet Genel Müdürlüğünde Halkla İlişkiler Uygulamaları

Emniyet genel müdürlüğü bünyesinde Medya-Halkla İlişkiler ve Protokol Daire Başkanlığı adı altında çeşitli halkla ilişkiler faaliyetleri sürdürülmektedir.

3.1 Emniyet Genel Müdürlüğünde Halkla İlişkiler Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma

Bu çalışma Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde halkla ilişkiler uygulamaları kapsamında hayata geçirilen kamu spotlarının içeriğini Grunig ve Hunt halkla ilişkiler modelleri perspektifinden incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın evrenini 2017 yılı kamu spotları oluşturmakla birlikte 2017 yılında yayınlanan bütün kamu spotlarını incelemek mümkün olmadığından Alo 140 Terör İhbar Hattı ve İletişim Yolu İle Dolandırıcılık kamu spotları çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Alo 140 Terör İhbar Hattı ve İletişim Yolu İle Dolandırıcılık kamu spotları ise toplumun bütün kesimlerini ilgilendirmesi nedeni ile seçilmiştir. Kamu spotlarının incelenmesinde İngiliz Kültürel çalışmaları ve Stuart Hall'ın medya metinlerinin eklenmesi kavramı ve semiyolojinin bazı kavramlarıyla yapılacak olan çoklu okuma yöntemi kullanılacaktır. Bu noktada çalışma kapsamında yararlanılacak olan İngiliz Kültürel çalışmacı Stuart Hall'ın yöntemini ve aşamalarını kısaca şu şekilde açıklamak mümkündür (Dağtaş, 2003: 96);

Göstergeler: Modelin ilk aracı olan gösterenler semiyolojide gösterge kavramının bir parçası ve anlamın oluşmasını sağlayan maddi unsurdur.

Gönderge Sistemleri: Modelin ikinci aracı olan gönderge sistemleri kamu spotunda kullanılan unsurların neleri çağrıştırdığını çözümlenmekte kullanılacaktır.

Analiz: Bu bölümde kamu spotunda kullanılan unsurlar semiyolojik ve iletişimsel perspektiften Grunig ve Hunt halkla ilişkiler modelleri bağlamında değerlendirilecektir.

3.1.1 Alo 140 Terör İhbar Hattı Kamu Spotunun İncelenmesi

Alo 140 Terör İhbar Hattı Kamu Spotunda Diriliş Ertuğrul dizisinin oyuncularını yer almaktadır. Ertuğrul (Engin Altan Düzyatan), Halime Hatun (Esra Bilgiç), Bamsı (Nurettin Sönmez), Hayme Hatun (Hülya Darcan), Artuk Bey (Ayberk Pekcan) ve İbn Arabi (Osman Soykut) oyuncu kadrosunun yer aldığı kamu spotu Resim 1'de incelenecektir.

Resim 1. Alo 140 Terör İhbar Hattı Kamu Spotu



Göstergeler: Kamu spotu 'Diriliş Ertuğrul' oyuncularından terörle mücadele çağrısı yazısının ekranda görünmesi ile başlamaktadır. Dizi oyuncularından her biri farklı zamanlarda ekranda görülmekte olup kamu spotu şu diyalog ile ilerlemektedir. Dünyanın ortak sorunu nedir? Çevre, açlık ve enerji kaynakları. Bunların hiç biri bugün yarın hayatımızı etkilemediği için belki rahatız. Peki terörün dünyanın ortak sorunu olduğunun farkında mıyız? Farkındaysak da çözümü kimden bekliyoruz? Kim durdursun istiyoruz? Güvenliğimizi sağlamak güvenlik güçlerinin ve devletin işi. Ancak buna katkımız şart. Terörü hep birlikte durdurabiliriz. Birbirimize daha çok güvenerek, birbirimize daha çok kenetlenerek, daha çok severek. Sadece bir yerde, bir şeyde, birinde şüphe uyandıran bir gariplik mi var görmezden gelmeyelim yeter. Terörü hep birlikte durdurabiliriz. Alo 140 terör ihbar hattı sözleri ile kamu spotu sona ermektedir.

Gönderge Sistemleri: Kamu spotunda terörün durdurulmasında tek görevin devlete ait olmadığı bütün dünyayı ilgilendiren bir sorun olması nedeni ile birlik ve beraberliğin sağlanarak her vatandaşın üzerine düşeni yapması gerektiği vurgulanmaktadır.

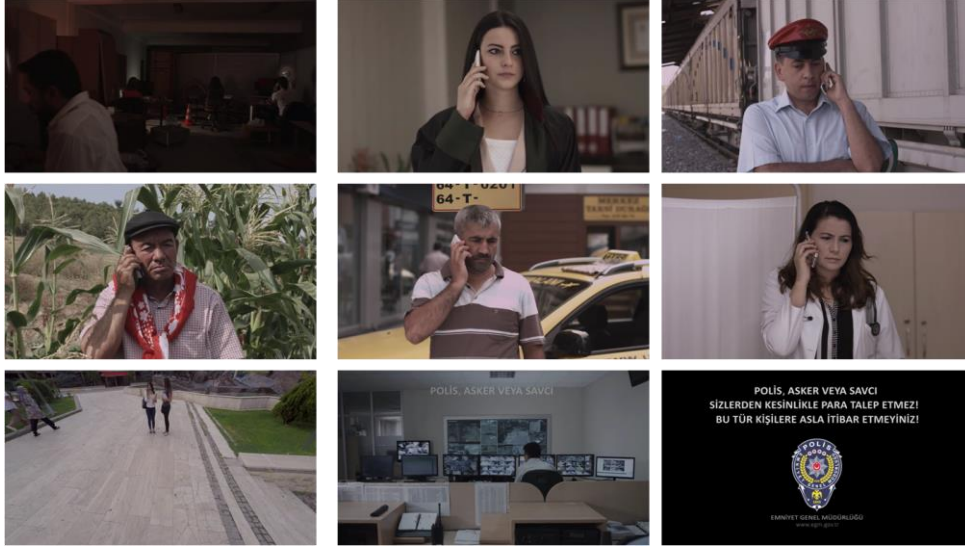
Analiz: Kamu spotunda Diriliş Ertuğrul dizisinin başrol oyuncularını rol almaktadır. Bu noktada dizinin tarihsel bir yapıya sahip olması ile farkındalık oluşturulmaya çalışılmaktadır. Benzer olarak terör sorununun sadece Türkiye'yi değil tüm dünyayı etkileyen bir husus olduğuna değinilmektedir. Nitekim kamu spotuna göre terörün önlenmesi için birlik ve beraberlik şart olup vatandaşlarında katkısı olmalıdır. Şüphe uyandıran durumlar için 140 telefon hattının aranması ile ilgili bilgi verilmiş 140 Terör İhbar Hattının tanıtımı yapılmıştır. Halkla ilişkiler modelleri çerçevesinde 140 Terör İhbar Hattının tanıtımı yapıldığı için Basın ajansı modelini çağrıştırmakla birlikte Barnum'un yaptığı çalışmalardan oldukça uzaktır. Zira ilgili kamu spotu kamuya bilgi vermeyi amaçlamakta olup Ivy Lee'nin yapmış olduğu Antrasit Kömür Grevi ve Pennsylvania Demir Yolları gibi çalışmalarla uyum sağlamaktadır. Öyle ki Ivy Lee'nin yayınlamış olduğu İlkeler Bildirisine göre doğru bilgi vermek ve dürüstlük esastır. Nitekim kamu spotunda terörün tüm dünyanın geleceğini tehdit etmesi kabul edilmiş ve kamuoyuna terörün önlenmesi için birlik, beraberlik ve vatandaşın da katkı sağlaması çağrısında bulunulmuştur. Bu noktada terörün çözümü görevinin sadece devlete ait olmadığı vatandaşlarında katkısının olması durumu çift yönlülüğü simgelemektedir. Terörü hep birlikte durdurabiliriz ifadesi ile karşılıklık ve çift yönlülük pekiştirilmiştir. Benzer olarak güven, kenetlenme ve sevme gibi sözcüklerin söylendiği bölümde ekranda Türk bayraklarına yer verilmesi

milli birlik ve bütünlüğe işaret etmektedir. Sonuç olarak kamu spotunda çift yönlü asimetrik model izleri bulunmakla birlikte kamuyu bilgilendirme modeli ağır basmaktadır.

3.1.2 İletişim Yolu İle Dolandırıcılık Kamu Spotu

İletişim yolu ile dolandırıcılık kamu spotunun görselleri Resim 2'de incelenecektir.

Resim 2. İletişim Yolu İle Dolandırıcılık Kamu Spotu



Göstergeler: Kamu spotu gayri resmi faaliyet gösteren çağrı merkezi görünümü bir yerin ekrana gelmesi ile başlamaktadır. Avukat, makinist, çiftçi, taksici, doktor, öğrenci ve esnaf başta olmak üzere çeşitli meslek dallarından bireylerin ekrana gelmesi ile devam etmektedir. Bu esnada dış ses şu ifadeleri söylemektedir. İyi günler. Ben asayiş şubeden komiser Hakan. Telefon hattınızın ve kimlik bilgilerinizin yasa dışı işler için kullanılmakta olduğunu tespit ettik. Adınıza sahte bir kimlik çıkarılmış. Bu örgüt üyelerini yakalamak için yardımınıza ihtiyacımız var. Vereceğimiz hesap numarasına bir miktar para yatırmanız gerekiyor. Telefonunuzu asla kapatmayın. Bu ifadelerden sonra başka bir dış ses girer ve polis, asker veya savcı sizlerden kesinlikle para talep etmez. Bu tür kişilere asla itibar etmeyiniz diyerek ve emniyet genel müdürlüğü'nün logosu ekrana gelerek kamu spotu sona erer.

Gönderge Sistemleri: Telefon yolu ile dolandırıcılığı önlemek amacıyla polis, asker ve savcı gibi devlete bağlı çalışan kişilerin kesinlikle para talep etmeyeceği mesajı verilmek istenmiştir.

Analiz: Günümüzde sıkça rastlanan telefon yolu ile dolandırıcılık sorunu için farkındalık oluşturulmaya çalışılmıştır. Zira toplumun çeşitli kesimlerinden pek çok kişi dolandırıcıların hedefinde yer alabilmektedir. Kamu spotunda yer alan başta avukat, doktor ve çeşitli meslek dalları ile dolandırıcılık sorunun bütün toplumu ilgilendirdiği vurgulanmaya çalışılmıştır. İncelenen kamu spotunu Grunig ve Hunt halkla ilişkiler modelleri kapsamında kamuyu bilgilendirme modeli ile bağdaştırmak mümkündür. Nitekim halkı dolandırıcılık konusunda bilgilendirme, bilgi verme esas alınmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Günümüzde halkla ilişkiler faaliyetleri hiç olmadığı kadar önem kazanmıştır. Nitekim günümüz koşullarında halkla ilişkilerin temelini oluşturan iyi niyet, imaj ve itibar tüm kesimlerce aranan hususlar arasında yer almaktadır. Bu çalışmada Emniyet Genel Müdürlüğü'nün halkla ilişkiler uygulamaları kapsamında yayınlamış olduğu 2017 yılına ait güncel kamu spotlarından 140 terör ihbar hattı ve iletişim yolu ile dolandırıcılık kamu spotları İngiliz Kültürel Çalışmacı Stuart Hall'ın yöntemine göre Grunig ve Hunt halkla ilişkiler modelleri perspektifinden incelenmiştir. Yapılan incelemeye göre kamu spotlarının içeriğinin Grunig ve Hunt halkla ilişkiler modelleri kapsamında kamuyu bilgilendirme modeli ile bağdaştığı tespit edilmiştir. Zira kamuyu bilgilendirme modelinin doğruluk, dürüstlük, doğru haber vererek kitleleri bilgilendirme esasına

dayandığını söylemek mümkündür. İletişim yolu ile dolandırıcılık kamu spotunda dolandırıcılığın önlemesi için halkın bilgilendirilmesi sağlanmıştır. 140 terör ihbar hattı kamu spotunda ise öncelikle bu hattın varlığı kamuoyuna tanıtılmış ve akabinde şüpheli durumların güvenlik güçlerine iletilmesi için çağrı yapılmıştır. Bu kamu spotunda terörün önlenmesi için devlet ve halkın birlikte hareket etmesi ve işbirliği yapması gerektiği karşılıklılık esasına dayandığı için çift yönlü simetrik modelden izler taşımakla birlikte çalışmanın genelinde kamuyu bilgilendirme modelinin ağırlık gösterdiği saptanmıştır. Sonuç olarak Emniyet Genel Müdürlüğü'nün halkla ilişkiler uygulamaları kapsamında yayınladığı kamu spotlarında Grunig ve Hunt halkla ilişkiler modellerinden başta kamuyu bilgilendirme modeli olmak üzere çift yönlü simetrik modelden de yararlandığını söylemek mümkündür.

Kaynakça

- Asna, A. (2012). Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler, İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Becerikli, S. Y. (2006). Uluslararası Halkla İlişkiler Alanına İlişkin Bir Tanım ve Model Arayışı. *Amme İdaresi Dergisi*, 39 (3), 55-69.
- Becerikli, S. Y. (2008). *Ve Halkla İlişkiler*, Ankara: Karınca Yayınları.
- Bıçakçı, İ. (2016). *Halkla İlişkilerin Kurmaca Dünyası ve Hakikatin Direnişi*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Can, A. (2012). Halkla İlişkiler Mi Yoksa Olumlu İmaj ve Gerçeklik Mimarlığı Mı? *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 75-84.
- Çamdereli, M. (2000). *Halkla İlişkiler*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Dağtaş, B. (2003). *Reklamı Okumak*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Erdoğan, İ. (2014). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*, 3. Baskı, Ankara: ErkYayınları.
- Geçikli, F. (2013). *Halkla İlişkiler ve İletişim*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Gruning, J. E. (2005). *Halkla İlişkilerde ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik*, (Çev: Elif Özsayar), İstanbul: Rota Yayınları.
- Kazancı, M. (2004). *Kamu ve Özel Kesimlerde Halkla İlişkiler*, 5.Baskı, Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- Kazancı, M. (2009). *Kamu ve Özel Kesimlerde Halkla İlişkiler*, 8.Baskı, Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- Kuloğlu, G. (2004). Polis Halk İşbirliği. *Polis Dergisi EGM Yayınları*, (42), 52-63.
- Letang, J. & Pieczka, M. (2002). *Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar*, (Çev. Sema Yıldırım Becerikli ve diğ.) Ankara: Vadi Yayınları.
- Okay, A. & Okay, A. (2014). *Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları*, 7.Basım, İstanbul: Der Yayınları.
- Özkan, A. (2009). *Halkla İlişkiler Yönetimi*, 2. Baskı, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- Peltekoğlu, F. B. (2012). *Halkla İlişkiler Nedir*, 7.Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- Sepetçi, T. (2012). Toplum Kültürünün Uygulanan Halkla İlişkiler Modellerine Etkisi Türkiye'deki Devlet ve Vakıf Üniversiteleri Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 28(7), 4722-4748.
- Tarhan, A. (2012). *Büyükşehir Belediyelerinin Sosyal Medya Uygulamalarına Halkla İlişkiler Modellerinden Bakmak. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (35), 79-101.
- Tortop, N. (1990). *Halkla İlişkiler*, Gazi Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Matbaası.

EXTENDED ABSTRACT

Aim and Scope: The concept of public relations is take part among the nowadays increasingly important concepts because be based on the development of based on good intention relationships, conduct their works within principles of trueness and honesty. Likewise public relations are found among the communication practises which are high convincing of its structure requirement. Such that modern policing services also exploit from the principles of public relations. In this context, modern policing services are aimed establishing and strengthening the relationship between police

organization and public, examine the underlying causes of the problems of society and providing and effective fight against crime. At this point, it is aimed to all district of society sensitizing to social problems by descending to the source of problem. Thus at the origin of this concept, security services are incorporate to be conducted efficiency and summarily by providing participation and support of society, the development of public-police relations. This study has the subject the applications of public relations in the extent of modern policing services. The public spots that publishing by Security General Directorate is aim to research from perspective of Grunig and Hunt public relations models. Because the sample of the study is of interest to the whole public the work's universe with the creation of current public spots published in 2017 fraud is limited to public spots through 140 terror hotline and communication.

Method: In the course of study, the content of public spots were examined, exploiting the concept of articulation of the media texts of Stuart Hall of the British Cultural Theorist and multiple reading method with some concepts of semiology. Hall, to analyze the sense structure claimed by messages sent to the audience through the media. This model, which is based on Hall's concept of media meaning, is also referred to as encoding and decoding in the communication literature, using the codes of representation in retrieving and analyzing the media content. In this context, British Cultural Theorist Stuart Hall's method and stages that exploited the course of study its possible shortly by this means:

* Indicators: Indicative which the first implement of the model is material element by providing a part of indicator concept and form of meaning in semiology.

* Referent Systems: Referent systems which the second implement of the model have been used to analyze what the elements evoke used in public spot.

* Analysis: This section used components in public spot it was evaluated from semiologic and communicational perspective to as part of Grunig and Hunt public relations models.

Findings: Basic public relations models that developed by James Grunig and Hunt were investigated 4 stage about press agency, public disclosure, dual asymmetric and dual symmetric. Accordingly, when analyzed in the course of study, 140 Terror Hotline taking part in the public spot *Diriliş Ertuğrul* series of lead actors tried to create awareness of the problem of terrorism has been mentioned that it is only a matter affecting the whole lord, not Turkey. In this context, the concept of unity and solidarity was emphasized to prevent terrorism and it was called to the point of contributing to the citizens. This public spot was detected overweight of public disclosure models with dual asymmetric pattern traces. Likewise, by using Communication Lane Fraud Public Spots were informed about the necessity to be careful about public fraud and utilized the public information model.

Conclusion: As a result of this investigation, two-way asymmetric model traces were found in public spots, and public information informing model based on honesty and fair reporting was found to be severe. This context it can be said that the Security General Directorate frequently makes use of the public information informing model in order to inform the public in public spots, one of the public relations activities.

İhracata Yönelik Uygulanan Teşviklerin Etkinliği: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama

Effectiveness of Incentives for Exporting: An Application in The Textile Industry

Öz

Günümüzde az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ihracatlarını arttırmak amacıyla dış ticaret politikalarını belirlemektedir. Bu doğrultuda Türkiye'de de ihracatı teşvik etmek amacıyla teşvik ve destekler sağlanmaktadır. Bu çalışmada ihracat, ihracata yönelik uygulanan destek, kredi ve teşvikler, Türkiye'de uygulanan ihracat teşviklerinin uygulanma şekilleri, uluslararası pazarlama stratejileri ve ihracat teşviklerinin uluslararası pazarlamadaki etkinliğinin açıklanması amaçlanmıştır. Bu amaçla, İstanbul'da tekstil sektöründe faaliyet gösteren, İTKİB'e (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri) üye olan ve ihracat teşviklerinden faydalanan bir firma ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda en fazla haberdar olunan teşvikler; "Dahilde İşleme Rejimi, Yurtiçi ve Yurtdışı Fuar/Sergi Desteği ve Eximbank Kredi Desteğidir". Aynı zamanda bu teşviklerin en fazla haberdar olunan teşvikler olmasının yanı sıra en fazla kullanılan ve memnuniyet seviyesi en yüksek olan teşviklerdir. Ayrıca işletmenin sağlanan devlet destekleri ve teşviklerden çoğunu kullanmadığı ve söz konusu işletmenin bu destek ve teşvikler konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığı da tespit edilmiştir.

Abstract

In this study, export, implementation of export supports, export credits and export incentives, implementation forms of export incentives applied in Turkey, international marketing strategies, the relationship between export incentives and international marketing has been tried to explain. This research aims to reveal the effect of implementation of export incentives to develop export in Turkey on international marketing. For this purpose, there was carried out intensive interview with a member firm of İTKİB which operates in textile sector in Istanbul and benefits from export incentives. On the evaluation of the interview, direct and indirect effects of export incentives on international marketing are concluded. It has been observed that the company which does not use most of the government supports and incentives, does not have enough information about these supports and incentives provided by the State.

Giriş

Türkiye 24 Ocak 1980 tarihinde alınan ortak kararlar ekonomide uygulanan ithal ikameci politikayı bırakıp ihracata dayalı sanayileşmeyi hedefleyen dışa açık büyüme modelini uygulamaya başlamış ve dolayısı ile ekonomide ihracatın önemi artmıştır. Küreselleşmenin de etkisi ile ülkeler ekonomik kalkınma için dış pazarlara yönelerek ihracat sayesinde ülkeye döviz girişi sağlamayı amaçlamaktadırlar. Ancak dış pazarlara girmek işletmelere ve ülkelere avantajlar sağladığı kadar rekabet, finans problemleri gibi engeller ve tehditler de içermektedir. Bu engeller ve tehditler işletmelerin dış pazarlara açılma konusunda çekimser davranmaya itmekte, dolayısı ile işletmelerin iç pazarda faaliyetlerle yetinmelerine sebep olmaktadır. Tam da bu aşamada devlet, bu düşüncedeki işletmelere uluslararası pazarlardaki faaliyetleri için teşvik ve destek sağlayarak onlara yardımcı olmaktadır.

Genellikle ekonomik büyüme, refah seviyesini ve milli gelir düzeyini artırma, rekabet avantajı sağlama, pazar payını artırma gibi hedefler doğrultusunda ihracatı ve ihracata yönelik üretimi arttırmak amacıyla teşvik ve destekler sağlanmaktadır. Sağlanan teşvik ve desteklerde temel amaç



İbrahim Avcı

Öğr. Gör., Gümüşhane Üniversitesi,
SBMYO, İşletme Yönetimi Bölümü,
ibrahim.avci@gumushane.edu.tr



Özgür Çengel

Prof. Dr., İstanbul Ticaret
Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
ocengel@ticaret.edu.tr

Article Type / Makale Türü

Research Article / Araştırma Makalesi

Anahtar Kelimeler

İhracat, İhracat Teşvikleri, Uluslararası
Pazarlama, Derinlemesine Mülakat, Tekstil
Sektörü

Keywords

Export, Export Incentives, International
Marketing, Intensive Interview, Textile Sector

JEL: M31, F10, L67

Bilgilendirme

Bu çalışma, Prof. Dr. Özgür Çengel
danışmanlığında İbrahim Avcı'nın
tamamladığı yüksek lisans tezinden
türetilmiştir.

Submitted: 22 / 02 / 2018

Revised: 02 / 04 / 2018

Accepted: 21 / 04 / 2018

İhracatta karşılaşılan sorunları en aza indirmek ve işletmeleri ihracata teşvik etmektir. Dolayısı ile ekonomik büyümede ihracat ne kadar önemlisi ise ihracatta da teşvik ve destekler o kadar önemlidir. Her ne kadar teşvikler ile ihracat arttırılmaya çalışılsa da, dış pazarlarda hayatta kalınabilmesi için süreklilik önemlidir. Bir işletmenin uluslararası pazarlardaki rekabet ortamında sürekliliği koruyabilmesi için pazarlama faaliyetlerine önem vermesi gerekmektedir. İhracatta uygulanan teşvik ve desteklerin bir işletmenin uluslararası pazarlardaki pazarlama faaliyetleri üzerindeki etkisini incelemek amacıyla çalışma ihracat teşvikleri ve uluslararası pazarlama konuları üzerine belirlendi.

Bu amaçla ihracatta devlet destek ve teşviklerinden faydalanan İstanbul'da tekstil sektöründeki bir işletmenin ihracat teşviklerine bakış açılarını, teşvikler ile uluslararası pazarlama ilişkisini ve teşviklerin uluslararası pazarlamaya etkisini ortaya koymak amacı ile yapılan derinlemesine mülakatın analiz ve değerlendirilmesi yer almaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. İhracat ve İhracat Teşvikleri Kavramı

İhracat, geniş anlamda, bir ülke içerisinde üretilmiş olan veya yurt dışındaki herhangi bir ülkeden satın alınmış mal ve hizmetin, yurt içindeki serbest bölge sınırları içerisinde veya yurt dışında yerleşik olarak faaliyet gösteren gerçek ya da tüzel kişilere satılması ve bu satış sonucu doğacak olan bedelin, kanunda öngörülen süre içerisinde herhangi bir bankaya götürülüp yabancı paranın TL'ye (Türk Lirası) dönüştürülüp tahsilini izleyen bir süreçtir.

Dar anlamda ise ihracat, alım satım ilişkisinden doğan, yurt dışındaki kişilere yapılan mal ve hizmet satışlarını ve bu amaç doğrultusunda mal ve hizmetin yurt dışına transferini ifade etmektedir. (Arzova, 2006: 5)

Yönetmeliğe göre ise ihracat,

"Bir malın veya değerın yürürlükteki İhracat Mevzuatı ile Gümrük Mevzuatına uygun şekilde fiili ihracatının yapılması ve Kambyo mevzuatına göre bedelinin (Bedelsiz İhracat hariç) yurda getirilmesini veyahut Müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkışlardır." (İhracat Yönetmeliği, 1996: 22515)

Diğer bir tanıma göre ise ihracat, kar etmek amacıyla müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını tatmin etmek için işletmenin sahip olduğu imkanların kullanılması için değerlendirme, planlama ve denetleme işlemlerinin uluslararası boyutta yapılması işlemidir. (Durmaz, 2009: 4)

Teşvik kelimesi Arapçadaki "sevk" kelimesinden türetilmiş ve "teşvik" olarak Türk diline girmiştir. Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre teşvik kavramı isteklendirme, özendirme, sevk verme, cesarete getirme, gayretlendirme anlamlarına gelmektedir. Teşvik, lügatta isteklendirme, özendirme, belli bir işin yapılmasına vesile olmak için sağlanan dürtü anlamlarına gelmektedir. Ayrıca bu kavram İngilizcede "incentive" ve "subsidy" kelimeleri ile ifade edilir.

İhracat teşviki ile alakalı ekonomik literatürde çeşitli tanımlamalar yer almaktadır. Literatürlerde yer alan tanımlardan bazıları şöyledir;

- Ekonomi ve toplum menfaati ön planda tutulmak kaydı ile ekonomi içerisindeki belirli sektörler veya ürünler için önem derecesine göre devlet tarafından gizli ya da açık olarak yapılan desteklere ihracat teşvikleri denir. (Terzi ve Erol, 2005: 285)
- İhracat teşvikleri, küçük üretim yapan satıcılara özel üretim yapmaları veya ihracata yönelik üretim yapmaları doğrultusunda devlet tarafından verilen destek veya tahsistir. (Rahnama, Mousavian, Eshghi, Alaei 2011: 27)
- Ülke ekonomisine katkı sağlayan bazı alanların diğerlerine nazaran daha çabuk gelişmesini sağlamak için devlet tarafından çeşitli yöntemler ile maddi açıdan verilen maddi ya da gayri maddi yardımlar ve destekler teşvikleri oluşturur. (Aktürk ve Şenol, 2010: 376)
- Ülkelerin sahip olduğu kalkınma stratejileri doğrultusunda, sosyo ekonomik ve toplumsal yapısı göz önüne alınarak belirli faaliyetlerin yapılması ya da yapılmaması için özendirme amacıyla devlet tarafından sağlanan nakdi ya da nakdi olmayan destekler paketi teşvik olarak ifade edilir. (Dürüs, 2005: 3)

- İhracat teşvikleri, fabrikaya gelen bir hammaddenin işlendikten sonra ürün haline getirilip satışını ve satış sonrası hizmetleri de kapsayacak şekilde bütün maliyet unsurlarını ve bir kısmını hesaba katarak bunun sonucunda ihracattan elde edilecek döviz gelirlerini arttırarak ihracatta karlılık sağlamaktır. (Kemer, 2003: 32)
- İhracat teşvikleri kısa dönem açısından ihracatın arttırılmasını dolayısı ile döviz gelirlerinin arttırılmasını, uzun dönem açısından ise bir ülkenin maddi veya gayri maddi kaynaklarının ihracatın yoğun olduğu endüstrilere kaymasını sağlamak amacıyla alınan önlemlerdir. (Sandalcı, 2010: 4)
- İhracat teşvikleri dar açıdan, ihracat sübvansiyonlarını içerir. Geniş açıdan ise; ihracat yapan firmaların ihracat esnasında karşılaştıkları zorlukları ortadan kaldırmak ve satışlarına katkı sağlamak için yapılan her türlü düzenlemeyi kapsar. (Uzay ve Uzay, 2010: 185)

Yukarıdaki tanımlardan da anlaşıldığı üzere, uygulanan teşviklerin temel amacı, ülke kaynaklarının ülke ekonomisine daha faydalı olduğu kabul edilen alanlara yönlendirilmesidir. Burada en önemli nokta, teşvikler neticesinde amaçlanan hedeflerin ne olduğu, bu hedeflere ulaşabilmek için ne zaman, ne gibi ödünler verilebileceği ve en sonunda ne gibi avantajların elde edileceğidir. Devletlerin uyguladıkları ekonomik sisteme göre verecekleri teşvikler ve bu teşvikleri ne amaçla verdikleri değişebilmektedir. Genellikle devletlerin temel amacı, ülkenin ekonomik açıdan kalkınmasını sağlayarak halkın refah seviyesini yükseltmektir. (Akça, 2011: 17)

Ekonomik kalkınmada önemli bir noktada bulunan ihracat, çoğu ülke tarafından vazgeçilmez politikalarından birisidir. İhracat teşvikleri sonucunda artan ihracatın, ülke ekonomisine iki türlü katkısı bulunmaktadır. İhracatın artışı ile birlikte milli gelir artarken, ülkeye döviz girişi sağlanarak ekonomik kalkınmaya da destek olunur. (Ersungur ve Yalman, 2009: 84)

İhracat teşvikleri, ihracatçıyı özendirerek, ülke içinde üretilen malların ihracatını arttırmak amacıyla çoğu ülke tarafından yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. İhracat teşvikleri haksız rekabete neden olmaması amacıyla, DTÖ ve Dünya Gümrük Örgütü (DGO) gibi örgütler tarafından kontrol edilmektedir. (Şenol, 2009: 62) İhracat kapsamında verilen teşvikler, ihracatın teşvik edilmesi, ihracat pazarlarının arttırılması, ülkenin dünya pazarındaki ihracat payının arttırılması ve uluslararası pazara giriş yapan firmaların rekabet güçlerinin arttırılması açısından çok önemlidir. Atayeter ve Erol, 2011: 3)

Devletlerin teşvik uygulamalarına yönelmelerinin öncelikli nedeni, kendi sanayilerini uluslararası pazarlardaki güçlü sanayi ülkelerinin sahip olduğu rekabet avantajından korumaktır. Diğer nedenler ise; ülke ekonomisini canlandırmak, ihracata özendirmek, teknolojik ürünlerin üretimini sağlamak, eğitim ve tecrübe açısından kalifiye iş gücü yetiştirmek, yatırım ve üretim olanaklarını arttırıp gelişmişlik düzeyini yükseltmektir. (Sandalcı, 2010: 5) Devletin uyguladığı teşvikler genellikle Küçük ve Orta Boy Ölçekli İşletmeleri (KOBİ) ihracata teşvik etmek için uygulanır.

Yapılan araştırmalar, teşvikler neticesinde ihracat yapan firmaların, ihracat esnasında uluslararası ilişkilerini geliştirerek motivasyonlarını arttırdıklarını ortaya çıkarmıştır. (Falco ve Simoni, 2014: 70) Hükümetler küresel rekabet pazarında yerli ürünlerini tutundurmak için ihracat teşvikleri sağlamaktadır. İhracat teşviklerinin temel amacı, bir ülkenin sadece ürünler açısından değil aynı zamanda ihracat pazarı açısından da, toplam mal ihracatı ve ihracat yapısının çeşitlendirilmesini arttırarak, genel ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmaktır. (Fanta ve Teshale, 2013: 114)

1.2. İhracat Teşviklerinin Tarihsel Gelişimi

Cumhuriyet öncesi uygulanan ticaret politikası sonucunda Osmanlı Devleti'nin altın ve gümüş rezervleri bitmiş dolayısı ile tek çözümün borç alınması gerektiğine karar verilmiştir ve 1854 yılında ilk dış borç alınmıştır. (Sandalcı, 2010: 5) İlk resmi dış borçla birlikte Osmanlı Devleti'nin dış borcu günden güne artmaya devam etmiştir. Bu borçların nasıl ödeneceği Osmanlı Devleti'nin yanı sıra alacaklı ülkeleri de düşündürmeye başlayınca ihracatı artırma yolları arandı. Bunun akabinde sanayileşme çabaları ile birlikte teşvik politikaları da düzenlendi. Osmanlı Devleti'nin son yıllarında uygulanan ilk devlet yardımının Teşvik-i Sanayi Kanunu ile olduğu görülmektedir. (Şimşek ve Yazıcı, 2004: 123) 1913 yılında ilan edilen Teşvik-i Sanayi Kanunu ile sanayi sektöründeki

işletmelerin makine ve hammadde ithalatı sırasında gümrük vergisi ödememeleri kararlaştırılmıştır. (Akça, 2011: 7) Bu kanun neticesinde ilk ihracat teşviki kararı, pamuk yetiştiricilerinin pamuğu işledikten sonra ihracat yaparken ihracat gümrük resminden muaf tutulacağıydı. Günümüzde uygulanan ihracat teşviklerinin temelini de bu uygulama oluşturmaktadır. (Mollasalihoğlu, 1999: 42)

Sonuç olarak 1914 yılına gelindiğinde 1. Dünya Savaşı'nın başlamasıyla Osmanlı Devleti verdiği imtiyazları tek taraflı olarak tanımayıp kaldırdığını ve gümrük vergilerini de %15 çıkardığını duyurmuştur. Cumhuriyet'in ilanına kadar sanayileşmeye geçmeden, hammaddeleri işleyemeden sadece kendi tüketim mallarını karşılamaya çalışarak ticaret politikasını devam ettirmiştir. (Şimşek ve Yazıcı, 2004: 59) Cumhuriyet Sonrası Dönem olarak adlandırılan 1923 ile 1960 yılları arasında dış ticaret politikalarında daha çok korumacı ve devletçi bir anlayışla hareket edildiği görülmektedir. (Sandalcı, 2010: 28) Ancak bu dönemin başlarında imzalanan Lozan Antlaşmasında yer alan Ticaret Sözleşmesi Türkiye'nin 5 yıl boyunca uluslararası pazarda uygulayacağı dış ticaret rejimini duraklatmakta ve ayrıca eskiden uygulanan gümrük tarifelerinin 1929 yılına kadar uygulanmasını dayatmaktaydı. Ticaret Sözleşmesi gereği Türkiye'nin dış ticarete uygulamayı planladığı politika değişikliği engellenmiş oluyordu. Bu şartlar altından Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomik yönden bağımsız olması ve ulusal kalkınmanın sağlanması için 1923 yılında gerçekleştirilen İzmir İktisat Kongresi bir dönüm noktasıdır. (Kışoğlu, 2010: 43)

Bu kongrede sanayi, ticaret ve tarımı geliştirmek için aşağıda yer alan teşvik kararları uygulamaya alınmıştır. Alınan bu kararların önemi özellikle özel sektöre yönelik kalkınma stratejileri barındırıyor olmasıdır. Bu düzenlemelerle birlikte sektörün korunması ve teşvik edilmesi amaçlanmıştır. Ancak bu teşviklere rağmen dünyadaki ekonomik durum, özel sektörün yeteri kadar gelişmemiş olması ve korumacı devlet yaklaşımları dış ticaret politikalarımızı dizayn etmiştir. (Şimşek ve Yazıcı, 2004: 123) 1925 yılında sanayi sektörünü desteklemek için Sanayi ve Maden Bankası kurulmuştur. 1927 yılında ise Teşvik-i Sanayi Yasası çıkarılmıştır. 1929 yılında ise dünyayı sarsan ekonomik kriz Türkiye'yi de etkilemiş ve dış ticaret açığı sorunu ile karşı karşıya kalınmıştır. Dış ticaret açığının kapatılması için gerekli olan iki yol vardı; ithalat masraflarını düşürmek ve ihracat gelirlerini arttırmak. Durum böyle olunca Türkiye dış ticarete korumacı bir politikaya yönelmiştir. 1930 yılında ihracatı arttırmak amacıyla "İhracatın Korunması" kanunu yürürlüğe girmiş ve 1932 yılında ithalatçının ithal ettiği mal kadar ihracat etme zorunluluğunu öngören takas ve kliring sistemi uygulanarak ihracat arttırılmaya çalışılmıştır. (Kışoğlu, 2010: 44) 1933 yılında yurt içinde üretilen hammaddelerin işlenmesi için endüstrilerin kurulmasına yönelik kalkınma planı hazırlanmıştır. Türkiye o dönemde kalkınma planı hazırlayıp bunu uygulamaya koyan ilk ülkedir. 1934 yılında devlet desteği ile dış pazarlar hakkında bilgi toplamak, araştırmalar yapmak, geziler düzenlemek, ülke içinde üretilen ihraç ürünlerinin üretilmesi ve pazarlanması konusunda yardımcı olmak için "Türk Ofis" kurulmuştur. 1940'lara kadar dış ticarete koruyucu ve devletçi politika devam etmiştir. 1940 yılında uygulamaya konulan "Milli Koruma Kanunu" ile dış ticaret üzerindeki devlet denetimi daha da artmıştır. (Sandalcı, 2010: 29)

Sonuç olarak, Cumhuriyet Sonrası Dönemde ihracata yönelik birçok düzenleme yapılsa da yeterli olmamıştır. Bu dönemde yapılan teşvikler özel sektör odaklı olmasına rağmen yurt içinde sanayinin geliştirilmesine ağırlık verilmiştir. 1947 yılından sonra dış ticarete sürekli bir açık meydan gelmiştir. (Cevahir, 2007: 34)

1960 yılında literatürde "Planlı Dönem" olarak geçen bu dönemde planlı kalkınma dönemine girilmiş ve 1963 yılından itibaren beşer yıl arayla kalkınma planları ile dış ticaret politikaları yürütülmeye çalışılmıştır. Planlı kalkınma döneminde hedeflenen iktisat modeli karma ekonomi iken, dış ticaret politikası ise ithalatın payını düşürüp ülke içerisinde üretimi arttırmayı hedefleyen ithal ikameci sanayileşme politikası olmuştur. (Kışoğlu, 2010: 47) Bu dönem içerisinde beşer yıllık arayla 4 adet kalkınma planı uygulanmıştır ve bu planların hepsinde ihracatı arttırmaya önem verilmiştir. Bu dönem içerisinde en fazla vergi iadesinden faydalanılmıştır. Ancak bu iyi niyet suiistimal edilerek hayali ihracata başvurulmuş ve devlet zarara uğratılmıştır. Dolayısı ile vergi iadesinden pek fazla başarılı sonuçlar alınamamıştır. (Aktürk ve Şenol, 2010: 377)

1980 yılından sonra Türkiye'nin dış ticaret stratejisi müdahaleci ithal ikameden dışa yönelik piyasa kaymıştır. Aynı dönemde ihracatta artışlar medyana gelmiş ve yıllık ihracat miktarında da %24 oranında büyüme meydana gelmiştir. Gelişen ihracat neticesinde ihracat yapısı da değişmiştir. (Arslan ve Winjbergen, 1990: 4)

Bu dönemde ekonominin dışa açılması kararı 24 Ocak'ta verilmiştir. Bu yüzden 24 Ocak Kararları olarak anılmaktadır. Bu kararlar Türkiye'nin küresel pazarda söz sahibi olması konusunda bir dönüm noktasıdır. 24 Ocak Kararları, ekonomik rejimde yapısal bir değişikliği öngörmüştür. Bu kararlar kısa vadeli amaçlarla günü kurtarmak yerine uzun vadeli planlarla ekonomide yapılacak değişikliği sağlayarak yeni bir ekonomik yapı geliştirme niteliği taşımaktadır. (Kaya, 2013: 8)

2005 yılında günümüze kadar Dokuzuncu ve Onuncu Kalkınma Planları olmak üzere iki adet kalkınma planı hazırlanmıştır. Dokuzuncu Kalkınma Planı, istikrarlı büyüme devam eden, küresel pazarda rekabet edebilen, gelirini adil olarak dağıtan ve AB'ye uyum için gerekli şartları sağlamış bir ülke vizyonu hedeflenerek hazırlanmıştır. (Karluk, 2014) Resmi gazete de belirtildiği üzere sanayinin yanı sıra hizmet ihracatı da teşvik edilecek ve yapılacak yatırımların iki taraflı olarak korunması için anlaşmalar yapıp kredi garantisi verilecektir. (Türkiye Büyük Millet Meclisi, 2006)

2023 hedefleri doğrultusunda 2014-2018 yıllarını kapsayan ve uzun vadeli bir bakış açısı ile Onuncu Kalkınma Planı hazırlanmıştır. Bununla ilişkili olarak, sanayileşme ve üretimde verimlilik arttırılacak, ithalata bağımlı bir ekonomi yerine ihracat odaklı bir ekonomi yapısına geçilerek ihracatçıların yeni pazarlara girebilmesi için mevcut olan desteklerde iyileştirilmeye gidilecek. İthalata bağımlılığı minimum seviyeye düşürmek için büyük miktarda yatırımları ve sektörel gelişmeleri içeren yeni teşvik sistemi uygulamaya geçirilecektir. (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2013) Ekonomik büyümeyi arttırmak için üretim kapasitesinin yeterli düzeye gelmesi ve bunun için de özel sektöre yönelik yatırımların canlandırılması gerekiyor. Türkiye'nin 2023 hedefleri doğrultusunda ihracat odaklı bir büyüme stratejisi izlenmesi gerektiği belirtilmektedir. (Bayramoğlu, 2013: 85)

1.3. Türkiye'de Uygulanan İhracat Teşvikleri

1.3.1. İhracatta Devlet Destekleri

İhracatta sağlanan devlet destekleri; uluslararası pazarlara açılmak, ihracatın teşvik edilmesi, var olan ihracat pazarlarının genişletilmesi, dünyadaki ihracat pastasından Türkiye'ye düşen payın arttırılması ve küresel piyasada rekabet avantajı sağlamak açısından önem arz etmektedir. Sağlanan devlet desteklerinde amaç, KOBİ olarak faaliyet gösteren işletmelere öncelik verilmek üzere, ihracat yapan firmaları ihracata yönelik gerçekleştirdikleri faaliyetlerin üretim veya pazarlama süreçlerinde destekleyerek uluslararası pazarda karşılaşabilecekleri problemlerin çözülmesinde yardımcı olmaktır. (Cevahir, 2007: 63)

1.3.1.1. Araştırma Geliştirme (Ar-Ge) Yardımı

Araştırma ve Geliştirme yardımını uygulayan kurumlar Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) ve Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) 'dır. Bu kurumların değerlendirmesi sonucu sanayi kuruluşlarının araştırma ve geliştirme projelerinin masraflarının belirli kısmının karşılanması ve sermaye sağlanmasıdır. En fazla % 50, ilave sağlanacak desteklerde en fazla % 60 oranında 3 yıl süreyle destek sağlanabilmektedir. Destekleme eğer onaylanırsa ilgili ödeme Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası tarafından yapılır. Ancak ödeme yapılırken, ödemenin % 6'sı kesilerek destek olmak amacıyla TÜBİTAK'a aktarılır. (Çınar, 2009: 333)

1.3.1.2. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi

Çevre maliyetlerinin desteklenmesi, ihraç edilen ürünlerin uluslararası pazarlarda karşılaştıkları çevre ve kaliteye uygunluk ve de insan sağlığını tehdit edici unsurlar barındırmadığına dair kalite güvence sistemi-çevre yönetim sistemi belgeleri ile CE "Avrupa'ya Uygunluk" belgesinin alınmasıyla KOBİ'lere sağlanan desteklerdir. Bu devlet desteği ile KOBİ'lere aşağıdaki çevre ve kalite belgelerini elde etmeleri kolaylaşır. Bu belgelerle alakalı giderlerin % 50'si bu destek kapsamında karşılanmaktadır. Bu belgeleri almak isteyen firmalar en geç 3 ay önce DTM'ye başvurarak uygunluk belgesi almalı ve uygunluk belgesi aldıktan sonra ise destekten faydalanabilmek için en geç 6 ay içinde DTM'ye tekrar başvurmalıdırlar. (Demir, 2003: 65)

1.3.1.3. Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Desteği

Bu destek ile amaçlanan ihracat potansiyeli yüksek olan hammadde şeklinde veya işlenmiş haldeki tarımsal ürünlerin ihracatını arttırmaktır. Bu destek sayesinde, ihraç edilen bu ürünlerin miktar ve değerleri hesaba katılarak vergilerden, enerji ve haberleşme giderlerinden, yapılan SSK (Sosyal Sigortalar Kurumu) primleri vb. den muaf tutulurlar. Bu desteğin uygulayıcı mercii ihracatçı birlikleridir. (Kemer, 2003: 106)

1.3.1.4. Pazar Araştırmasına Yönelik Destekler

Bir işletmenin mevcut ürünleri için yeni pazarlar araması, bu pazarlardaki satış olanaklarını ve rekabet avantajını değerlendirmesi ya da faaliyet gösterdiği mevcut ihracat pazarlarında değerlendirme yapmak amacıyla gerçekleştirdiği bütün çalışmalar pazar araştırması içerisinde yer almaktadır. Bu destek ile devlet, işletmelerin pazar araştırmaları esnasında yüklenecekleri maliyetleri hibe biçiminde karşılamaktadır. (Demir, 2003: 25)

Her şirketin en fazla bir projesi desteklenir ve bir proje bitmeden diğerine destek sağlanmaz. Bununla birlikte bir proje en fazla üç tane pazar araştırması içerir.

Tablo 1. Pazar Araştırmasına Yönelik Sağlanan Destekler

Azami Destek Miktarı	Her Proje İçin (\$)	Bir Yıl İçinde (\$)	Toplam (\$)
KOBİ	7.500	15.000	75.000
SDŞ veya ÜD	10.000	50.000	-

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı

1.3.1.5. Uluslararası Nitelikteki Yurtiçi/Yurtdışı İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği

İşletmelerin yurtdışı pazar paylarını arttırmak, yeni ürün ve teknolojiler hakkında bilgi toplamak, rakipleri analiz etmek için katılmaları teşvik edilen uluslararası fuarlar öncesi ve fuarlar sırasında oluşan maliyetlerin belli bir miktarının karşılanmasıdır. (Şimşek ve Yazıcı, 20004: 128)

Bu destekten KOBİ'ler, SDŞ'ler ve büyük ölçekli firmalar faydalanabilir. Aynı fuar için azami 3 katılım desteklenirken, Katılım Payı Desteği ve Sigorta Desteği olmak üzere firma ölçeklerine göre % 50 veya daha fazla oranda destek verilmektedir. (Tekinel, Deniz ve Bedestenci, 2001: 36) Milli düzeyde katılımlar için KOBİ'ler, SDŞ'ler ve KÖY'deki işletmelerin katılımı için % 80, diğer işletmeler için % 50 oranında destek sağlanmaktadır. (En fazla 20.000 \$). Ticari amaçlı uluslararası fuarlarda organizasyon yapacak firmalar için % 60 (En fazla 40.000\$), Türk ihraç ürünlerine yönelik yapılan organizasyonlarda da % 60 (En fazla 60.000\$) oranında destek sağlanmaktadır.

Bireysel katılımlarda ise stant kirasının tamamı ve nakliye giderlerinin % 50'si destek kapsamında karşılanır. (En fazla 20.000\$) (Sandalcı, 2010: 86)

Yurtiçinde düzenlenen uluslararası bir niteliğe sahip ihtisas fuarlarının yurt dışında tanıtımının yapılması ve düzenlenen bu fuara uluslararası seviyede bir katılımın sağlanması amacıyla da destek verilmektedir. (Ölmez, 2012: 12)

Tablo 2. Yurtiçi İhtisas Fuarlarında Sağlanan Destekler

Desteklenen Harcamalar	Destek Oranı (%)	En Fazla Destek Miktarı (\$)
Fuar öncesi yurtdışı tanıtım faaliyetleri	%50	25.000
Yurtdışından gelen önemli kişilerin (2 kişi/ülke) ulaşım giderleri	%50	15.000
Fuar süresince düzenlenecek seminer, konferans, panel ilişkin giderler	%50	5.000

Kaynak: DTM web sitesi

1.3.1.6. Yurtdışı Ofis/Mağaza Açma, İşletme ve Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Destekler

DTM tarafından verilen bu destek, işletmelerin yurtdışında ticari faaliyette bulunmaları amacıyla, faaliyet gösterecekleri ülkede şube, depo ya da mağazaların kuruluş, işletme ve tanıtım masraflarının belirli bir oranı DFİF'den karşılanmasını kapsar. (Akın, 2010: 105)

Tablo 3. Sağlanan Destekler

Sağlanan Destekler	Destek Oranı (%)		Yıllık Azami Destek (\$)
	1. Yıl	2. Yıl	
Türkiye’de ticari ve sınai faaliyette bulunan/Yazılım sektöründe yer alan şirketin Yurtdışında kendi unvan, markasıyla şirket/mağaza/depo/şube açması durumunda;			
Demirbaş Alımı (bir defalık)	% 50	-	20.000
Kira Bedeli	% 50	% 30	30.000
Reklam Harcamaları	% 30	% 20	50.000
Türkiye’de ticari faaliyette bulunan/Yazılım sektöründe yer alan şirketin mal ticareti amacıyla yurtdışında şirket, mağaza, depo, şube açması			
Tanıtım Harcamaları	% 50	% 30	30.000
Türkiye’de ticari ve sınai faaliyette bulunan/Yazılım sektöründe yer alan şirketin /SDŞ’nin yurtdışındaki bir firmaya temsilcilik/distribütörlük hakkını vermesi			
Resmi Giderler	% 50	-	10.000
Reklam Harcamaları	% 30	% 20	30.000
SDŞ’lerin yurtdışında doğrudan pazarlama amaçlı şirket /mağaza depo/şube kurmaları durumunda (Aynı ülke için bir defa olmak üzere ve toplam harcamaların % 50’sini aşmamak üzere demirbaş, kira, tanıtım harcamaları)		Ortak Sayısı	Destekleme Tutarı (\$)
		10-20 arası	400.000
		21-40 arası	500.000
		41-100 arası	600.000
		101-150 arası	700.000
		151-200 arası	800.000
		201-250 arası	900.000
		251 ve üzeri	1.000.000

Kaynak: İTO, İhracata Yönelik Destekler, İstanbul, 2004, s. 29.

1.3.1.7. Marka Tanıtımı, Türk Malı İmajı ve TURQUALITY

Bu destek ile uluslararası pazardaki olumsuz Türk Malı imajı iyileştirilmeye çalışılmaktadır. Marka Tanıtımı ve Türk Malı imajı ile İB (İhracatçı Birlikleri), ÜD, Üretici Birliklerinin (ÜB) tanıtım maksadıyla yurtdışındaki harcamaları, Türkiye’de sınai ve ticari faaliyetler gösteren işletmelerin ürünlerinin markalaşmasına yönelik yapılan harcamalar, İhracatçı Birliklerinin TURQUALITY programı çerçevesinde yurtiçinde veya yurtdışında markalaşmaya yönelik verecekleri destekten dolayı ortaya çıkan harcamalar, Türk markalarının uluslararası pazarlara girmesi ve tutundurulması için yapılan harcamaların uluslararası kriterler çerçevesinde DFİF’ten karşılanması amaçlanmaktadır. (Gemci, Gülşen ve Kabasakal, 2009: 112)

Marka Desteği Programı kapsamındaki şirketler için;

- ✓ Marka tescili için en fazla 50.000 \$
- ✓ Reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri için en fazla 300.000 \$
- ✓ Açılmış/Açılacak yurtdışı şubeler için en fazla 200.000 \$
- ✓ Reyonlar için kira ve komisyon harcamaları en fazla 200.000 \$
- ✓ Showroomlar için kira ve komisyon harcamaları en fazla 200.000 \$
- ✓ Ürünlere yönelik kalite belgesi ve işaretler için en fazla 50.000 \$
- ✓ Franchise sonucu mağaza dekorasyonları için en fazla 50.000 \$

1.3.1.8. Patent, Faydalı Model Belgesi ve Endüstriyel Tasarım Desteği

Bu destek, ihracat potansiyeli yüksek olan, teknolojinin yoğun olduğu yeniliklerin, yeni ürünlerin ve yöntemlerin geliştirilmesi sonucunda, Türkiye Patent Enstitüsü (TPE) aracılığıyla verilen patentlerin, faydalı model belgelerinin ve endüstriyel tasarımlara ait tescil belgelerinin alınması esnasında doğan harcamaların belirli oranının karşılıksız olarak karşılanmasıdır. (Oktay, 2005: 161)

Türkiye’de faaliyet gösteren ve bu destekten yararlanmak isteyen işletmeler TPE’ye başvurmalıdır. Patent, faydalı model belgeleri ve endüstriyel tasarım tescil belgeleri için devlet tarafından sağlanan teşvik oranları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 4. Patent, Faydalı Model Belgesi, Endüstriyel Tasarım Destekleri

Desteklenen Masraflar	Destek Oranı (%)	En Fazla Yardım Miktarı (\$)
Patent Alımı	% 75	1.000
Faydalı Model Belgesi	% 75	500
Endüstriyel Tasarım	% 75	-

Kaynak: DTM Web sitesi

1.3.1.9. Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi (Ur-Ge)

Ekonomi Bakanlığının uluslararası rekabetçiliğin geliştirilmesine yönelik yürürlüğe konulan Ur-Ge desteği, uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren işletmelerin rekabet avantajı kazanmak amacıyla alınan eğitim ve danışmanlık gibi hizmetlerden kaynaklanan giderler belirli oranda devlet tarafından karşılanmaktadır. Bu çerçevede işletmeler, işbirliği kuruluşları vasıtası ile desteklenir. İşbirliği kuruluşları; İhracatçı Birlikleri, Sanayi Odaları, Sektörel Dernekler ve Dış Ticaret Şirketleri gibi birliklerdir.

Bu destekten faydalanabilmek için, işletme ve işbirliği kuruluşu birlikte proje hazırlayarak bu proje ile Ekonomi Bakanlığı'na başvurmalıdır. Sağlanan destek oranları şu şekildedir;

- Yurtdışı pazarlama programları; program başına 150.000 \$, destek % 75,
- Alım heyetleri; program başına 100.000 \$, destek % 75,
- İstihdam; azami 2 personel, destek % 75,
- Eğitim; program süresince 400.000 \$, destek % 75,
- Danışmanlık; 50.000 \$, destek % 75 olarak belirlenmiştir. (Ekonomi Bakanlığı, 2014)

1.3.2. İhracat Sayılan Satış ve Teslimler ile Döviz Kazandırıcı Hizmet ve Faaliyetlere Tanınan Gümrük Muafiyetli Döviz Tahsisi, Vergi, Resim ve Harç İstisnası

Bazı teslim ve satışlar normal şartlarda bir ihracat olmamasına rağmen, mevcut teşvik mevzuatına göre ihracat sayılmaktadır. Dolayısı ile DTM tarafından ihracat sayılan satış/teslimler ile döviz getiren hizmet ve faaliyetlere yönelik olarak gümrük muafiyetli döviz tahsisi ve vergi, resim, harç istisnaları uygulanmaktadır. (Karakoyunlu, 1987: 45)

Bir ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı faaliyetlerin vergi, resim ve harçlardan istisnaya tabii olması için Hazine Müsteşarlığı ve DTM'ye başvurularak teşvik belgesinin alınması gerekmektedir. Teşvik belgesi alındıktan sonra kullanılan krediler ve uygulanan istisnalar teşvik belgesine işlenir. Bu destek ile ihracatı arttırmak, uluslararası pazarda rekabet avantajı sağlamak ve ihracat pazarlarını genişletmek amaçlanmaktadır. (Şahin, 1995: 12)

1.3.3. İhracatta Katma Değer Vergisi İstisnası

KDV, üretim ve tüketim arasında mal/hizmetlerin satışı esnasında malın satış değeri üzerinden alınan ve en sonunda tüketici üzerinde kalan bir vergidir. Dış ticaret esnasında yapılan işlemler de KDV'nin konularındandır. Dış ticaret işlemlerinde KDV, Varış ve Çıkış İlkeleri olmak üzere iki şekilde uygulanmaktadır. Varış ilkesine göre KDV malın ithal edildiği ülkede alınırken, çıkış ilkesine göre ise KDV malın ihraç edildiği ülkede alınmaktadır.

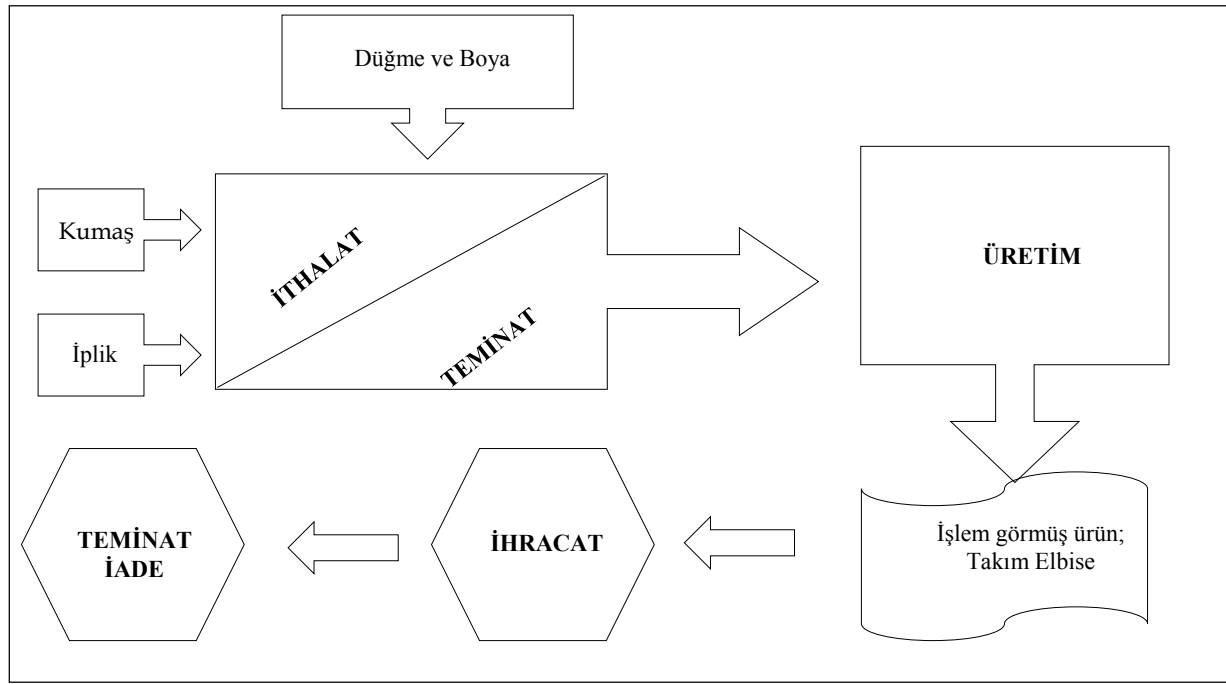
İhracatta uygulanan KDV istisnası şu şekilde yapılmaktadır; ihracatçı firma ihraç edeceği ürünü KDV hariç fiyatla satmaktadır. İhracatçı firma ihraç edeceği ürünü satın da alsın, kendi de üretse KDV'yi kendi üstlenir. Bu ürünün ihracatı vergi istisnası kapsamında olduğu için ihracatçı firmanın üstlendiği KDV kendisine kalır. KDV ödemesi ihracat yapan firmaya ek bir maliyet getirdiği için kanun koyucu ihracat yapan firmaları KDV'den muaf tutmaktadır. (Türkay ve Ünsal, 2008: 94)

1.3.4. Dahilde İşleme Rejimi

Son dönemlerde Türkiye'deki sanayi sektörünün ithalat bağımlılığının artmasına başka bir deyişle dış ticarete cari açığın artmasına sebep olan teşvik sistemlerinden biri de dahilde işleme rejimidir. Dahilde işleme rejimi (DİR), sanayicilerin ihraç edecekleri ürünlerde kullanmak için bazı malları yurtiçinde işledikten sonra ihraç etmek şartı ile gümrüksüz ithal etmelerine imkan tanır. (Eşiyok, 2012: 63) Örneğin iplik ithal edip, yurtiçinde işlenerek kazak olarak ihraç edilir.

Bu desteğin amaçları şu şekildedir;

- Küresel pazarda uygun fiyatlarda hammadde olarak ihracatı arttırmak,
- Küresel pazarda ihraç ürünlerine rekabet avantajı sağlamak,
- İhraç pazarlarını genişletip, ihraç ürünlerini çeşitlendirmektir. (Doğaka, 2013: 63)



Şekil 1. Dahilde İşleme Rejimi

Kaynak: Güven Sayılğan ve Coşkun Şenol, Dahilde İşleme Rejimi ve Türk İşletmelerinin İhracatı Üzerine Etkileri, Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, S. 35, s. 39.

1.3.5. Hariçte İşleme Rejimi

Hariçte İşleme Rejimi (HİR), yurtdışında serbest dolaşıma sahip bir eşyanın tamiri, bakımı, yenilenmesi vb. işlemler için belli bir süre zarfına bağlı kalmak üzere ülke gümrük bölgesinin dışına (serbest bölgeler de dahil) ihraç edilip, gerekli işlemler yapıldıktan sonra ürünün tam veya kısmi muafiyet sistemine tabii olarak tekrar serbest dolaşımda yer almasıdır.

Yurtdışına ihraç edilen eşya eğer tamir amaçlı gönderiliyorsa Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'ndan Hariçte İşleme İzni (Hİİ), üzerinde işlem yapılması amacıyla gönderiliyorsa Ekonomi Bakanlığı'ndan Hariçte İşleme İzin Belgesi (HİİB) alınmalıdır. Ayrıca gönderilen ürün madeni bir ürüne Maden İhracatçıları Birlikleri'nden Hİİ alınmalıdır. (Selen, 2007: 91)

HİR, geçici ihracat olarak da bilinmektedir ve geçici ihracat için alınması gereken HİİB'nin geçerlilik süresi 12 aydır. Ancak özel durumlar sonucu belge sahibinin isteği ve talebi doğrultusunda 12 ay kadar daha ek süre verilmektedir. Yurtdışına çıkarılan bir ürünün HİR çerçevesinde üçüncü bir ülkede işlenerek ithal edileceği bilgisi verilen bir malın HİİB'de ifade edilen şartlara uygun olarak ithal edilmemesi durumunda, daha önce yurtdışına çıkarılan ürün aynı şekilde geri getirilmelidir. Bunun aksi bir durum meydana gelirse kambiyo mevzuatı uygulanır. (Güneş, 2001: 142)

1.3.6. Eximbank Uygulamaları

ABD'nin ihracatını arttırmak amacıyla ihracatına kredi ile finansal destek sağlamak için 1934 yılında ABD hükümeti tarafından EXIMBANK adında bir banka kurulmuştur. Türkiye'de ise 1980'li yıllarında başlarında uygulanan dışa açılma ve ihracatta büyüme politikası ile birlikte somut adımlar atılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda 1986 yılında Washington'da yapılan bir Dünya Bankası toplantısında Türkiye'de de bir Eximbank oluşturmaya yönelik çalışmalara başlanmış ve 1987 yılında Devlet Yatırım Bankası'nın (DYB) yerine Türk-Eximbank kurulmuştur. (Türk Eximbank, 1997: 27)

Kurulan Türk-Eximbank'ın genel olarak amacı; ihracatı çeşitlendirmek, ihracat pazarlarını ve miktarlarını geliştirmek, uluslararası ticarete teşvik etmek, pazar paylarını arttırmak, küresel piyasada rekabet avantajı sağlamak, yurtdışı yatırımlarını desteklemek, ihracata yönelik üretimi ve satışı teşvik ederek arttırmak olarak belirlenmiştir. Türk-Eximbank'ın sermayesi A ve B grubu

olarak 2 sınıfa ayrılır. A grubu sermaye %51'lik oranla Hazineye aitken, B grubu sermaye %49'luk oranla Hazine tarafından kamu ve özel bankalar gibi finansal kuruluşlara devredilebilir. (Öztürk, Sözdemir ve Koçbulut, 2007: 183) Türk-Eximbank'ın kaynaklarını ise Hazine Müsteşarlığı'nın sağladığı kaynaklar ile uluslararası piyasadan ve ticari bankalardan sağlanan fonlar oluşturur. (Zhang, Gill ve Rybnikov, 2013: 2)

2. İhracata Yönelik Uygulanan Teşviklerin Etkinliği: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama

2.1. Araştırmanın Problemi

İşletmeler tarafında dünyanın bölge bölge değil de, tek bir pazar olarak görüldüğü günümüz şartlarında sadece iç pazarda faaliyetlerde bulunmak neredeyse imkansız hale gelmiştir. Yurtiçi piyasada da uluslararası rakiplerin yer alması pazarı iç pazar olarak nitelendirmekten çıkarmaktadır. İşletmeler için iç ve dış piyasada yer alan küresel rakipler rekabetin şiddetini arttırmakta, dolayısı ile yerel işletmelerin pazardan çekilmesine neden olabilmektedir.

Hükümetler ise bu durumun farkında olduğu için, ihracat yapan mevcut işletmelerin ihracatlarını arttırmak ve ihracat yapmak isteyip de yapamayan işletmeleri ihracata teşvik etmek amacıyla ihracata yönelik teşvikler vermektedir. Marka desteğinden fuar desteğine, KDV iadesinden işleme rejimlerine kadar birçok alanda destek sağlanmaktadır. Bu noktada ihracata yönelik uygulanan yardım ve teşviklerin uluslararası pazarlama ile ilişki derecesi, uluslararası pazarlamayı nasıl etkilediği bu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır.

2.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Türkiye'nin 1980 yılı sonrası ekonomide izlediği dışa açılma politikası neticesinde ihracatın önemi günden güne artmıştır. Ülkeler için ihracat, ülkeye döviz girişi dolayısı ile ekonomik refahın artması demektir. Bunun bilincinde olan hükümetler ise ihracatı arttırmak ve dış pazara açılmak isteyen işletmelere destek olmak için ihracata teşvik etmişlerdir. İşletmelerin uluslararası pazarlarda daha etkin olmaları, rekabet avantajı elde etmeleri, ürün ve hizmetlerini tüketicilere daha kolay tanıtabilmeleri ve ihracatta karşılaşılan sorunların çözüme kavuşturulabilmeleri gibi birçok konularda ihracat teşviklerinin önemi çok büyüktür. İhracat teşvikleri, ihracatta yaşanan sorunları ortadan kaldırarak ya da yaşanabilecek sorunların önüne geçerek, ihracata yönelen işletmelerin başarılı birer ihracatçılar seviyesine yükselmesini sağlamaktadır.

Bir işletme için ihracat yapmak uluslararası pazarlarda faaliyette bulunmak demektir. Dolayısı ile uluslararası pazarlarda yer almak, beraberinde rekabeti, yeni rakipleri, yeni müşterileri, yeni pazarlama yöntemlerini kısacası yenilikleri beraberinde getirir. Bu yenilikleri takip etmek ve bu yeniliklere uyum sağlamak ya da başa çıkmak konusunda da ihracat teşviklerinin etkisi büyüktür. Bu araştırmanın amacı ihracata yönelik uygulanan teşvik ve devlet desteklerinin etkinliğini belirlemektir.

Diğer amaçlar ise şu şekildedir;

- İhracat teşviklerinin firmalar açısından bilinirliğinin tespiti,
- İhracat teşvikleri konusunda aracı firmalara bakış açısı,
- İhracat teşviklerinin uluslararası pazarlama stratejilerine nasıl yön verdiğinin belirlenmesi şeklindedir.

2.3. Araştırmanın Yöntemi ve Sınırlılıkları

Teorik olarak ele alınan konuların veri toplama yöntemlerinden derinlemesine mülakat tekniği kullanılarak ihracat teşviklerinin uygulanması ve uluslararası pazarlama ile ilişkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Araştırmanın örnekleme maliyet ve zaman kısıtları gibi nedenlerden dolayı yalnız İstanbul ili Avrupa Yakası'nda bulunan ve tekstil sektöründe faaliyette bulunan Acme Grup-Acme Tekstil Sanayi İç ve Dış Ticaret A.Ş. ile yapılmıştır. Derinlemesine mülakat için Acme Tekstil'in seçilmesinde, söz konusu firmanın İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçılar Birlikleri'ne (İTKİB) üye olması, 20'den fazla ülkeye ihracat yapması ve ihracat teşviklerinden faydalananı olması gibi faktörler etkili olmuştur.

Veri toplama yöntemlerinden derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Derinlemesine mülakat soruları, daha önce yapılmış olan yüksek lisans ve doktora çalışmaları ve ihracat teşvikleri

ile uluslararası pazarlamaya yönelik teorik çalışmalar incelenerek oluşturulmuştur. Derinlemesine mülakat soruları, işletmeyi tanımaya yönelik, uluslararası pazarlama politikalarını belirlemeye yönelik ve ihracat teşviklerinin kullanım ve etkisini incelemeye yönelik olmak üzere üç bölüme ayrılmıştır.

Derinlemesine mülakat için seçilen Acme Grup ile görüşmeye gidilmeden önce ihracat teşvikleri ve uluslararası pazarlamaya yönelik geniş çerçevede bir literatür taraması yapılarak çalışmanın teorik açıdan temeli oluşturulmuştur. Daha sonra 27.04.2015 ile 04.05.2015 tarihleri arasında derinlemesine mülakat soru formu oluşturulmuştur. İTKİB vasıtası ile Acme Grup firmasından Dış Ticaret Müdüresi Nilüfer Alıdaki hanım ile iletişime geçilmiş ve 09.05.2015 tarihinde kendisi ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Görüşme sırasında veriler hem ses kayıt cihazı hem de not alınarak kayıt altına alınmıştır.

Seçilen örneklemin ana kütleyi temsil edecek büyüklüğe sahip olmaması ve derinlemesine mülakat sonucu elde edilen verilerin istatistiksel açıdan geçerliliğe sahip olmaması için sadece yorumlama yapılmıştır. Araştırmanın yapısı gereği herhangi bir genelleme yapılmamakta, araştırma bulguları sonucu genel bir değerlendirme yapılmaktadır.

2.4. Araştırma Bulguları

Bu kısımda derinlemesine mülakat formunun değerlendirmesi yapılmış, elde edilen bulgular başlıklar halinde verilmiştir.

➤ Katılımcı Hakkında Bilgi

İsmim Nilüfer Alıdaki, 1985 yılından beri dış ticaretin içerisindeyim. 17 sene kadar Eminönü'nde pamuk iplik ihracatı yapan Musevi kökenli bir firmada çalıştım. Bu firma kapasite artırımına gitmek için Dünya Bankası'ndan aldığı krediyi ödeyemediği için faaliyetlerini durdurdu. Sonra 5 ay kadar Eren Holding'de çalıştım ve daha sonra Musevi firma bünyesine yeni ortaklar katarak faaliyetlerine tekrar başladı. Ben Musevi firmadan emekli oldum ve daha sonra Musevi firmada çalışırken iplik bayimiz olan Acme Grup'tan gelen teklif neticesinde 4 senedir Acme Grup bünyesinde dış ticaret müdürü olarak çalışmaktayım. Sektörde yaklaşık olarak 30 senelik bir tecrübeye sahibim.

Derinlemesine mülakat için seçilen firmadaki katılımcı dış ticaret müdürü Nilüfer Alıdaki'nin sektörde 30 yıllık bir tecrübeye sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca 30 yıllık bu tecrübeye en fazla 3 farklı şirkette çalıştığı ve son firmanın kendisine iş teklifi götürdüğü için, Nilüfer hanımın sektördeki tecrübesinin yanı sıra firma bağlılığının da üst seviyede olduğu anlaşılmaktadır.

➤ Katılımcı Firma Hakkında Bilgi

Acme Grup, tekstil, araç muayene, iplik ve halı olmak üzere birçok sektörde faaliyette bulunmaktadır. Firma 1988 yılında Gaziantep merkezli olarak kuruldu. Şu anda Gaziantep'te halı fabrikamız ve iplik fabrikamız var. Ancak iplik fabrikamızı yüksek taşıma maliyetlerinden dolayı Yalova'ya taşıyoruz. Acme Grup bünyesinde yaklaşık 650 kişiyi istihdam ediyoruz. Gaziantep'te boyahane fabrikamız var ve bu fabrikada aylık kapasitemiz 300 tondur. Bu fabrikada el örgüsü ve endüstriyel iplik üretimi yapmaktayız. Ürünlerimizi hem iç pazar hem de dış pazara satmaktayız.

Vizyonumuz

Bulduğumuz her sektörde büyüme ve gelişmeyi sürdürerek gerek iç pazar gerek ise dış pazarda güvenilir bir firma olmak istiyoruz.

Misyonumuz

Teknoloji ve bilgiyi insan kaynağımız ile buluşturarak, üretimimizi en etkili ve verimli seviyeye ulaştırıp, müşterilerimizin, paydaşlarımızın, çalışanlarımızın ve ülkemizin refah düzeyine katkı sağlamak istiyoruz.

Acme Grup'un aylık kapasite miktarı, fabrika sayıları, toplam istihdam sayısı ve sektördeki toplam tecrübesi dikkate alındığında pazarda önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, her sektörde büyüme, gelişme ve güvenilir marka olma vizyonu ve teknolojiye, bilgiye, çalışanlarına, müşterilerine ve paydaşlarına verdiği önem ile üretimde verimliliği yakalama misyonu ile faaliyetlerine yön verdiği anlaşılmaktadır.

➤ **Firmanın Faaliyet Gösterdiği Pazarlar**

Ürünlerimizi iç ve dış pazarlara satıyoruz, iç pazarın her yerinde hammadde veya işlenmiş ürünümüzü bulabilirsiniz. Dış pazarda ise İngiltere, Danimarka, Güney Amerika ülkeleri, Avustralya, İtalya ve Almanya gibi 20'den farklı ülkede faaliyetlerimize devam etmekteyiz.

Firmanın hem iç hem de dış pazarda yer alması dağıtım ve pazarlama stratejilerini her iki pazarda da uyguladığını; 20 den fazla farklı ülke ve pazarlarda yer alması küreselleşen bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

➤ **Firmanın İhracat Tecrübesi ve Firma İçin İhracatın Önemi**

Firmamız 2011 yılından itibaren aktif olarak ihracat yapıyor. İhracata çok önem veriyoruz çünkü iç piyasada çeşitli sebeplerden dolayı alıcı bulmakta zorlanabiliyoruz. Ancak ihracatta şansımız iç pazara göre daha iyi diyebilirim. Ayrıca ürünlerimizi iç pazardaki müşterilerimize satsak da, müşterilerimiz hammaddeleri işleyip yine ihraç ediyorlar. Dolayısı ile her durumda ürünlerimiz ihracatın bir parçasında yer alıyor.

Katılımcının verdiği bilgiye göre, firmanın yaklaşık 4 senedir ihracat yaptığı dolayısı ile çok fazla bir ihracat tecrübesine sahip olmadıkları görülmektedir. Buna rağmen kısa sürede 20 den fazla farklı pazarlarda yer almaları ihracat konusunda hızlı bir gelişme kat ettiklerini göstermektedir. Ayrıca firmanın iç piyasada çeşitli sebeplerden dolayı müşteri bulamama gibi sorunlarla karşılaştığı, dolayısı ile ihracatın iç pazara göre daha önemli olduğu anlaşılmaktadır.

➤ **Firmanın İhracatta Karşılaştığı Sorunlar**

İhracatta çok yoğun olmasa da nadiren problemlerle karşılaşabiliyoruz. Genelde taşıma maliyetleri yüksek oluyor. Ara sıra da ürün fiyatları yüksek bulunuyor. Bu gibi nedenler de müşteriler ile olan ilişkilerimizi ve ihracat sürecini sıkıntıya sokabiliyor.

Katılımcıdan edinilen bilgiye göre, ihracat esnasında taşıma maliyetlerinin ve ürün fiyatlarının yüksek olması gibi nadiren de olsa karşılaşılan problemlerin ihracatı olumsuz etkilediği anlaşılmaktadır.

➤ **İhracat Teşvikleri Hakkında Bilgi**

Teşvikler konusunda genel anlamda bilgim var. Özellikle dahilde işleme rejimini firma olarak çok kullanıyoruz. Yani yurtdışından genelde mal ithal edip, bunları fabrikalarımızda işleyip ihraç ediyoruz. Dahilde işleme rejiminin firmamız açısından en büyük avantajı kdv'den muaf olmamızdır. Ancak dahilde işleme tabi olmak için ithal edilen ürünün işlenip ihraç edileceğine dair teminat verilmesi gerekmektedir. Eğer ihracat gerçekleştirilmezse cezai yaptırım uygulanmaktadır. Bu belgeyi alırken çok iyi planlama ve programlama yapılmalıdır.

Katılımcının ihracatta uygulanan teşvikler konusunda genel anlamda bilgi düzeyinin iyi olduğu ancak ihracat teşviklerinden dahilde işleme rejimi ve yurtiçi / yurtdışı fuar teşviklerini şu anda kullandıkları için bu iki teşvik konusunda daha bilgili olduğu görülmektedir.

➤ **Faydalanılan İhracat Teşvikleri**

Evet, faydalandık ve faydalanmaya devam ediyoruz. Özellikle dahilde işleme rejiminden faydalanıyoruz. Ayrıca yurtiçi ya da yurt dışı fuarlara yönelik verilen teşviklerinden faydalanıyoruz. Firmamız en fazla fuar teşviklerinden yararlandı ve yararlanmaya da devam etmektedir. Ayrıca ihracat ile direkt olarak bağlantısı olmasa da üretim kapasitesini arttırmak amacıyla aldığımız makinalar için yatırım teşvikinden de faydalandık.

Katılımcıdan edinilen bilgiye göre, firmanın şu ana kadar dahilde işleme rejimi ve yurtiçi / yurtdışı fuar teşviklerinden faydalandıkları, faydalanılan teşviklerden ise en fazla fuar teşviklerinden faydalandığı görülmektedir.

➤ **İhracat Teşvikleri için Başvurulan Kurumlar**

İhracat teşvikleri için ihracatçı birlikleri ile iletişime geçiyoruz. Sektörümüze hitap eden İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri'ne (İTKİB) üyeyiz. Yapılan her ihracatta nispi miktarda aidat adı altında İTKİB'e ödeme yapıyoruz. Dolayısı ile teşvikler konusunda gerekli bilgi ve desteği bu kurum vasıtası ile elde ediyoruz.

Katılımcının verdiği bilgiye göre, firmanın ihracat teşvikleri için gerekli bilgi ve belgeyi sektör açısından üye oldukları ve yapılan her ihracat için belli oranda aidat ödedikleri İstanbul Tekstil ve Konfeksiyoncular İhracatçı Birlikleri'nden (İTKİB) sağladıkları görülmektedir.

➤ **Teşviklerden Faydalanma Sebepleri**

Acme Tekstil olarak 2011 yılında ihracat yapmaya başladık. Yeni kurulan bir firma olduğumuz için maliyetleri düşük tutup, aynı zamanda piyasada tanınmamız gerekiyordu. Dolayısı ile en uygun yöntemler ile ihracata yönelmemiz şarttı ve biz de elimizden geldiği kadar teşviklere yönelmeye çalıştık. Maliyeti düşürme açısından çok faydalı, hem ülke ekonomisini de etkimiz oluyor. Açıkçası temel neden maliyeti düşürmek diyebilirim.

Yapılan değerlendirme neticesinde, firmanın ihracat konusunda çok fazla bir tecrübeye sahip olmadığı için, temel stratejilerinin maliyeti düşük tutmak olduğu ve dolayısı ile teşviklerden faydalanma sebeplerinin de maliyeti düşürerek en uygun yöntemle faaliyetlerine devam etmek istedikleri anlaşılmaktadır.

➤ **Firmanın Uluslararası Pazarlama Politikaları**

Belki çok klişe bir söz olacak ama müşteri velinimetimizdir prensibi ile hareket ediyoruz hep. Müşteri memnuniyetine önem veriyoruz, gerek evrak açısından gerek malların üretimi açısından, müşteri için maksimum hizmet sunmaya çalışıyoruz. Ürünlerdeki reklamasyon yani kalite bozukluğunu en düşük seviyede tutmaya çalışıyoruz. Temel politikamız müşteri memnuniyetini sağlamak ve firmamıza yeni müşteriler kazandırmaktır. Dolayısı ile uluslararası pazarlama stratejilerimizi müşteri odaklı olarak uyguluyoruz.

Katılımcının uluslararası pazarlama konusunda verdiği bilgiye göre, firmanın uluslararası pazarlama stratejilerini müşteri odaklı olarak geliştirdikleri görülmektedir. Firma olarak gelenekçi bir yapıya sahip oldukları için, müşteri velinimettir prensibi ile müşteri memnuniyetini hem ürün hem de hizmet kalitesi olarak en üst seviyede tutmaya çalıştıkları görülmektedir. Bu sayede mevcut müşterileri elde tutup, yeni müşterileri bu şekilde elde etmeye çalıştıkları anlaşılmaktadır.

➤ **Firmanın Uluslararası Pazarlara Yönelme Sebepleri ve İhracat Teşviklerin Bu Noktadaki Önemi**

Bizim için dış pazar iç pazardan daha önemlidir. Yani firma politikalarımızda ihracat ön plandadır. Çünkü iç pazardaki yaptığımız satışlar ile ihracatta yakaladığımız geliri yakalayamıyoruz. Yani farklı pazarlarda olmak ve gelirlerimizi arttırmak temel amacımızdır. Günümüzde artık iç pazar ya da dış pazar ayrımının yapılması doğru olmaz. Artık küresel pazar olarak nitelendirilen tek bir pazar var. Hal böyle iken sadece yerel pazarda yer almak bizim için çok bir şey ifade etmiyor. Biz de elimizden geldiği kadar farklı pazarlarda yer almak için gayret gösteriyoruz. Ayrıca ihracat yapmaya yönelik verilen teşvikler de dış pazarı iç pazara göre daha cazip kılıyor.

Katılımcının verdiği bilgiden, firmanın dış pazardan elde ettiği gelirin iç pazarda elde edilen gelirden çok fazla olduğu, farklı pazarlarda yer alarak ihracat ile daha fazla gelir elde etmek istedikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca katılımcının iç pazar ve dış pazar ayrımının yapılmayıp, dünyanın tek bir pazar olarak görüldüğünü ifade etmesi, firmanın küreselleşmenin bilincinde olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra uluslararası pazarlara yönelmede ihracat teşviklerinin etkisi konusunda, ihracat teşviklerinin dış pazarı iç pazara göre daha cazip kıldığı anlaşılmaktadır.

➤ **Uluslararası Pazarlama ve İhracat Teşvikleri İlişkisi**

Pazarlama faaliyetleri açısından direkt olarak verilen teşvik var mı bilemiyorum. Ancak faydalandığımız fuar teşviklerini pazarlama açısından düşünebiliriz. Çünkü fuarlara katılmaktaki amacımız, firmamızı, mevcut ya da yeni ürünlerimizi müşterilere pazarlamaktır. Dolayısı ile pazarlama açısından sadece fuar teşviklerinden faydalanıyoruz diyebilirim.

Katılımcıdan alınan bilgiye göre, uluslararası pazarlamaya yönelik direkt olarak verilen ihracat teşvikinin olup olmadığı konusunda bilgisinin olmadığı ancak firma olarak faydalandıkları fuar teşviklerinin ürün tanıtımı ve pazarlama konusunda dolaylı olarak uluslararası pazarlamaya bir etkisi olduğu görülmektedir.

➤ **İhracat Teşviklerinin Uluslararası Pazarlamaya Etkisi**

Öncelikle dahilde işleme rejimini kullandığımız için bu konuda bir yaklaşımda bulunmak istiyorum. Yurtiçinde yeterli kalitede hammadde ya da ara mamul bulamadığımız için bu maddeleri dahilde işleme rejimi kapsamında ithal edebiliyoruz. Dolayısı ile ürünlerimizin kalitesini bu teşviki kullanarak arttırabiliyoruz. Bunun sonucunda da kaliteli ürünlerimizi dış pazarda da pazarlama

olanağına sahip oluyoruz. Bir bakıma kalite açısından diğer firmalar ile rekabet edebilir duruma geliyoruz. Diğer bir açıdan yeni pazarlara girme konusunda daha cesur hareket etmemize ve pazarlama faaliyetlerinde rekabet edebilir bir avantaj yakalamamıza katkı sağlıyor. Özellikle KOBİ tanımına uygun firmaların büyümesi ve ihracat seviyelerini arttırmaları için teşvikler çok önemli bir yer kaplamaktadır.

Katılımcının verdiği bilgiler neticesinde, kullandıkları dahilde işleme rejimi sayesinde yurtdışından getirdikleri kaliteli ara mallar ile daha kaliteli mallar üreterek bu malların uluslararası pazarlarda kaliteli ürün açısından rekabet edebilir durumda olduklarını göstermektedir. Dolayısı ile bu kaliteli ürün ile yeni pazarlara girme konusunda daha cesur hareket ettikleri anlaşılmaktadır.

➤ **Ar-Ge Teşviki Hakkında Bilgi ve Kullanımı**

Hem ürün konusunda hem de piyasa konusunda araştırma yapıyoruz. Pazarın nabzını tutarak ürün ve pazarlama stratejilerimizi ona göre belirlemeye çalışıyoruz. Ar-Ge için kendi bütçemizden pay ayırıyoruz. Bu konuda teşvik kullanmıyoruz. Rekabetçi bir yapıya sahibiz ve bu yapımızı sürdürürebilmemiz için Ar-Ge ye verilen önemi arttırmamız gerektiğinin farkındayız.

Katılımcıdan alınan bilgiye göre, firma rekabetçi bir yapıya sahip olduğu için ürün ve pazarlama konusundan sürekli araştırma ve geliştirme yaptığı, ar-ge ile ilgili maliyetleri kendi bütçelerinden karşıladıkları ve ar-ge konusunda herhangi bir teşvikten faydalanmadıkları görülmektedir.

➤ **Firmanın Sahip Olduğu Sertifikalar ve Çevre Maliyetleri Destekleme Teşviki**

Elbette sahip olduğumuz sertifikalar var. Bunlar ürün kalitesini gösteren Ecoteks, ürünlerin %100 pamuktan yapıldığına dair Woolmark ve ürünlerin organik olduğunu gösteren GOTS sertifikalarıdır. Bu belgeleri almak konusunda teşviklerden yararlanmadık. Açıkçası bu konuda destek verildiğinden haberim yoktu.

Katılımcının verdiği bilgi neticesinde, firmanın ürün içeriği, kalitesi ve kullanılan hammaddenin organik bir yapıda olduğunu belgeleyen çeşitli sertifikaların olduğu, ancak bu belgeleri almak için çevre maliyetleri destekleme teşvikinden faydalanmadıkları, dahası bu ve benzeri belgelerin tedariki için teşvik sağlandığı konusundan bilgilerinin olmadığı anlaşılmaktadır.

➤ **Uluslararası Pazarlama İçin Eğitim ve İstihdam Desteği**

Uluslararası pazarlama konusunda mevcut çalışanlarımızı ve yeni çalışanları firma içinde eğitiyoruz. Ancak çalışanlarımız için dış ticaret kursu gibi bir yönlendirme olmadı. Önceki çalıştığım firmada özel bir danışmanlık firmasının verdiği serbest bölge ile alakalı bir dış ticaret kursuna katılmıştım. Eğitim ve istihdam desteği konusunda bir bilgim yok.

Katılımcının verdiği bilgi, firma çalışanlarının dış ticaret ya da uluslararası pazarlama konusunda eğitim desteğinden faydalanmadığını, şirket içi eğitimin mevcut olduğunu göstermektedir. Ayrıca firma yetkilisinin eğitim ve istihdam desteği konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığı görülmektedir.

➤ **Pazar Araştırması Desteği**

Acme Grup altındaki Artemis Halı firmamız için ciddi anlamda uluslararası pazar araştırması yapıyoruz. Artemis halı markamızla Amerika'ya, Almanya'ya, Arap ülkelerine ve Türkiye Cumhuriyetlere girmeyi düşünüyoruz. Dolayısı ile bu pazarlar için pazarlama araştırmalarımız devam etmektedir. Ancak pazarlama araştırması konusunda da bu teşviki kullanmadık.

Katılımcının verdiği yanıtı göre, firmanın Artemis halı markası için Avrupa, Orta Asya ve Türkiye Cumhuriyet ülkelerinde ciddi anlamda pazarlama araştırması yaptıkları ancak bu pazarlama araştırmaları için pazarlama araştırması desteğinden faydalanmadıkları görülmektedir.

➤ **Uluslararası Fuarlara Katılım ve Fuarlara Katılım Desteği**

Ulusal ve uluslararası fuarlara katılıyoruz ve bu konuda teşvik de kullanıyoruz. İTKİB vasıtası ile söz konusu fuarın Ekonomi Bakanlığı tarafından desteklenip desteklenmediği konusunda bilgi alarak, eğer uygun görürsek fuar konusunda destek alıyoruz. Şirketimiz açısından küresel pazarda ürünlerimizi tanıtmak ve yeni müşteri portföyü oluşturmak için fuarlara katılım çok önemli, özellikle sektör ile alakalı yurtdışı fuarlarını kaçırmıyoruz. İtalya, Fransa, Almanya ve Rusya gibi birçok ülkede katılımcı ya da ziyaretçi olarak fuarlara katıldık. Yurtiçi fuarlara katılım genelde sektörde ben de varım demek için prestij amaçlı olmaktadır. Yurtdışı fuarlarda ise amacımız, mallarımızı ve firmamızı tanıtmak, müşterilere bu ürünü en kaliteli biz üretiyoruz demektir.

Fuarlarda yeni müşteriler ile tanışıyoruz. Biz müşteri ararken, müşteriler de yeni firma arayışı içinde oldukları için arz-talep dengesi gibi orta noktada buluşuyoruz. Birçok müşteriyi bu fuarlar sayesinde kazandık. Ayrıca sektördeki yeni gelişmelerin paylaşıldığı sektörel kongrelere de katılıyoruz.

Katılımcının verdiği bilgiye göre, firmanın sektörü ile ilgili yurtiçi ve yurtdışı fuarlara katıldığı ve bu fuarlara katılım için fuar teşviklerinden faydalandığı görülmektedir. Firmanın İTKİB'den fuarın Ekonomi Bakanlığı desteğine tabii olup olmadığı konusunda bilgi aldıktan sonra katılımı, fuarlara çok sık katıldıklarını ve fuar teşvikinden de genelde faydalandığı anlaşılmaktadır. Yurtiçi fuarlara rakiplere ve sektöre kendilerini göstermek için katılırken, yurtdışı fuarlara ürünlerini tanıtmak, firmalarını tanıtmak, yeni müşteriler elde etmek amacı ile katılmaları yurtdışı fuarlara yurtiçi fuarlardan daha fazla önem verildiğini göstermektedir.

➤ **Uluslararası Pazarlama Faaliyetleri Yürütme ve Yurtdışı Ofis-Mağaza Açma Desteği**

Yurtdışında ofis veya mağazamız yok. İngiltere ve Faroe adalarında pazar açısından çok güçlüyüz. Resmi olmasa da bu ülkelerde pazarlama faaliyetlerimizi yürüten distribütörlerimiz var. Teşvik konusunda bilgim var ancak kısa sürede kullanmayı düşünmüyoruz. Ancak eğer bahsettiğim ülkelerde ihracat seviyemiz daha ileri düzeye yükselirse, küçük bir fabrika gibi bir alan kiralamayı düşünmüştük.

Katılımcının verdiği bilgiye göre, firmanın yurtdışında ofis ve mağazasının olmaması, faaliyette buldukları pazarlarda resmi olmayan bir şekilde distribütörler kullanması firmanın bu gibi faaliyetler için yeni maliyetlere katlanmayı istemediklerini göstermektedir. Firma yetkilisinin yurtdışı ofis-mağaza açma konusundaki destekten haberdar olması ama yakın zamanda kullanmak istememeleri henüz dış pazarlarda ofis ve mağaza açacak seviyede olmamalarını göstermektedir.

➤ **İhracat Teşvikleri için Aracı Kullanımı**

Aracı firmalar kullanmıyoruz. Bazı firmalar genellikle bu konuda danışmanlık firmalarını aracı olarak kullanıyorlar. Biz firma prensibi olarak kullanacağımız teşvikler için direkt olarak yetkili kurum ve kuruluşlar ile iletişime geçiyoruz. Danışmanlık firmaları bu iş için verilen teşvikin bir miktarını hizmet bedeli olarak kendileri almak istiyorlar. Bu sebeple danışmanlık firmalarını kullanmayı uygun bulmuyoruz. Bu konuda en büyük destekçimiz İTKİB'dir.

Katılımcının verdiği bilgiye göre, firma teşvik kullanımı konusunda danışmanlık firmaları gibi aracı firmaların ihracat teşvikinden belli bir miktarı hizmet bedeli olarak kendilerine ayırmalarından dolayı aracı firmaları kullanmadıkları anlaşılmaktadır. Bu konuda bilgi ve belge tedariki konusunda üyesi oldukları İTKİB ile bağlantı kurdukları anlaşılmaktadır.

➤ **Uluslararası Pazarlardaki Türk Malı Algısı ve Turquality Desteği**

Açıkçası pazarda olumsuz bir yargı yok. Müşteriler öncelikle aradığı ürünü uygun fiyat ve kalitede üretecek firmaları arıyorlar. Belki uygun firmayı bulduktan sonra ürünün menşeyini dikkate alabilirler. Şu zamana kadar direkt olarak herhangi bir önyargı ile karşılaşmadık. Artemis halı markamız için Turquality desteğinden faydalanmayı düşünüyoruz. Ancak henüz araştırma aşamasındayız. Ayrıca Turquality bünyesine alınabilmek için firma olarak belirli yetkinliğe ulaşmak ve şartları sağlamak gerekmektedir.

Katılımcının verdiği bilgiye göre, firmanın uluslararası pazarlarda Türk malı konusunda olumsuz bir geri bildirim almadıkları anlaşılmaktadır. Firma yetkilisinin Turquality konusunda verdiği cevaplar, konu ile ilgili yeterli düzeyde bilgiye sahip olduğunu göstermektedir. Ancak firmanın sahip olduğu Artemis halı markasının Turquality kapsamına alınması için yeterli şartları taşımaması söz konusu markanın küresel bir marka seviyesine henüz ulaşmadığını göstermektedir.

➤ **Uluslararası Pazarlara Yönelik Tasarımlar ve Tasarım Desteği**

Ürün tasarımlarımızı tasarım ekibimiz tarafından gerçekleştiriyoruz. Bu ekip bu işi ciddi anlamda yapıyor. Piyasa şartlarını, yenilikleri dikkate alarak yeni ürün tasarımları yapıyorlar. Bu konuda bir teşvik kullanmıyoruz. Belki ileriki dönemlerde kullanılabilir.

Katılımcının verdiği bilgiye göre, firmanın ürün tasarımı için özel bir ekibinin olması tasarıma verdiği önemi ve pazardaki yenilikleri takip ederek ürünlerin bu doğrultuda tasarlandığını

göstermektedir. Tasarım konusunda teşviklerden faydalanılmaması ve ileriki dönemlerde kullanılmaya sıcak bakılması tasarım desteği konusunda bilgiye sahip olduğunu göstermektedir.

➤ **Uluslararası Pazarlardaki Rekabetin Şiddeti ve UR-GE**

İç pazarda da dış pazarda da ciddi bir rekabetten söz edilebilir. Artık eskisi gibi kolay bir şekilde müşteri bulunmuyor. Müşteri bulunsada elde tutulamıyor. Rekabet üstünlüğü sağlamak için artık tek başına fiyat yeterli olmuyor. Müşteri düşük fiyatın yanı sıra, uygun kalite, ödeme kolaylığı, taşıma kolaylığı gibi birçok etken açısından kolaylık bekliyor. Müşteriyi her açıdan doyurmalı, tatmin etmelisiniz. Ur-Ge teşviki konusunda çok bilgim yok.

Katılımcının dış pazarda rekabetin çok yoğun olduğunu ifade etmesi, firmanın uluslararası pazarlarda ciddi seviyede rekabetin şiddetini hissettiğini göstermektedir. Katılımcının, müşterinin düşük fiyatın yanı sıra birçok açıdan kolaylık beklediğini söylemesi, pazarda müşterinin karar verici konumda olduğunu ve bu müşterinin tatmin edilmesi gerektiğini göstermektedir. Firma yetkilisinin Ur-Ge teşviki konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığı görülmektedir.

➤ **İhracatta KDV İstisnası Uygulaması**

Tekstilde % 8'lik bir KDV istisnası uygulanıyor. Elbette firmaları ihracata teşvik etmek açısından önemli bir destek olduğunu söyleyebilirim. Ancak bu istisnadan yararlanmak için bol bol ihracat yapmak gerekiyor.

Katılımcının KDV istisnası konusunda bilgisi olduğu görülmektedir. Ayrıca küçük çaptaki ihracatlar sonucu KDV istisnasının çok bir şey ifade etmediği, KDV istisnasının bol bol ihracat yaparak etkisinin hissedileceği görülmektedir.

➤ **Türk Eximbank Kredileri**

Önceki çalıştığım firmada ve şu an çalıştığım firmada Eximbank kredileri kullandık ve kullanmaya devam ediyoruz. Şu an için İhracata hazırlık kredisi ve Sevk öncesi ihracat kredisi kullanıyoruz. Bu kredileri üretim ve pazarlamaya yönelik olarak kullanıyoruz. Ancak diğer teşviklerde olduğu gibi bu kredileri kullanmak istiyorsanız, ihracat yapmanız gerekmektedir. Alınan kredi mutlaka ihracata yansıyor. Eximbank kredisinin yanı sıra özel banka kredileri de kullanıyoruz.

Katılımcının verdiği bilgiye göre, firma Eximbank kredilerinden eskiden faydalanmış ve şu anda da faydalanmaktadır. Eximbank kredilerinin üretim ve pazarlamada kullanması, firmanın bir yandan yatırım amaçlı olarak üretim kapasitesini arttırmayı amaçlarken, diğer yandan pazarlama faaliyetlerine katkıda bulunmayı istediği görülmektedir.

➤ **Dahilde ve Hariçte İşleme Rejimleri**

Dahilde işleme rejimi konusuna daha önce değindim ve firma olarak dahilde işleme rejimini kullanıyoruz. Bize en büyük artışı çeşitli vergi türlerinden muaf olmamızdır. Hariçte işleme rejimini hiç kullanmadık.

Katılımcının verdiği bilgiye göre, firmanın hariçte işleme rejimini hiç kullanmadığı, bunun yanı sıra vergi avantajı gibi nedenlerden dolayı dahilde işleme rejimini kullandığı görülmektedir.

➤ **İhracat Teşviklerine Yönelik Görüş ve Önerileriniz**

İhracat teşviklerini bildiklerimizi zaten kullanıyoruz, bilmediklerimizi de zamanla kullanacağımızı düşünüyorum. Ancak bunun planlama ve programlanmasının çok iyi yapılması gerekmektedir. Teşviklerin pazarlamaya etkisi denilince aklım şu geldi: teşvikler her zaman maliyetleri düşüreceği için, maliyetlerden elde edeceğimiz ek gelirleri pazarlama, tanıtım gibi farklı alanlarda kullanabiliriz. Teşvik almak her zaman için maliyetleri düşüreceği için, bu düşen maliyetlerden elde edeceğimiz karı farklı alanlarda kullanabiliriz. Teşvik öncesi ya da sonrası olarak karşılaştırırsam, elbette ihracat kapasitemizin dahilde işleme rejimi ve fuar teşvikleri sayesinde hissedilir derece arttığını söyleyebilirim.

Katılımcının firmanın bildikleri ihracat teşviklerini kullandıkları ama bilmedikleri teşvikleri kullanmadıklarını ifade etmesine rağmen, bildikleri birçok teşviklerden de faydalanmadıkları görülmektedir. Teşviklerin uluslararası pazarlamaya etkisi konusunda, teşvikten elde ettikleri maddi yönden indirim veya gelirleri uluslararası pazarlama için kullanmaları uluslararası pazarlamaya verdikleri önemi göstermektedir. Ayrıca ihracat teşvikleri sonrası ihracat kapasitesinin artması, kullanılan teşviklerin ne kadar faydalı olduğunu göstermektedir.

➤ Teşviklerin Yeterliliği Hakkındaki Görüşleri

Teşvikler açıkçası yeterli diye düşünüyorum. Bu konuda yapılan çalışmaları takdir ediyorum ve İTKİB bu konuda bize çok destek oluyor. Teşvik kullanım ya da başvuru esnasında herhangi bir sıkıntı ile karşılaşmıyoruz. Artık her şey elektronik sistem üzerinden yapıldığı için çok kolay oluyor. Siz her şeyi düzgün yaparsanız, gerisini zaten onlar hallediyorlar. Şu an için başka bir desteğe gerek olmadığını düşünüyorum.

Katılımcının verdiği bilgiler neticesinde, teşviklerin kullanımı, başvuru süreci gibi konularda herhangi bir sıkıntı olmadığı, dolayısı ile katılımcının teşvikleri yeterli bulunduğu görülmektedir.

➤ Firmanın Hedefleri

Firma olarak hedefimiz, sektördeki büyüme ve gelişmeye ayak uydurarak makine parkurumuzu ileriye götürüp üretim ve ihracat kapasitemizi arttırmaktır. Bütün çalışmalarımızı bu yönde sürdürmeye çalışıyoruz.

Katılımcının verdiği bilgiye göre, firmanın temel amacı üretim ve ihracat kapasitelerini artırmak olduğu görülmektedir.

Sonuç ve Değerlendirmeler

Ülkelerin dış ticarete izledikleri iki temel politika vardır. Bunlardan biri, ticarete korumacılığı benimseyip ithal edilen malların yurtiçi üretim ile tedarikini ön gören ithal ikameci politika iken, bir diğeri ise uluslararası pazarlar ile kaynaşmayı benimseyip dışa açılarak ihracatı arttırmayı hedefleyen ihracata yönelik politikadır. Ülkemizde geçmişten günümüze kadar her iki politika da uygulamaya konulmuştur. İthal ikameci ekonomi politikası Planlı Kalkınma Döneminin başladığı 1960'lı yıllarda uygulanmaya başlanmış ve Kalkınma Planlarında da yer almıştır. 1980 yılına kadar planlı ve düzenli bir şekilde uygulanan ithal ikame politikası, bu tarihten sonra uygulamadan kaldırılarak yerini dışa açılma ile birlikte ihracata yönelik sanayileşme politikasına bırakmıştır. 24 Ocak Kararları olarak da bilinen kararlarda ihracatın arttırılmasına yönelik kararlar alınarak ithal ikameyi öngören ekonomi politikası terkedilmiştir.

Bu tarihten sonra ihracata verilen önem sonucu işletmeleri ihracat yapmaya teşvik etmek amacıyla özellikle sanayi alanında ihracata yönelik teşvik ve destekler uygulanmaya başlamıştır. Bu teşvik ve destekler sayesinde ithal ikamenin uygulandığı döneme göre ihracatta hissedilir derecede bir artış meydana gelmiştir. Ancak bu dönemde verilen teşvikler kısa vadeli ve daha çok parasal olduğu için uzun soluklu olamamıştır. 1990'lı yıllarda DTÖ'ye üye olunması ve AB ile yapılan gümrük birliği anlaşması ile ihracat teşvikleri yeni bir boyut kazanmış ve yapılan yeni düzenlemeler ile daha sağlıklı yürütülmeye başlanmıştır. Günümüzde de sürekli yenilenen ve yenileri eklenen teşvik ve destekler ile ihracat yapan firmalara uluslararası pazar şartlarında her açıdan eşit koşullar sağlamak için destekler verilmeye devam etmektedir.

İhracat teşvikleri işletmeler için dolayısı ile ülkeler için önemli bir yer tutmaktadır. Bu açıdan ihracat teşviklerinin öneminin değerlendirilmesi için Acme Grup ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Firmanın dış ticaret müdiresinin 30 sorunun yer aldığı derinlemesine mülakat formu üzerinden ihracat teşviklerinin uluslararası pazarlama ile ilişkisine yönelik görüşleri alınmıştır. Araştırma örnekleminin tek bir işletme olması sebebiyle araştırma sonucu genelleme yapılamamaktadır. Gerçekleştirilen derinlemesine mülakat sonucunda ihracat teşvikleri ile uluslararası pazarlama arasında çeşitli ilişkiler tespit edilmiştir.

- Acme Grup'un, bütün grup firmalarında izlediği temel strateji, bilgi ve teknolojiyi birleştirerek yeniliklere, pazar şartlarına uyum sağlamaktır. Dolayısı ile işletmenin, izlediği bu strateji ile günümüz pazar koşullarına uyum sağladığı görülmektedir.
- Ürünlerindeki kaliteyi sahip olduğu sertifikalar ile belgeleyen Acme Grup'un, müşteri memnuniyetini maksimum seviyede tutan, ürün ve hizmet kalitesinden ödün vermeyen, iç ve dış pazarda etkin bir şekilde faaliyet göstermeye çalışan bir firma olduğunu göstermektedir.
- Acme Grup yaklaşık 30 senedir çeşitli alanlarda faaliyette bulunmaktadır ancak 4 senedir aktif olarak ihracat yapmaktadır. İhracatta çok fazla bir tecrübeye sahip olmamalarına rağmen kısa sürede dış pazarlarda gelişim göstererek 20 den fazla ülkeye ihracat yapmaktadırlar. İhracatta çeşitli sıkıntılar yaşasalar da, bu sıkıntılara katlanacak kadar ihracata önem verdikleri

görülmektedir. Karşılaşılan sıkıntılar genellikle taşıma maliyetlerinin yüksek olması ve ürün fiyatlarının alıcılar tarafından yüksek bulunmasıdır. Ürün fiyatlarını dahilde işleme rejimini kullanarak aşağı çekebildikleri görülmekte ancak taşıma maliyetleri konusunda herhangi bir teşvik olmaması işletmeyi bu problem ile başa çıkma konusunda zora soktuğu görülmektedir.

- Bu araştırmada araştırılan diğer bir etki işletmenin ihracat teşvikleri konusunda yeterli bilgiye sahip olup olmadığıdır. Derinlemesine mülakat sonucunda işletmenin ihracat teşvikleri konusunda genel bilgisinin olduğu ancak her bir teşvik konusunda yeterli bilgiye sahip olmadığı, özellikle yakın zamanda uygulamaya konulan Uluslararası Rekabeti Geliştirme (Ur-Ge) gibi teşvikler konusunda bilgisinin hiç olmadığı ortaya çıkmıştır.
- Araştırma sonucunda en fazla haberdar olunan teşvikler Dahilde İşleme Rejimi, Yurtiçi ve Yurtdışı Fuar/Sergi Desteği ve Eximbank Kredi Desteğidir. Aynı zamanda bu teşviklerin en fazla haberdar olunan teşvikler olmasının yanı sıra en fazla kullanılan ve memnuniyet seviyesi en yüksek olan teşviklerdir.
- İşletmenin ihracata yönelmesinin temelinde iç pazarda müşteri bulmakta zorlanmaları, dış pazardan elde edilen gelirin iç pazardan fazla olması, artık yerel pazarlarda da küresel rakiplerin yer alması ve buna bağlı olarak dünyanın tek bir pazar olarak görülmesi yer almaktadır. Bu açıdan işletmenin ihracata ihracat teşvikleri sayesinde yönelmedikleri, ihracat teşviklerini ihracatta maliyetleri düşürmek amacıyla sonraki yıllarda yöneldikleri görülmektedir. Buna ek olarak yerel pazarda da küresel rakiplerin yer alması, işletmenin farklı pazarlara giriş yapmasına neden olmuştur. Araştırmada işletmenin küreselleşmenin farkında olduğu ve bu küresel şartlara uyum sağlamaya çalıştığı ortaya çıkmıştır.
- Araştırılan diğer bir konu işletmelerin ihracat teşvikleri konusunda aracı danışmanlık firmalara bakışları ve ihracat teşviklerine başvuru konusunda bir problem olup olmadığıdır. Bu açıdan işletmenin ihracat teşvikleri konusunda danışmanlık firmalarını kullanmadığı ve kullanmayı da düşünmediği, her türlü destek için bağlı oldukları İTKİB'den destek aldıkları görülmektedir. İhracat teşviklerinden faydalanma amaçları tamamen maliyetleri düşürmek olduğu için danışmanlık firmaların ek maliyetler oluşturduğu düşüncesi ile danışmanlık firmalarına karşı olumsuz düşüncede oldukları ortaya çıkmıştır.
- Araştırmanın temel taşını oluşturan ihracat teşviklerinin uluslararası pazarlamaya etkisinin olup olmadığı konusunda araştırma sonucu bir etkinin olduğu görülmektedir. Firma yapısal olarak gelenekçi bir yapıya sahip olduğundan müşteriye velinimet gözü ile bakılmakta ve bu sebeple pazarlama stratejilerinin merkezine müşteri menfaatini yerleştirmektedir. İhracat teşviklerinden yurtdışı fuar desteğinin, müşteri odaklı olarak pazarlama faaliyetlerini yürüten firmanın ürün ve hizmetlerinin tanıtımı ve pazarlanması konusunda dolaylı olarak önemli bir etkisi olduğu araştırma sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca dahilde işleme rejiminde sağlanan maliyet avantajı ile elde edilen ek maddi gelirler ürün ve hizmetlerin uluslararası pazarlarda tutundurulmasına yönelik kullanıldığı araştırma sonunda ortaya çıkan bir diğer etkidir. Kredi açısından ise işletmenin Eximbank Kredi türlerinden İhracata Hazırlık Kredileri ve Sevk Öncesi Reeskont Kredileri kullandıkları ve bu kredilerin bir kısmını pazarlama faaliyetleri için tahsis ettikleri görülmektedir. Dolayısı ile işletmenin aktif olarak geçmişte kullandığı ve kullanmaya devam ettiği teşvik, destek ve kredilerin direkt veya dolaylı olarak uluslararası pazarlama stratejilerine yön verdiği ve uluslararası pazarlama faaliyetlerini etkilediği ortaya çıkmıştır. Ayrıca yine dahilde işleme rejimi sayesinde yurtdışında kaliteli hammaddeler ithal edilerek, nihai ürünlerin kalitesinin artırıldığı ve dolayısı ile kalite açısından küresel rakipler ile rekabet edilebilir duruma geldiği ifade edilmiştir. Bu durum ihracat teşviklerinden dahilde işleme rejimi sayesinde kaliteli ürünlerin üretildiği, kalite açısından uluslararası standartların yakalandığı ve ürünlerin kalitesinin firmanın uluslararası pazarlama stratejilerine olumlu bir etki yarattığı görüşünü desteklemektedir.
- Araştırma sonucunda işletmenin verilen çoğu teşviklerden haberdar olmadığı, bazılarında ise haberdar olup kullanmadıkları ortaya çıkmıştır. İşletme, devlet destekleri kapsamında yer alan Ar-Ge Desteği, Pazar Araştırması Desteği, Yurtdışı Ofis/Şube/Mağaza Açma Desteği, Turquality Desteği gibi destekler konusunda bilgi sahibi olmasına rağmen hiç birinden

faydalanmamaktadır. Bu faaliyetlerden Ar-Ge ve Pazar araştırması çalışmalarını kendi bütçesi ile gerçekleştirmektedir. Bu desteklerin yanı sıra, yine devlet destekleri kapsamında yer alan eğitim, istihdam, tasarım ve Ur-Ge destekleri hakkında firmanın yeterli bilgiye sahip olmadığı ve bu sebeple de desteklerden faydalanmadığı saptanmıştır.

Araştırma sonuçları bütünsel olarak değerlendirildiğinde, gelişmekte olan ülkelerin kalkınması ve refah düzeyinin artırılması konusunda önemli bir yere sahip olan ihracat için sağlanan devlet desteği ve kredi gibi teşviklerin yeterli düzeyde kullanılmadığı, bazı teşvikler konusunda yeterli bilgiye sahip olunmadığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca araştırma sonucu işletmeleri ihracata yönlendirmek, uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren işletmelere rekabet üstünlüğü sağlamak gibi birçok açıdan avantajlı duruma getirerek, ihracatı arttırmak amacıyla sağlanan teşviklerin dolaylı ya da direkt olarak uluslararası pazarlamaya etkisi olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırma sonucu sağlanan mevcut teşviklerin yeterli düzeyde olduğu, uygulama esnasında herhangi bir sorunla karşılaşmadığı ortaya çıkmıştır. Ancak mevcut teşviklerden bazılarının kullanılmaması hatta bilinmemesi, ihracata yönelik sağlanan kredilerin yeteri kadar talep edilmemesi gibi belirtiler ihracat teşviklerinin yeteri kadar tanıtılmadığını göstermektedir. Teşvikleri sağlayan kamu kurum ve kuruluşların veya aracı firmaların ihracata yönelik sağlanan teşvikler hakkında işletmeleri daha fazla bilgilendirmeleri gerekmektedir. Diğer bir öneri yetkili kurumların ihracatta karşılaşılan sorunlar üzerine gerekli araştırmaları ve incelemeler yaparak ve ayrıca uluslararası pazarlarda meydana gelen değişimleri takip ederek ya mevcut teşviklerde düzenleme yapmaları ya da yeni teşvikler oluşturmaları gerekmektedir. Ayrıca yürürlükte olan ancak kullanılmayan destek veya kredi teşviklerinin yürürlükten kaldırılması ya da üzerinde değişiklik yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

- Akça, M. (2011) *“İhracat Teşviklerinin İşletmeler Üzerindeki Etkileri; Gaziantep İlinden Bir Uygulama”*. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.
- Aktürk, A. ve Şenol, H. (2010), *“KOBİ’ler Açısından İhracat Teşviklerinin Önemi ve Etkinliğinin Arttırılmasına Yönelik Öneriler”*. Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 15 (2), s.375-391.
- Arslan, İ. ve Wijnbergen, S. V. U(1990), *Turkey: Export Miracle and Accounting Trick?*, The World Bank, Latin American and the Caribbean Regional Office Working Paper No. 370, April, Washington.
- Arzova, B. (2006), *İhracat Hakkında Her Şey*, Türkmen Kitapevi, İstanbul.
- Atayeter, C. ve Erol, Ar. (2011), *“Türkiye’de Uygulanmakta Olan İhracat Teşvikleri”*, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 1(1), s.1-26.
- Bayramoğlu, K. (2013), *“Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz ile Röportaj: 10. Kalkınma Planında Hedef Hızlı Kalkınan Bir Türkiye”*, http://www.ekovitrin.com/dergi2013/kasim/kalkinma_bakani.pdf (03.03.2015).
- Cevahir, H. (2007), *Türkiye’de İhracat Teşviklerinin Etkinliği*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Çınar, H. (2009), *Örneklerle Yatırım ve İhracat Teşvikleri*, Arc Yayınları, İstanbul.
- De Falco, S. E. ve Simoni, M. (2014), *“The Effect of Public Export Incentives on Italian Textile and Fashion SMEs”*, *International Journal of Management and Organizational Studies*, 44(1), s.70-83.
- Demir, M. (2003), *İhracat ve İhracat Teşvikleri*, Detay Yayıncılık, Ankara. Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (2013), *Türkiye’deki Teşvik ve Destekler*, http://www.dogaka.gov.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr_177_TK8L30NP_Turkiyedeki_Tesvik_ve_Destekler.pdf (12.03.2015).
- Durmaz, S. (2009), *Dış Ticarete Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Uluslararası İşletmecilik Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

- Dürüs, İ. (2005), *Türkiye’de Vergi Teşvik Önlemleri, Mahiyeti ve Etkinliği*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Ekonomi Bakanlığı (2014), 2010/8 Sayılı Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği, <http://www.jtr.org.tr/files/downloads/UR-GE%20Tan%C4%B1t%C4%B1m%20PP.pdf> (24.03.2015)
- Ersungur, Ş. M. ve Yalman, İ.N. (2009), “Bölgesel Kalkınmada İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Sivas İlinde Bir Uygulama”, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(1), s.81-98.
- Eşiyok, A. (2012), “Türkiye Ekonomisinde Cari Açık Sorunları ve Nedenleri”, *Finans, Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 49(569), s. 63-86.
- Fanta, A.B. ve Teshale, G.B. (2013), “Export Trade Incentives and Export Growth Nexus: Evidence from Ethiopia”, *British Journal of Economics, Management & Trade*, 4(1), s.11-128.
- Gemci, R, Gülşen, G. ve Kabasakal, F.M. (2009) “Markalar ve Markalaşmam Şartları”, *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 14(1), s.105-114.
- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (2013), Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018), <http://risk.gtb.gov.tr/data/52c2bbbc487c8e312c013184/Onuncu%20Kalk%C4%B1nma%20Plan%C4%B1.PDF> (10.11.2014)
- Güneş, İ.H. (2001), “ Hariçte İşleme Rejimi Kapsamında Geçici İhracatın Muhasebe Kayıtları”, *Mali Çözüm Dergisi*, 54(1), s.101-103.
- Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (1996), İhracat Yönetmeliği, T.C. Resmi Gazete, http://www.tapdk.gov.tr/mevzuat/ilgili_yonetmelikler/ilgili_yonetmelik_22515.pdf (12.12.2014).
- Karakoyunlu, E. (1987), *Türkiye’de Yatırım ve İhracat Teşvikleri*, Yabancı Sermaye Koordinasyon Derneği, İstanbul.
- Karluk, R. (2014), “Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Hedefi: Kalkınmış Türkiye” <http://akademikperspektif.com/2014/10/11/onuncu-bes-yillik-kalkinma-plan-hedefi-kalkinmis-turkiye/> (22.03.2015)
- Kaya, A. (2013), *Mali Sürdürülebilirlik: Teori ve Türkiye Uygulaması*, G.M. Matbaacılık., İstanbul.
- Kemer, O. B. (2003), *Bir Dış Ticaret Politikası Aracı İhracat Teşvikleri Teori-Uygulama*, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Kışoğlu, E. (2010), 1995 Sonrasında Türkiye’de Sanayi Sektörüne İlişkin İhracat Teşvikleri, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Uluslararası İktisat Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Mollasalihoğlu, Y. (1999), “İhracat Teşvikleri”, *Dış Ticaret Dergisi*. 4(13), s.36-46.
- Oktay, N. (2005), *Dış Ticarete Giriş*, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Ölmez, M. (2012), *İhracatçı Birlikleri ve Devlet Destekleri*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat ABD Uluslararası Ticaret Bölümü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Öztürk, S., Sözdemir, A. Ve Koçbulut, Ö. (2007), “Türk Eximbank Programlarının Türkiye İhracatına Etkileri ve AB/DTÖ’ye Uygunluğu”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 12(2), s.179-197.
- Rahnama, A. , Mousavian, S. J. , Eshghi, D. ve Alaei, A. (2011), “The Role of Industrial Incentives in Development of Small and Medium Industries”, *International Journal of Business Administration*, 2(4), s.25-32.
- Sandalcı, U. (2007), *İhracat Teşvikleri ve Türkiye’nin İhracatı Üzerine Etkileri*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Selen, U. (2007), *Gümrük İşlemleri ve Vergilendirilmesi*, Ekin Yayınları, Bursa.
- Şahin, A. (1997), *İhracata Yönelik Finansman Araçları: Türkiye’de Mevcut Uygulamalar*, İGEME, Ankara.
- Şenol, C. (2009), “Türkiye’de İhracatı Teşvik Tedbirleri”, <http://www.gumrukkontrolor.org.tr/Yayinlar/Dergiler/62/07pdf.pdf> (11.03.2015).
- Şimşek, M. ve Resül Y. (2004), “İhracat Teşviklerinin Etkinliğini Ölçmeye Yönelik Bir Analiz: Bilecik ve Eskişehir Örneği”, *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2). S.121-140.

- Tekinel, O. , Deniz, O. ve Bedestenci, H. Ç. (2001), "Ülkemizde ve Kahramanmaraş İlinde Tekstil Konfeksiyon Sektörü, Sorunları, Çözüm Önerileri", *Fen ve Mühendislik Dergisi*, 4(1), s.28-42.
- Terzi, H. ve Erol, A. (2005) "Doğu Karadeniz Bölgesinde İhracatçı Firmaların İhracat Teşviklerinden Yararlanma Düzeyi Üzerine Bir Araştırma", *Doğu Karadeniz Kalkınma Sempozyumu*, 13-14 Ekim, Trabzon, s.281-296.
- Türk Eximbank (1997), *Dış Ticaretin Finansmanında 10 Yıl. (1987-1997)*, Aksoy Matbaacılık, İstanbul.
- Türkay, H. ve Ünsal, H. (2008), "Türkiye'de İhracatta Uygulanan KDV İadesinin İhracata Etkisi: Ekonometrik Bir Analiz", *Sosyo Ekonomi Dergisi*, 4(2), s.89-98.
- Türkiye Büyük Millet Meclisi (2006), *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)*, T.C. Resmi Gazete, S.26215, <https://pbk.tbmm.gov.tr/dokumanlar/kalkinma-plani-9-genel-kurul.pdf> (06.02.2015).
- Uzay, N. ve Uzay, Ş. (2010), "Türkiye'de Mobilya Sektörünün İhracat Potansiyeli ve İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Kayseri Mobilya Sanayiinde Uygulama", *Ankara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 18(3-4), s.181-199.
- X zhang, E. , Gill, F. ve Rybnikov, M. (2013) "Export Credit Bank of Turkey". Standart & Poor's Rating Service.

EXTENDED ABSTRACT

Aim and Scope: The importance of exports has increased day by day as a result of Turkey's policy of overseas expansion followed by the economy after 1980. Exports means the entry of foreign exchange into the country and the increase in economic welfare for countries. Governments that aware of this situation have encouraged exports to increase exports and to support companies that want to open up foreign markets. Export incentives are very important in many issues, such as being more active in international markets, getting competitive advantage, promoting products and services more easily to consumers and solving export problems. Export incentives provide successful exporters of exports-oriented enterprises by removing or hindering export-related problems.

Exporting for a company means doing business in international markets. Therefore, taking part in international markets brings competition, new competitors, new customers, new marketing methods, in short, brings innovations. The impact of export incentives is also great in tracking and innovating these innovations. The impact of export incentives is also great in following these innovations and adapting to these innovations. The purpose of this research is to determine the effectiveness of export incentives and state subsidies.

Other purposes are as follows;

*Determining the awareness of export incentives in terms of companies.

*The point of view from the firm that acts as an intermediary for export incentives.

*Determination of how export incentives affect international marketing strategies.

Methods: In-depth interviewing techniques were used for data collection methods. In-depth interview questions were created by examining previously conducted master's and doctoral studies and theoretical studies on export incentives and international marketing. In-depth interview questions were designed to recognize the business, examine the use and effectiveness of export incentives. Only the Acme Group (that located in the European side of Istanbul and operating in the textile sector) formed the sample of the study due to reasons such as cost and time constraints. Acme Group was selected for membership of İTKİB which operates in textile sector in Istanbul, exporting to more than 20 countries and benefiting from export incentives.

Prior to the meeting with Acme Group, a literature survey was conducted on a wide range of issues related to export incentives and international marketing. Then an in-depth interview questionnaire was created between 27.04.2015 and 04.05.2015. An in-depth interview was held with Ms Nilüfer Alidaki, Foreign Trade Manager on 09.05.2015. During the interview, both the voice recorder and the notes were recorded. Only interpretation has been done so that the selected sample does not have the size to represent the main mass and that the data obtained from the in-depth

interview are not statistically valid. There is no generalization required for the structure of the research. For this reason, a general evaluation is made as a result of the research findings.

Findings: When the research results are evaluated holistically, it appears that the incentives such as state support and credit for export, which have a significant role in the development of the developing countries and increase the welfare level, have not been used adequately and have not got enough knowledge about some incentives. In addition, research has shown that provided incentives to increase exports are indirect or direct.

Conclusion: The research shows that the current incentives are adequate and that any problems are encountered during implementation. However, some of the existing incentives are not used and are not known. This situation shows that export incentives are not advertised as competently. Institutions, organizations or brokerage firms that provide incentives are required to inform companies more about incentives. Accredited institutions should make more research and investigation on the problems encountered in export. They also need to make arrangements in existing incentives or create new incentives, following changes taking place in international markets. It is also recommended that unused support or credit incentives be lifted or modified.