



**T.C.
BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
DERGİSİ**

**Journal of Economics
and Administrative Sciences**

Yıl/Year: 2 Cilt/Volume: 2 Sayı/Issue: 2 Aralık/December: 2018

Türkçe ve İngilizce Yayımlanan Uluslararası Hakemli Dergi
International Peer-Reviewed Journal Published in Turkish and English



T.C.
BİNGÖL ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Yıl/Year: 2018 Sayı/Issue: 2

ISSN: 2651-3234

E-ISSN: 2651-3307

YAYIN SAHİBİ / PUBLISHER

Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Adına /
On Behalf of Bingol University Faculty of Economics and Administrative Sciences
Prof. Dr. | Prof. Abdullah TAŞKESEN (V. Dekan / A. Dean)

BAŞ EDİTÖR / EDITOR IN CHIEF

Doç. Dr. | Assoc. Prof. Halim TATLI

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ / EDITORIAL MANAGER

Arş. Gör. | Res. Ass. Doğan BARAK

ALAN EDİTÖRLERİ / ASSOCIATE EDITORS

Prof. Dr. | Prof. Ersin ERKAN

(Siyaset Bilimleri ve Uluslararası İlişkiler / *Political Science and International Relations*)

Doç. Dr. | Assoc. Prof. Halim TATLI (Ekonometri / *Econometrics*)

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Beşir KOÇ (Tarım Ekonomisi / *Agricultural Economics*)

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Yavuz TÜRKAN (İşletme / *Management*)

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Zeki AKBAKAY

(İktisadi Bilimler / *Economics Sciences*)

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. M. Barış ARSLAN

(İktisadi Bilimler / *Economics Sciences*)

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Fevzi KAÇER

(Kamu Yönetimi / *Public Administration*)

Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Melek HALİFEOĞLU

(Kamu Yönetimi / *Public Administration*)

REDAKTÖRLER / REDACTORS

Arş. Gör. | Res. Ass. Tolga UCAR (Türkçe)

Arş. Gör. | Res. Ass. Doğan BARAK (Türkçe & English)

SEKRETERYA / SECRETARIAT

Arş. Gör. | Res. Ass. Tolga UCAR

Arş. Gör. | Res. Ass. Doğan BARAK

GRAFİK TASARIM / GRAPHIC DESIGN

Şemal Medya Tasarım Ofisi

BASKI YERİ VE TARİHİ / PUBLICATION PLACE AND DATE

İstanbul, Ağustos 2018

BASKI / PRINTING

Berdan Matbaacılık-Sadık Daşdöğen, Davutpaşa Cad.
Güven San. Sit. C Blok, No: 215-216, Topkapı/İstanbul
Sertifika No: 12491 **Tel:** 0212-613-1211 **Faks:** 0212-613-1211

YAZIŞMA ADRESİ / CORRESPONDING ADDRESS

Selahaddin-i Eyyübi Mah. Aydınlık Cad. No: 1, Bingöl Üniversitesi, İktisadi
ve İdari Bilimler Fakültesi, 12000, Merkez/Bingöl **Tel:** +90 (426) - 216 00
12/13-14-15 / 1720 **Faks:** +90 (426) - 216 00 18

WEB SAYFASI / WEB PAGE

<http://dergipark.gov.tr/biibfad>

E- POSTA / E-MAIL:

biibfad@bingol.edu.tr / biibfad@gmail.com

YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD

- Prof. Dr. | Prof. Mehmet Dalar (Abant İzzet Baysal University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Sait Patır (Bingöl University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. İbrahim Ethem TAŞ (Kahramanmaraş Sütçü İmam University-TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Abdulvahap Baydaş (Düzce University-TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Halim TATLI (Bingöl University-TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Hasan Murat Ertuğrul (Undersecretariat of Treasury, Republic of TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Çağlar Yurtseven (Bahçeşehir University-TURKEY)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Fevzi Kaçer (Bingöl University-TURKEY)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. İsmail Narin (Bingöl University-TURKEY)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Jean Paul Rabanal (Dolby College -USA)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Mehmet Barış Aslan (Bingöl University-TURKEY)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Ren Wang (Hunan University - CHINA)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Sylvain Benoit (Université Paris-Dauphine - FRANCE)
- Dr. Öğr. Üyesi | Asst. Prof. Aadil Nakhoda (IBA Karachi-PAKISTAN)
- Senior Treasury Specialist Hüsni Tekin (The Turkish Treasury - TURKEY)
- Dr. | Dr. Mohd Nor Hakim Bin Yusoff (University of Malaysia Kelantan-MALAYSIA)
- Dr. | Dr. Mohd Rafi Yaacob (University of Malaysia Kelantan-MALAYSIA)

BİİBFAD, yılda iki sayı olarak Aralık ve Ağustos aylarında çıkarılmaktadır. Her hakkı saklıdır.

Yayınlar için ücret talep edilmez. Derginin adı belirtilmeden hiçbir alıntı yapılamaz.

BiİBFAD is published biannually, in December and August, respectively. Publication is free of charge. No quotation may be made without an explicit reference to the magazine.

YAYIN DANIŞMA KURULU / EDITORIAL ADVISORY BOARD

- Prof. Dr. | Prof. Barry Eichengreen (UC Berkeley - USA)
- Prof. Dr. | Prof. Kenneth Kletzer (UCSC - USA)
- Prof. Dr. | Prof. Francisco L. Rivera-Batiz (Columbia University - USA)
- Prof. Dr. | Prof. Mehmet Asutay (Durham University-UNITED KINGDOM)
- Prof. Dr. | Prof. Mehmet Barca (Social Sciences University of Ankara-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Burç Ülengin (İstanbul Technical University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Ahmet Faruk Aysan (İstanbul Şehir University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. İsmail Bakan (Sütçü İmam University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Remzi Altunışık (Sakarya University- TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Erkan Oktay (Atatürk Medeniyet University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Seyfettin Erdoğan (İstanbul Medeniyet University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Mikail Erol (Çanakkale 18 Mart University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Ahmet Gürbüz (Bingöl University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Fazıl Hüsnü Erdem (Dicle University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Ahmet Yatkın (Fırat University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Yakup Bulut (Mustafa Kemal University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Vasile Dogaru (West University of Timisoara- ROMANIA)
- Prof. Dr. | Prof. Jorge Eduardo Carrera (University of La Plata - ITALY)
- Prof. Dr. | Prof. Rafal Matera (University of Lodz - POLAND)
- Prof. Dr. | Prof. Muammer Erdoğan (Bingöl University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Sait Patr (Bingöl University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Muhittin Kaplan (İstanbul University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Hüseyin Özer (Atatürk University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. E. Muhsin Doğan (Ondokuz Mayıs University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Doğan Uysal (Celal Bayar University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Tuncay Çelik (Erciyes University-TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Rouhia Noomene (Universitat Autònoma de Barcelona-SPAIN)
- Prof. Dr. | Prof. Ahmet Tabakoğlu (Marmara University -TURKEY)
- Prof. Dr. | Prof. Servet Bayındır (İstanbul University-TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Abdulvahap Baydaş (Düzce University-TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Ferit İzci (Van Yüzyüncü Yıl University-TURKEY)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Claudette May Datuin (University of Philippines, PHILIPPINES)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Said Büheráva [Bouheraoua] (ISRA Kuala Lumpur-MALAYSIA)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Ahcene (Ahsen) Lahsasna (INCEIF Kuala Lumpur - MALAYSIA)
- Doç. Dr. | Assoc. Prof. Buerhan Saiti (Malaysia Islam University-MALAYSIA)
- Dr. | Dr. Mohd Nor Hakim Bin Yusoff (University of Malaysia Kelantan-MALAYSIA)
- Dr. | Dr. Mohd Rafi Yaacob (University of Malaysia Kelantan-MALAYSIA)

BU SAYININ HAKEMLERİ / REFEREES OF THIS ISSUE

- Tuncay Çelik (Erciyes University, Kayseri)
- Armağan Öztürk (Artvin Çoruh University, Artvin)
- Ahmet Kayan (Harran University, Şanlıurfa)
- Alırıza Ağ (Bayburt University, Bayburt)
- Çiğdem Karış (Karadeniz Teknik University, Trabzon)
- Ersin Kurnaz (Erzincan Binali Yıldırım University, Erzincan)
- Murat Bayat (Düzce University, Düzce)
- Mustafa Gerçeker (Selçuk University, Konya)
- Nuri Salık (Yıldırım Beyazıt University, Ankara)
- Remzi Başar (Düzce University, Düzce)
- İbrahim Hüseyini (Şırnak University, Şırnak)
- Abdullah Topçuoğlu (Ardahan University, Ardahan)

Dergimizin bu sayısına (Cilt 2, Sayı 2, Aralık 2018) gönderilen makaleleri değerlendiren tüm hakemlerimize teşekkür ederiz.

We gratefully acknowledge the referees who kindly helped us review the articles sent for the current issue (Volume 2, Issue 2, December 2018).

AMAÇ VE KAPSAM

Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi bünyesinde yayımlanan dergimiz; ekonomi ve finans, beşeri ve sosyal bilimler, işletme ve yönetim, İslam iktisadı ve hukuku ile kamu yönetimi gibi başlıkların oluşturduğu geniş bir alanda bilimsel çalışmaları desteklemeyi ve yayımlamayı amaçlayan uluslararası hakemli bir dergidir. Dergi kapsamında, araştırmacılar ve akademisyenler için küresel ölçekte kabul edilebilir bir bilgi üretimi ve paylaşımı ortamının sağlanması, toplumun bilimsel ve entelektüel birikimine ulusal ve uluslararası düzeyde müspet katkı sağlanması hedeflenmektedir. Dergi, özgün makalelerin yanı sıra, editöre mektuplar, toplantı ve konferans raporları, kitap kritiği ve yayın kurulunun kararıyla özel sayılarının da yayımlandığı uluslararası bir iktisat, işletme, finans, İslam iktisadı ve finansı ile kamu yönetimi dergisi olma özelliği taşımaktadır. Tüm makalelerin Türkçe ya da İngilizce yayımlanabildiği dergi, yayın etiğinin en yüksek standartlarını benimsemeyi taahhüt etmekte ve herhangi bir etik dışı tutuma karşı olası tüm önlemleri almaktadır.

Bingöl İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, yılda iki sayı olarak çıkarılmaktadır. Aralık sayısı için makale son gönderim tarihi, 30 Eylül; Temmuz sayısı için son gönderim tarihi 31 Mayıs'tır. Her hakkı saklıdır. Yayınlar için ücret talep edilmez. Derginin adı belirtilmeden hiçbir alıntı yapılamaz.

AIMS AND SCOPE

This journal of Bingol University Faculty of Economics and Administrative Sciences is an international peer-reviewed economics, business management, finance, Islamic economics and finance, and public administration journal that aims to focus on publication of high quality scholarly articles on economics and finance, humanities and social sciences, business and management sciences, Islamic economics and finance and public administration. In addition to advanced and original papers, the journal publishes special volumes, promotional articles, editorial letters, meeting and conference reports and book reviews. It aims to promote, provide and share scientifically acceptable articles with a world-wide scholarly acceptable intellectual base for researchers and academics, without any restrictions. It undertakes to adopt the highest standards of publication where all articles can be written in Turkish and English, and takes all possible precautions against any publication malpractice.

The journal is published twice a year. The deadline for submission to the December issue is September 30th; and the deadline for August issues is May 31st. All rights reserved. Publication is free of charge. No quotation may be made without an explicit reference to the journal.

İçerik / Content

- Ekonomi ve Finans / *Economics and Finance,*
- Beşeri ve Sosyal Bilimler / *Humanities and social sciences,*
- Kamu Yönetimi / *Public Administ.*
- İşletme ve Yönetim Bilimleri / *Business and Management Sciences,*
- İslam İktisadı ve Finansı / *Islamic Economics and Finance,*
- Kamu Maliye / *Public Finance,*

Dergimizde yayımlanan yazıların her türlü sorumluluğu (bilimsel, mesleki, hukuki, etik v.b.) yazarlara aittir. Yayımlanan yazıların telif hakkı dergiye aittir ve referans gösterilmeden aktarılamaz. / *All responsibilities (scientific, professional, legal, ethical, etc.) of the articles published in this journal belong to the authors. Copyright of the published texts belongs to the journal and can not be transferred without an explicit reference.*

EDİTÖRDEN

Yeni Sayımızla Merhaba,

2018 yılının ikinci sayısı ile karşınızda olmaktan mutluluk duyuyoruz. Yayın hayatına Aralık 2017’de başladığımız tarihten bugüne *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (BİİBFAD)’nin niteliğini arttırmak için çalışmalarımız hızla devam etmektedir. Daha önce de belirttiğimiz gibi alan editörlerimizden oluşan aktif ve dinamik bir editör kurulu, ilgili bir sekreteryaya ve bir yönetim ile dergi, kendini sürekli yenileyecek ve güncelliğini muhafaza etmeye devam edecektir. Dergimizin farklı indeks ve platformlar tarafından kabulü yönünde yapılan girişimler devam etmektedir ve dergimiz bazı indeksler tarafından da takibe alınmıştır. Ayrıca bu sayıdan sonra saygın indekslere başvurulacaktır.

BİİBFAD, ülkemizin tarih içindeki akademik birikiminin, kültür ve değerlerinin izlerini taşıırken geleceğe ışık tutacak bir bilimsel dergi olmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla akademik olarak ulusal ve uluslararası çalışmalara açık olan, yurt içinde ve yurt dışında çok geniş bir danışma ve editör kurulunun denetiminde çıkan BİİBFAD, yayın ilkelerine sadık kalarak önemli bilimsel çalışmalar yapmayı hedeflemektedir. Benimsediği açık erişim politikası ile dergimizde yayınlanan tüm çalışmalara ücretsiz ve engelsiz bir biçimde herkes tarafından ulaşılmaktadır.

Yeni sayımızda hakemlik yapmayı kabul eden, yurt içinden ve yurt dışından tüm hakemlerimize teşekkürü borç biliyorum. Ayrıca dergimizin yayın ve danışma kuruluna üye olmayı kabul eden değerli bilim insanlarına da teşekkür ediyorum.

Okuyucularına büyük fayda sağlayacağını düşündüğümüz dergimizin hazırlanmasında yardımcı olan tüm ekibimize teşekkür ediyorum.

Editör / Editor in Chief

Doç. Dr. Halim TATLI

İÇİNDEKİLER

Editörden 7

Abdolvahap BAYDAŞ 11

MARKA DEĞERİ VE MARKA SADAKATİNİN GSM OPERATÖRLERİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Investigation of Brand Value and Brand Loyalty in the Context of GSM Operators

Yunus BAYDAŞ ve Müslüm POLAT 37

DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ BORSA İSTANBUL'A ETKİSİNİN BELİRLENMESİ

Determination of the Direct Effect of Foreign Capital Investments to Istanbul Stock Exchange

Bilal Özel 47

THE IMPACT OF HERITAGE INDEX WITH SELECTED INDICATORS ON TURKISH FOREIGN DIRECT INVESTMENT

Heritage Endeksinin Seçilmiş Göstergeler İle Türkiye'deki Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerindeki Etkisi

Harun ŞAHİN ve Fırat KARAKÖY 61

DOĞU AFRİKA'NIN DÜNYA'YA AÇILAN PENCERESİ: CİBUTİ

East Africa's Window To The World: Djibouti

Hüdayi SAYIN 79

MODERN KÖLELİK OLARAK META-GÖÇMEN İNSAN TİCARETİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR İNCELEME

Meta-Migrant or Modern Slavery A Conceptual Study on Human Trade

MARKA DEĞERİ VE MARKA SADAKATİNİN GSM OPERATÖRLERİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ

Investigation of Brand Value and Brand Loyalty in the Context of GSM Operators

Abdulvahap BAYDAŞ*

Geliş Tarihi 3.12.2018 Kabul Tarihi 13.12.2018

Özet

Marka değeri ve marka sadakati kavramının, GSM operatörleri açısından ele alınarak incelenmesi araştırmanın ana amacını oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda hedeflenen ana amaç, GSM operatörü açısından tüketicilerin marka sadakatini tespit etmek, marka sadakati ve bağlılığını etkileyen faktörlerin uygulamada geçerliliğini ölçümlemektir. Araştırmanın evrenini, daha çok cep telefonu kullanıcısı olan gençler oluşturmaktadır. İlgili örneklem büyüklüğü hesaplamasında %95 kesinlik düzeyinde ve %5 hata payı ile belirtilen evren için 384 sayısı örneklem için yeterli bulunmaktadır. Araştırma yöntemi olarak ise, nicel veri toplama aracı olan “anket” yüzyüze görüşme ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında üç farklı faktör analizi yapılmıştır. İlk faktör analizi marka değeri konusuna uygulanmış, tamir ve bakım hizmetleri, marka ve yenilikçilik, tanıtım ve sosyal etkileşim, fiyat ve ödeme şartları ve satış yeri ve etkin reklam şeklinde beş faktör olarak tespit edilmiştir.

İkinci faktör analizi marka sadakati konusuna uygulanmış, tam sadakat, fiyata duyarlı sadakat ile kalite ve duygusallığa dayalı sadakat şeklinde üç faktör bulunmuştur.

Üçüncü faktör analizi GSM operatör tercihinde etkili olan değişkenlere uygulanmış, erişilebilirlik ile reklam ve iletişim şeklinde iki faktör olarak tespit edilmiştir.

* Doç. Dr. Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, abdulvahapbaydas@duzce.edu.tr, Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-4471-3470>

Gençlerin daha çok Samsung, Apple ve Huawei marka cep telefonu tercih ettikleri ve en değerli marka cep telefonu Apple, Samsung, Huawei ve LG şeklinde belirtilmiş, en beğenilen cep telefonu markalarının ise Apple, Samsung, Huawei, LG, HTC, Vestel, Sony ve Xiaomi olduğu ifade edilmiştir.

Marka sadakatinin ürünler bazında daha yüksek olduğu, GSM operatörleri açısından değişkenlik olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka değeri, Marka sadakati, GSM operatör tercihinde etkili olan faktörler

Jel Kodları: M3, M39

Abstract

The main purpose of the study is to examine the brand value and brand loyalty concept in terms of GSM operators. The main aim of the study is to determine the brand loyalty of the consumers for the GSM operator and to measure the validity of the factors affecting the brand loyalty and brand commitment. The universe of the research consists of young people who are mostly mobile phone users. For the sample size calculation, the number of 384 for the specified universe with a precision of 95% and a margin of error of 5% is sufficient for sampling. The survey method was used as a quantitative data collection tool and the data were collected through face-to-face interviews.

Scope of research, three different factor analyzes were performed. The first factor analysis has been applied to the subject of brand value and has been identified as five factors such as repair and maintenance services, brand and innovation, publicity and social interaction, price and payment conditions and place of sale and effective advertising.

The second factor analysis has been applied to the subject of brand loyalty and and has been achieved three factors in the form of full loyalty, price-sensitive fidelity and loyalty based on quality and sentimentality.

The third factor analysis has been applied to variables influencing GSM operator preference and has been identified as two factors: accessibility and advertising and communication.

Young people prefer Samsung, Apple and Huawei mobile phones. The most valuable brand of mobile phones are Apple, Samsung, Huawei and LG. The most popular mobile phone brands are Apple, Samsung, Huawei, LG, HTC, Vestel, Sony and Xiaomi.

It is determined that brand loyalty is higher in terms of products and varies in terms of GSM operators.

Key Words: Brand Value, Brand Loyalty, Factors influencing GSM operator preference

Jel Codes: M3, M39

1. Giriş

Marka, bir işletme veya ürünü rakip işletme veya ürününden ayıran, farklılık kazandıran, şekil, isim, işaret, logo, grafik ve sembol gibi unsurların bütünü şeklinde tanımlanabilir. Yoğun rekabet ortamında işletmelerin ayakta kalmaları ve devamlılıklarını sürdürmeleri işletmenin sahip olduğu markalarının değeri ve müşterilerin söz konusu markaya olan sadakatine bağlıdır. Bu bağlamda işletmelerin ana amacı markalarının değerini artırmak ve müşterilerin markaya olan bağlılık ve sadakatlerini yükseltmektir.

Marka değeri işletmenin sahip olduğu markaların tüketiciler tarafından atfedilen finansal ve soyut unsurlar toplamıdır. Marka sadakati ise, tüketicinin belli bir markayı tekrar satın alması, tercih etmesi ve sürekli aynı markanın alınmasıdır.

Çalışmanın ana amacı, marka değeri ve marka sadakati kavramının, GSM operatörleri açısından ele alınarak incelenmesidir. Ayrıca GSM operatörü açısından marka sadakatinde etkili olan faktörleri tespit etmektir.

2. Marka Kavramı

Marka; üreticilerin veya satıcıların, ürünlerinin kimliğini belirleyen ve ürünlerini rakiplerinininkinden ayırt eden bir isim, simge, şekil veya bunların birleşimidir. Ürünün biçimi ve ambalajı dışında, ürünü belirleyen her şey marka kapsamına girer (Kotler, 1984: 482; Cemalcılar, 1987: 142).

Marka; tüketici ihtiyaçlarının mağaza raflarında yer alan pek çok seçeneğin değerlendirilerek tercih edilmesi için yönlendiren, kısaca tüketim mantığının kısaltılmış ifade tarzıdır. Ürünün göstermiş olduğu performansın tutarlılık garantisi ile ürün-tüketici arasındaki iletişimi yönlendiren psikolojik faktörlerin bileşimidir (Aktuğlu, 2011: 17). Markalar tüketicilerin bir ürün veya hizmet ile ilgili olarak hem psikolojik hem dışsal araştırma maliyetlerini azaltmaktadır (Keller, 2003: 9).

3. Marka Sadakati Kavramı

Marka sadakati kavramı, tüketicinin markaya olan inancının gücü olarak tanımlanabilir. Markaya ilişkin bilgiler, tüketicilerin ürünler/

markalar arasındaki tercihinin şekillenmesinde temel rol oynar. Tüketicilerin bir markada belirleyici özellikler algılaması ve bu özelliklerden etkilenmesi, markaya karşı sadakat oluşumuna zemin hazırlamaktadır. Güçlü bir markanın en temel özelliği kendisine sadık bir tüketici (Uztuğ, 2003: 3334) gurubunun oluşmasıdır.

Marka sadakati tüketicinin sadece içinde bulunulan zamanda değil, gelecek dönemlerde de belirli bir markayı satın alması olarak tanımlanmaktadır. Kısaca doyum elde eden tüketicilerin, markanın fiyat toleransı ile tekrar satın alma niyetinin ölçülmesi olarak ifade edilir (Aktuğlu, 2011: 37). Potansiyel olan birçok müşteri bir markaya bağlanmadan önce dört aşamalı bir sınavdan geçmektedir (Erbaş, 2006: 59-60):

1. Markanın tanınması, fark edilmesi, yani markadan haberdar olmak,
2. Markanın tüketici tarafından kabul edilmesidir. Markanın kabul edilmesinin anlamı söz konusu marka imajının tüketiciler tarafından uygun görülmesi,
3. Markanın, diğer markalar arasından seçilmesi,
4. Tüketiciler tercih ettikleri söz konusu markayı tekrar ısrarla satın alma davranışı göstermesidir.

Bu davranış marka ile tüketici arasında bir sadakat geliştiğini göstermektedir. Bu aşamaya gelen müşteriler artık yeni marka alternatiflerini kabul etmeyecek, satın almalarında sadakat geliştirdikleri markaya yöneleceklerdir.

4. Marka Sadakatini Etkileyen Faktörler

Marka sadakatini etkileyen faktörler farklı şekillerde ifade edilebilmektedir. Bu çalışmada Datta'nın 2003 yılında yaptığı 'Marka Sadakatinin Belirleyicileri' isimli makalesi esas alınmıştır. Buna göre; ürün performansı ve üründen duyulan memnuniyet (Datta, 2003; Oliver, 1999; Moisescu ve Bertoncelj, 2010; Mohammed vd., 2017), tüketicilerin demografik özellikleri (Datta, 2003; Moisescu, 2009; Mishra ve Prasad, 2013; Laoviwat; Suppapanya ve Youspronpaipoon, 2014), tüketicilerin yenilik ve çeşitlilik arayışları (McAlister ve Pessemier, 1982; Oliver,

1999), satın alma sıklığı (Morrison, 1966; Akküçük ve Esmaeili, 2016), markanın pazardaki durumu (Sheth, 1970), marka ile ilgili indirim ve kampanyalar (Kotler, 1994; Datta, 2003, Mendez, 2012), markayı başkalarına tavsiye etme (Selnes, 1993; Gülbahar, 2011; Toksarı ve İnal, 2012), markanın fiyatı (Ar, 2004) gibi değişkenler dikkate alınmıştır.

5. Marka Sadakati Oluşturma Yolları

Müşteri memnuniyeti ve dolayısıyla marka sadakatinin sağlanması, müşteri odaklı yönetim anlayışı ile mümkündür. Müşteri odaklılık; müşteri sadakatini, toplam müşteri memnuniyetini, sürekli iyileştirmeyi ve şikayet yönetimini gerektirmektedir. Marka sadakati oluşturmak için bir işletme tarafından gerçekleştirilmesi gerekenler şu şekilde özetlenebilir (Altan ve Engin, 2004: 586);

- Müşteri isteklerini karşılayan hizmeti vererek ilişkinin sürekli tutulması, toplam müşteri memnuniyeti,
- Müşterilerin satış öncesi ve sonrası tüm ihtiyaçlarının karşılanarak memnun edilmesi, sürekli iyileştirme,
- Müşteri tatminini artırmaya yönelik çalışmaların süreklilik sağlayacak şekilde programlanması şikâyet yönetimi,
- Satılan ürün veya sunulan hizmet ile ilgili kusuru düzelterek müşteri hoşnutsuzluğunu giderilmesidir.

6. Marka Değeri

Pazarlama alanında marka değeri kavramı, marka kavramından daha fazla ilgi çekmekte ve araştırılmaktadır (Eagle vd, 2003: 1332). Tüketiciler ve markalar arasındaki ilişkiyi tanımlama isteği, marka değeri kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Wood, 2000: 663). Marka değerinin pazarlama stratejilerinin oluşturulmasında öneminin artmasına rağmen, kavramın ortak kabul gören bir tanımının olmaması, özelliklerinin ortaya konmasında en zor olan unsurdur (Keller, 2003: 42).

Marka değerini tanımlamada; finansal, tüketici temelli ve bu ikisinin birleşiminden oluşan üç farklı yaklaşım kullanılmaktadır (Kim vd., 2003: 336). Finansal yaklaşımda, bir markanın ortaya çıkarılmasından başlayarak pazarlanmasına hatta pazarlama sonrası faaliyetlerin dahil

tüm maliyetlerin toplanarak markanın değerinin belirlenmesidir (Kriegbaum, 1998: 9). Tüketici temelli yaklaşımında ise, somut ölçüm özellikleri yerine, tüketici algıları öne plana çıkmakta (Lassar vd., 1995: 13), markanın maddi değerlerinden daha fazla tüketiciye sunulan değerler (Aaker, 1991: 4), tüketicinin bilgisi (Keller, 1993: 5), marka tercihi (Park ve Srinivasan, 1994: 272), markaya karşı tutum ve marka bağlılığı (Feldwick, 1996: 12) gibi kavramlar marka değerinin tanımlanmasında temel oluşturur. Son yaklaşım ise, finansal ya da tüketici temelli yaklaşımları benimsemenin eksikliklerini gidermek amacıyla iki yaklaşımın birlikte kullanılmasıdır (Kim vd., 2003: 338).

7. Marka Değeri ve Marka Sadakatinin GSM Operatörleri Bağlamında İncelenmesi Araştırmanın konusu

Araştırmanın konusu, marka değeri ve marka sadakati kavramının, GSM operatörleri özelinde ele alınarak incelenmesidir. Araştırmanın temel sorusu, “cep telefonu sektöründe marka değeri ve marka sadakati hangi etmenlerin etkisi ile oluşmaktadır?” hususudur. Bu araştırma sorusu kapsamında aşağıda ki varsayımlar oluşturulmuştur;

Marka değeri ile ilgili faktörlerin belirlenmesi,

Marka sadakati ile ilgili faktörlerin belirlenmesi,

GSM Operatör tercihinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi ve

Söz konusu faktörlerin satın alma davranışı üzerindeki etkisinin belirlenmesi

8. Araştırmanın Evreni Ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Bingöl ili genç olan cep telefonu kullanıcıları oluşturmaktadır. Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile kotalı örnekleme yöntemi beraber kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yönteminde amaç, kolayca ulaşılabilir birimlerin seçilmesiyle örneklemin oluşturulmasıdır. En kısa zamanda ve en az maliyetle bilgi üretilmesine ihtiyaç duyulduğunda bu yöntem bir seçenektir (Özmen, 2009: 177). Kotalı örnekleme ise araştırmanın anlamlılık derecesini artırmak için kullanılmıştır.

9. Araştırma Metodolojisi

Araştırmada özellikle gençlerin sıklıkla kullandığı cep telefonu sektöründe marka değeri ve marka sadakatinin satın alma davranışı üzerindeki etkisi gençlerin tercih ettikleri cafelerde GSM operatör hizmetleri dikkate alınarak incelenmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi yüzyüze görüşme yöntemi uygulanarak kullanılmıştır. Anket genel olarak iki bölümden oluşturulmuş, ilk bölümde katılımcıların demografik özellikleri ikinci bölümde, marka değeri ve marka sadakatinin ve satın alma davranışı üzerindeki etkisi ile GSM operatörlerinin tercihinde etkili olan faktörler ölçülmeye çalışılmıştır.

Likert ölçeği kullanılarak sorulan sorular; 20 Önem derecesi (marka değeri), 11 katılım düzeyi (marka sadakati) ve 9'u da katılım derecesini (GSM operatör tercihinde etkili olan faktörler) gösteren toplam 40 ifadeye faktör analizi kullanılarak geçerliliği test edilmiştir. Her bir boyutta yer alan ifadeler için güvenilirlik analizi olarak Cronbach Alpha yöntemi uygulanmıştır. Alfa değeri 0 ile 1 arası değerler alır ve kabul edilebilir bir değer en az 0.70 olması arzu edilir (Altunışık vd., 2010: 122-124). Tablo 6, 9 ve 19'da güvenilirlik analizlerinin sonuçlarına göre ölçeğe ait üç alt ölçeğin Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı sırasıyla marka değeri (0,864), marka sadakati (0,750) ve GSM operatör hizmetleri (0,846) şeklinde bulunmuştur. Söz konusu değerler sosyal bilimler için kabul edilebilen oranlardır.

Zaman ve maliyet kısıtları nedeni ile evrenin tamamına ulaşmanın mümkün olmamasından dolayı, araştırma evrenini gençlerin sıklıkla kullandığı üç kafe oluşturmuştur. Buna göre, % 95 güven aralığında, %5 örnekleme hatasında, minimum örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlenmiştir. Hatalı ve eksik olabileceği düşüncesi ile 410 anket doldurulmuş, net cevapları olmayanlar çıkarıldıktan sonra 402 örneklem miktarına ulaşılmıştır.

10. Bulgular

Bu bölümde ankete katılan bireylerin demografik özellikleri ile bireylerin marka değeri, marka sadakati ve GSM operatör tercihinde etkili olan faktörleri ölçmeye yönelik anket sonuçları yer almaktadır.

Tablo 1: Araştırmanın Genel Profili

Cinsiyet	Frekans	Oran	Eğitim	Frekans	Oran
Kadın	182	45,3	İlköğretim	175	43,5
Erkek	220	54,7	Lise	78	19,4
Toplam	402	100,0	Ön Lisans	37	9,2
Yaş	Frekans	Oran	Üniversite	91	22,6
18 yaş ve küçük	49	12,2	Yüksek Lisans	21	5,2
19 – 25 yaşları	304	75,6	Toplam	402	100,0
26 yaş ve üstü	49	12,2	Aylık Gelir	Frekans	Oran
Toplam	402	100,0	1600 TL'den az	54	13,4
Medeni hal	Frekans	Oran	1601 – 1999 TL	134	33,3
Bekar	365	90,8	2000 – 2999 TL	141	35,1
Evli	37	9,2	3001 ve üstü TL	73	18,2
Toplam	402	100,0	Toplam	402	100,0

1.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Ankete katılan 402 katılımcıdan %45,3'ü kadın ve %54,7'si erkektir. Ankete katılanların çoğunluğunu 19-25 yaş grubu (%75,6) oluşturmaktadır. Bu yaş grubunun önemli bir kısmını ilköğretim ve lise eğitimine sahip olan gençler (% 62,9) oluşturmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun bekar (%90,8) olduğu ve düşük gelire sahip oldukları (% 46,7'si 2000 TL'nin altında) görülmektedir.

Tablo 2: Mevcut Durumda Kullanılan Cep Telefonu Markası

	Frekans	Oran
Vestel	36	9,0
LG	23	5,7
Huawei	47	11,7
HTC	37	9,2
Samsung	104	25,9
Sony	24	5,9
Apple	90	22,4
Diğer (Nokia, Blacberry, Galaxi, Casper, Xiaomi, Oppo, Vivo)	41	10,2
Toplam	402	100,0

Kullanılmakta olan cep telefonları göz önüne alındığında; Samsung (%25,9), Apple (%22,4), Huawei (%11,7), HTC (%9,2), Vestel (%9), Sony (%5,9), LG (%5,7) ve diğer (%10,2= Nokia, Blacberry, Galaxi, Casper, Xiaomi, Oppo, Vivo) markalar olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların En Değerli Marka Cep Telefonu İle İlgili Değerlendirmeleri

	Frekans	Oran
Vestel	32	8,0
LG	42	10,4
Huawei	45	11,2
HTC	35	8,7
Samsung	92	22,9
Sony	27	6,7
Apple	98	24,4
Xiaomi	22	5,5
Diğer (Nokia, Blacberry, Galaxi, Casper, Oppo, Vivo)	9	2,2
Toplam	402	100,0

Cep telefonlarının en değerli marka şeklinde değerlendirildiğinde; Apple (%24,4), Samsung (%22,9), Huawei (%11,2), LG (%10,4), HTC (%8,7), Vestel (%8), Sony (%6,7), Xiaomi (%5,5), ve diğer (%2,2= Nokia, Blacberry, Galaxi, Casper, Oppo, Vivo) markaların sıralandığı ifade edilebilir.

Tablo 4: En Beğenilen İlk Üç Cep Telefonu Markası İle İlgili Önem Derecesi

	I	II	III	Toplam Puan*	Önem Derecesi
Vestel	110	81	43	234	6
LG	90	213	48	351	4
Huawei	200	159	46	405	3
HTC	140	87	42	269	5
Samsung	415	219	50	684	2
Sony	100	48	41	189	7
Apple	510	183	43	736	1
Xiaomi	150	30	5	185	8
Diğer (Nokia, Blacberry, Galaxi, Casper, Oppo, Vivo)...	295	45	9	346	

* Tablodaki puanlar; 1. Sırada tercih edilen şık 5 ile 2. Sırada tercih edilen şık 3 ile 3. Sırada tercih edilen şık ise 1 ile çarpılmış ve üç değer toplamı alınarak elde edilmiştir.

En beğenilen cep telefonları markaları; Apple (736 puan), Samsung (684 puan), Huawei (405 puan), LG (351 puan), HTC (269 puan), Vestel (234 puan), Sony (189 puan), Xiaomi (185 puan) ve diğer markalar (346 puan= Nokia, Blacberry, Galaxi, Casper, Oppo, Vivo) şeklinde sıralanmışlardır.

Tablo 5: Marka Değeri İle İlgili İfadeler

		Çok Önemli	Önemli	Fark Etmez	Önemli Değil	Hiç Önemli Değil	Toplam
Cep telefonunun markası	Frekans	200	112	48	15	27	402
	Oran	49,8	27,9	11,9	3,7	6,7	100,0
İleri teknolojiyi yansıtıyor olması	Frekans	194	138	45	13	12	402
	Oran	48,3	34,3	11,2	3,2	3,0	100,0
Yenilikçi olması	Frekans	196	129	55	15	7	402
	Oran	48,8	32,1	13,7	3,7	1,7	100,0
Alternatif ödeme koşullarının bulunması	Frekans	166	132	66	20	18	402
	Oran	41,3	32,8	16,4	5,0	4,5	100,0
Kampanyaların düzenlenmiş olması	Frekans	149	136	72	26	19	402
	Oran	37,1	33,8	17,9	6,5	4,7	100,0
Çevremde fikirlerine önem verdiğim kişiler tarafından kullanılması	Frekans	93	106	117	48	38	402
	Oran	23,1	26,4	29,1	11,9	9,5	100,0
Dergi, gazete ve TV' de olumlu yayınların olması	Frekans	114	122	96	45	25	402
	Oran	28,4	30,3	23,9	11,2	6,2	100,0
Sosyal medyada olumlu olması	Frekans	126	125	90	36	25	402
	Oran	31,3	31,1	22,4	9,0	6,2	100,0
Marka imajının güçlü olması ve kurum kimliğinin güvenilir olması	Frekans	173	118	68	30	13	402
	Oran	43,0	29,4	16,9	7,5	3,2	100,0
Tasarımının/şeklinin estetik olması	Frekans	188	121	52	27	14	402
	Oran	46,8	30,1	12,9	6,7	3,5	100,0
Garanti süresi ve koşullarının iyi olması	Frekans	228	102	43	16	13	402
	Oran	56,7	25,4	10,7	4,0	3,2	100,0
Kullanımının kolay olması	Frekans	193	121	56	19	13	402
	Oran	48,0	30,1	13,9	4,7	3,2	100,0
Fiyatının uygun olması	Frekans	195	109	60	18	20	402
	Oran	48,5	27,1	14,9	4,5	5,0	100,0
Reklamların ve sloganların etkin olması	Frekans	90	102	114	53	43	402
	Oran	22,4	25,4	28,4	13,2	10,7	100,0
Tanınmış AVM'lerde satılmış olması	Frekans	96	91	111	45	59	402
	Oran	23,9	22,6	27,6	11,2	14,7	100,0
Standart özelliklerinin yanında ilave işlevlerinin olması (Fotoğraf çekme, Mp3 çalma v.b.)	Frekans	207	100	57	22	16	402
	Oran	51,5	24,9	14,2	5,5	4,0	100,0

Satış sonrası verilen hizmetlerin yeterli olması	Frekans	196	125	57	14	10	402
	Oran	48,8	31,1	14,2	3,5	2,5	100,0
Servis ağının geniş ve kaliteli olması	Frekans	214	109	47	20	12	402
	Oran	53,2	27,1	11,7	5,0	3,0	100,0
Fonksiyonel olması	Frekans	207	114	58	14	9	402
	Oran	51,5	28,4	14,4	3,5	2,2	100,0
Bozulduğunda iade ve geri verilmesinin kolay olması	Frekans	238	100	45	10	9	402
	Oran	59,2	24,9	11,2	2,5	2,2	100,0

Marka değerinin belirlenmesinde kullanılan likert tipi ölçek sonuçları aşağıdaki gibi özetlenebilir:

En önemli olan faktörler; Bozulduğunda iade ve geri verilmesinin kolay olması (%84,1), İleri teknolojiyi yansıtıyor olması (%82,6), Garanti süresi ve koşullarının iyi olması (%82,1), Yenilikçi olması (%80,9), Servis ağının geniş ve kaliteli olması (%80,3) şeklinde sıralanabilir.

Önemli olan ifadeler; Fonksiyonel olması (%79,9), Satış sonrası verilen hizmetlerin yeterli olması (%79,9), Kullanımının kolay olması (%78,1), Cep telefonunun markası (%77,7), Tasarımının/şeklinin estetik olması (%76,9), Standart özelliklerinin yanında ilave işlevlerinin olması (Fotoğraf çekme, Mp3 çalma v.b.) (%76,4), Fiyatının uygun olması (%75,6), Alternatif ödeme koşullarının bulunması (%74,1), Marka imajının güçlü olması ve kurum kimliğinin güvenilir olması (%72,4) ve Kampanyaların düzenlenmiş olması (%70,9) şeklinde sıralanabilir.

Önem derecesi düşük olan değişkenler; Sosyal medyada olumlu olması (%62,4) ve Dergi, gazete ve TV'de olumlu yayınların olması (%58,7) şeklinde belirlenmiştir.

En önemsiz olan faktörler; Çevremde fikirlerine önem verdiğim kişiler tarafından kullanılması (%49,5), Reklamların ve sloganların etkin olması (%47,8) ve Tanınmış AVM'lerde satılmış olması (%46,5) şeklinde ifade edilmiştir.

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Testi		,864
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	2494,612
	Serbestlik derecesi	190
	Anlamlılık düzeyi	,000

Marka değeri ile ilgili belirlenen ölçek faktör analizine tabi tutulmuş, KMO-Bartlett Testi sonucu 0,864 çıkmış önem derecesi de 0,000 olarak çıkmıştır. Söz konusu sonuç faktör analizinin yapılabirliğini göstermektedir. Analiz sonucu; Tamir ve bakım hizmetleri, Marka ve yenilikçilik, Tanıtım ve sosyal etkileşim, Fiyat ve ödeme şartları ve Satış yeri ve etkin reklam şeklinde beş faktör olarak tespit edilmiştir. Birinci faktör varyansın 27,79'unu, ikinci faktör varyansın 11,09'unu, üçüncü faktör varyansın 7,42'sini, dördüncü faktör varyansın 6,77'sini ve beşinci faktör ise varyansın 6,11'ini açıklamaktadır. Beş faktörün varyansı açıklama oranı ise 59.17'dir (Tablo 7).

Tablo 6: Marka Değeri İle İlgili Güvenilirlik Ve Faktör Analizi Çözümü

Önermeler (İfadeler)	Faktör Yüklere	X	Ss
Faktör 1: Tamir ve Bakım Hizmetleri			
Servis ağının geniş ve kaliteli olması	,720	1,7736	1,03360
Garanti süresi ve koşullarının iyi olması	,644	1,7164	1,02302
Satış sonrası verilen hizmetlerin yeterli olması	,626	1,7985	,97689
Kullanımının kolay olması	,596	1,8507	1,03919
Bozulduğunda iade ve geri verilmesinin kolay olması	,593	1,6368	,93555
Standart özelliklerinin yanında ilave işlevlerinin olması (Fotoğraf çekme, Mp3 çalma v.b.)	,581	1,8557	1,10274
Tasarımının/şeklinin estetik olması	,570	1,9005	1,08264
Marka imajının güçlü olması ve kurum kimliğinin güvenilir olması	,514	1,9851	1,09169
Fonksiyonel olması	,503	1,7662	,97349
Faktör 2: Marka ve Yenilikçilik			
Cep telefonunun markası	,823	1,8980	1,16775
İleri teknolojiyi yansıtır olması	,753	1,7836	,97368
Yenilikçi olması	,590	1,7761	,93937
Faktör 3: Tanıtım ve Sosyal Etkileşim			
Dergi, gazete ve TV'de olumlu yayınların olması	,765	2,3657	1,18305
Sosyal medyada olumlu olması	,752	2,2761	1,17576
Çevremde fikirlerine önem verdiğim kişiler tarafından kullanılması	,618	2,5821	1,23113

Faktör 4: Fiyat ve Ödeme Şartları			
Alternatif ödeme koşullarının bulunması	,719	1,9851	1,08712
Kampanyaların Düzenlenmiş olması	,718	2,0796	1,10930
Fiyatının uygun olması	,628	1,9030	1,12022
Faktör 5: Satış yeri ve Etkin Reklam			
Tanınmış AVM'lerde satılmış olması	,847	2,7015	1,34013
Reklamların ve sloganların etkin olması	,781	2,6443	1,25951

Tablo 7: Cep Telefonunu Değiştirme Nedenleri

	Frekans	Oran
Cep telefonum bozulduğu zaman değiştiririm	219	54,5
Cep telefonumun görüntüsünden sıkıldığım zaman değiştiririm	66	16,4
Cep telefonumu teknolojinin gerisinde kaldığı zaman değiştiririm	99	24,6
Diğer (.....)	18	4,5
Toplam	402	100,0

Tüketiciler cep telefonlarını daha çok "bozulduğunda (%54,5) ve telefonun teknolojisi değiştiğinde (%24,6) değiştirmektedirler. Dolayısıyla marka değerinin daha çok müşteri tatmini ve kullanım uygunluğuna bağlı olduğu söylenebilir.

Tablo 8: Marka Sadakati İle İlgili Değişkenler

		Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Toplam
Bir daha cep telefonu alırsam, yine şu an kullandığım markayı seçerim	Frekans	155	114	80	40	13	402
	Oran	38,6	28,4	19,9	10,0	3,2	100,0
Kullanmakta olduğum cep telefonu markasını yakın çevreme ve arkadaşlarıma tavsiye ederim	Frekans	132	142	73	42	13	402
	Oran	32,8	35,3	18,2	10,4	3,2	100,0

Her zaman bu markayı kullanacağım	Frekans	116	87	114	58	27	402
	Oran	28,9	21,6	28,4	14,4	6,7	100,0
Cep telefonu alacağım zaman başka markalarda indirim olursa, şu an kullandığım marka yerine indirimli olan markayı satın alırım	Frekans	112	120	84	62	24	402
	Oran	27,9	29,9	20,9	15,4	6,0	100,0
Cep telefonu markasının ürün kalitesi çok önemlidir	Frekans	178	109	60	35	20	402
	Oran	44,3	27,1	14,9	8,7	5,0	100,0
Başka bir cep telefonu markası telefon alana hediye (kulaklık, bağlantı kablosu v.b.) verirse, kullandığım cep telefonu markası yerine promosyon veren markayı alırım	Frekans	108	105	90	71	28	402
	Oran	26,9	26,1	22,4	17,7	7,0	100,0
Kullandığım cep telefonu markası, piyasadaki çoğu markadan daha iyidir	Frekans	147	115	88	35	17	402
	Oran	36,6	28,6	21,9	8,7	4,2	100,0
Kullandığım marka diğer markalara göre daha pahalı olsa da, bir dahaki cep telefonu alışımında yine bu markayı seçerim	Frekans	127	112	86	53	24	402
	Oran	31,6	27,9	21,4	13,2	6,0	100,0
Kullandığım marka her zaman beklediğim performansı sağlıyor	Frekans	106	134	99	46	17	402
	Oran	26,4	33,3	24,6	11,4	4,2	100,0
Bir daha seçme şansım olsa, şu an kullandığım cep telefonu markası yerine farklı bir marka cep telefonu aldım	Frekans	107	95	99	71	30	402
	Oran	26,6	23,6	24,6	17,7	7,5	100,0
Kullandığım cep telefonu markası tüketiciye karşı dürüst bir markadır	Frekans	131	127	102	26	16	402
	Oran	32,6	31,6	25,4	6,5	4,0	100,0

Marka sadakati ile ilgili ifadeler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Cep telefonu markasının ürün kalitesi çok önemlidir (%71,4) ifadesi önemli olan faktör olarak görülmektedir.

Önem derecesi orta düzeyde olan faktörler; Kullanmakta olduğum cep telefonu markasını yakın çevreme ve arkadaşlarıma tavsiye ederim (%68,1), Bir daha cep telefonu alırsam, yine şu an kullandığım markayı seçerim (%67), Kullandığım cep telefonu markası, piyasadaki çoğu markadan daha iyidir (%65,2) ve Kullandığım cep telefonu markası tüketiciye karşı dürüst bir markadır (%64,2) şeklinde sıralanmışlardır.

Önem derecesi oldukça düşük olan faktörler ise; Kullandığım marka her zaman beklediğim performansı sağlıyor (%59,7), Kullandığım marka diğer markalara göre daha pahalı olsa da, bir dahaki cep telefonu alışımında yine bu markayı seçerim (%59,5), Cep telefonu alacağım zaman başka markalarda indirim olursa, şu an kullandığım marka yerine indirimli olan markayı satın alırım (%57,8), Başka bir cep telefonu markası telefon alana hediye (kulaklık, bağlantı kablosu v.b.) verirse, kullandığım cep telefonu markası yerine promosyon veren markayı alırım (%53), Her zaman bu markayı kullanacağım (%50,5) ve Bir daha seçme şansım olsa, şu an kullandığım cep telefonu markası yerine farklı bir marka cep telefonu alırdım (%50,2) şeklinde belirlenmiştir.

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Testi		,750
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	722,292
	Serbestlik derecesi	55
	Anlamlılık düzeyi	,000

Marka sadakati ile ilgili belirlenen ölçek faktör analizine tabi tutulmuş, KMO-Bartlett Testi sonucu 0,750 çıkmış önem derecesi de 0,000 olarak çıkmıştır. Söz konusu sonuç faktör analizinin yapılabirliğini göstermektedir. Analiz sonucu; Tam sadakat, Fiyata duyarlı sadakat ile Kalite ve duygusallığa dayalı sadakat şeklinde üç faktör olarak tespit edilmiştir. Birinci faktör varyansın 25,28'ini, ikinci faktör varyansın 17,55'ini ve üçüncü faktör ise varyansın 10,43'ünü açıklamaktadır. Üç faktörün varyansı açıklama oranı ise 53.25'tir (Tablo 9).

Tablo 9: Marka Sadakati İle İlgili Güvenilirlik Ve Faktör Analizi Çözümü

Önermeler (İfadeler)	Faktör Yükleri	X ²	Ss
Faktör 1: Tam Sadakat			
Bir daha cep telefonu alırsam, yine şu an kullandığım markayı seçerim	,762	2,1095	1,12463
Her zaman bu markayı kullanacağım	,659	2,4851	1,23378
Kullanmakta olduğum cep telefonu markasını yakın çevreme ve arkadaşlarıma tavsiye ederim	,655	2,1592	1,09386
Kullandığım marka diğer markalara göre daha pahalı olsa da, bir dahaki cep telefonu alışımında yine bu markayı seçerim	,621	2,3408	1,21740
Kullandığım cep telefonu markası, piyasadaki çoğu markadan daha iyidir	,528	2,1542	1,13704
Kullandığım marka her zaman beklediğim performansı sağlıyor	,519	2,3383	1,11215
Faktör 2: Fiyata Duyarlı Sadakat			
Bir daha seçme şansım olsa, şu an kullandığım cep telefonu markası yerine farklı bir marka cep telefonu alırdım	,794	2,5572	1,25857
Başka bir cep telefonu markası telefon alana hediye (kulaklık, bağlantı kablosu v.b.) verirse, kullandığım cep telefonu markası yerine promosyon veren markayı alırım	,746	2,5174	1,24982
Cep telefonu alacağım zaman başka markalarda indirim olursa, şu an kullandığım marka yerine indirimli olan markayı satın alırım	,728	2,4179	1,21277
Faktör 3: Kalite ve Duygusalığa Bağlı Sadakat			
Cep telefonu markasının ürün kalitesi çok önemlidir	,854	2,0299	1,17925
Kullandığım cep telefonu markası tüketiciye karşı dürüst bir markadır	,458	2,1766	1,08085

Tablo 10: Kullanılan GSM Operatörlerinin Dağılımı

	Frekans	Oran
Vodafone	123	30,6
Türktelekom	112	27,9
Turkcell	167	41,5
Toplam	402	100,0

Tablo 10'da katılımcıların kullandıkları operatör dağılımları yer almaktadır. Buna göre; katılımcıların %41,5'i Turkcell, %27,9'u Türktelekom ve %30,6'sı ise Vodafone kullanıcısı olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 11: GSM Telefon Hatlarının Şekli

	Frekans	Oran
Faturalı hat	198	49,3
Faturasız hat / Kontrollü hat	204	50,7
Toplam	402	100,0

Araştırmaya katılan katılımcıların, %49,3'ü faturalı hat kullanırken, %50,7'si ise faturasız (kontrollü hat) kullandıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 12: GSM Operatörü İle Kullanılan Hat İfadelerinin Karşılaştırılması

		Faturalı	Faturasız/Kontrollü hat	Toplam
Vodafone	Frekans	65	58	123
	Oran	32,8	28,4	30,6
Türktelekom	Frekans	58	54	112
	Oran	29,3	26,5	27,9
Turkcell	Frekans	75	92	167
	Oran	37,9	45,1	41,5
Toplam	Frekans	198	204	402
	Oran	100,0	100,0	

Tabloda katılımcıların kullandıkları operatör dağılımı ve operatör türü karşılaştırması yer almaktadır. Buna göre; Faturalı hat kullanıcılarının Turkcell %37,9 ile ilk sırada yer alırken, Vodafone % 32,8 ile ikinci ve Türktelekom ise % 29,3 ile üçüncü sırada yer almıştır. Hazır kart ya da faturasız hatlara bakıldığında, Turkcell'in % 45,1 ile ilk sırada, onu %28,4 ile Vodafone ve 26,5 ile Türktelekomun izlediği görülmektedir.

Tablo 13: GSM Telefon Hattının Kullanım Süresi

	Frekans	Oran
1 yıldan kısa bir süredir	97	24,1
1 - 3 yıllık bir süre	113	28,1
4 - 5 yıllık bir süre	92	22,9
6 yıl ve daha fazla bir süredir	100	24,9
Toplam	402	100,0

Yukarıdaki tablodan da anlaşıldığı gibi cep telefonu kullanıcılarının operatörler arasından geçiş yaptıkları ve uzun süre aynı operatörü kullananların oranının % 24,9 gibi düşük bir seviyede olduğunu göstermektedir.

Tablo 14: Operatörler Bazında Kullanım Süreleri

		Telefon hattını kullanım süresi				Toplam
		1 yıldan kısa bir süredir	1 - 3 yıllık bir süre	4 - 5 yıllık bir süre	6 yıl ve daha fazla bir süredir	
Vodafone	Frekans	30	35	29	29	123
	Oran	30,9	30,9	31,5	29,0	30,6
Türktelekom	Frekans	29	34	27	22	112
	Oran	29,9	30,1	29,3	22,0	27,9
Turkcell	Frekans	38	44	36	49	167
	Oran	39,2	39,0	39,2	49,0	41,5
	Frekans	97	113	92	100	402
	Oran	100,0	100,0	100,0	100,0	

Tablo 14'te operatörler bazında kullanım süreleri yer almaktadır. Buna göre kullanım süreleri operatörler bazında incelediğinde; üç operatör arasında operatörünü 1 yıldan daha az süredir kullananların en yoğun olduğu grup Turkcell kullanıcılarıdır. Turkcell kullanıcılarını Vodafone kullanıcıları takip etmektedir. Üçüncü sırada ise Türktelekom kullanıcıları gelmektedir. Operatörünü 1-3 yıl kullananların çoğunluğunu Turkcell kullanıcıları oluşturmaktadır. Turkcell kullanıcılarını Vodafone kullanıcıları takip etmektedir.

4-5 yıldır aynı operatörü kullananların önem sırasına göre Turkcell (%39,2), Vodafone (%31,5) ve Türktelekom (%29,3) şeklinde sıralanmıştır.

6 yıl ve daha fazla aynı operatörü kullananların önem sırasına göre Turkcell (%49), Vodafone (%29) ve Türktelekom (%22) şeklinde sıralanmıştır.

Genel olarak bakıldığında yıllar itibari ile GSM operatör tercih oranlarının birbirine yakın olduğu sadece Turkcell'in oranının biraz daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 15: Cep Telefonu Kullanımı İçin Aylık Harcanan Kişisel Miktarlarının Oranı

	Frekans	Oran
30 TL'den az	98	24,4
30 - 49 TL	188	46,8
50- 69 TL	83	20,6
70 TL ve daha fazla	33	8,2
Toplam	402	100,0

Katılımcıların %15,4'ünün aylık ortalama fatura tutarı veya TL kullanım tutarı 20 TL'den az, %54,1'inin 21-40 TL arası, %16,9'unun 41-60 TL arası, %4,5'inin 61-80 TL arası, %3,4'ünün 81-100 TL arası ve %5,8'inin ise 100 TL'den fazladır.

Tablo 16: Belli Bir Tarifeye Abonelik Durumu

	Frekans	Oran
Evet	265	65,9
Hayır	137	34,1
Toplam	402	100,0

Katılımcıların önemli bir bölümü (%65,9) belli bir tarifeye abone oldukları geri kalan kısmı ise belli bir abonelik durumu (%34,1) bulunmamaktadır.

Tablo 17: Kullanılan Hattın Ekonomik Durumu

	Frekans	Oran
Çok Ekonomik	127	31,6
Ucuz	75	18,7
Normal	141	35,1
Pahalı	36	9,0
Çok Pahalı	23	5,7
Toplam	402	100,0

Katılımcıların %35,1'i tercih ettikleri tarifenin normal olduğu % 31,6'sının ise çok ekonomik olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 18: GSM Operatör Seçiminde Etkili Olan Faktörler

		Tamamen Katılıyor	Katılıyor	Fikrim Yok	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Toplam
Servis ücretinin uygun olması	Frekans	205	126	35	22	14	402
	Oran	51,0	31,3	8,7	5,5	3,5	100,0
Yaygın şebeke ağının olması	Frekans	183	157	31	20	11	402
	Oran	45,5	39,1	7,7	5,0	2,7	100,0
Müşterilere verilen armağanlar (bedava konuşma süresi, bedava SMS, MMS vb)	Frekans	175	131	48	33	15	402
	Oran	43,5	32,6	11,9	8,2	3,7	100,0
Avantajlı tarife paketleri sunması	Frekans	157	161	46	23	15	402
	Oran	39,1	40,0	11,4	5,7	3,7	100,0
Markanın sosyal sorumluluk projelerinde yer alması	Frekans	126	125	106	32	13	402
	Oran	31,3	31,1	26,4	8,0	3,2	100,0
Müşteri ilişkileri birimlerinin iyi olması	Frekans	155	135	81	18	13	402
	Oran	38,6	33,6	20,1	4,5	3,2	100,0
Satış personelinin iyi davranması	Frekans	149	132	75	30	16	402
	Oran	37,1	32,8	18,7	7,5	4,0	100,0
Ürünlerin reklamlarının ilgi çekici olması	Frekans	122	140	83	24	33	402
	Oran	30,3	34,8	20,6	6,0	8,2	100,0
Diğer insanlardan duyduğum tavsiyeler	Frekans	110	151	59	49	33	402
	Oran	27,4	37,6	14,7	12,2	8,2	100,0

Operatör seçiminde etkili olan ifadeler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Çok önemli olan faktörler; Yaygın şebeke ağının olması (%84,6) ve Servis ücretinin uygun olması (%82,3) şeklide belirlenmiştir.

Önemli olan faktörler; Müşterilere verilen armağanlar (bedava konuşma süresi, bedava SMS, MMS vb) (%76,1), Müşteri ilişkileri birimlerinin iyi olması (%72,2) ve Avantajlı tarife paketleri sunması (%70,1) şeklinde sıralanmıştır.

Az önemli olan faktörler; Satış personelinin iyi davranması (%69,9), Ürünlerin reklamlarının ilgi çekici olması (%65,1), Diğer insanlardan duyduğum tavsiyeler (%65) ve Markanın sosyal sorumluluk projelerinde yer alması (%62,4) şeklinde ifade edilmiştir.

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Testi		,846
Bartlett Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	925,404
	Serbestlik derecesi	36
	Anlamlılık düzeyi	,000

GSM Operatör tercihinde etkili olan faktörlerle ilgili belirlenen ölçek faktör analizine tabi tutulmuş, KMO-Bartlett Testi sonucu 0,846 çıkmış önem derecesi de 0,000 olarak çıkmıştır. Söz konusu sonuç faktör analizinin yapılabirliğini göstermektedir. Analiz sonucu; Erişilebilirlik ile Reklam ve iletişim şeklinde iki faktör olarak tespit edilmiştir. Birinci faktör varyansın 40,62'sini ve ikinci faktör varyansın 13,05'sini açıklamaktadır. İki faktörün varyansı açıklama oranı ise 53.70'tir (Tablo 19).

Tablo 19: GSM Operatör Tercihi İle İlgili Güvenilirlik Ve Faktör Analizi Çözümü

Önermeler (İfadeler)	Faktör Yükleri	X ²	Ss
Faktör 1: Erişilebilirlik			
Müşterilere verilen armağanlar (bedava konuşma süresi, bedava SMS, MMS vb)	,894	1,9602	1,10470
Avantajlı tarife paketleri sunması	,727	1,9502	1,03433
Servis ücretinin uygun olması	,681	1,7910	1,04326
Yaygın şebeke ağının olması	,598	1,8035	,97022
Markanın sosyal sorumluluk projelerinde yer alması	,562	2,2065	1,07088
Faktör 2: Reklam ve İletişim			
Ürünlerin reklamlarının ilgi çekici olması	,974	2,2687	1,19118
Diğer insanlardan duyduğum tavsiyeler	,898	2,3632	1,23233
Satış personelinin iyi davranması	,753	2,0846	1,09990
Müşteri ilişkileri birimlerinin iyi olması	,560	2,0025	1,02949

Tablo 20: GSM Telefon Operatörü Tercihinizde Rol Oynayan Kriterler

	Frekans	Oran
GSM Kalitesi	130	32,3
Tarife Ücretleri	116	28,9
Şirket İmajı	28	7,0
Kampanyalar	81	20,1
Kendi Çevrem	35	8,7
Diğer (.....)	12	3,0
Toplam	402	100,0

GSM telefon operatör tercihinde etkili olan en önemli faktör GSM kalitesidir (%32,3). Daha sonra tarife ücretleri (%28,9) ve kampanyalar (%20,1) gelmektedir. Dolayısıyla operatör değiştirme ve operatör tercihinde maddi konuların önemli bir yer tuttuğu söylenebilir.

11. Sonuç ve Öneriler

Cep telefonu ve GSM operatör sektöründe yapılan çalışmada; özellikle cep telefonu üreticileri ve GSM operatör hizmetleri ile ilgili işletmelere, akademik elemanlara marka değeri, marka sadakati ve GSM operatör seçiminde etkili olan faktörler ilgili kesimlere fayda sağlayacaktır.

Ankette katılımcılara, anketin uygulama alanına göre belirlenmiş olan beşli likert ölçekli ve kapalı uçlu soru tipindeki sorular yöneltilmiştir. Anket sorularına verilen cevaplar sonucunda elde edilen veriler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Ankete katılanlar cinsiyet açısından oransal olarak birbirine yakındır. Katılımcıların çoğunluğunu gençlerin oluşturduğunu, ilköğretim eğitime sahip oldukları, büyük çoğunluğunun bekâr oldukları ve düşük gelire sahip oldukları görülmektedir.

Gençlerin daha çok Samsung, Apple ve Huawei marka cep telefonu tercih ettikleri belirlenmiştir. Katılımcıların en değerli marka cep telefonu sıralamasını Apple, Samsung, Huawei ve LG şeklinde yaptıkları ortaya çıkmıştır. En beğenilen cep telefonu markaları; Apple, Samsung, Huawei, LG, HTC, Vestel, Sony ve Xiaomi olduğu belirtilmiştir.

Marka değeri açısından en önemli olan unsurların; Bozulduğunda iade ve geri verilmesinin kolay olması, İleri teknolojiyi yansıtıyor olması, Garanti süresi ve koşullarının iyi olması, Yenilikçi olması ile Servis ağının geniş ve kaliteli olması şeklinde ifade edilmiştir. Marka değeri açısından en önemsiz olan unsurların; çevremde fikirlerine önem verdiğim kişiler tarafından kullanılması, reklamların ve sloganların etkin olması ve tanınmış AVM'lerde satılmış olması ifadeleri olduğu anlaşılmıştır.

Tüketiciler cep telefonlarını daha çok "bozulduğu ya da telefonun teknolojisi değiştiği" durumlarda başka bir markaya kaydıklarını belirtmişlerdir.

Marka sadakati ile ilgili ifadelerin en önemlisi “cep telefonu markasının ürün kalitesi çok önemli” olması ifadesidir. Marka sadakati ile ilgili unsurların en önemsizleri; Kullandığım marka her zaman beklediğim performansı sağlıyor, Kullandığım marka diğer markalara göre daha pahalı olsa da, bir dahaki cep telefonu alışımında yine bu markayı seçerim, Cep telefonu alacağım zaman başka markalarda indirim olursa, şu an kullandığım marka yerine indirimli olan markayı satın alırım, Başka bir cep telefonu markası telefon alana hediye (kulaklık, bağlantı kablosu vb.) verirse, kullandığım cep telefonu markası yerine promosyon veren markayı alırım, Her zaman bu markayı kullanacağım ve Bir daha seçme şansım olsa, şu an kullandığım cep telefonu markası yerine farklı bir marka cep telefonu alırdım değişkenleridir.

Katılımcıların sırasıyla Turkcell, Vodafone ve Türktelekom kullanıcıları oldukları anlaşılmıştır. Cevaplayıcıların faturalı ve faturasız (kontrollü hat) kullanma tercihlerinin birbirine eşit olduğu belirlenmiştir. Cep telefonu operatörleri arasından geçiş yaptıkları ve uzun süre aynı operatörü kullananların oranının düşük olduğu görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında yıllar itibari ile GSM operatör tercih oranlarının birbirine yakın olduğu sadece Turkcell’in oranının biraz daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir.

Katılımcıların aylık ortalama fatura tutarı 20 TL’den az ve 21-40 TL arası olduğu ifade edilmiştir. Katılımcıların önemli bir bölümü belli bir tarife abone olduklarını belirtmişlerdir.

Katılımcılar tercih ettikleri tarifenin normal ve çok ekonomik olduğunu ifade etmişlerdir.

Operatör seçiminde etkili olan çok önemli olan faktörler; Yaygın şebeke ağının olması ve Servis ücretinin uygun olmasıdır. Az önemli olan faktörler; Satış personelinin iyi davranması, Ürünlerin reklamlarının ilgi çekici olması, Diğer insanlardan duyduğum tavsiyeler ve Markanın sosyal sorumluluk projelerinde yer alması şeklinde ifade edilmiştir.

GSM telefon operatör tercihinde etkili olan en önemli faktör GSM kalitesidir. Daha sonra tarife ücretleri ve kampanyalar gelmektedir. Dolayısıyla operatör değiştirme ve operatör tercihinde maddi konuların önemli bir yer tuttuğu söylenebilir.

Marka değeri ile ilgili belirlenen ölçek faktör analizine tabi tutulmuş, Tamir ve bakım hizmetleri, Marka ve yenilikçilik, Tanıtım ve sosyal

etkileşim, Fiyat ve ödeme şartları ve Satış yeri ve etkin reklam şeklinde beş faktör olarak tespit edilmiştir.

Marka sadakati ile ilgili belirlenen ölçek faktör analizine tabi tutulmuş, Tam sadakat, Fiyata duyarlı sadakat ile Kalite ve duygusallığa dayalı sadakat şeklinde üç faktör olarak tespit edilmiştir.

GSM Operatör tercihinde etkili olan faktörlerle ilgili belirlenen ölçek faktör analizine tabi tutulmuş, Erişilebilirlik ile Reklam ve iletişim şeklinde iki faktör olarak tespit edilmiştir.

Kaynakça

- Aaker, D.A. (1991), *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*, Free Press, New York.
- Akkucuk, U. ve Esmaili, J. (2016), "The Impact of Brands on Consumer Buying Behavior: An Empirical Study on Smartphone Buyers", *Journal of Research in Business & Social Science*, 5(4), s. 01-16.
- Aktuğlu, I.K. (2011), *Marka Yönetimi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Altan, M. ve Engin, O. (2004), "Bir Seyahat İşletmesinde Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, s. 585-598.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. 6. Baskı Sakarya Yayıncılık.
- Ar, A.A. (2004), *Marka ve Marka Stratejileri*, Ankara, Detay Kitap.
- Datta, P.R. (2003), "The Determinants of Brand Loyalty", *Journal of American Academy of Business*, 3(1/2).
- Eagle, L., P. Kitchen, L. Rose ve B. Moyle, (2003), "Brand Equity and Brand Vulnerability: The Impact of Grey Marketing/Paralel Importing on Brand Equity and Values", *European Journal of Marketing*, 37(10), s. 1332-1349.
- Erbaş, A. (2006). "Marka Sadakatinin Tüketici Satın Alma Davranışına Etkileri; Ayakkabı Sektöründe Klasik Ayakkabı Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma" (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Gülbahar, İ. (2011), "Marka Değeri Unsurlarından Marka Bağımlılığı ve GSM Sektöründe Tüketiciler Üzerinde Bir Araştırma" (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Keller, K.L. (2003), *Strategic Brand Management, Building, Measuring and Managing Brand Equity*, Prentice Hall, New York
- Kim, H., W. Kim ve J.A. An, (2003), "The Effect of Consumer-Based Brand Equity on Firms' Financial Performance", *Journal of Consumer Marketing*, 20(4), s. 335-351.
- Kim, Jai-Ok, Sandra Forsythe, Qingliang Gu, Sook Jae Moon. (2002), "CrossCultural Consumer Values, Needs and Purchase Behavior". *Journal of Consumer Marketing*, 19(6), s. 481-501.
- Kotler, P. (1984), *Marketing Management*, New Jersey, Prentice Hall.
- Kotler, P. (1994), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (8. b.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Kriegbaum, C., (1998), "Valuation of Brands – A Critical Comparison of Different Methods", Working Paper, Dresden University.
- Laoviwat, P.; Supppanya, P. ve Yousapronpaiboon, K. (2014), "A Study of Demographics Influencing on Consumer Behavior and Attitude Towards Brand Equity of Optical Business in Thailand", *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(4).
- Lassar, W., B. Mittal ve A. Sharma, (1995), "Measuring Customer-Based Brand Equity", *Journal of Consumer Marketing*, 12(4), s. 11-19.
- McAlister, L. ve Pessemier, E.A. (1982, Eylül). "A Dynamic Attribute Satiation Model of Variety Seeking Behaviour". *Journal of Consumer Research*, 9, 300-315.
- Mendez, M. (2012), *Sales Promotions Effects on Brand Loyalty*, Nova South-eastern University, Doctor of Business Administration.
- Mishra, S. ve Prasad, S. (2013), "Exploring Linkages Between Socio-Demographic Factors And Customer Loyalty In India", *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 9(1), Spring, s. 13-26.
- Mohammed, G.O.; Hasaballah, A.H.A.; Almohaimmeed, B.M.A. ve Al-Tit, A., (2017), "The Impact Of Product Performance On Brand Loyalty Mediated By Customer Satisfaction: Study In Sudanese Ser-

- vice Industry", *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 4(1), s. 116-122.
- Moisescu, O.I. (2009), "The Influence of Market Type and Demographics on Brand Loyalty: A Study Among Urban Romanian Consumers", *Annals of Faculty of Economics*, 4(1), s. 737-741.
- Moisescu, O.I. ve Bertoneclj, A., (2010), "A Comparative Study of the Relationship Between Brand Loyalty and Market Share Among Durable And Non-Durable Products", *Management and Marketing Journal*, 0(1), s. 137-145.
- Morrison, D.G. (1966), "Interpurchase Time and Brand Loyalty", *Journal of Marketing Research*, s. 289-291.
- Oliver, R.L. (1999), "When a Consumer Loyalty", *Journal of Marketing* (Special Issue), 63, s. 35-36.
- Özmen, A. (2009), *Örnekleme*. Ali Fuat Yüzer (Ed.), İstatistik içinde, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi
- Park, C.S. ve V. Srinivasan, (1994), "A Survey-Based Method For Measuring and Understanding Brand", *Journal of Marketing Research*, 31(2), s. 271-289.
- Selnes, F. (1993), "An Examination of The Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty", *European Journal of Marketing*, 27(9), s. 19-35.
- Sheth, J.N. (1970), "Measurement of Multidimensional Brand Loyalty of a Consumer", *Journal of Marketing Research*, 7, s. 348-354.
- Toksarı, M. ve İnal, M.E. (2012), *Tüketici Temelli Marka Değerinin Ölçümü*, İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Wood, L. (2000), "Brands and Brand Equity: Definition and Management", *Management Decision*, 38(9), s. 662-669.

DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ BORSA İSTANBUL'A ETKİSİNİN BELİRLENMESİ*

Determination of the Direct Effect of Foreign Capital Investments to Istanbul Stock Exchange

Yunus BAYDAŞ**
Müslüm POLAT***

Geliş Tarihi 6.11.2018 Kabul Tarihi 12.12.2018

Özet

Bu çalışmada Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının (DYSY) BIST100 Endeksine etkisi incelenmiştir. Analizde BIST100 Endeksi bağımlı değişken olarak, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ise bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Öncelikle değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisini belirlemek için, Ocak-2010 - Ocak-2018 dönemine ait aylık verilerle, ARDL Sınır Testi uygulanmış ve değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi olmadığı tespit edilmiştir. Daha sonra değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi Granger Nedensellik testi ile araştırılmış ve benzer şekilde herhangi bir nedensellik ilişkisi olmadığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: BIST100 Endeksi, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları, ARDL Sınır Testi, Eşbütünleşme.

Jel Kodları: E22, F21, G32

* Bu çalışma Bitlis Eren Üniversitesinin düzenlediği, Uluslararası Sosyo-Ekonomik Araştırmalar ve Kalkınma Kongresinde, bildiri olarak sunulmuştur.

** Arş. Gör., Siirt Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, yunusbaydas@siirt.edu.tr. Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-9184-983X>

** Dr. Öğr. Üyesi, Bingöl Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, mpolat@bingol.edu.tr. Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0003-1198-4693>

Abstract

In this survey the effect of Foreign Direct Investment (FDI) on the BIST100 Index was examined. BIST100 Index was used as the dependent variable, Foreign Direct Investment was used as the independent variable. Firstly, the ARDL Boundary Test was applied to determine the cointegration relationship between the variables with the monthly data of the January-2010 - January-2018 period and it was determined that there was no cointegration relationship between the variables. Then, the causality relationship between the variables was investigated by Granger Causality Test and it was determined that there was no causality relation.

Key Words: BIST100 Index, Foreign Direct Investment, ARDL Boundary Test, Cointegration.

Jel Codes: E22, F21, G32

1. Giriş

Bir ülkede yapılan yatırımların bir kısmı yerli sermaye ile yapılmaktadır ve bunlara yurt için yatırım denmektedir. Yatırımların diğer kısmı ise, yabancı yerleşik kişiler tarafından yapılmaktadır. Bu yatırım türüne ise doğrudan yabancı sermaye yatırımları denmektedir. Yurtiçi yatırımların yanı sıra, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının mevcudiyeti, ülke ekonomisinin gelişmesine önemli katkılar sunmaktadır. Dolayısıyla ülkeler, yabancı sermaye çekmeye yönelik tedbirler almakta ve adeta birbirleriyle yarışmaktadırlar.

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları; bir ülkedeki bir firmayı satın almak veya yeni kurulan bir şirket için kuruluş sermayesini sağlamak ya da mevcut bir şirketin sermayesini arttırmak yoluyla diğer bir ülkede bulunan şirketlere yapılan yatırımlardır (Karluk, 2001: 100).

DYSY bir ülkenin ulusal sınırları dışından, başka ülke vatandaşlarına ait sermayenin beraberinde teknoloji, know-how, işletmecilik bilgisiyle ülkeye gelişini ifade eder. Bu şekilde, yatırımcının kontrol yetkisini de beraberinde getirdiği bir teşebbüs biçimi, iç piyasa işleyişine hız kazandırır. DYSY fabrika, üretim tesisi kurma, var olanı satın alma veya var olana ortak olma biçiminde olabileceği gibi bina ve arazi alımı şeklinde de olabilir. Fakat DYSY denilince ilk akla gelen fabrika veya üretim tesisi ile ilgili olan üretken yatırımlardır, çünkü diğerlerinin nispi payı çok küçüktür. Ülkeye yeni kaynak girişi sağlaması açısından bakıldığında yeni

fabrika ve üretim tesisine yapılan yatırımla, var olan fabrika ve üretim tesislerine yapılan yatırımlar arasında fark olmadığı gibi, bina ve arazi alımı şeklindeki üretken olmayan yatırımlar arasında da bir fark yoktur. Diğer taraftan bu tür yatırımlar uzun vadeli ve kalıcı yatırımlardır.

Bu çalışmada doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile Borsa İstanbul arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Bağımlı değişken olarak BIST100 Endeksi verileri kullanılmış, bağımsız değişken olarak da Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları kullanılmıştır. Ocak 2010-Ocak 2018 dönem aralığındaki aylık veriler kullanılarak, ARDL sınır testi ile eşbütünleşme ilişkisi araştırılmıştır.

Çalışmanın ilk bölümünde doğrudan sermaye yatırımları üzerine yapılan çalışmalar özetlenmiştir. İkinci bölümde çalışmada kullanılacak veri seti ve kullanılan yöntem hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü ve son bölümde ise, öncelikle tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiş ve ardından analiz sonuçlarına değinilerek sonuç kısmı ile çalışma sonlandırılmıştır.

1. Literatür Taraması

Elmas (1997) yabancı portföy yatırımlarının İMKB'ye etkisini incelemiştir. Çalışmada İMKB'de yabancı payı ve İMKB'de hesaplanan 12 endeks değişkeni veri seti olarak alınmış ve yabancı yatırımcı hareketlerinin genel olarak İMKB-100 ve diğer endekslerin artış veya azalış hareketini başlatan olmadıkları, aksine yabancı yatırımcıların İMKB-100 ve diğer endekslerdeki hareketi (artma/azalma) takip ederek yatırımlarını arttırdıkları veya azalttıkları belirtmiştir.

Choe, Kho, ve Stulz (1999) çalışmalarında yabancı yatırımcıların Kore'deki hisse senedi fiyatlarını nasıl etkilediğini araştırmışlardır. 30 Kasım 1996 ile 1997 yılı sonlarına kadar olan dönemdeki veriler kullanılmıştır. Kore'deki ekonomik kriz öncesine kadar, yabancı yatırımcıların ticarete olumlu bir şekilde geribildirimini olduğunu ileri sürmüşlerdir.

Adabağ ve Ornelas (2004) yabancı yatırımcıların İstanbul Menkul Kıymetler Borsasına etkisini araştırmışlardır. Çalışmada VAR modeli kullanılmıştır. Yabancı yatırımcıların Türk pazarına girdiğinde eşzamanlı olarak borsanın da yükselişe geçtiği sonucuna varmışlardır.

Susam (2008) doğrudan yabancı sermaye girişini etkileyen unsurlara ve Türkiye'ye gelen doğrudan yabancı sermaye üzerindeki etkileri,

regresyon modeli ile test etmeyi amaçladığı çalışmasında, doğrudan yabancı sermaye yatırımcıları çeken en önemli unsurun ülkedeki makroekonomik istikrarın sağlanması olduğunu belirtmiştir.

Alagöz, Erdoğan ve Topallı (2008) doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştırdıkları çalışmalarında, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin orta şiddette olduğu sonucuna varmışlardır.

Ağayev (2010) geçiş ekonomilerinde doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve ekonomik büyüme ilişkisini belirlemeye çalıştığı çalışmasında, geçiş ekonomilerine yönelen doğrudan yabancı sermaye akımlarının ekonomik büyümeyi desteklediğini ve aynı şekilde büyüme oranlarındaki artışın da daha fazla doğrudan yabancı sermaye yatırımı çektiğini ileri sürmüştür

Okuyan ve Erbaykal (2011) İMKB’de yabancı işlemleri ve hisse senedi getirileri ilişkisini incelemişlerdir. Yabancı işlem hacmi ile hisse senedi getirileri arasında uzun dönemde pozitif bir ilişki tespit edilmiş fakat bu ilişkinin kısa dönemde anlamlı olmadığını ileri sürmüşlerdir.

Türkan ve Polat (2012) İstanbul’un uluslararası finans merkezi olma sürecini yansıtan makroekonomik değişkenlerin doğrudan yabancı sermaye yatırımları üzerine etkisini analiz etmişlerdir. 1988-2012 dönemlerine ilişkin veriler kullanılarak eşbütünleşme analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarında uzun ve kısa dönemde doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile BİST 100 endeksi arasında negatif yönlü ilişki tespit etmişlerdir.

İbicioğlu (2012) yurtdışı yerleşiklerinin hisse senedi piyasasına etkisinin incelemiştir. Hisse senedinde meydana gelen bir değişimin ne kadarlık payının yurtdışı yerleşiklerin işlemlerindeki değişiklikten kaynaklandığını görmek amacıyla varyans ayrıştırması analizleri uygulanmıştır. İMKB100 endeksindeki değişimin %25.01’i yurtdışı yerleşiklerin işlemlerindeki değişimle açıklanmakta olduğunu belirtmiştir.

Tuna ve Kundakçıoğlu (2016) yabancı yatırımlar ile borsa arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmışlardır. Borsadaki olumsuz şoklarda nedenselliği tespit etmektedirler.

Yıldız (2017) çalışmasında Borsa İstanbul’da işlem gören firmaların yabancı yatırımcı sahiplik oranı ile hisse senedi getiri oynaklığı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonucunda firma seviyesinde yabancı

fonların sahiplik oranı ile hisse senedi getiri oynaklığı arasında negatif yönlü ilişki olduğunu, Borsa İstanbul'da işlem yapan yabancı fonların piyasanın fiyat istikrarını arttırdığını ve yabancı tüzel yatırımcıların sahiplik oranı ile hisse senedi getiri oynaklığı arasında herhangi bir ilişki bulunmadığını ileri sürmüştür.

2. Veri Seti ve Yöntemi

Bu çalışmada bağımlı değişken olarak BIST100 Endeksi kapanış verileri, bağımsız değişken olarak doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının toplamı kullanılmıştır. Değişkenlere ait veriler Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası sitesinden (<http://www.tcmb.gov.tr/>) alınmıştır ve verilere ait değerlerin logaritması kullanılmıştır.

Ocak 2010- Ocak 2018 dönemine ait aylık veriler kullanılmıştır. 2010 yılında başlamasının nedeni 2008 yılında küresel krizin olması ve bu etkinin 2009 yılı verilerini de etkilemiş olması ihtimalidir ve çalışmamızın 2018 Ocak ayında yapılmasından dolayı bu dönem aralığı kullanılmıştır.

Bu çalışmada kullanılan Hata Düzeltme Modeline dayanan Denklem 1 şu şekildedir:

$$\Delta BIST_t = \beta_0 + \sum_{n=1}^{\infty} \beta_{1i} \Delta BIST_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{2i} \Delta DYY_{t-i} + \beta_3 BIST_{t-1} + \beta_4 DYSY_{t-1} + \mu_t$$

Bu denklemde Δ birinci farkları ve m uygun gecikme sayısını ifade etmektedir. Burada değişkenler arasında eşbütünlük olup olmadığına F testi ile karar verilmektedir. Hesaplanan F istatistiği çalışmadaki kritik değerlerle karşılaştırılır. Eğer F istatistiği alt ve üst kritik değerlerden büyük ise eşbütünlük olduğuna, iki kritik değer arasında durumun belirsiz olduğuna, kritik değerlerin altında olması ise eşbütünlük olmadığına karar verilir.

Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi araştırmak için literatürde çoğunlukla Engle ile Granger ve Johansen gibi eşbütünlük testleri kullanılmaktadır. Bu testler sadece birinci farkta durağan olduklarında uygulanabildiği için seviyede veya farklı derecelerde olan değişkenlerde kullanılmamaktadır (Polat, Gemici, 2017: 396). BIST100 Endeksi birinci farkta durağan olduğu, DYSY ise seviyede durağan olduğu tespit edilmiştir. ARDL testi ile seviye değerinde durağan olan ya da farklı derecelerde durağan olan serilerde de eşbütünlük testi

yapmak imkanı sağladığından (Süslü ve Bekmez, 2010, s. 99), bu çalışmamızda ARDL sınır testi tercih edilmiştir.

2.1. Analiz ve Bulgular

Analize değişkenler hakkındaki tanımlayıcı istatistiklere yer verilerek başlanmıştır. İki değişkene ait istatistik bilgileri Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1: Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

	BIST	DYSY
Ortalama	11.19506	6.4549
Ortanca	11.22259	6.4216
Maximum	11.60348	8.3918
Minimum	10.82671	4.9558
Standart Sapma	0.1837	0.6939
Çarpıklık	0.105678	0.4263
Basıklık	2.603142	3.1802
Jarque-Bera	0.8171	3.0695
Olasılık	0.6646	0.2155
Gözlem Sayısı	97	97

Tablo 1’e baktığımızda oynaklığın (Standart Sapma) DYSY’de (0.6939) BIST’ten (0.1837) daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Jarque-Bera test istatistiğine baktığımızda iki değişkende normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Tanımlayıcı istatistiklerden sonra değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı hesaplanmış ve Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Seriler Arasındaki Korelasyon

	BIST	DYSY
BIST	1	
DYSY	-0.0603	1

Tablo 2’ye görüldüğü gibi BIST ile DYSY arasındaki korelasyon katsayısından değişkenler arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

BIST100 Endeksi ile DYSY’ye ait serilerin durağan olup-olmadıkları Geliştirilmiş Dickey - Fuller (ADF) ve Phillips Peron (PP) Birim Kök Testleri ile analiz edilmiş ve sonuçlar Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3: Birim Kök Testi

Değişkenler	ADF Birim Kök Testi		PP Birim Kök Testi	
	Sabitli	Sabitli ve Trendli	Sabitli	Sabitli ve Trendli
BIST (seviye)	-0.6582	-2.1261	-0.6747	-2.3359
BIST (1. fark)	-8.5871 ^a	-8.5513 ^a	-8.5318 ^a	-8.4921 ^a
DYSY (seviye)	-8.7039 ^a	-8.6704 ^a	-8.6949 ^a	-8.6598 ^a
a %1	-3.5007	-4.0575	-3.5007	-4.0575
b %5	-2.8922	-3.4578	-2.8922	-3.4578
c %10	-2.5832	-3.1549	-2.5832	-3.1549

Tablo 3'de görüldüğü üzere ADF Birim Kök Testinde BIST VE DYSY değişkenlerine ait sabitli sonuçların mutlak değerleri, %1 önem seviyesini ifade eden -3.5007 değerinden, sabitli ve trendli sonuçlarda aynı önem seviyesini ifade eden -4.0575 değerinden daha büyüktür. PP Birim Kök Testinde ise bütün değişkenlere ait sonuçların mutlak değerleri, sırasıyla sabitli ile sabitli ve trendli %1 önem seviyesini ifade eden -3.5007 ile -4.0575 değerlerinden daha büyüktür. BIST ile DYSY, ADF VE PP birim kök testlerinde sabitli ile sabitli ve trendli sonuçlarında %1 önem seviyesinde durağan oldukları sonucuna varılmıştır.

ARDL (1,0) yönteminde öncelikle bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında ilişkinin olup olmadığı sınanmalıdır. Çalışmamızda kullandığımız veriler aylık olduğu için maksimum gecikme sayısı 12 alınmıştır. ARDL (1,0) modeli için F istatistiği ve kritik değerler Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: F İstatistiği ve Kritik Değerler

Model	K	M	F İstatistiği	Önem Düzeyi	Alt Sınır	Üst Sınır
ARDL (1,0)	1	12	1.1809	%1	4.04	4.78
				%2,5	4.94	5.73
				%5	5.77	6.68
				%10	6.84	7.84

Not: K açıklayıcı değişken sayısı, M maksimum gecikme sayısı ifade etmektedir.

Tablo 4'de görüldüğü gibi hesaplanan F istatistiği kritik değerlerden küçük olduğu için BIST ile DYSY arasında eşbütünleşme olmadığı tespit edilmiştir.

Zaman serisiyle tahmin yapıldığı zaman geçerli sonuçlar elde edebilmek için bazı temel varsayımlara dayanmaktadır (Pickup, 2014: 57). Yukarıda yapılan regresyon analizinin geçerli olup olmadığını sınamak için bu üç varsayım test edilmiştir. Bunlardan otokorelasyon LM testi ile değişen varyans Breusch - Pagan - Godfrey testiyle ve normallik varsayımı ise Jargue - Berra testiyle sınanmıştır. Modele baktığımızda LM, Breusch - Pagan-Godfrey ve Jargue - Berra testlerine ait parantez içindeki değerler olasılık değerlerini ifade etmektedir. Bu üç teste ait olasılık değerleri LM (0.4129), Breusch - Pagan - Godfrey (0.8944) ve Jargue-Berra (0,0601) olarak saptanmıştır. Modelde değişen varyans, otokorelasyon olmamakta ve model normal dağılım göstermektedir. Bu tabloda görülen ARDL uzun ve kısa dönem ilişkilerine açıklayıcı testlerden modelde otokorelasyon ve değişen varyans olmadığı ve verilerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Dolayısıyla modelde elde edilen sonuçların güveniliridir.

Değişkenler arasında eşbütünleşme olmasa da, nedensellik ilişkisi bulunabilir. Bu sebeple değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi Granger nedensellik testi ile araştırılmış ve sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Granger Nedensellik Testi

	İstatistik	Olasılık
DYSY→BIST	0.8910	0.3452
BIST→DYSY	0.0032	0.9546

Granger nedensellik testinde H_0 hipotezi nedenselliğin olmadığı şeklindedir. Tablo 5'te görüldüğü gibi olasılık değerleri %5 önem düzeyinden daha büyük olduğundan DYSY'den BIST'a ve aynı şekilde BIST'tan DYSY'ye nedenselliğin olmadığı anlaşılmaktadır.

3. Sonuç

Bu çalışmada Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Borsa İstanbul'a etkisi belirlemeye çalışılmıştır. Ocak-2010 ile Ocak 2018 tarihleri aralığındaki aylık veriler kullanılarak zaman serileri yöntemi ile bir analiz yapılmıştır. Serilerin durağan olup olmadıkları ADF VE PP Birim Kök Testleri ile araştırılmış ve elde edilen sonuçlara BIST birinci farkta %1 önem seviyesinde durağan olduğu ve DYSY ise seviyede %1 önem seviyesinde durağan olduğu saptanmıştır.

Değişkenlerden birinin birinci farkta, diğerinin ise seviyede durağan olduğundan ARDL (1,0) sınır testi uygulanmıştır. ARDL (1,0) sınır test istatistiği sonuçlarına göre, F istatistiğinin herhangi bir kritik değerden büyük olmamasından, yani kritik değerlerden küçük olmasından dolayı eşbütünleşme olmadığı belirlenmiştir.

Granger Nedensellik Testi sonucunda DYSY ile BIST arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla yabancı yatırımcıların yaptıkları işlemler, BIST 100 Endeksi üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı söylenebilir. Bu sonuçlar; Choe, Kho, ve Stulz (1999), Adabağ ve Ornelas (2004) ve İbicioğlu (2012) gibi çalışmalardan farklılık göstermektedir. kısa dönemde ilişki olmadığını tespit eden Okuyan ve Erbaykal (2011) çalışması ile benzerlik göstermektedir.

Menkul kıymet borsaları ekonomilerin barometresi olarak görülmele birlikte her zaman tam olarak ekonomiyi göstermeyebilmektedir. Ayrıca bazı dönemlerde borsaya etki eden bir faktör bazı dönemlerde etkisi zayıf kalabilir veya hiç olmayabilir. Normal şartlarda menkul kıymetler borsasını etkilemesi beklenen DYSY'lerin bu dönemde menkul kıymetler borsası ile ilişkili olmadığını ve aralarında herhangi bir nedensellik ilişkisinin de bulunmadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla politika yapıcıların ve yatırımcıların menkul kıymetler borsası ile ilgili alacakları kararlarda bunu da dikkate almaları daha isabetli karar almalarında faydalı olacaktır.

Kaynakça

- Adabag, C. ve Ornelas, J. R. H. (2004). "Behavior and Effects of Foreign Investors on Istanbul Stock Exchange", Erişim Tarihi: 07.03.2018, <https://ssrn.com/abstract=656442> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.656442>
- Ağayev, S. (2010). "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Geçiş Ekonomileri Örneğinde Panel Eşleşme ve Panel Nedensellik Analizleri", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), s. 159-184
- Alagöz, M.; Erdoğan, S. ve Topallı, N. (2008). "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Deneyimi 1992-2007", *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), s. 79-89.

- Choe, H.; Kho, B.C. ve Stulz, R. M. (1999). "Do Foreign Investors Destabilize Stock Markets? The Korean Experience in 1997", *Journal of Financial Economics*, 54, s. 227-264.
- Elmas, B.(1997). "Yabancı Portföy Yatırımlarının İMKB'ye Etkisi: İMKB'de Endeks Bazlı Bir Çalışma", *İMKB Dergisi*, 12(47), s. 1-18.
- İbicioğlu, M. (2012). "Yerleşiklerin Hisse Senedi Piyasası Üzerindeki Etkisi: İmkb'de Endeks Bazında Uygulamalar", *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(3), s. 41-54.
- Karluk, R. (2001) "Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyümeye Katkısı", *Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye Paneli*.
- Okuyan, H. A. ve Erbaykal, E.. (2011). "İMKB'de Yabancı İşlemleri ve Hisse Senedi Getirileri İlişkisi", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (2), s. 256-264
- Pickup, M. (2014). "Introduction to Time Series Analysis", *SAGE Publications*, USA.
- Polat, M. ve Gemici, E.. (2017). "BIST ile BIRICS Borsaları Arasındaki İlişkinin Portföy Çeşitlendirmesi Açısından İncelenmesi: ARDL Sınır Testi İle Eşbütünlük Analizi" *Journal of Economics, Finance and Accounting*, 4(4), s. 393-403.
- Susam, N. (2008). "Doğrudan Yabancı Yatırımlardaki Gelişmeler ve Bu Yatırımlar İçin Belirleyici Unsurlar: Türkiye Bulguları", *Akademik İncelemeler Dergisi*, 3(2), s. 43-67.
- Süslü, B.ve Bekmez, S. (2010). "Türkiye'de Zaman Tutarsızlığının ARDL Yöntemi ile İncelenmesi", *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 4(2), s. 85-110.
- Türkan, Y.ve Polat M.. (2013). "İstanbul'un Uluslararası Finans Merkezi Olma Sürecinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Üzerine Etkisi", 17. Finans Sempozyumu, s. 166-176.
- Yıldız, Y. (2017). "Yabancı Sermaye ve Hisse Senedi Getiri Oynaklığı: Borsa İstanbul Üzerine Bir İnceleme" *İşletme Araştırmaları Dergisi*, , 9(4), s. 17-32.

THE IMPACT OF HERITAGE INDEX WITH SELECTED INDICATORS ON TURKISH FOREIGN DIRECT INVESTMENT*

Heritage Endeksinin Seçilmiş Göstergeler İle Türkiye'deki Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerindeki Etkisi

Bilal ÖZEL*

Geliş Tarihi 6.12.2018 Kabul Tarihi 21.12.2018

Abstract

Foreign trade is a very important variable for national economies. The investment could be inward or outward. World trade has forced the entire world to act as a single economy with effects of globalization. Especially the increase in the transferability of capital, service and technology played an important role in the smooth movement of capital. Developing countries also need large amounts of technology, intermediate goods and investment goods to strengthen their economies. At the same time, its positive contribution to the labor market and its positive impact on economic growth have made these investments one of the most important economic actors. This study using Heritage Index data (which calculated for 178 countries around the world each year) for the Turkish Economy to the discuss development of foreign trade and investment. The data used in the study are not sufficient for the empirical application. Therefore, descriptive statistical method was preferred in this study. In the study, the index values between 2002 and 2016 were used. As a result of the study, the relationship determined only two variables of the index.

* This paper derived from "An Analysis on Basic Determinants of Foreign Direct Investment: The Case of Turkey" dissertation.

** Dr. Bingöl University Economic and Administrative Sciences Faculty, Economic Department, bilalozel@gmail.com, Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0001-2345-6789>.

Keywords: FDI, Turkish Economy

Jel Codes: F21, R11

Özet

Dış ticaret, ulusal ekonomiler için vazgeçilmez bir unsurdur. Yatırım ülke içine gelen ya da ülke dışına çıkan bir yapıda olabilir. Küreselleşmeyle artan dünya ticareti, tüm dünyayı tek bir ekonomi olarak hareket etmeye zorlamaktadır. Özellikle sermaye, hizmet ve teknolojinin transfer kabiliyetindeki artış, sermayenin düzgün hareket etmesinde önemli rol oynamıştır. Gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerini güçlendirmek için büyük miktarlarda teknoloji, ara malları ve yatırım mallarına ihtiyaçları vardır. Aynı zamanda, işgücü piyasasına yaptığı olumlu katkı ve ekonomik büyüme üzerindeki olumlu etkisi, bu yatırımları en önemli ekonomik aktörlerden biri haline getirmiştir. Bu çalışma, Türkiye Ekonomisindeki yatırımın gelişimini ve dış ticaret ile ilişkisini tartışmak için Heritage Index verilerini (her yıl dünya çapında 178 ülke için hesaplanan) kullanmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler ampirik uygulama için yeterli olmadığından betimsel istatistik yöntemi tercih edilmiştir. 2002 ile 2016 yılları arası endeks değerleri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda endeksin iki değişkeni dışında bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Türkiye Ekonomisi

Jel Kodları: F21, R11

1. Introduction

The mobility of foreign direct investment starts with colonial activities that enable the transportation of natural resources of the post-16th century countries. The examples of FDI according to today's definition have started to be seen after the industrial revolution. The industrial revolution and the rapidly developing industries have started to direct their capital accumulation to relatively low labor costs and cheap raw material resources in order to achieve higher returns (Saygın, 2018: 68). After the industrial revolution, the increasing foreign trade volume has been moved to a much more advanced level with the effect of globalization. This enabled capital to move more easily (Mahirogullari, 2005: 1276).

The concept of capital is one of the four production factors in economics and the fixed part of wealth. In addition to expressing a mon-

etary magnitude which is meaningful for daily use, this concept also represents a real magnitude economically (Ünsal, 2005: 9). The concept of investment is defined as the additions to the physical capital stock (Makins, 1991: 145-148). Again, activities to increase production capacity are defined as investments (Yıldırım, 2010: 70).

2. Foreign Direct Investment and Heritage Index

The term FDI consists of foreign capital and investment. FDI is defined as the merger of these two concepts and the transfer of capital directly to a foreign country in order to increase production capacity and increase production in the country. This capital transfer is referred to as portfolio investment if it involves short-term and cash movements.

Table 1: Differences between FDI and Portfolio Investments

Portfolio Investments	Foreign Direct Investment
Only real persons make portfolio investment.	FDI builders are generally multinational companies.
There is no possibility of interfering with the management of the investee company and controlling its movements.	It has the right to intervene in the supervision and management of the companies established in the invested country or the company, which is a partner.
The investor only transfers the cash capital.	With the investment made, the existing company has transferred the knowledge of technological knowledge and management used in the production process together with a certain amount of capital.
Because of gaining income in portfolio investments, the transfer of this and current depreciation, provisions are determined.	The transfer of profits from the multinational company to the headquarters can be prevented or restricted by legal reasons.
Its contribution to the national economy is limited.	His contribution to the national economy is much greater. In particular, infrastructure investments and technological investments have a positive impact on the national economy.

Source: Edited by author

The limits of the market volume on the world and the races to maximize the profits of companies (especially with the technological developments in the last 20 years) make the economies of the country much closer to each other. In this respect, FDI has a much greater impact on globalization. In particular, the increase in FDI rates given in the table below supports this view.

Table 2: Average Increase Rates in Export and FDI 1980-2016 (%)

Rates / Years	1980-1990	1991-2000	2001-2010	2011-2016
FDI Rate of Increase	17,58	24,51	9,29	4,86
Export Increase Rate	4,7	6,43	4,38	3,67
Portfolio Investment Increase Rate	637,73	1.203,57	127,90	13,11

Source: (Compiled from World Bank data)

If FDI results in a new business opportunity, such investments are called Greenfield investments. It is the foreign investor's use of technology and method of production to operate a business with its own management approach. Investments in operation are fully controlled by the investor. Because the investor can start the entire system starting from the production facility. Before the company starts production, employees can receive in-service training according to their service standards. This enables the standards and product quality of the same workplace to continue without deteriorating.

Table 3: First Five Countries Receiving Greenfield Investment in EU Countries (2017Q1)

Member Country	Billion € (in total)	Job opportunities (in total %)
Britain	4.1 (24.1)	9684 (19.0)
Netherlands	2.4 (14.0)	1248 (2.5)
Germany	2.0 (12.0)	4153 (8.2)
France	2.0 (11.8)	6853 (13.5)
Ireland	1.8 (10.6)	4245 (8.3)

Source: (EC, 2017: 2-3)

In Table 3, the top five countries in the European Union are listed. The main areas where these investments were collected were communication, software and real estate sectors. As it is seen, investments in green areas have an important place in the investments made to EU countries.

Table 4: Green Field Investments in the World

Regions / Years	2016	2017	Change %
World	834	571	-0,32
Developed countries	254	282	0,11
European Union	148	146	-0,01
North America	69	105	0,52
Developing countries	515	261	-0,49
Africa	94	41	-0,56
Latin America and the Caribbean	74	61	-0,18
Asia	347	158	-0,54
Transition Economies	65	28	-0,57

Source: (UNCTAD, 2018)

Greenfield investments decreased by 3% in 2017 worldwide. Greenfield investments in developed countries and North America are increasing, while in all other regions there is a decrease.

Although there are many studies in the literature about the main determinants of FDI, one of the pioneering studies in the theoretical framework is the work of B. Ohlin on the main reason for investments. According to Ohlin, the high rate of profitability in developing countries and the relatively low-interest rates used in financing the investments are among the main reasons for the investments (Ohlin, 1933).

Heritage index is a chart of index values published annually by an independent US-based foundation that conducts research on 12 key specificities in 186 countries across the globe. These values include values between 0 and 100.

To the latest index value published in 2017, the first three countries were Hong Kong, Singapore and New Zealand, respectively. The index started to be established in 1995 and continued to be announced annually. According to this index, it evaluates countries within the framework of four broad variables that determine economic freedoms:

- Rule of law
- State activity
- Regulatory policies
- Open markets

The other sub-categories are 12 sub-categories: property rights, legal activity, state integrity, tax burden, government expenditure, financial discipline, freedom of labor, labor freedom, monetary freedom, freedom of trade, freedom of investment and financial freedom. Scores in this category are centered to create an overall score. 80 or higher scores free; 70-79,9 are mostly free, 60-69,9 Moderate free, 50-59,9 Most of the non-free countries with a score below 50 are classified as oppressed countries (heritage.org).

3. Foreign Direct Investment in Turkey

The history of FDI in Turkey begins in the period before Republic. First, foreign capital, which had the opportunity to enter the country through trade agreements with capitulations, especially in the decline period of the Ottoman Empire, has been active in the field of public service investments and natural resources operation.

Table 5: Foreign Capital Investments in the Ottoman Empire

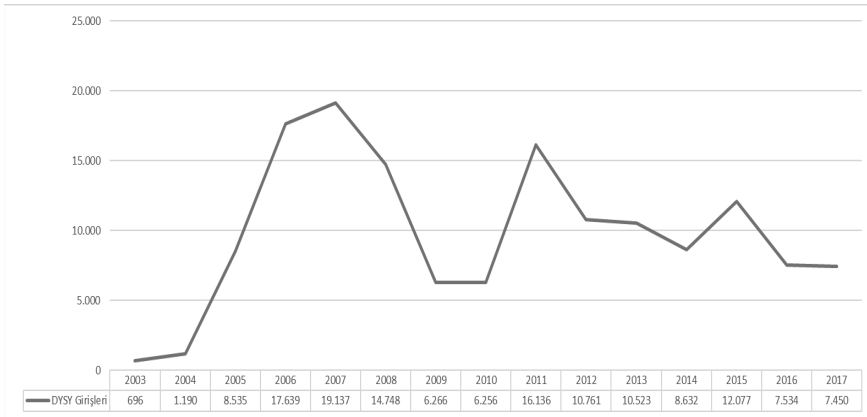
Investment	Total (Thousand Ottoman Lira)	Annual Net Return	Rate of Return (%)
Railways	53.310	1.040	1,95
Electricity, Tram, Water	5.700	170	2,98
Harbor and Dock	4.710	160	3,4
Industry	6.500	560	8,61
Trade	2.660	----	----
Metals	3.580	230	6,42
Banking and Insurance	8.200	890	10,85
State-paid Railway km Assurance	----	420	----
Total	84.600	3370	3,98
Foreign Debt	144.480	13000	8,98
Grand total	234.140	16370	6,99

Source: (Kepenek and Yentürk, 1997: 12)

Investments have increased with post-1980 liberation. In 2002, after the coalition government of Turkey has ended and began the era of one-party rule period. Thanks to the stable and balanced policies that have been carried out since this date, the environment of trust in the economy and the markets have emerged, and in this context, the LMS has increased considerably. One of Turkey's total FDI 1975-2004 year from shareholders can receive between 2004 and 1975 from international FDI pie while only the 19 627 million US dollars level, 2005 - an increase of approximately 8-fold between 2015 reached 161 238 million US dollars (Ministry of Economy, 2016: 10).

Investments have increased with post-1980 liberation. In 2002, after the coalition government of Turkey has ended and began the era of one-party rule period. Turkey's FDI ratio between the years 2005-2015 increased approximately 8 times when compared to the 1975-2004 (Ministry of Economy, 2016: 10).

Figure 1: FDI Inflows in Turkey and the World (2003-2016) (\$ Million)



Source: (CBRT, EVDS)

With the effect of the confidence provided by the general economic structure and the power of one-party government, FDIs exceeding the level of 10 billion dollars in the country's economy in 2005, and by 2007, the country has achieved the success of attracting the highest GDP in the history of the country. Turkey has risen to a 23rd place in the world with 22 billion dollars in FDI in 2007. This figure corresponds to the 9th place in the developing countries themselves (Undersecretariat of Treasury,

2009: 2). However, the US-based mortgage crisis, which started in 2007 and spread all over the world in 2008, has led to serious drawbacks in general. However, the effects of this crisis, in 2011 FDI in Turkey can be reached to \$ 16.2 billion in 2010 at a backdrop was observed in the following years.

Table 6: Components of FDI in Turkey (2013-2017)

	2013	2014	2015	2016	2017
[Capital + Other Capital (Net) + Real Estate (Net)]	13.563	13.119	18.002	13.343	10.904
Capital (Investment - Liquidation)	9.936	8.371	11.713	6.913	5.581
Investment	10.523	8.632	12.077	7.534	7.450
Liquidation	587	261	364	621	1.869
Other Capital (Net)	578	427	2.133	2.540	680
Property (Net)	3.049	4.321	4.156	3.890	4.643

Source: (CBRT, Balance of Payments, Sixth Handbook - Detailed Presentation)
(Million USD)

When analyzing the table above Turkey in 2017 a total of 10 904 million US dollars 5.581 million was realized in the amount of the equity component of FDI, while the portion consists of 4,643 million US dollars of foreign real estate purchases. 13:43 USD million total entries took place in 2016.

4. Literature

There are many studies in the literature on the main determinants of FDI. However, one of the studies in the first theoretical framework is the work of Ohlin (1933). Different variables were used in the analysis. Studies have focused on several variables in which significant results are found in the literature. Different time intervals and different country or country groups have been studied.

There are very few studies conducted in this area using the Heritage Index. İmitaz ve Bahsir (2017) examined 20 years period from 95 to 2014

for South Asia by applying panel data techniques and used Heritage Index data. They found only one variable on index effects FDI.

There are also studies in the literature that are in accordance with the variables found in the analysis results of this study.

Malani, Hufbauer and Lakdawalla (1994) investigated FDI's determinants and studied FDI from Germany, Japan and the United States. FDI found that America's imports increased its imports more than exports by Japan.

Alguacil and Orts (2003) examined FDI inputs in Spain between 1970-1992 and 1978-1992 periods. As a result, they found a positive relationship between FDI and import.

Dritsaki et al. (2004) investigated the direct foreign capital investments and exports of Greece between 1960-2002. It is determined that FDI has a positive effect on exports.

Pramadgani et al. (2007) analyzed the relationship between exports, imports and growth for the periods of 1990-2004 on the Indonesian economy. As a result, they have found a positive relationship between exports and imports.

Yilmazer (2010), the period between 1991-2007 the relationship between exports and imports and FDI in Turkey were examined using causality test. As a result, it is determined that there is no causality relationship between FDI and export and there is a one-way causality towards imports by imports.

5. Empirical Application

Basically, applications called descriptive statistics; means to collect the data related to the desired research subject and to classify these data by a certain serialization. This classification can be explained by specific graphs. The analysis with this kind of process is called descriptive statistics and carries high reliability.

The relationship between the variables with FDI was first tried to be revealed with the correlation coefficient. Based on this coefficient, the simple regression equation was made between the variables that were related to FDI and the coefficients of elasticity coefficients of FDI were calculated on the average.

Accordingly, the binary regression equation between each variable and FDI is given in the following table. In the regression equations,

the parameter coefficients between each variable and FDI values were estimated separately by the

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

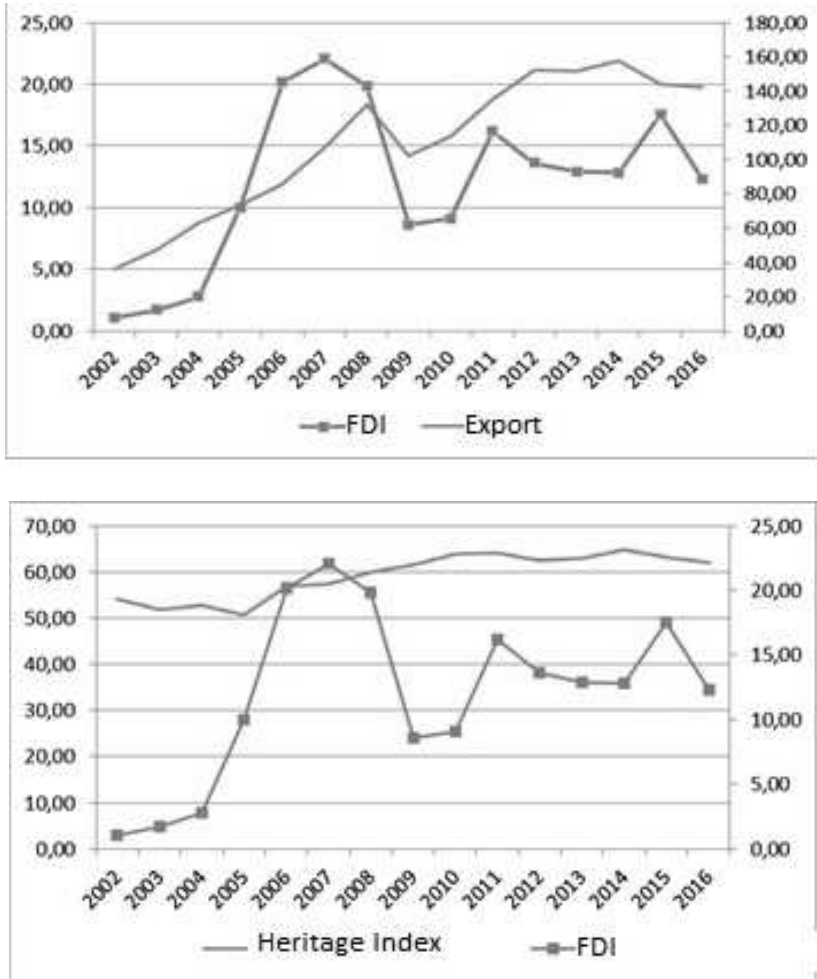
If we show the equation in the logarithmic manner it assumes the following form:

$$\log Y_i = \beta_0 + \beta_1 \log X_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

Y: Foreign Direct Investment (FDI)

X: Each of the other independent variable

Figure 2: Relationship between FDI and Other Variables



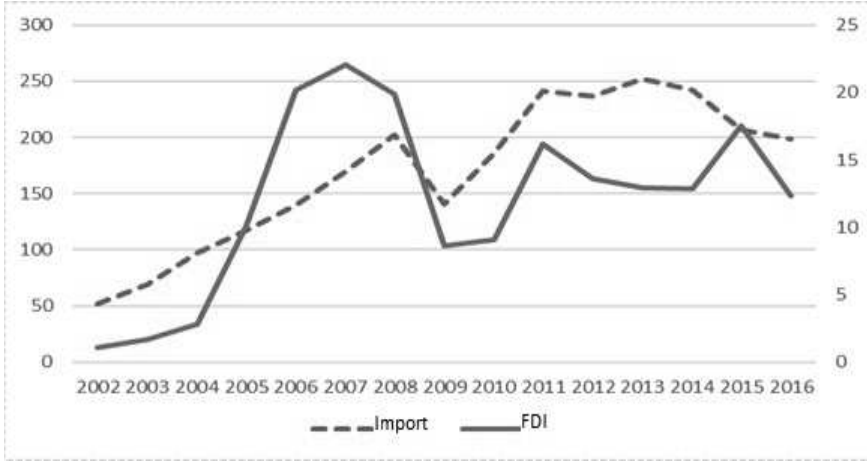


Table 7: Regression Relations between FDI and Other Variables

Each of the Arguments (X)	FDI (Y)				
	B ₀ Coefficient	B ₁ Coefficient	Determination Coefficient (R ²)	F - value	Average Elasticity
EXPORT	0,64 (0,87)	0,11 (0,01)	0,40	8,65 (0,01)	1,00
IMPORT	0,74 (0,85)	0,42 (0,008)	0,42	9,50 (0,008)	0,98
HERITAGE INDEX	-25,2 (0,22)	0,63 (0,08)	0,22	3,56 (0,08)	-

The parameter coefficients (β_1) obtained according to the individual regression equation of FDI and each variable were found to be 10% significant in Heritage index values. However, the rate of disclosure of FDI was quite low. On the other hand, export, import and GDP coefficients were found to be significant at 5% level and their disclosure levels were at a medium level. These ratios overlap with the previously calculated correlation coefficient. When the obtained equations are examined completely, it is seen that the established regression equation has a meaning as a whole. The data of the Heritage index were not considered to have an impact.

Table 8: Correlation Relationship between FDI and Other Variables

Variables	With FDI			
	Correlation Coefficient	Significance level	Direction	Level
Export	0,543	%5 and %10	Positive	Medium
	-0,03			
Import	0,46	10%	Positive	Medium
	-0,08			
Heritage Index				
Property Rights	Meaningless in Positive Direction			
Tax Burden	Meaningless in Positive Direction			
Government Expenditures	Meaningless in Positive Direction			
Monetary Freedom	Meaningless in Positive Direction			
Freedom of Trade	Meaningless in Positive Direction			
Freedom of Investment	Meaningless in Positive Direction			
Financial freedom	Meaningless in Positive Direction			
Patent applications	Negative Direction Meaningless			
Investment and Incentive Certificates	Meaningless in Positive Direction			
Credit Notes	Meaningless in Positive Direction			
State Integrity	Meaningful in the Positive Direction (MEDIUM)			
Freedom of Business	Meaningful in the Positive Direction (MEDIUM)			

When the above table is examined, the variables that have a significant positive relationship with FDI are the State Integrity and Freedom of Business within the Export, Import and Heritage Index.

6. Conclusion

The importance of FDI to the country's economies is increasing every year. The capital outflows for the investing country and the FDIs for capital inflows from the host country are mostly exchanged among the economies of developed countries. With the advantage of developing technology and communication ease in the globalized world economy, risk and return factors of investment decisions can be analyzed very quickly, easily and reliably. This situation allows markets to move more

rapidly among the markets, and developing countries offer many different options to attract investors.

As a result of the descriptive analysis, the relationship between FDI and variables was determined by the correlation coefficient. Based on this coefficient, the simple regression equation was made between the variables that were related with FDI and the coefficients of elasticity of the variables to FDI were calculated on average. The variables that have a significant positive relationship with FDI are the State Integrity and Freedom of Business within the Export, Import. The resulting data of the research results indicate to us a particular impact on the investment of state data integrity and business freedom in Turkey's economy. The existence of a relationship between FDI and other variables in the Heritage Index could not be determined.

References

- Alguacil, M.,C.,A., and Orts, V., (2011), "Inward FDI And Growth: The Role Of Macroeconomic And Institutional Environment", *Journal of Policy Modeling*, 33(3), s. 481-496.
- Dritsaki, M., Chaido, D. and Antonios, A. (2004), "A Causal Relationship between Trade, Foreign Direct Investment and Economic Growth for Greece", *American Journal of Applied Sciences*, 1(3), s. 230-235.
- EC (European Commission), (2017), Greenfield Investment Monitor, <https://ec.europa.eu/epsc/sites/epsc/files/greenfield-investment-monitor-1.pdf> Date of Acces: 15.11.2018.
- Heritage Index, <https://www.heritage.org/index/about> Date of access: 15.10.2018
- Kepenek, Y. ve Yentürk, N., (1997), *Türkiye Ekonomisi*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Mahiroğulları, A., (2005), "Küreselleşmenin Kültürel Değerler Üzerine Etkisi", *İstanbul Üniversitesi Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 50(2005-2/2006-1), s. 1275-1288.
- Makins, M., (1991), *Collins English Dictionary: HarperCollins*.
- Malani A., Hufbauer G. & Lakdawalla D. (1994), "Determinants of Direct Foreign Investment and Its Connection to Trade", *UNCTAD Review*, s. 39.

- Ohlin, B.G., (1933), *Interregional and International Trade*, Cambridge: Harvard University Press.
- Pramadgani, M., Bissoodeal, R. and Driffield N., (2007), "FDI Trade and Growth, a Casual Link", *Economics and Strategy Group: Aston Business School*, s. 30-50.
- Saygın, E., (2018), "İran'da Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları: Ekonomik Müşevvikler ve Kurumsal Kısıtlar", *İran Çalışmaları Dergisi*, ISSN: 2536-5029, 1(2), s. 59-92.
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), (2018), *Investment Trends Monitor*, Issue 28, http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/diaeia2018d1_en.pdf Date of Acces: 15.11.2018.
- Ünsal, E.M., (2005), *Mikro İktisat*, Ankara, İmaj Yayıncılık.
- Yıldırım K., Karaman D., Taşdemir M., (2010), *Makroekonomi* (K. Yıldırım Ed.), Seçkin Yayıncılık, Ankara, ISBN: 9789750238406.
- Yılmaz, M., (2010), "Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Üzerine Bir Deneme", *Celal Bayar Üniversitesi S.B.E. Dergisi*, 8(1), s. 241-260.

DOĞU AFRIKA'NIN DÜNYA'YA AÇILAN PENCERESİ: CİBUTİ*

East Africa's Window To The World: Djibouti

Harun ŞAHİN**
Fırat KARAKÖY***

Geliş Tarihi 20.11.2018 Kabul Tarihi 17.12.2018

Özet

Ekonomi, geçmişte olduğu gibi bugünde dünya siyasetine yön vermekte ve uluslararası ilişkilerde belirleyici olmaktadır. Mevcut ekonomik sistem, Batı dünyasının dayattığı bir anlayışı benimsemiş olsa da İslam ülkeleri sahip oldukları kaynaklar ve coğrafi konumları itibariyle bu düzeni değiştirebilecek bir potansiyele sahiptir. Yüzyılı aşkın süre Fransız işgali altında kaldıktan sonra bağımsızlığını kazanan ve nüfusunun neredeyse tamamı Müslüman olan Doğu Afrika ülkesi Cibuti de stratejik konumu ile Afrika'nın önemli ülkelerinden biridir. Kızıldeniz'in Aden Körfezi'yle bulunduğu noktada yer alan bu ülke, adeta Doğu Afrika'nın dünyaya açılan penceresidir. Sahip olduğu stratejik konumuyla bölgenin ticaret merkezi haline gelen Cibuti, sömürgecilerin iştahını kabartmış ve yıllarca sömürülen Cibuti halkı Fransızların dayattığı bir hayatı yaşamak zorunda kalmıştır. Bugün bağımsızlığını kazanmış olan ülkede ekonomi, liman ve askeri üslerden elden edilen gelirlere dayanmaktadır. Özellikle jeotermal ve güneş enerjisi alanında ciddi bir potansiyeli olmasına karşın bunları değerlendiremeyen Cibuti, batı iktisadının dayattığı politikaların iyi birer uygulayıcısı olan Dünya Bankası ve IMF kredilerini kullanmaktadır. Bağımsızlıklarını kazanmış olsalar da modern sömürge anlayışının hala hüküm sürdüğü bu

* Bu çalışma 01-02 Kasım 2018 tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirilen 2. Uluslararası ASSAM İslam Birliği Kongresi'nde sunulan bildirin düzeltilmiş halidir.

** Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, hsahin@gantep.edu.tr, Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0001-8959-6514>

*** Doktora Öğrencisi, Gaziantep Üniversitesi, SBE, İktisat ABD, firatkarakoy@gmail.com, Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0003-1811-7832>

küçük ama stratejik ülkenin, kaynaklarını etkin kullanabilmesi ve kendi geleceğinde söz sahibi olabilmesi, İslam ülkelerinin ekonomik entegrasyonu sağlamalarından geçmektedir.

Anahtar Kelimeler: Cibuti, Afrika, Türkiye, Stratejik Üs, İslam Ülkeleri.

Jel Kodları: F02, F15, O55.

Abstract

Economy, as it has been in the past, is giving direction to world politics today and it is decisive in international relations. Although the current economic system has adopted an understanding imposed by the western world, Islamic countries have a potential to change this position in terms of their resources and geographical location. The African country of Djibouti, whose independence from the French occupation for centuries has been achieved and whose population is almost entirely Muslim, is one of these countries with its strategic position. Situated at the point where the Red Sea meets the Gulf of Aden, this country is the window of East Africa to the world. Becoming a commercial center for the region with its strategic position, Djibouti has emboldened the colonial appetites and forced the people of the Djibouti, who have been exploited for years, to live a life imposed by the French. In the country that gained its independence today, the economy is based on the land that is abandoned from ports and military bases. Djibouti, which has a serious potential in the field of geothermal and solar energy, cannot validate them, but uses the World Bank and IMF loans, which are good implementers of the policies imposed by western economics. If this small but strategic country, which has gained its independence but is still dominated by modern colonialism, wants to be able to use its resources effectively and be able to have a word in its own future, this depends on the Islamic countries achieving their economic integration.

Keywords: Djibouti, Africa, Turkey, Strategic Base, Islamic Countries.

Jel Codes: F02, F15, O55.

Giriş

Afrika, yer altı ve yer üstü kaynaklarıyla sömürgeci güçlerin ablukaya aldığı, yüzlerce yıl sömürülmesine rağmen hala dünyanın odağında olan bir kara parçasıdır. Yoksulluğun kol gezdiği bu kıtayı uzunca süre sömüren ülkeler, yaşanan insanlık dramlarına kayıtsız

kalmış, daha fazla sömürebilmek için arayışa girmiş ve kıta ülkelerinin gelişmelerine de engel olmuşlardır. Doğu Afrika'da oldukça stratejik bir ülke konumunda bulunan ve nüfusunun neredeyse tamamı Müslüman olan Cibuti Cumhuriyeti de bu acımasız sömürge anlayışından payına düşeni almış ve uzun yıllar Fransızlar tarafından sömürülmüştür. Bugün Afrika'nın ticari üssü ve dış ticaret bölgesi olarak nitelendirilen Cibuti, dünya deniz ticareti taşımacılığı önemli düzeyde sularında yapılmasının yanı sıra sahip olduğu stratejik konumun bir başka yansıması olarak Fransa, ABD ve Japonya gibi ülkelerin askeri üslerine ev sahipliği yapmaktadır.

Cibuti, fiilen 1970'li yılların sonunda bağımsızlığını ilan etmiş olsa da sahip olduğu potansiyeli istenen düzeyde kullanamamakta ve batı iktisadının temsilcisi kurumların politika ve programlarını uygulamaktadır. Bu uluslararası kuruluşların verdiği kredileri uygun şekilde kullanmamakta ve bu durum ilgili kuruluşlar tarafından bilinmesine rağmen yeni krediler tahsis edildiği için borç sarmalı da giderek derinleşmektedir. Halkının büyük çoğunluğu yoksullukla mücadele etmekte olan bu stratejik ülke, İslam İşbirliği Teşkilatı'nın (İİT) da bir üyesidir. İslam ülkelerinin ekonomik, politik ve kültürel birlikteliğini sağlamak maksadıyla kurulmuş olan bu teşkilatın çalışmaları tam olarak amacına ulaşmamış olsa da ülkeler arasında bir yakınlaşma sağladığı görülmektedir. 57 üyesi olan İİT'nin en önemli üyelerinin başında gelen ve ekonomik işbirliği konusunda aktif çalışmaları olan komiteye de başkanlık eden Türkiye'nin Cibuti ile olan ilişkilerinde son yıllarda önemli gelişmeler yaşanmaktadır.

Bu çalışmada "Afrika Boynuzu" olarak adlandırılan bölgede bulunan Cibuti Cumhuriyeti'nin coğrafi, sosyal, idari ve ekonomik yapısı genel hatlarıyla ortaya konmuştur. Osmanlı İmparatorluğu'nun uzun yıllar himayesi altında kalan bu kadim coğrafyada yıllarca batılı ülkelerce yoksullaştırılan ve yalnızca sömürülen Cibuti'nin Türkiye ile olan ilişkilerinin de ele alındığı çalışmada değişen sömürgecilik anlayışının etkilerine ve İslam ülkeleri arasında gerçekleştirilmek istenen entegrasyona ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

Şekil 1: Cibuti Cumhuriyeti'nin Dünya'daki Konumunu Gösteren Harita

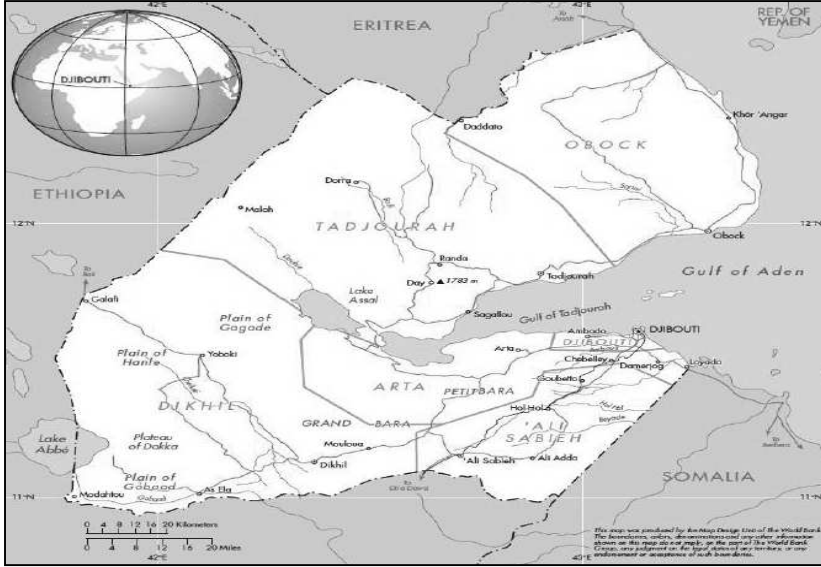


Kaynak: <https://cdn.britannica.com/28/183628-050-525CB375.jpg>
(05.09.2018)

2. Coğrafi, Sosyal ve İdari Yapısıyla Cibuti

Cibuti Cumhuriyeti, Kızıldeniz'in Hint Okyanusuyla buluştuğu Doğu Afrika'nın stratejik uç noktasında yer almaktadır. Etiyopya, Somali ve Eritre ile sınır komşusu olan Cibuti'nin karşı kıyısında Yemen bulunmaktadır. 2017 yılı verilerine göre nüfusu yaklaşık 1 Milyon olan ülke, yarı başkanlık sistemiyle yönetilmektedir. Resmi dili Fransızca ve Arapça olan Cibuti'de halkın % 98'i Müslümandır. Yüzölçümü 23.200 km² olan ülkede çöl iklimi hâkimdir. Özellikle kış aylarında nadiren de olsa meydana gelen aşırı ve yoğun yağışlar su taşkınlarına sebep olmakta ve bu durumda kırsalda yaşayan halkı olumsuz etkilemektedir (Ticaret Bakanlığı, 2018).

Şekil 2: Cibuti Cumhuriyeti



Kaynak: <https://ticaret.gov.tr/data/5b885d7aaf23be7c5c10c652/Cibuti.pdf>
(05.09.2018)

1977 yılında Fransa'dan bağımsızlığını kazanan Cibuti, yürürlükte olan anayasasını 1992 yılında gerçekleştirilen referandumla kabul etmiştir. 65 üyenin görev yaptığı parlamentoda görev süresi 5 yıldır. Hükümetin başı olan Cumhurbaşkanı beş yıl için seçilmekte ve Başbakanı da tayin etmektedir. 1999 yılından bu yana ülkenin Cumhurbaşkanlığını Etiyopya doğumlu olan İsmail Omar Guelleh yapmaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2018).

Kentleşme oranı hayli yüksek olan ülkede, halkın % 56'sı başkent Cibuti'de yaşamaktadır. Nüfusun % 31'i 14 yaş altında, % 65' i ise 15-64 yaş aralığındadır. İşgücünün nüfusa oranı yaklaşık % 40 olan Cibuti'de işgücünün % 42'sini kadınlar oluşturmaktadır. Kuraklığın kırsal alanda ekonomiyi etkileyen en önemli sorun olması insanların şehirlere göç etmesine neden olmaktadır. Buna karşın başkent halkının büyük bir bölümü de standardı düşük konutlarda yaşamlarını sürdürmektedir. Yoksul bir nüfusa sahip olan Cibuti, beslenme, sağlık, içme suyu ve kanalizasyon gibi temel unsurlarda büyük sıkıntılarla karşı karşıya olmasının yanı sıra komşu ülkeler Somali, Etiyopya, Eritre ve Yemen'de yaşanan krizlerin doğal bir sonucu olan göç olgusundan da nasibini

almaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2018). Ülkede Somalililer (% 65), Afarlar (% 30) ve Araplar (% 5) olmak üzere üç farklı etnik köken söz konusudur (Farah, 2015:1).

3. Genel Hatlarıyla Cibuti Ekonomisi

Cibuti ekonomisi ağırlıklı olarak hizmet sektörüne dayanmaktadır. Özellikle komşu ülke Etiyopya'nın ekonomik gelişimi neticesinde Cibuti Limanı üzerinden gerçekleştirdiği sevkiyat ülke ekonomisine ciddi katkı sağlamaktadır. Ayrıca bazı batılı ülkelerin bölgede kurdukları askeri üslerden elde edilen kira geliri de ülke ekonomisi açısından önem teşkil etmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2018). Cibuti, konumu itibariyle stratejik bir önem taşımaktadır. Dünya petrol ticaretinin % 70'inin Aden Körfezi üzerinde gerçekleştiği düşünüldüğünde Kızıldeniz'in Aden Körfeziyle buluştuğu noktada olan Cibuti'nin ne denli önemli bir pozisyonu olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra Asya ve Afrika kıtalarını buluşturan Babel Mendeb Boğazı'nın Cibuti'de olması özellikle soğuk savaş döneminde batılı ülkelerin burada askeri üs kurmasına neden olmuştur. Bugün Cibuti'de Amerika Birleşik Devletleri, Fransa, Almanya ve Japonya gibi ülkelerin askeri üsleri bulunmaktadır. Üretim sektörü gelişmediği için ülkede ihtiyaç duyulan mallar ithal edilmektedir (Farah, 2015: 1-2).

Tablo 1: Cibuti Cumhuriyeti Temel Ekonomik

Göstergeler	2015	2016	2017	2018	2019
GSYİH (Milyon Dolar)	1.727	1.903	2.108	2.334	2.573
Kişi Başı GSYİH (Dolar)	1.788	1.917	2.065	2.225	2.385
Reel GSYİH Büyüme (%)	6,5	6,5	7,0	7,0	7,0
Enflasyon -Tüketici Fiyatları (%)	2,1	3,5	3,5	3,5	3,0
Toplam Tasarruf /GSYİH (%)	31,2	30,4	19,4	16,7	14,3
Toplam Yatırım / GSYİH (%)	60	53	33	31	27
Kamu Gelirleri / GSYİH (%)	37,3	36,3	34,0	29,5	28,4
Kamu harcamaları / GSYİH (%)	53,9	47,9	35,2	32,5	29,1
Toplam Kamu Borcu / GSYİH (%)	55,5	63,6	61,3	58,4	52,2
Cari İşlemler Dengesi (Milyar Dolar)	-0,504	0,445	0,298	-0,334	-0,330
Cari İşlemler Dengesi / GSYİH (%)	-29,1	-23,3	-14,1	-14,2	-12,8

Kaynak: <https://ticaret.gov.tr/data/5b885d7aaf23be7c5c10c652/Cibuti.pdf>
(05.09.2018)

Cibuti ekonomisine ilişkin temel bazı verileri içeren Tablo 1 incelendiğinde, 2018 yılı için Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın (GSYİH) 2 Milyar 334 Milyon Dolar olduğu, kişi başı GSYİH'nin ise aynı yıl için 2.225 Dolar olduğu görülmektedir. GSYİH'nin yaklaşık %80'inin hizmet sektörü oluşturmaktadır. Liman hizmetleri, haberleşme, inşaat, turizm ve bankacılık bu bağlamda öne çıkmaktadır. Ayrıca devam etmekte olan altyapı projeleri de ekonomi için önemli bir itici güç olmaktadır. Demiryolu, hava ve deniz limanının yanı sıra iletişim alanındaki altyapı projeleri sayesinde inşaat sektöründe meydana gelen gelişim ekonomik büyümeye önemli katkı sağlamaktadır. Yabancı finansman ve doğrudan yabancı sermaye yatırımları Cibuti'nin kalkınmasında önemli bir yere sahiptir. Yabancı sermaye yatırımlarında özellikle Çin'in ciddi bir katkısı söz konusudur. Kıyı kesimlerde balıkçılığın iç kesimlerdeki kırsal alanlarda ise hayvancılığın geleneksel geçim kaynağı olduğu ülkede kuraklık nedeniyle tarım yapılamamaktadır. İmalatın ve üretimin yetersiz düzeyde olması gıda dahil ihtiyaç duyulan malların yurtdışından ithal edilmesini zorunlu kılmaktadır. Yerli sermaye ve girişimcinin yetersiz olması doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına ihtiyaç duyulmasına neden olmaktadır. Ülkede, Avrupa Birliği (AB), Dünya Bankası ve Birleşmiş Milletler bazı sosyal destek programları yürütmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2018).

Tablo 2: Cibuti Cumhuriyeti Dış Ticaret Göstergeleri (Bin Dolar)

YILLAR	İHRACAT	İTHALAT	HACİM	DENGE
2009	63.709	647.615	1.011.324	-283.906
2010	97.942	1.947.454	2.045.396	-1.849.512
2011	117.837	2.449.845	2.567.682	-2.232.008
2012	129.634	3.240.702	3.370.336	-3.111.068
2013	176.174	3.436.936	3.613.110	-3.260.762
2014	156.384	3.532.137	3.688.521	-3.375.753
2015	138.679	4.271.938	4.410.617	-4.133.259
2016	108.163	4.511.408	4.619.571	-4.403.245
2017	148.377	4.272.756	4.421.133	-4.124.379

Kaynak: <https://ticaret.gov.tr/data/5b885d7aaf23be7c5c10c652/Cibuti.pdf>
(05.09.2018)

Dış ticaret dengesi, ülkede ihtiyaç duyulan tüm ürünlerin yurtdışından karşılanıyor olması nedeniyle ithalat lehinedir. İşlem hacmi günden güne bir artış gösterirken dış ticarete ciddi düzeyde açık vermektedir. Özellikle küçükbaş hayvan, odun kömürü ve kahve ihracata konu olmakta ve en büyük alıcılar ise Suudi Arabistan ve ABD'dir. İthal edilen malların başında ise motorlu taşıtlar ve yedek parçaları, makineler, elektrikli cihazlar ve bitkisel yağlar gelmektedir. İthalatın büyük çoğunluğu Asya ülkelerinden gerçekleştirilirken aslan payı Çin Halk Cumhuriyeti'nindir (Ticaret Bakanlığı, 2018).

4. Türkiye - Cibuti İlişkilerine Bir Bakış

Cibuti ile Türkiye arasındaki ilişki uzun yıllara dayanmaktadır. Bugün Cibuti'nin konumlandığı topraklar 16. Yüzyılın ortalarından 19. Yüzyılın sonlarına kadar Osmanlı İmparatorluğu'nun himayesi altında kalmıştır. O yıllarda Habeşistan'ın bir parçası olan bu topraklardaki Osmanlı hâkimiyetinin temel nedeni Kızıldeniz'de güvenliği tesis etmek olmuştur. Osmanlı askeri karargâhı neredeyse dört asır bugün de Cibuti sınırları içerisinde yer alan Tacura kentine hizmette bulunmuştur. Özellikle Portekizlilerin ve İspanyolların Doğu Afrika'da hâkimiyet kurma girişimleri, Harem-i Şerif'i korumak ve ticaret güvenliğini sağlamak gayesiyle Osmanlı İmparatorluğu'nca önlenmiştir. Tarihsel süreçte Habeşistan'ın bir parçası olması hasebiyle Osmanlı Devleti için oldukça önemli olan Cibuti, bugünde o topraklar üzerinde kurulan altı tane ülke içerisinde en güvenli olanı olarak nitelendirilmektedir. Doğu Afrika'nın dünyaya açılmasında stratejik bir önemi olan limanın yanı sıra bankacılıkta da uluslararası sistemlerin söz konusu olması ülkeler arası ilişkilerde önem teşkil etmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nun bölgede uzun yıllar hüküm sürmüş olması, bugün Cibutili yetkililerin Türkiye ile ilişkilerin geliştirilmesi noktasında olumlu bir bakış açısına sahip olmalarını sağlamaktadır. Türkiye 2013 yılında ilk kez Cibuti'de büyükelçilik kurma çalışmalarına başlamış ve aynı yılda büyükelçiliği faaliyete geçirmiştir. Kısa sürede ilişkilerin istenilen düzeye çıkarılması ile Cibuti'de faaliyet gösteren Türk şirketlerinin ve ürünlerinin sayısında ciddi bir artış olmuştur. Türkiye'nin özellikle bugüne kadar yoksullaştırılan ve yalnızca sömürülen Cibuti'nin ihtiyaçlarını da gözetilen çalışmaları olduğunu söylemek mümkündür. Su ve enerji alanında

ciddi düzeyde sıkıntıları olan ülkeye adına “Dostluk Barajı” denilen bir projenin Türkiye tarafından inşa edilmesinin sözünün verilmesi ve sel felaketlerinin önüne geçilmesini sağlayacak projelerin ise gündeme alınması Osmanlı yadigarı olan bu topraklara ve Afrika’ya verilen önemin bir göstergesidir. Türkiye’nin ülkede oluşturduğu imaj ekonomik alanda da karşılık bulmaktadır. İki ülke liderlerinin kararlılığı ve yaklaşımı ile Cibuti’de limanlar bölgesinde 5.000 dönüm büyüklüğünde “Türk Özel Ekonomi Bölgesi” kurulması karara bağlanmıştır. Karşılıklı ticaretin ve beraber kalkınmanın esas olduğu bir anlayışla kurulacak bu ekonomik üs için Cibuti Cumhuriyeti’i çıkardığı özel bir kanunla arazi tahsisini gerçekleştirmiştir. Bu sayede tarihinde sömürge anlayışına asla yer vermemiş Türkiye’nin sadece Cibuti’ye değil tüm Afrika’ya almaya değil vermeye geliyoruz düsturuyla ulaşması mümkün görünmektedir. İki ülke arasındaki işbirliği eğitim, sağlık ve enerji alanında da kararlı bir şekilde sürdürülmektedir. 2015 yılında ülkeye ofis açan Türk İşbirliği ve Koordinasyonu Ajansı Başkanlığı (TİKA) da Osmanlı döneminden günümüze ulaşan eserlerin restorasyonunda önemli rol üstlenmektedir (Yavuz, 2016: 13-16).

Tablo 3: Türkiye - Cibuti Dış Ticaret Rakamları (Bin Dolar)

YILLAR	İHRACAT	İTHALAT	HACİM	DENGE
2010	30.788	387	31.175	+30.401
2011	45.491	232	45.723	+45.259
2012	88.690	89	88.779	+88.600
2013	67.091	334	67.426	+66.757
2014	59.712	81	59.793	+59.631
2015	98.249	113	98.362	+98.136
2016	77.898	149	78.049	+77.749
2017	102.506	406	102.912	+102.100

Kaynak: <https://ticaret.gov.tr/data/5b885d7aaf23be7c5c10c652/Cibuti.pdf> (05.09.2018)

Cibuti ile Türkiye arasındaki ilişkilerin gelişmesiyle birlikte ticari faaliyetlerde de önemli bir artış olduğu Tablo 3’de yer alan veriler ışığında görülmektedir. İşlem hacmi artış gösterirken denge de Türkiye lehinedir. 2010 yılında Türkiye’nin Cibuti’ye olan ihracatı 30 Milyon 788

Bin Dolar iken bu ülkeden yaptığı ithalat ise sadece 387 Bin Dolar'dır. Her ne kadar sonraki yıllarda inişli çıkışlı bir grafik söz konusu olsa da özellikle Türkiye'nin bu ülkeye olan ihracatında 2012, 2015 ve 2017 yıllarında önemli bir artış söz konusu olmuş ve 2017 yılında 100 Milyon Doların üzerinde ihracat gerçekleştirilmiştir. Bu durum özellikle 2013 yılından itibaren başlayan işbirliğinin bir ekonomik yansıması olarak nitelendirilebilir. Cibuti'nin Türkiye'ye ihracatında da dalgalı bir seyir mevcut olmasına karşın kayda değer bir artış söz konusu olmamıştır. Özellikle ülkede üretimin yok denecek düzeyde olması da bu sonucu doğurmaktadır. Türkiye'nin bu ülkeden gerçekleştirdiği ithalatta özellikle mürekkep, tel ve kablolar önemli yer tutmaktadır. İhracatında ise ayçiçeği, aspir ve pamuk tohumu yağları olmak üzere bitkisel yağlar, demir veya alaşımsız çelikten çubuklar, makarna ve un başlıca ticaret kalemleri olarak göze çarpmaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2018).

5. Hâkim İktisat ve Yenilenen Sömürge Anlayışı

Stratejik bir konuma sahip olan Cibuti, genç bir ülke olsa da Türkiye'nin bu bölgeyle olan ilişkisi uzun yıllara dayanmaktadır. Bu bölgeyle ilişkilerimizin başlaması Yavuz Sultan Selim dönemine rastlamaktadır ve temel dayanağı da din birlikteliğidir. Oysa İspanya, Portekiz ve Fransa gibi batılı ülkelerin bölgeye olan ilgisi ise Afrika ve Asya'nın sahip olduğu yer altı ve yer üstü kaynaklara ulaşabilmektir. Avrupalılar için Hindistan'dan gelen baharat oldukça önemliydi ve Cibuti de Hindistan'a açılan kapıydı. Bölgeye hâkim olmak ve bu yolu kontrol altında tutmak son derece önemliydi. Osmanlı ise hilafetin son temsilcisi olarak Müslümanları korumak ve emniyeti tesis etmek üzere oradaydı. Zaten asırlarca dünyanın birçok yerinde hâkimiyet süren bu İmparatorluğun egemenliği altındaki her coğrafyanın diline, tarihine ve kültürüne sahip çıktığı, asla emperyalist bir anlayışla hareket etmediği de bilinen bir gerçektir (Söylemez, 2015: 147).

Yüzyıllarca sömürülen Afrika'da yer alan ülkeler uzun bir mücadele sürecinin sonunda bağımsızlıklarını ilan etmişlerdir. Her ne kadar bağımsızlıklarını kazanmış olsalar da şekil değiştiren ve yenilenen sömürgeciliğin bölgede hâkim olduğu görülmektedir. Sömürgeci devletlerin askeri ve siyasi açıdan ülkeleri yönetmek yerine kendi iktisadi ve ticari çıkarlarını gözeterek şekilde sözde bağımsız ülkelerin ekonomi ve ma-

liye politikaları ile iç ve dış politikalarını yönetmesi yeni sömürgecilik anlayışı olarak karşımıza çıkmaktadır. Eski sömürgelerin müşteri-devlet haline getirildiği, kendi başına yaşayamayacağı ve kalkınamayacağı bir zemini hazırlayan sömürgeci devletler, Afrika kıtasını sadece devletlerin değil şirketlerinde imtiyaz edinmek suretiyle sömürmesine olanak sağlamış oldu. Bu sayede şekil değişirse bile devam eden sömürgecilik faaliyetleriyle kaynakların batılı devletlere akışı devam etmektedir (Tanrıkulu, 2017: 263).

İkinci Dünya Savaşından sonra Avrupa'yı yeniden inşa etmek ve ekonomik krizleri sonlandırmak amacıyla Dünya Bankası ve IMF kurulmuştu (Stiglitz, 2006: 32). Bu iki kuruluşun faaliyete geçmesi küreselleşme sürecini hızlandırmıştır. Küreselleşme olgusu da uluslararası kuruluşların ortaya çıkmasını tetiklemiştir (Aktan ve Şen, 2000: 105). Yoksullukla mücadele gayesiyle kurulduğu ileri sürülen Dünya Bankası ve küresel istikrarı sağlamayı hedefleyen IMF, zaman içerisinde gelişmelere paralel olarak değişim sürecine girse de gelişmiş ülkelerin politikalarının birer uygulayıcısı olmaktan öteye geçememişlerdir. Bu kuruluşlar, fona çok ihtiyaç duyan fakir ülkelere, serbest piyasa fikrini dayatan misyoner kuruluşlar olarak faaliyet göstermektedirler (Stiglitz, 2006: 34). Özellikle az gelişmiş ülkeler, IMF ve Dünya Bankası programları aracılığıyla neoliberal ekonomi politikalarını uygulamaya başlamış ve temel ekonomi politikalarındaki hâkimiyeti kaybetmişlerdir. IMF ve Dünya Bankası'nın Afrika'da uyguladığı politikadaki etkisi sömürgeci yönetimlerin sahip olduğu anlayışla büyük paralellik göstermektedir (Şenses, 2017: 18).

Krizdeki ülkelere klasik politikalar dayatan IMF, bazen de çelişkili politikalar önermektedir. Toplam harcamaları azaltmayı, para arzını kırmayı, faiz oranlarını yükseltmeyi ve vergileri artırmayı esas alan IMF politikaları sonucunda ülke ekonomisindeki durgunluk artmakta, üretim ve satış düşmektedir. Bu nedenle de firmalar borçlarını ödeyemediği için işsizlik ve iflas kaçınılmaz olmaktadır. Kriz döneminde uygulanan IMF politikalarının yoksulluğu daha da arttırdığı görülmektedir (Seyidoğlu, 2003: 151). IMF ve Dünya Bankası'nın Cibuti'ye verdiği krediler altyapı yatırımları yerine, bütçe açığını kapatmak ya da diğer ihtiyaçları gidermek adına kullanılmaktadır. Bu kuruluşlar, sağlanan kredilerin uygun şekilde kullanılmadığı hususunda bilgi sahibi olmasına karşın kredi tahsis etmeye devam etmektedir. Borç sarmalı içerisinde kalan

ülkede hükümet IMF ve Dünya Bankası'nın ısrar ettiği politikaları uygulamak durumunda kalmaktadır. Kamu çalışanlarının maaşlarının uzun yıllar artırılmaması da bu kuruluşların ısrarının bir sonucudur. Her yıl enflasyonun yükselmesine karşın bunca yıl zam yapılmamasının da yolsuzluğu artırdığı ileri sürülmektedir (Farah, 2015: 5).

Bugün hâkim olan batı iktisadının en önemli aracı ve temsilcisi olan IMF ve Dünya Bankası'nın Afrika ülkeleri üzerindeki etkinliğinin yanı sıra bölgede artan Çin nüfuzu da dikkat çekicidir. Çin'in bölgedeki etkinliğini artırmasının bir sonucu olarak Afrika ülkelerinin batılı ülke ve kuruluşlar karşısında elini güçlendirmektedir. Şöyle ki; bir Afrika ülkesi olan Angola, Çin'in yatırımlarını öne sürerek IMF kredisini kabul etmemiştir (Alden, 2005). Bu durumda en büyük yabancı yatırımcının Çin Halk Cumhuriyeti olduğu Cibuti içinde benzer bir hareket kabiliyetinin söz konusu olabileceği söylenebilir.

6. İslam Ülkelerinin Ekonomik Entegrasyonu ve Cibuti

21. yüzyılın gelişiyile birlikte ivme kazanan küreselleşme olgusuyla birlikte, uluslararası kuruluşlar ve bölgesel kuruluşlar arasındaki işbirliğinde kayda değer gelişmeler yaşanmaya başlamıştır. Bölgesel işbirliklerinde yaşanan artışın sağladığı serbestleşme küreselleşmeye katkı sağlamakta ve daha fazla ülkenin bu sürece katılımını tetiklemektedir. Küreselleşmenin getirilerinden daha fazla yararlanma isteği gelişmekte olan ülkelerin daha fazla uluslararası kuruluşlarda yer almasını mecbur kılmakta ve bazı düzenlemelerin bir tarafı olma durumuyla karşı karşıya bırakmaktadır. İslam ülkeleri de bu gelişmelerden etkilenmiş ve İslam coğrafyasında işbirliği arayışı söz konusu olmuştur. 1966 yılında "İslam Birliği" sloganı ile başlayan bu arayış İslam Kalkınma Teşkilatı'nın kurulmasıyla bir başka seviyeye ulaşmıştır. Daha sonra İslam İşbirliği Teşkilatı adını alan bu organizasyonun amacı politik, ekonomik, kültürel alanda işbirliği olsa da ekonomik işbirliği öncelikli bir hedef haline gelmiştir (Arslan, 2014: 180-181).

Türkiye'nin kuruluşundan beri üyesi olduğu İslam İşbirliği Teşkilatı'nın aralarında Cibuti Cumhuriyeti'nin de olduğu 57 üyesi bulunmaktadır. Teşkilat bünyesinde yer alan Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi'nin (İSEDAK) başkanlığını da Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı yapmaktadır (Dışişleri Bakanlığı, 2018). İslam İşbirliği

Teşkilatı'nın dört daimi komitesinden biri olan bu komite, İslam ülkelerinin ekonomik sorunlarına çözüm üretmek ve kalkınma çabalarını desteklemek üzere ortak bir anlayışı hâkim kılmak ve benzer politikaları esas almak suretiyle üye devletler arasındaki ekonomik ve ticari işbirliğini artırmak amacıyla faaliyetlerini sürdürmektedir. Ekonomik ve sosyal kalkınma söz konusu olunca uluslararası ticaret büyük bir önem taşımaktadır. Hayat standardının yükseltilmesine ve yeni yatırımların ekonomiye kazandırılarak istihdam yaratılmasına da uluslararası ticaretin pozitif etkisi söz konusudur. Ülkeler arasındaki entegrasyonu sağlayacak en önemli araçlardan bir tanesi olan uluslararası ticaret sayesinde yeni pazarlara ulaşmak, yatırım ve istihdam fırsatlarını yakalamak ve sürdürülebilir ekonomik büyümeyi sağlamak mümkün olabilmektedir. Bu durumun farkında olan ülkeler çok taraflı anlaşmaların tarafı olma arzusunu taşımaktadır. İslam ülkeleri arasındaki ticareti istenen düzeye çıkarmak isteyen İslam İşbirliği Teşkilatı Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi, 1984 yılından bu yana çeşitli programlar geliştirmiştir. Bu programlar arasında özellikle İslam İşbirliği Teşkilatı ülkelerinin iç ticaretini artırmaya yönelik "Tercihli Ticaret Sistemi" gibi önemli programlar yer almaktadır. Son yıllarda bu programlarında etkisiyle üye ülkeler arasındaki ticaret hacminde bir artış söz konusu olmuştur. 2005 yılında 271,45 Milyar ABD Doları olan ticaret hacmi, 2105 yılına gelindiğinde 694,23 Milyar ABD Doları seviyelerine çıkmıştır (İSEDAK, 2018).

Dünya'da çok az sayıda ülkenin sahip olduğu yer altı ve yer üstü kaynakları dört kıtaya yayılmış İslam ülkelerinde bulunuyor olsa da gösterilen ekonomik performans, potansiyelin kullanılmadığını göstermektedir (Arslan, 2014: 182). Neredeyse dünya nüfusunun dörtte birini oluşturan İslam İşbirliği Teşkilatı'na mensup ülkeler, dünya hasılasının yaklaşık % 9'unu sağlamaktadır. Yine bu ülkeler dünya ihracatının ve ithalatının hemen hemen % 9'unu gerçekleştirmektedir (Akın, 2017: 63). İslam İşbirliği Teşkilatı ticaretinin dünya ticareti içerisindeki payının düşük olmasının bazı nedenleri vardır. İİT üyesi ülkelerin önemli bir kısmının geçmişte batı ülkeleri tarafından uzun süre sömürülmüş olması ve bugün ticari ilişkilerinde hala geçmişin izlerinin mevcudiyeti, dünyanın en az gelişmiş ülkelerinin bu teşkilatta yer almasının ticareti engelleyici bir etkisinin olması ve üye ülkelerin dünya gelirinde az bir paya sahip olması bu nedenler arasında sayılabilir (Engin Öztürk ve Sancar, 2017: 3).

İslam İşbirliği Teşkilatı ülkelerinin ilişkileri henüz istenen düzeye ulaşmamış olsa da bu ülkelerin birbirine yakınlaşmasını sağladığı söylenebilir. Bu yakınlaşma sayesinde ülkeler arasındaki ticaretinde sınırlı da olsa artış eğiliminde olduğu görülmektedir. İslam ülkeleri arasındaki entegrasyonu sağlamak için güçlü bir siyasi iradeye ihtiyaç duyulmaktadır. Ülkelerin birlikte çalışma kararlılığı, ticareti serbest hale getiren düzenlemelerin yapılabilmesi ülke yönetimlerinin göstereceği iradeye bağlıdır. Arzu edilen gelişmelerin kaydedilememesinde özellikle petrol ihraç eden ülke yönetimlerinin sergilediği tavrın ciddi bir etkisi vardır. İslam ülkelerinin birlikte kalkınması ve büyümesi bu bakımdan birkaç ülkenin yaklaşımına bağlı bir durum haline gelmektedir (Arslan, 2014: 186).

Türkiye gibi Müslüman bir ülke olan Cibuti Cumhuriyeti, İslam İşbirliği Teşkilatına 1978 yılında üye olmuştur. Sahip olduğu liman, demiryolu ağı ve ticaret yollarının yanı sıra bankacılık sisteminin uluslararası standartlara uygun olması uluslararası ilişkilerde Cibuti'nin önemli bir ülke olarak görülmesini sağlamaktadır. Fransa, ABD, Japonya ve İtalya'nın askeri üslerine stratejik konumu dolayısıyla ev sahipliği yapan ve önemli düzeyde de gelir eden ülke, dünya ticareti açısından da son yıllarda özellikle Çin Halk Cumhuriyeti'nin yoğun ilgisiyle karşı karşıya kalmaktadır (Yavuz, 2016: 12-13). Dünyanın en önemli ülkelerinin ekonomik, askeri ve siyasi çıkarları için yakın ilişkide olduğu Cibuti'nin İslam İşbirliği Teşkilatı'nın bir mensubu olmasının İslam ülkelerinin çıkarları ve işbirliği açısından son derece önemli olduğu söylenebilir.

8. Sonuç ve Öneriler

Tarihsel süreçte ekonomi, ülkelerin birbirleriyle olan ilişkilerini şekillendirmekte hatta çoğu zamanda belirleyici olmaktadır. Bu ilişki bazen karşılıklı kazanç üzerine kurulurken çoğu zamanda sadece bir tarafın kazandığı bir hal almaktadır. Sahip olduğu kaynaklar ile sömürgeci güçlerin her dönem hedefi olan Afrika kıtası ise ekonomik ilişkilerin ön planda olduğu bu ilişkilerin kaybedeni olmaktadır. İkinci Dünya Savaşından sonra kıta ülkelerinin bağımsızlıklarını kazanmaya başlaması her ne kadar bu ülkeler için sevindirici olsa da sömürgecilik şekil değiştirmiş ve kaynaklar yüzlerce yıl bu toprakları fiilen sömüren ülkelere aktarılmaya devam etmektedir.

Doğu Afrika ülkesi olan Cibuti Cumhuriyeti, Fransızların sömürge anlayışından 1970'li yılların sonunda kurtulabilmiş ve bağımsızlığını

kazanmıştır. Sömürgecilik anlayışının bir neticesi olarak yoksullaştırılan Cibuti halkı bugün hala zor günler geçirmektedir. Dünya deniz ticaretinin büyük bir kısmı bu ülke kara sularında yapılması transit ticareti geliştirmektedir. Özellikle Etiyopya ekonomisinde son yıllarda meydana gelen gelişmeye paralel olarak artan ticaret hacmi ve sevkiyatın Cibuti Limanı üzerinde yapılması liman gelirlerini artırmaktadır. Bunun yanı sıra bölgede askeri üsleri bulunan ülkelerden elde edilen gelirler de ekonominin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Buna karşın ülkenin sahip olduğu iklim ve coğrafi yapının da etkisiyle tarım yapılamamakta ve ihtiyaç duyulan tüm mallar üretim yetersiz olduğu için ithal edilmektedir. Halkın önemli bir bölümü yoksullukla mücadele etmekte, beslenme ve barınma gibi temel ihtiyaçların giderilmesinde büyük sıkıntı çekmektedir. IMF ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşların program ve politikalarını uygulamak durumunda kalan ülkede, alınan kredilerin uygun alanlarda kullanılmaması borçların katlanarak artmasına neden olmakta ve bunun bir sonucu olarak ülke yönetiminin tam bağımsız kararlar almasına engel teşkil etmektedir. Bugün hâkim iktisadın temsilcisi olan bu kuruluşların farklı iç dinamiklere sahip ülkelere aynı reçeteyi uygulamaları, uygulanmasını istedikleri program kapsamında verdikleri kredilerin amacına uygun şekilde kullanımına dair kontrol mekanizması işletmemeleri geçmişte bu topraklarda kol gezen sömürgeci güçlerin politikalarıyla örtüşmektedir. Yeterli sermaye ve girişimci bulunmayan Cibuti için yabancı sermaye oldukça önemlidir. Bu bağlamda Çin Halk Cumhuriyeti son yıllarda bölgede üstlendiği yatırımlar sayesinde nüfuzunu artırmaktadır. Cibuti'de en fazla yatırımı finanse eden bu ülkenin varlığı Afrika kıtasında bazı ülkelerin batıya hizmet eden kuruluşlara karşı manevra kabiliyeti kazanmasını da sağlamaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu'nun yıllarca güvenliği tesis etmek gayesiyle var olduğu bölgede yer alan Cibuti ile Türkiye arasındaki ilişkilerde son yıllarda önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Karşılıklı kazanca dayalı bu ilişkiler hem Cibuti için hem de uzun yıllar Afrika'dan uzak kalan Türkiye için bir fırsat niteliğindedir. İslam birliği düsturuyla yola çıkan ve bugün tam manasıyla amacına ulaşamamış olsa da İslam ülkelerini birbirine yaklaştırdığını söyleyebileceğimiz İslam İşbirliği Teşkilatı'na üye olan bu iki ülkenin ortak çıkarlarına hizmet edecek işbirliğine dönük projeler birer birer hayata geçirilmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'na

olan bakış açısının bir yansıması olarak Cibuti Cumhuriyeti ilişkilerin geliştirilmesine sıcak bakmaktadır. Karşılıklı gerçekleştirilen ziyaretler sonucunda özel bir kanunla Türkiye'ye ülkede bir ekonomik bölge kurma izni verilmiş ve bu anlamda çalışmalar başlatılmıştır. Tarihinde sömürge anlayışına asla yer vermemiş olan bir ülkeye bu ayrıcalığın verilmiş olması da son derece anlaşılırdır. Eğitim, sağlık ve enerji alanında da işbirliğini hedefleyen bu iki ülkenin ilerleyen yıllarda kazan kazan anlayışıyla yürüttükleri bu birlikteliğin meyvelerini fazlasıyla alacaklarını şimdiden söyleyebiliriz. Özellikle İslam İşbirliği Teşkilatı'nın etkin ülkelerinin başında gelen Türkiye'nin öncülüğünde atılacak adımlar sayesinde bu ülkenin sahip olduğu potansiyeli etkin bir şekilde kullanması ve batı iktisadının bugünkü temsilcisi kuruluşların dayattığı politikalara "hayır" diyebilmesi söz konusu olabilecektir.

Sadece Çin'in mevcudiyetiyle bile sömürge anlayışının bir yansıması olan kuruluş ve politikalar karşısında Afrika ülkelerinin güç kazandığı göz önüne alınırsa, İslam ülkelerinin ortak politika ve programlar sayesinde işbirliklerini artırmaları ve Cibuti gibi stratejik konuma ve önemli potansiyele sahip İslam ülkelerinin kalkınmasına ve gelişmesine ciddi katkı sağlayacağı ve bu sayede de sömürgecilerin amaçlarına ulaşamayacağı söylenebilir. Özellikle petrol ihraç eden bazı ülkelerin aldığı tavır birlikteliği gölgelese de Türkiye gibi tarihsel bağları önemseyen ve "Afrika'ya sadece almaya değil aynı zamanda vermeye gidiyoruz" diyen bir ülkenin öncülüğünde İslam ülkelerinin birbirinin sorunlarına kayıtsız kalmadığı yeni bir dünya düzeninin kurulabilmesi mümkündür.

Kaynakça

- Akın, F. (2017), "Türkiye ve Seçilmiş İslam Ülkelerinin Makroekonomik Göstergelerinin Karşılaştırılması", *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(4), s. 60-73.
- Aktan, C. C. ve Şen, H. (2000), "Globalleşme ve Türkiye", *Mercek Dergisi*, 6(21), s. 104-112.
- Alden, C. (2005), "Leveraging the Dragon: Toward An Africa That Can Say No", Yale Global Online, <http://yaleglobal.yale.edu/content/leveraging-dragon-toward-africa-can-say-no> (Erişim Tarihi: 30.09.2018)
- Arslan, K. (2014), "İslam Ülkeleri Arasında İşbirliğine Giden Yolda

- Yeni Arayışlar", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), s. 179-198.
- Dışişleri Bakanlığı, (2018), İslam İşbirliği Teşkilatı, <http://www.mfa.gov.tr/islam-isbirligi-teskilati.tr.mfa> (Erişim Tarihi: 05.09.2018)
- Engin Öztürk M. B. ve Sancar, E. (2017), "İslam İşbirliği Teşkilatı: Dünya Ticareti ve Türkiye Dış Ticaretindeki Yeri", <https://islamicmarkets.com/publications/islam-isbirligi-teskilati-dunya-ticareti-ve-turkiye-dis-ticaretindeki-yeri> (Erişim Tarihi: 30.09.2018)
- Farah, A. M. (2015), "Cibuti'de Fırsatlar ve Engeller", İHH İnsani ve Sosyal Araştırmalar Merkezi, İstanbul.
- İslam İşbirliği Teşkilatı Ekonomik ve Ticari İşbirliği Teşkilatı (İSEDAK), (2018), İSEDAK Hakkında ve Ticaret. <http://www.comcec.org/isedak/isedak-hakkında-2/> (Erişim Tarihi: 05.09.2018)
- <http://www.comcec.org/isbirligi-alanlari/ticaret/> (Erişim Tarihi: 05.09.2018)
- Seyidoğlu, H. (2003), "Uluslararası Mali Krizler, IMF Politikaları, Az Gelişmiş Ülkeler, Türkiye ve Dönüşüm Ekonomileri", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 4(2), s. 141-156.
- Söylemez, M. M. (2015), Mahfuzât: Cibuti ve "Afrika'da Türkler Sempozyumu". *Yakın Doğu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 1(1), s. 137-155.
- Stiglitz, J. E. (2006), *Küreselleşme Büyük Hayal Kırıklığı*, Plan B. Yayıncılık. İstanbul.
- Şenses, F. (2017), *Küreselleşmenin Öteki Yüzü: Yoksulluk*, İletişim Yayınları, 8. Baskı, İstanbul.
- Tanrıkulu, M. (2017), "Batılı Devletlerin ve Türklerin Afrika'ya Yaklaşım Farklılıkları: Haritalarda Afrika ve Kolonial Kartografya", *Akademik Bakış Dergisi*, 1, s. 248-266.
- Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü, (2018), Cibuti Ülke Raporu, <https://ticaret.gov.tr/data/5b885d7aaf23be7c5c10c652/Cibuti.pdf> (Erişim Tarihi: 05.09.2018)
- Yavuz, H. (2016), "Türkiye'nin Doğu Afrika Siyaseti Ve Cibuti İlişkileri Üzerine Bir Değerlendirme", *Uluslararası Multidisipliner Akademik Araştırmalar Dergisi*. 3(2), s. 1-19.

MODERN KÖLELİK OLARAK META-GÖÇMEN İNSAN TİCARETİ ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR İNCELEME*

Meta-Migrant or Modern Slavery A Conceptual Study on Human Trade

Hüdayi SAYIN**

Geliş Tarihi 19.10.2018 Kabul Tarihi 10.12.2018

Özet

Modern bir kölelik olan insan ticareti, yasal ya da yasa dışı bir başka ege-menlik alanına girmiş veya sınır aşmasına aracılık edilmiş yabancı uyruklu bireyin, girilen ülkede kar elde etmek üzere bir mal gibi alınıp, satılması, değişim değeri olan bir metaya dönüşmesidir. Birey, bu ticaret ile bütünlü-ğünün tamamını, bir bölümünü ya da işlevlerini yitirir, metalaşmasına rıza göstermek zorunda kalır. Sürecin mağdurunun ucuz işgücü olarak emeği, bedensel bütünlüğüne zarar vermek üzere organları, bizzat çocuk ve kadın olarak kendisi tezgâha konulmakta ve alıcısının beğenisine sunulmaktadır. Mağdurun bütünlüğünü yaralayan, istismarına zemin hazırlayan bu ticaret, temel haklarını ve özgürlüğünü ortadan kaldırır. Göçün ve yoksulluğun kadınlaşması, bu yoksulluğun ağır bedelinin kadınlar tarafından ödenme zorunluluğunu getirmiş ve onları gittikçe daha büyük oranda insan ticareti-nin mağduru haline getirmiştir. Kayıtdışı sektörler büyüme ve gelişmelerini kadının metalaşması üzerinden gerçekleştirmekte, göçmenliğin ve kadın-lığın dezavantajlarını sömürüleri için uygun fırsatlara dönüştürmektedir. İnsan tacirleri, göçmen kadın özneyi, kandırma, tehdit, nüfuzun kötüye

* Araştırmacının İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişki-ler Ana Bilim Dalı Başkanlığında yürütülen "Uluslararası Hukuk ve Türk Hukuku Bakımından Göçmen Kaçakçılığı, İnsan Ticareti, Cinsel Sömürü Suçları ve Bun-larla Mücadelede Uluslar arası İşbirliği" başlıklı yayınlanmamış doktora tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

** Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, hudayi.sayin@yeniuyuzyl.edu.tr, Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-8994-4088>

kullanılması ve şiddet içeren zor kullanma, çaresizlik ve sahip olunan denetim olanaklarından yararlanma şeklinde kendilerine özgü profesyonel iş yöntemleri sömürür.

Anahtar Kelimeler: Göç, Kadın, İnsan Ticareti, Köleleşme, Metalaşma.

Jel Kodları: F66, J15, J61

Abstract

Human trafficking, as modern slavery, is the trade of humans who enters legally or illegally to the land of a foreign country. It could be defined as commodification of people as if they are commodities to exchange. Also, human trafficking is a kind of trade that individual loses power of controlling on functions of his/her body as whole or partially and has to consent to commodification. The victims of this trade presents themselves to the buyers, and they, especially women and children, serve their organs and labour as cheap workforce. Human trafficking which is based on harming the body integrity and exploiting of victims abolishes fundamental rights and freedoms. Besides, women have become victims of human trafficking increasingly and they have been undergone heavy conditons of poverty with the feminization of migration and poverty. It is a matter of fact that development and growth of the unregistered sectors generally base on commodification of women. Actually, exploiting of migrants and women as disadvantageous groups is vital for unregistered sectors. Human traffickers exploit women with professional methods, such as deceit, threat, violence, abuse of networks, benefit from their desperation and controlling mechanisms.

Keywords: Migration, Woman, Human Trafficking, Enslavement, Commodification.

Jel Codes: F66, J15, J61

1. Giriş

Modern bir kölelik tarzı olarak insan bütünlüğünün istismarına yönelen insan ticareti, “kişilerin zorla çalıştırılmak, hizmet ettirmek, fuhuş yaptırmak, esarete tabi kılmak veyahut vücut organlarının verilmesini sağlamak gibi maksatlarla tehdit, baskı, cebir veya şiddet kullanılarak veya çaresizliklerinden istifade edilerek ya da aldatılarak temin edilmelerini, kaçırılmalarını, sevk edilmelerini, nakledilmelerini, bir yerden başka bir yere götürülmelerini, ülkeye sokulmalarını ya da ülkeden çıkarılmalarını” (Yenidünya, 2007: 5) içeren suç eylemidir. İnsan ticareti kavramı üzerinde uluslararası düzeyde genel kabul gören bir tanımlama

henüz yapılmamıştır. Yasadışı göç, insan kaçakçılığı ve insan ticareti kavramlarının birbirleri ile ilişkileri ve farklılıkları üzerinde görüş birliği oluşturulamamış (Erder, Kaska, 2003: 9; Salt, Hogarth, 2000: 19), insan ticareti suçunun kapsamının konusunda da uluslararası ortak bir tanıma varılamamıştır (Kelly, Regan, 2000: 4). Bireyin fiziksel ve psikolojik bütünlüğünü yaralayıp, istismar aracı haline getiren bu ticaret, temel haklar ve özgürlükleri ortadan kaldırdığı için insan hakları problemi- dir. BM İnsan Hakları Yüksek Komisyonu üyesi Ann Gallagher insan ticaretini, insanların sömürülmek için zor ve hileye dayalı nakledilme- sidir şeklinde tanımlamaktadır. Ona göre, insan ticareti organizasyonu, göçmenin kaçak sınır aşması faaliyetinden değil, kaçak olarak getiril- diği ülkede cinsel ve emek yönünden sömürülmesinden kar elde eder (Gallegher, 2002). Gallagher'ın tanımlama ve açıklamalarından yola çıkarak insan ticareti, bir insanın emek ve cinsel sömürü amacıyla zor ve hile ile bulunduğu ülkeden bir başka ülkeye göç ettirilmesi olarak formüle edilebilir.

İnsan ticareti, 30.01.2003 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde kabul edilen Sınır aşan Örgütlü Suçlara Karşı Birleşmiş Milletler Sözleş- mesine Ek İnsan Ticaretinin Özellikle Kadın ve Çocuk Ticaretinin Ön- lenmesine, Durdurulmasına ve Cezalandırılmasına İlişkin Protokol'de, "kuvvet kullanarak veya kuvvet kullanma tehdidi ile veya diğer bir bi- çimde zorlama, kaçırma, hile, aldatma, nüfuzu kötüye kullanma, kişinin çaresizliğinden yararlanma veya başkası üzerinde denetim yetkisi olan kişilerin rızasını kazanmak için o kişiye veya başkalarına kazanç veya çıkar sağlama yoluyla kişilerin istismar amaçlı temini, bir yerden bir yere taşınması, devredilmesi, barındırılması veya teslim alınması anlamına gelir. İstismar terimi, asgari olarak, başkalarının fuhşunun istismar edilmesini veya cinsel istismarın başka biçimlerini, zorla çalıştırmayı veya hizmet ettirmeyi, esareti veya esaret benzeri uygulamaları, kulluğu veya organların alınmasını içerir" şeklinde tarif edilmiştir (tbmm.gov.tr, 2003). Kadınlara Yönelik Ticarete Karşı Küresel İttifak oluşumu insan ticaretini, "milli sınırlar içerisinde ya da sınır ötesinde, bir kadının şid- det ya da şiddet tehdidi ile otoritenin ya da sahip olunan gücün kötüye kullanılması şeklinde veya ağır borçlandırma ya da zor kullanmanın diğer biçimleriyle; çalıştırmak ya da hizmetlerinden yararlanmak için kişi temini ya da taşınması kapsamındaki her türlü hareket" (gaatw. org), Kadın Ticaretine Karşı Birlik ise konuyu seks ticareti ile ilişkilen-

direrek, “bir kişinin evlilik müessesesinin sömürülmesi ya da fuhuş yaptırmak maksadıyla temin edilmesi, alıkonması, sınırlar içerisinde veya sınır ötesine taşınması, alınıp, satılması” olarak tanımlamaktadır (catwinternational.org). Avrupa Komisyonu, insan ticaretini, “üçüncü ülkelerden (ya da AB ülkelerinden) Avrupa Birliği üyesi ülkelere seksüel sömürü maksatlı kadın ticareti olarak” (ec.europa.eu, 2007; tampep.eu, 2017) coğrafi bağlamda sınırlarken, uluslararası örgütlü suçlarla daha iyi mücadele etmek amacıyla Avrupa Birliği ülkeleri polisleri ve diğer ülkeler suçla mücadele güçleri arasında ortak çalışmaları koordine etmeyi amaçlayan EUROPOL için kavram, “bir kişinin şiddet uygulayan, tehdit eden ya da sahip olduğu gücü kötüye kullanan, fuhuş niyetiyle ya da seksüel sömürü niyetiyle entrika çeviren başka kişilerin gerçek ve yasa dışı tesirlerine boyun eğmesi ya da terk edilmiş çocukların ticaretinin yapılması anlamına gelir. Suiistimalin burada söylenen biçimleri çocuk pornografisi içeren materyallerin üretimi, satılması ve dağıtımını da içerir” şeklinde (europol.europa.eu, 2014) genişletilmektedir (ec.europa.eu, 2007; tampep.eu, 2017).

Tanımlar çerçevesinde, insan kaçakçılığı kurbanın sınır aşmasını amaçlarken, insan ticareti, sınır aşan bireyin, yasal/gayri yasal girdiği ülkede bir mal gibi alınıp, satılması eylemi ile ilgilidir. İnsan kaçakçısı, sınır aşma eylemi ve getireceği karın peşindeyken, insan taciri, sınır aşmasını sağladığı kurbanın satışından elde edilecek geliri düşünmektedir. İnsan kaçakçılığında sınır aşan birey ile kaçakçının ilişkisi bitmiştir. İnsan taciri ise, sınır aşmasına yardımcı olduğu kurbanı ile ilgili plan sahibidir, onu metalaştırıp, kar getiren bir sermayeye döndürmek isteyecek, kullanmayı sürdürecektir. İnsan kaçakçılığı ve insan ticareti mağdurlarının sömürü şekilleri de birbirlerinden ayrılmaktadır. İnsan kaçakçıları tarafından sömürülen kurbanlar, hedefledikleri ülkeye, ekonomik anlamda kalkınma arzusu ile ücret ödeyerek gitmeyi amaçlarlar. Bu amaçlarını gerçekleştirmek üzere kaçakçılarla ilişkiye geçerler. Çoğunlukla para peşin ödenir ve kaçakçı ile kurban arasındaki ilişki sınır geçme ile sona erer. Bu nedenle, kaçakçı ile sömürülen mağdur ilişkisinde zorlama, aldatma ve hile söz konusu olmaz. Kaçakçılığa maruz kalan mağdurlar, insan ticareti kurbanları gibi cinsel istismar ve/veya fiziksel, psikolojik şiddete maruz kalmaz, özgürlükleri kısıtlanıp, istihdam olacakları iş alanlarında sömürülmezler. İnsan ticareti kurbanları ise, eleman temini, nakliye ve sömürü evlerinde hile, kandırma, baskı

altına alınma, cinsel istismar, fiziksel ve psikolojik şiddete uğrama şeklinde uygulamalarla muhatap olacaktırlar.

2. İnsan Ticaretinin Kavramsal Çerçevesi

İnsan ticareti araştırmalarına genel olarak altı kategoride yaklaşılır. “Bunlar; fuhuş amaçlı insan ticareti, göç bağlamında insan ticareti, iş-gücü sömürüsü maksadıyla insan ticareti, çocuk istismarı olarak insan ticareti, ceza hukuku ve insan hakları sorunu olarak insan ticaretidir. Bu kategorilerin sınırlarının keskin bir şekilde birbirinden ayrıldığı söylenemez. Hatta bu kategoriler içerisinde organ kaçakçılığı ve evlat edinme maksadıyla insan ticaretini de eklemek mümkündür” (Yeni-dünya, 2007: 7).

İnsan ticareti kavramının tanımlamasında, emek ve cinsel sömürü amacının bulunması, insan ticaretini çoğunlukla kadınların mağduru olduğu yasadışı faaliyet haline getirmektedir. Göçün kadınlaşması (feminization of migration) yanında yoksulluğun da kadınlaşması (feminization of poverty), insan ticaretine uygun ekonomik koşulları hazırlamaktadır (Güral, 2006: 196). Bu nedenle çoğunlukla “insan ticareti geleneksel olarak fuhuş ile irtibatlandırılır. Suçun bu şekilde genç kız ve kadınlar, fuhşun yasal bir faaliyet olduğu ülkelere nakledilmekte veya yerel fuhuş endüstrisi olan ülkelere temin edilmektedir. ... İnsan tacirleri, yerel, bölgesel ve uluslararası politikaları değerlendirmekte, ... hayat ve imkanları, ekonomik, siyasi ve sosyal olarak altüst edilmiş veya azaltılmış kadınları hedef seçmektedir (Kelly, Regan, 2000: 5). ... Mağdurlar genellikle evlenme vaadiyle ya da çocuk bakıcılığı yapacakları, ev hizmetlerinde çalışacakları, gece kulüplerinde dans edecekleri, model veya manken olacakları şeklinde iş teklifleriyle aldatılmaktadır. Kaynak ülkede ‘iş bulma’, ‘seyahat’ veya ‘mankenlik’ ajansları kurularak bu işler organize edilmektedir. Ancak hedef ülkeye gelir gelmez mağdurların pasaportu ve tüm parası elinden alınarak fuhuş maksatlı ticarete maruz bırakılmaktadır” (Yenidünya, 2007: 8). Kadınların yanında cinsel istismar ve emek gücünden yararlanmak üzere çocukların da göç ettirilmesi gittikçe yaygınlaşmaktadır (Castles, Miller, 2008:163). Çocukların emek yoğun kayıtdışı ağır işlerde çalıştırılmasının yanında seks endüstrisine üretim aşamasında ve çalışan olarak katılmaları sağlanmaktadır. Bunlara bağlı olarak, insan ticareti, kayıt ve yasadışı şekilde seks endüstrisini

geliştirdiği için, toplum sağlığını tehdit etmekte, cinsel yolla bulaşan hastalıkların yaygınlaşmasında önemli bir rol oynamaktadır.

İnsan ticareti, klasik göç güzergâhları ile aynı yolu izlemekte, yani, “çoğunlukla az gelişmiş ülkelerden gelişmiş ülkelere doğru veya yaşam standartları daha iyi görülen komşu ülkelere veyahut taşradan şehir merkezlerine doğru olmaktadır” (Yenidünya, 2007:13). Amerika’da güney ülkelerinden gelişmiş kuzey ülkelere doğru yönelen ticaret, Asya, Afrika ve özellikle dağılan Doğu Bloğunun ekonomik gelişmesini sağlayamamış ülkelerinden Kuzey-Batı Avrupa ülkelerine doğru yönelmektedir. Sovyet Bloğunun dağılması ve Doğu Avrupa’da yaşanan kanlı Balkanlaşma, Arap Baharı sonrası Kuzey Afrika ülkelerinde yaşanan ekonomik-siyasal istikrarsızlık ve iç savaşlar, pek çok kadını insan tacirlerinin mağduru haline getirmiştir.

BM verilerine göre, küresel düzeyde 2015 yılında 244 milyonun üzerinde insan uluslararası göçmenler arasına katılmıştır (iom.int, 2018). İnsan ticareti mağdurlarının sayısının tam olarak bilinmesi mümkün olmamakla birlikte, silah ve uyuşturucu ticareti yanında, her yıl artan sayıda kadın, erkek ve çocuğun bu yasadışı ticaretten etkilendiği düşünülmektedir (Güral, 2006: 196). Köleleştirilmiş mağdurların çoğunluğunu kadın ve genç kızlar dahil çocuklardan oluştuğu kabul edilmektedir (Boretsky, Zhetpisov, 2013, p.13; Patton, cafebabel.com; Popović, Dejana Jovanović and Others, 2014, p.259; UNICEF, 2003, p.2). Köleleştirilmiş bu kadın ve çocuklar, yerli işçilerinin çalışmak istemedikleri ya da yüksek ücret talep ettikleri ağır koşullarına sahip kayıtdışı marjinal sektörlerde, sosyal güvencesiz ucuz emek gücü olarak istihdam edilip, cinsel sömürü amaçlı sınır aşan şekilde taşınarak, çağdaş bir köleliğe doğru sürüklenmektedir. Mağdurlar, hile ve zor kullanılması yanında çaresizliklerinden yararlanılarak göç ettirilmekte, sonrasında yasadışı konumlarının da yardımı ile gerektiğinde şiddete başvurarak köleleştirilerek, istismara uğratılmaktadır. “Küresel insan ticareti, kapsadığı insan sayısı, suç örgütleri tarafından bu sektörden kazanılan para ve çok yönlü doğası nedeniyle en hızlı büyüyen suç piyasasıdır (Castles, Miller, 2008: 164).” Bu nedenle de, küresel boyutta toplum güvenliğini tehdit eden önemli sorunlardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. “Çoğunlukla kadın ve çocuklardan oluşan mağdurların genellikle resmi makamlara müracaat etmekten çekinmeleri de faillerin işini kolaylaştırılmaktadır. Gerçekten mağdurların, failer tarafından oluşturulan cebir ve tehdidi aşmaları mümkün olmadığı gibi, ülkelerin yaklaşımları da

onları korkutmaktadır. Diğer bir ifadeyle insan ticareti ile mücadelede ülkelerin aktif bir politikalarının bulunmaması, insan ticareti suçunun mağdurlarının, mağdur olarak değil, ülkelerin göç politikalarını oluşturan kanunlara aykırı hareket eden yasadışı göçmenler ya da yasadışı fuhuş yapan kişiler olarak görülmeleri, resmi makamlar tarafından fark edildiklerinde sınır dışı edilmekten korkmaları onların istismarını kolaylaştırmaktadır (Goldhammer, 2006: 10). Bunun yanı sıra uluslararası alanda faaliyet gösteren profesyonelleşmiş organize örgütlere karşı yeterli uluslararası işbirliğinin oluşturulamaması da bu gelişimde rol oynamaktadır” (Yenidünya, 2007: 10-11).

İnsan ticareti, Erkan'ın (2017: 64), “kapitalizmin neo-liberal koşullarda derinleştirdiği dengesizlikler ve eşitsizlik-lerle bezeli her zamankinden daha fazla çelişkili ve karmaşık bir kriz hali” olarak betimlediği günümüz dünyasını niteleyen olguların en önde gelenlerinden biridir. Söz konusu koşullarda, insan ticaretinin giderek yaygınlaşması, ülkelerin resmi yapıları yanında sivil toplum örgütleri ve uluslararası organizasyonların konuya özel ilgi göstermesine neden olmuştur. “Koslowski, insan ticareti ile mücadeleye yönelik politika üretiminin üç aşamada ilerlediğini ileri sürmüştür (Kyle, Koslowski, 2001: 342-347). Soğuk Savaş sonrası dış politika, uluslararası göç ve uluslararası suç ‘yüksek siyasetin’ gündemine taşımak için yeniden yapılandırılmıştır, yani bir güvenlik sorunu olarak, her iki olgu birlikte yeni kurumsal yapıların gündeminde yer almıştır. İkinci olarak, siyasetçiler yeni kurumsal bağlantıları desteklemek ve meşrulaştırmak için çaba sarf etmişlerdir. Son olarak, siyasetçiler insan ticareti ile mücadele etmek için artan bir biçimde bölgesel ve küresel düzeylerde çok taraflı işbirliğinin yollarını aramışlardır” (Castles, Miller, 2008: 165).

3. İnsan Ticaretinin Çeşitleri

İnsan ticaretinin adından da anlaşılacağı gibi öznesi insandır. Buna rağmen, mağdurlarının durumları ve işlenme amaçları, suçun farklı çeşitlerini ortaya çıkarmıştır.

3.1. Cinsel Sömürü Amaçlı Kadın Ticareti

Cinsel sömürü amaçlı kadın ticareti, insan ticareti çeşitlerinin en yaygın olanıdır. Pek çok insan ticareti araştırması, suçun mağdurlarının

kadınlar ve çocuklardan oluştuğunu, bu ticaretin küresel bir nitelik kazandığını göstermektedir (Castles, Miller, 2008: 164). Kadınlar, kandırılarak, tehdit edilerek ya da mağduriyetlerinden istifade ederek bu ticaretin öznesi haline getirilmektedirler. Kadınlar, ev hizmetlerinde kullanılmak, bakıcılık yaptırılmak, sanayi ya da tarım işçiliği, mankenlik, şov-kız olmak gibi eğlence sektöründe çalıştırılmak üzere vaatlerde bulunarak, kaçırılmakta, daha sonra zorla fuhuş bataklığına sürüklenmektedir. Çeşitli mağduriyetleri bulunan bu kadınlar, pasaportlarına el konularak, yabancıları oldukları bir ülkede çaresiz konuma düşürülmekte, sağlıksız ortamlarda biyolojik güvenliklerini tehdit eden şartlarda, insan haysiyetini rencide etmenin ötesinde psikolojik arazlara maruz kalacak muamelelere uğratarak seks işçisi/kölesi, olarak çalıştırılmaktadır. Kadınlar, ülkelerinden ayrılmaları esnasında insan tacirlerine borçlandırıldıkları için, çalışmaları karşılığı ya alamamakta ya da çok düşük ücretlere razı olmak zorunda kalmaktadırlar.

Kadın ticareti amaçlı insan ticaretinin insanlığın vicdanını rahatsız edecek bir başka boyutu, savaş bölgelerindeki kadınların, savaşan güçler tarafından seks kölesi olmaya zorlanması ve insan tacirlerine satılmasıdır. “Eski Yugoslavya’da, Gürcistan’da ve Azerbaycan’da iç savaşın ve zorunlu göçün kurbanı olan kadınlar, Batı Avrupa’da genelevlerde pazarlanmaktadır (Castles, Miller, 2008: 163).”

Konu ile ilgilenen uluslararası kuruluşların insan ticaretinin büyüklüğü göstermek üzere çeşitli rakamlar vermesine rağmen, bu ticaretin doğası gereği siyah rakamlar yüksek ölçülerdedir. Bu nedenle biz herhangi bir rakam vermekten ziyade, herhangi bir ülkede fuhuş amaçlı buluşma alanlarında, yabancı, özellikle dağılan Doğu Bloğu ülkeleri kökenli kadınların varlığının artık doğal görüldüğünü hatırlatmakla yetineceğiz. Günümüzde, Arap ülkelerinden Güney Amerika ülkelerine, İsrail’den Avrupa kentlerine, Türkiye’nin taşra vilayetlerinde Amerika Birleşik Devletleri’ne kadar pek çok yerde, legal ya da illegal cinsel birleşme alanlarının işçilerinin tamamına yakını eski Sovyet Bloğu kökenli kadınlardan oluşmaktadır. Müşterilerin talepleri, kadın kaynağının Güney Asya’dan, Afrika ülkelerine kadar çeşitlendirmekte, mağdurların çeşitlerini artırmaktadır.

3.2. Emek Sömürüsü

İnsan ticaretinin bir başka çeşidi emek sömürüsüdür. Yaşadıkları topraklarda geçim şartları olmayan ya da bu şartları yitiren kişiler, insan tacirlerinin ağlarına düşerek bilmedikleri ortamlara sürüklenmektedirler. Yabancı oldukları ortamlarda, ellerinden pasaportları alınan bu kişiler, çaresizliklerinden de yararlanılarak, ağır çalışma koşullarında çalıştırılmaya zorlanmaktadır. Yerli işçilerin çalışmayacakları sağlıklı ve iş güvenliğinden yoksun koşullarda yok pahasına çalıştırılan insan ticareti mağdurları, hiçbir ihtiyaçlarını karşılayamayacakları ortamlarda barındırılarak, esir muamelesine uğratılmaktadırlar.

Bir çeşit modern kölelik olan emek sömürüsü, insan ticareti mağdurunun çaresizliğinden istifadeyle rızası dahilinde yapıldığı için engellenmesi oldukça zordur. İnsan ticaretinin, kadın ticaretinden sonra en yaygın görülen türüdür.

İnsan ticaretinin emek sömürüsüne uğrayan mağdurları, koşulları ne olursa olsun, çalışmaya gönüllüdürler. Ülkelerinde kendilerini bekleyen olumlu hiçbir şey olmadığı gibi, bakmak zorunda oldukları aile fertlerinin yegane dayanaklarıdır. Çalışmaya gönüllü olmayanlar da insan tacirlerine borçlandırılarak, çalışmaya zorlanmaktadır. Bu şekilde ağır şartlarda çalışan kişiler iş piyasalarının ucuz işgücünü oluşturmakta, yerli işçilerin çalışmayacakları düşük ücretlerle, çok fazla mesai yapmaya zorlanarak, iş güvenliği maliyetlerine ihtiyaç duyulmayan ortamlarda çalıştırılmaktadırlar. Çoğunlukla gönüllü kaçak işçi pozisyonunda olmalarından dolayı, ücretlerini ya eksik almakta ya da hiç alamamaktadırlar.

Sağlıksız, iş güvenliğinden yoksun ağır şartlardaki iş kolları yanında, işverenin ucuz maliyeti nedeniyle başvurduğu, yabancı işgücü, marjinal sektörlerde bolca kullanılmaktadır. Marjinal sektörlerin kayıt dışılığı, emekleri sömürülmek üzere yabancı bir ülkeye getirilmiş kişilerin istihdamını daha kolaylaştırmaktadır. Eğlence sektörü de emek sömürüsünün yoğun kullanıldığı alanlardan birisidir. Ev hizmetleri, bakıcılık gibi kayıt dışı işler, emek sömürüsünün yoğun yaşandığı yerlerdendir.

Emek sömürüsü amaçlı insan ticaretinin Sovyet Bloğunun dağılmasından sonra dikkat çeken diğer bir yanı kadınlaşmasıdır. Yukarıda göç bölümünde genişçe işlendiği gibi, emekleri sömürülen yabancı işgücü piyasası büyük oranda kadınlardan oluşmaktadır. Bu şekilde çalışmaya

zorlanan kadın işgücünün cinsel istismara uğraması bir başka dikkate değer konudur.

3.3. Çocuk Ticareti

Çeşitli amaçlarla kaçırılan, bizzat aileleri tarafından satılan çocuklar, insan ticaretinin bir başka grup masum öznesini oluştururlar. Fakir ülkelerin vatandaşları, çocuklarına daha iyi gelecek sağlamak üzere rızaları alınarak, çocuklarını satmaktadırlar. Aileler, bu ticaretten, bir miktar gelir elde ederken, çocuk tacirleri müşterilerinin bulunduğu ülkelere göre yüksek karlar elde etmektedir.

Çocuklar, kadınlar gibi cinsel sömürü amaçlı çalıştırılmak üzere insan ticaretinin öznesi olabilmektedir. Çocukların cinsel istismarı onların biyolojik ve psikolojik bütünlüğünü yok etmekte, sapkın yetişkinlerin kirli fantezilerinin oyuncağı, edilgen araçlarına dönüştürmektedir. Çocuk fahişelerin rakamı her geçen yıl daha fazla artmaktadır. Özellikle Güney Asya kökenli çocukların kullanımı her geçen gün yaşları daha küçülerek yaygınlaşmaktadır. Cinsel deneyim yaşamamış olmak, çocuk ticaretinde karlılığı artıran bir özellik olarak görülmektedir. Çocuk pornografisi bu ticaretin bir başka cinsel istismar yolu olmuştur. Kaçırılan çocuklar, çocuk pornografisinin aktörleri olarak kullanılma yanında internet teknolojisi kullanılarak, bu tarz pornografi bağımlılarının hizmetine sunulmaktadırlar.

Çocuk ticaretinin bir başka boyutu, çocuğu olmayan ailelere evlat teminidir. Legal yollardan evlat edinemeyen aileler, kaçırılan ya da ailelerinin rızası ile satın alınan çocukları satın alarak, bu hasretlerini sonlandırmak istemekte, çocuk tacirleri bu yollarla yüksek gelir elde etmektedir.

Çocukların, dilendirilmek, ağır koşullarda marjinal sektörlerde çalıştırılmak, asker olarak yetiştirilmek ve suç organizasyonlarına eleman olarak kazandırılmak üzere insan ticaretinin konusu yapıldıkları bilinmektedir. Özellikle kaçırılan çocuklar bu şekilde kullanılmakta, suç tacirlerinin sermayeleri olmaya zorlanmaktadır. Çocukların, çalıştırılmak istenilen işlere göre, bedensel bütünlüklerine zarar verilmekte, böylece tacirler açısından daha karlı sermaye araçları olmaları sağlanmaktadır.

3.4. Organ Ticareti

Tıp teknolojisinde yaşanan gelişmeler, pek çok organın nakledilmesini olanaklı kılmaktadır. Ölen kişilerin organlarının nakledilmesi gibi, canlı kişilerin de organları nakledilmektedir, hatta canlı insanlardan yapılan nakillerin daha başarılı olduğu bilinmektedir. Özellikle böbrek naklinde canlı kişilerden alınan organlarda başarı daha yüksek olmaktadır.

Tıbbın gelişmesi ile organ naklini olanaklı kılmakla birlikte, organ nakli bekleyen hasta sayısı, nakledilecek organ sayısından fazladır. Bu durum bir “organ karaborsası”nın oluşmasına neden olmakta, yasal olmayan organ ticaretini teşvik etmekte, suç örgütlerini bu alana yönlendirmektedir. Organ için beklemek istemeyen, yeterli ekonomik güce sahip kişiler, suç örgütlerini kullanmakta, organ tacirlerinin müşterileri olmaktadır.

Talep yönünü zengin hastaların oluşturduğu organ ticaretinin arz yönünü ise, fakirlikten organını satmaktan başka çaresi olmayan kişiler oluşturmaktadır. Bu arz-talep dengesine insan/organ tacirleri aracı olmakta, büyük karlarla organ satışında bulunmaktadırlar. Arz yönünde karlılığın artması, insan tacirlerine cesaret vermekte, başlangıçta çaresizliğin kullanılarak, mağdurun rızası alınarak yapılan organ nakli, kaçırma ve zorla organ alma/çalma boyutlarına vardırılarak sürdürülmektedir.

Zengin Arap ülkeleri, İsrail, Japonya, İtalya, Kanada, ABD vatandaşları, organ ticaretinin talep tarafını meydana getirirken, Hindistan, Pakistan, Afganistan, Moldova, Romanya, Meksika, Peru, Güney Afrika ülkeleri arz tarafında organ verecek kişilerin bulunduğu ülkeleri oluşturmaktadır.

Organ ticaretinin bir başka boyutu, yasa dışı yapılan naklin sağlıksız şartlarda gerçekleştirilmesidir. Razı edilen ya da zorlanarak organları alınan kişiler, hijyenik olmayan ortamlarda, gelişebilecek komplikasyonlar karşısında tıbbi müdahaleden uzak şartlarda tıbbi işleme tabi tutulmaktadır.

4. İnsan Ticareti Suçunun Evreleri

İnsan ticareti suçunu çeşitli evrelerde incelemek, suçu daha doğru anlamamıza yardımcı olacaktır. Suçun evrelerde incelenmesi, ticaretin, başlangıç, gelişme ve sonuçlanma aşamalarının farklı coğrafi alanlarda, farklı organizasyon yapıları içinde, farklı yöntem ve araçlar kullanılarak yürütülmesinden kaynaklanmaktadır.

İnsan ticareti suçunun başlangıç evresi eleman arama ve bulmadır. Bu evre kaynak ülkede gerçekleşmektedir. Bu ticaretin ikinci aşamasında, insan ticareti kurbanlarının nakledilmesi gerçekleşmekte ve transit (geçiş) ülkeleri kullanılmaktadır. İnsan ticareti suçunun son aşamasında varılan hedef ülkede mağdurların istihdamı yani sömürüsü sağlanmaktadır.

İnsan ticareti, kar elde etmek üzere, insanın metalaştırılarak, alınıp-satılır mal haline getirilmesidir. Doğal olarak bir ticaret adamı olarak insan taciri daha fazla kar elde etmek amacındadır. İnsan tacirleri, daha fazla kar elde etmek ve yasadışı ticaretin risklerini azaltmak için, eski yöntemlerini terk eder, rotalarını değiştirir, resmi belgeleri yenileyebilirler. Buna rağmen, insan ticaretinin eleman temini ve sömürü aşamalarında, klasik pazar ilişkilerine girilmek zorundadır. Eleman temini aşamasında bir çeşit ilan ve reklam faaliyeti yürütülecektir. Aynı şekilde sömürü evresinde de, insan tacirleri ellerindeki ürünü pazarlama ihtiyacındadırlar. Bu her iki faaliyette, insan tacirleri için güvenlik riskleri oluşturur. Takip ve kontrol organları bu faaliyetleri izleyerek, yasa dışı faaliyeti deşifre edip, organizasyon yapısını açığa çıkarırlar.

4.1. Eleman Arama/Bulma/Temin Evresi

İnsan ticareti mağdurlarının önce kaynak ülkede araştırılıp bulunması, ya da elde edilmesi gerekmektedir. İnsan tacirleri, kurbanlarını yaşadıkları yerleri terk edip, bir başka ülkeye geçici ya da kalıcı yerleşmeleri için ikna eder, zorlar ya da onları kaçıırırlar. Bu aynı zamanda, birlikte ya da nakil organizasyonundaki kişilerle seyahat etmeye ikna etmeyi içermektedir. Kurbanların büyük çoğunluğu ise ikna edilmektedir.

İnsan tacirleri kurbanlarını, yaşadıkları sosyal ortamda, kendilerinden önce aynı yolları deneyen diğer mağdurlar aracılığı gibi bireysel irtibatlar, gazete, dergi vb. iletişim araçlarında ilanlar, iş bulma acenteleri gibi vasıtalarla bulurlar. Mağdurların bir grubu yasal işler konusunda kandırılırken, bir grubu da seks sektöründe çalışmaya ikna edilirler ki; bu ikna, olumlu iş ve yaşam koşulları, ekonomik anlaşmalar ve bireysel özgürlükleri kapsamaktadır. Bu aşamada kurban kadınların ikna edilmesinde satıcı kadınlar kilit rol oynarlar. Kurbanların çoğunluğu, kendileri ile ilk irtibat kuranların kadınlar olduğunu beyan etmektedir.

İnsan ticaretinin mağdurları bu evrede, yolculuk belgeleri, seyahat masrafları, çalışma ortamının alt yapısı ve komisyon olarak tacirlere bir miktar para ödemeyi kabul etmektedirler. Mağdurun ödeme yapamayacak ekonomik kısıtlılık durumunda olması halinde ya da ödeme yapmasına rağmen, yetersizliği iddia edilerek, mağdurlar ülkelerinde tacirlere borçlandırılmaktadır. Böylece başlayan borç köleliği, mağdurun bir mal gibi satıcılar arasında satılması ve hedef ülkede istenilen şartlarda çalıştırılmaya zorlanmasına zemin oluşturmaktadır. Borçlandırma sayesinde insan tacirleri, kaynak ve hedef ülkelerde reklam, bina kiralama ücretleri, oturma izni masrafları gibi altyapı hizmetlerine kaynak yaratmaktadırlar.

İnsan tacirleri kaynak ülkede seyahat ve yerleşimle ilgili belgeleri temin etme, gerekli işlemleri tamamlama ya da sahte belgeleri düzenleme işlemlerini yerine getirirler. Bu onların resmi görevliler ve sahte belge düzenleyen organizasyonlarla ilişki kurmalarını gerektirir.

İnsan ticareti mağdurunun temin edilmesi için, kandırma, cebir, şiddet ve tehdit, nüfuzun kötüye kullanılması çaresizlikten yararlanma, sahip olunan denetim olanaklarından yararlanma gibi yöntemlere başvurulmaktadır.

4.1.1. Kandırma

Sözlük anlamında kandırmak, “kanmasını sağlamak, inandırmak, ikna etmek, aldatmak” anlamındadır (tdk.org.tr). İnsan ticareti konusunda kandırma, mağdurun, çeşitli hile ve entrikalarla yabancı ülkeye gitmeye ikna edilmesidir.

İnsan tacirleri, çoğunlukla iş bulma acenteleri, medya ilanları gibi yasal araçlarla, mağdurları yasal ve yüksek ücretli işler bulma ve yasal yerleşim koşulları konusunda ikna ederler. Mağdurlar, ev hizmetleri, bakıcılık, ağır koşullarda işçilik gibi yasal işlerde istihdam edileceklerine inanırlar. Mağdurlar, eğlence sektöründe çalışmaya ikna edilirken de, fahişelik hizmetleri yapmayacakları konusunda inandırılırlar. Yüksek ücretlendirilme de ikna araçlarından birisidir. Çalışma koşullarının mükemmelliği yanında, iş dışında yaşam alanları ve sosyal ilişkilerin memnuniyet verici olduğu söylenip, kurbanın ödemesi gereken kira, vergi, aracı hizmetler ücretlerinden hiç bahsedilmez.

İnsan tacirleri, özellikle kadın kurbanlarını arkadaşlık, evlilik gibi taleplerle kandırırlar. Tacirin bu masum talebine inanan kurban, daha sonra cinsel istismara tabi tutularak, ailesi ve sosyal çevresinden kopartılır ya da eşi olarak gördüğü kişi ile seyahate, başka bir bölgede yaşamaya ikna edilirler. Cinsel istismara, fiziksel şiddet uygulamaları da eklenerek, kurban tacirlerin isteklerini yerini getirmeye zorlanır. Yaşadığı alan ve sosyal çevreden kopartılarak çaresizleştirilen kurban daha sonra insan tacirlerinin sömürülerine hazır hale getirilir.

İnsan tacirleri mağdurları ikna etmek için onlardan ücret talep ederler. Ücret veren mağdurlar, iş bulacakları düşüncesine kapılırlar. Bunların yanında gerekli evrakların tamamlanması ya da ikna kabiliyeti yüksek sahte belgelerin hazırlanması mağdurları, insan tacirlerine güvenebilecekleri konusunda ikna edecektir.

4.1.2. Cebir, Şiddet ve Tehdit

Sözlük anlamıyla “cebir, zor, zorlama, zorlayış, zorla yaptırma, zor kullanma, zorlayıcı kuvvet, kompulsive kuvvet, icbar etme, baskı yapma, bir kimsenin isteğinin aksine bir hareketi yapmaya veya yapmama ya zorlama, birine zorla bir iş yaptırma, bir şeyi yaptırmak için maddi ve manevi kuvvet kullanma, tabii iradeyi istenilen hareketi yapmaya fizik kuvvetle zorlama”dır. Şiddet sözcüğü ise, “kaba güç, sertlik (katılık) gösterme, peklik, sıkılık, zarar verme, hasara uğratmak için fizik güç kullanımı, beden gücünün kötüye kullanılması, fiziki ve ruhsal baskı ile kişinin iradi hareketlerinin engellenmesi, aşırı derecedeki güç davranışları, ortalığa korku ve yıldı salmak, tedhiş” anlamlarında kullanılmıştır. Cebir ve şiddete maruz kalan mağdurun şahsı, fizik bütünlüğü üzerinde yapılan hareketler neticesi, kişi halen hissedebileceği kötülük ve tecavüz icrası suretiyle, başka şekilde davranma imkanından yoksun bırakılmakta ve bu şekilde bir işi yapmaya veya yapmamaya zorlanmaktadır. Bu şekilde şiddet maddi cebir olarak görülebilir.

Tehdit, sözlük anlamında, “zor, zorlama, zorlayış, icbar etme, baskı yapma, bir kimsenin isteğinin aksine bir hareketi yapmaya veya yapmamaya zorlama, bir şeyi yaptırmak için maddi ve manevi kuvvet kullanma, tabii iradeyi istenilen hareketi yapmaya fizik kuvvetle zorlama, verilecek bir cezayla korkutma, birinin gözünü korkutma, gözdağı, korku verme, korkutma, bir kimsenin yasada yazılı durumlar dışında,

başkasını ağır ve haksız bir zarara uğratacağını bildirmesi, bir kimseye kendisine zarar vermek kötülük yapmak niyetinde olduğunu söz ve davranışlarla belirtmek” anlamlarına gelmektedir (Arslan, 2004: 50-51). “Keza insan hareketlerini sınırlayan bir kavram olarak “tehdit” ise maddi cebirin aksine mağdurun vücut bütünlüğü aleyhine doğrudan ve o an gerçekleşen fiziki bir hareket değil, daha ziyade, failin isteğinin yerine getirilmemesi halinde, ileride mağdura bir zarar verileceğinin bir kötülük yapılacağına bildirilmesi ve bu şekilde onun güvenlik duygusunun, iç huzurunun bozulması, endişeye sevk edilmesidir. Bu itibarla “tehdit” kavramını “manevi cebir” olarak zikredebiliriz (IOM, 2006: 31).”

İnsan ticareti suçunda tehdit, kişinin fiziksel bütünlüğüne zarar verme şeklinde olabileceği gibi, ailesi, arkadaşları, sevdiği sosyal çevresine zarar vermeye inandırılması şeklinde gerçekleşir. Kurban, ailesine, arkadaşlarına ait bilgileri bu evrede insan tacirlerine vererek, kendilerine baskı olarak kullanılacak araçları, farkında olmadan insan tacirine vermektedir. Tacirin öğrendiği kişisel bilgiler, kurbanın sindirilmesinde kullanılarak, etkili olacaktır. Tehdit yöntemi, sadece eleman temin edilmesi evresinde değil daha sonraki aşamalarda da kullanılmaktadır. Mağdurların seyahat belgelerine el konularak, kimliksizleştirilmekte ve yasal statüleri yitirtilmekte, kolluk organlarının denetimlerine karşı çaresiz kalmaları sağlanmaktadır.

4.1.3.Baskı ve Nüfuzu Kötüye Kullanmak

Sözlük anlamında baskı, “hak ve özgürlükleri kısıtlayarak zor altında bulundurma durumu, tahakküm” anlamında kullanılmaktadır (tdk.org.tr). Bu durumda mağdur, kendisine uygulanan yıldırma, sindirme veya şiddet eylemleri sonucunda, bağımsız hareket etme ve karar verme yeteneğini kaybetmektedir. Nüfuzun kötüye kullanılması ise, mağdurun gerek ailevi, gerek mukavelevi ve gerekse başka türlü bağlarla ilişki içinde bulunduğu kimselerce ve bu kimselerin mağdur üzerinde sahip oldukları etkiyle/manevi kuvvetle, failin fiiline rıza göstermesini sağlamaktır (Arslan, 2004: 53).

İnsan tacirleri, eleman temini aşamasında da baskı yöntemine başvururlar. Mağdurların daha serbest hareket edebilecekleri bu safhada kontrol organlarına başvurarak, hareketlerini önlemelerine engel olmak üzere, baskı zorunlu koşullarda uygulanmak istenecektir. Mağdurlar,

sevdikleri aileler, akrabalar üzerinde tehditler oluşturarak, baskı altına alınırlar.

İnsan tacirleri, kurbanlarını, çocuklarının eğitim, sağlık ihtiyaçları gibi mağduriyetlerini kullanarak, onları yurt dışında çalışmaya ikna ederler. Çocuklarının zorunlu sağlık giderlerini ödemek, biriktirmek için özellikle anneler, yurt dışında çalışmaya razı olurlar. Aynı şekilde çocuklarının eğitim ücretlerinin kazanılması da kadın, erkek aile üyelerinin yurt dışında çalışmaya ikna edilmesinde etkilidir. Çocukların dışında diğer aile üyelerinin ihtiyaçlarının karşılanmasında ekonomik sıkıntı yaşayanlar, yurt dışında çalışmayı düşünürler.

İnsan tacirleri, ülkelerinde kişileri önce ihtiyaçları için borçlandırıp, daha sonra bu borçlarını ödemek üzere yurt dışında çalışmak üzere baskı uygularlar. Borçlandırma, yurt dışına çıkış işlemlerinin masraflarını içerebilir. Bu aşamalarda mağdurlarla mukaveleler yapılarak, şahsın hukuksal anlamda insan tacirinin isteklerine boyun eğmesini sağlayacak ortam oluşturulur. Kurbanın borcu geri ödemesi mutlaka bir takvime bağlanarak, üzerine kuvvetli bir baskı kurulmaya çalışılır. Borcun geri ödenmesinin şekli de sömürü aşamasını kolaylaştırmak üzere planlanır, borç kaynak ülkeye havale göndermek suretiyle yapılabileceği gibi, hedef ülkede üçüncü şahıslara verilmek suretiyle de gerçekleştirilir. Böylece, kurbanın üçüncü kişilere satışının yolu açılmış olur.

4.1.4. Mağdurların Çaresizliklerinden ve Mağdurlar Üzerinde Sahip Olunan Denetim Olanaklarından Yararlanmak

Mağdurların çaresizliğinden yararlanmak, içinde bulunduğu maddi veya manevi olumsuz durumu ortadan kaldırmak veya çözmek olanağı bulunmayan mağdurun, umarsız durumundan istifade edilerek, razı edilmesidir. Mağdurlar üzerinde sahip olunan denetim olanaklarından yararlanmak ise, mağdurun bulunduğu konum veya şartlar itibarıyla, doğrudan fail veya kendisi üzerinde kontrol hak ve yetkisi olan kişiler tarafından, söz konusu hak ve yetkinin sağladığı fırsatların kullanılması suretiyle, razı edilmesidir (Arslan, 2004: 53).

İnsanlar bazen, içinde buldukları ortamlarda kendilerini çaresiz, karşılaştıkları sorunlarla baş edemez durumda hissederler. Bu durumlarda genelde önlerine çıkan olanakların yarar ya da zararlarını hesap-

lamadan, onlardan yararlanma yolunu seçerler. Kendilerini önlere çıkan olanakların akışına bırakmayı isterler. Kendileri için arzulanları şeyleri temin etme imkânı olmayanlar, yaşadıkları ortamdan kurtulmak ve geniş olanakları bulacaklarını umdukları yerlere gitmek isterler. Ailelerinden kaçanlar, çeşitli başarısızlıkları nedeniyle çevrelerinde rencide edilenler, kötü alışkanlıkları ve bağımlılıkları bulunanlar, kendilerine sunulan fırsatları değerlendirmeden yararlanmak durumunda kalabilirler. İnsan tacirleri bu durumda bulunan kişileri, kendilerini gizledikleri kozmopolit kentsel alanlar ya da ulaşım olanaklarının kesiştiği kalabalık meydanlarda bulur ve kendileri ile birlikte hareket etmeye ikna ederler.

İnsan tacirleri, fakir, sefalet içinde yaşayan aileleri, çocuklarına daha iyi imkânlar bulma konusunda yardımcı olacaklarına inandırır. Bu durumda aileler, vesayetleri altında bulunan çocuklarını insan tacirlerine verebilir ya da satabilirler. Aynı şekilde özellikle genç kızların insan tacirlerine satıldıkları olaylar görülmüştür. Eşleri tarafından insan tacirlerine satılan kişilere de rastlanılmaktadır.

4.2. Nakliye/Taşıma Evresi

Nakliye yolları ve yöntemleri coğrafi koşullara bağlıdır. Kurbanlar, kara, deniz, hava yolları aracılığıyla nakledilebilir. İzlenen güzergâh direkt kaynak ülkeden hedef ülkeye olabileceği gibi, transit ülkeleri de içerebilir. Sınırların geçilmesi ise legal ya da illegal şekilde gerçekleşir. İkn edilip nakliye organizasyonu ile beraber hareket etmeyen, kaçırılan mağdurlar, zorla ya da uyuşturucu verildikten sonra kaçırılmaktadır.

Taşıma evresi direkt kaynak ülkeden hedef ülkeye şeklinde gerçekleşmiyorsa, transit ülke/lerde mağdurlar bekletilir, toplanmaları sağlanır. Bu esnada transit ülkelerde oluşturulan korunmalı evlerde mağdurlar biriktirilir. Mağdurların bundan sonra geçecekleri sınırlara ilişkin hazırlıklar tamamlanır. Ulaşım araçları, seyahat belgeleri, yolda kullanılacak ihtiyaçlar transit ülkelerde hazırlanır.

Taşıma evresinde korunma evlerinde biriktirilen mağdurlar, burarda hapsedilir, cinsel ve fiziksel şiddete maruz kalabilir, böylece sömürü aşamasında karşılaşacakları muamelelere rıza göstermeye hazırlanır. İnsan tacirleri böylece mağdurları sömürü aşamasından önce sindirmeyi, zorlamalarına boyun eğmelerini sağlamayı amaçlarlar. Eleman temini

aşamasında söylenmeyen seks sektöründe istihdam gibi gizli amaçlar açıklanır ve mağdurlar fahişeliğe zorlanırlar.

Taşıma evresi, hazırlanan gerçek ya da sahte belgeleri kullanma aşamasıdır. Sahte belgelerle yapılan seyahatlerde belgenin inandırıcılığı ya da kontrol görevlilerin denetimlerinin aşılması taşıma safhasında organize olmayı gerektirecektir. Bu aşamada, insan tacirleri mağdurlarla ya birlikte olurlar ya da onları kendi nakliye organizasyonundaki güvendikleri elemanları ile birlikte hareket ettirirler. Kurban sahte belge kullanma konusunda istek sahibi olacağı gibi, ikna da edilebilir. Kurbanın sahte belge talep etmesi halinde masrafları da karşılaması gerekir ya da kurban insan tacirlerine borçlandırılır. Sahte belge kullanmaya ikna edilen kurbanlar ise sınır aşmanın kolaylaşacağına inandırılırlar ve bu konuda hazırlık yapmaları sağlanır.

Taşıma evresinde, insan tacirleri, nakliye organizasyonları ile birlikte çalışabilecekleri gibi, kendileri de taşıma işini bizzat gerçekleştirebilirler. Kaynak ve hedef ülkelerin coğrafi durumları bazen kara, deniz, hava yollarının peş peşe kullanılmasını zorunlu kılabilir. Taşıma birden fazla nakliye organizasyonunun koordinesini sağlamak şeklinde de gerçekleşebilir.

4.3. Sömürü Evresi

Sömürü evresinde, temin edilip, taşınan mağdurlar, insan tacirlerinin amaçlarına göre kullanılmaktadır. Bu evrede de yukarıda temin evresinde açıklanan tehdit, şiddet, baskı ve diğer yöntemler kullanılmaya devam etmekte, çoğunlukla mağdur, esarete benzer uygulamalara tabi kılınmaktadır. Mağdurun herhangi bir özgürlüğü, serbest seçim ve karar verme hakkı bulunmamakta, tamamen insan tacirlerinin istekleri doğrultusunda hareket etmeye zorlanmaktadır. Borçlandırılmış, seyahat belgelerine el konulmuş, tecrit edilmiş mağdur, yabancı olduğu bir ortamda korumasız bırakılmaktadır. Bundan sonra, mağdur fiziksel ve psikolojik şiddete maruz bırakılarak, itiraz etme direnci kırılmakta, tacirin isteklerine itaat etmesi sağlanarak, bir sermaye olarak daha karlı hale getirilmeye çalışılmaktadır.

Sömürü evresi mağdurun kaçırılma amacına uygun olarak, hedef ülkede istihdamını içermektedir. İnsan ticareti mağdurlarının büyük

çoğunluğu cinsel sömürü amacıyla temin edilip, sınır aşması sağlanmaktadır. Cinsel sömürü, hedef ülkedeki seks ticaretinin mahallî koşullarına ve mahallî kontrol organlarının düzeyine bağlı olacaktır. Mağdurlardan seks endüstrisinde istihdam edileceğini bilmeyenler, yabancı oldukları hedef ülke ve toplumda şiddeti de içeren yöntemlerle bu alanda çalışmaya razı edilmekte, yabancı ve illegal statülerinin verdiği çaresizliklerden yararlanılmaktadır. Mağdurlar bu aşamada, ya bizzat kendilerini getiren insan ticareti organizasyonun sermayesi, seks hizmetçisi olarak kullanılmakta ya da seks ticareti yapan organizasyonlara satılarak, borçlandırılmış sermayelere dönüştürülmektedir.

Cinsel sömürü amacıyla getirilen mağdurlar, yasal ya da yasal olmayan genelevler, gece kulüpleri, barlar gibi gece eğlencesi sunan işletmelerde, yasal ya da yasal olmayan eskort acenteleri, sauna ve masaj salonlarında fahişelik hizmeti verirler. Bir çeşit seks kölesine dönüştürülen mağdurlar, uzun saatler boyunca, müşterilerinin istediği cinsel hizmeti sunmaya zorlanırlar.

İnsan tacirleri, mağdurların seks endüstrisine uyum sağlamasını sağlamak üzere bazı baskı yöntemleri kullanarak, onları kontrol altında tutmaya çalışırlar. Başlangıçta mağdurların seyahat ve kimlik bilgilerine el konulur. Çalışmayı kabul etmeyenler, çalışma koşullarından yakınanlar ani fiziksel ve/veya cinsel şiddete maruz bırakılırlar. Çalıştıkları birleşme alanlarında normal insanlarla sosyal ilişki kurmalarına engel olmak üzere sürekli gözetim altına alınırlar ve denetlenirler. Mağdurların diğer mağdurlarla ilişki kurmaları ve içinde buldukları ortam hakkında bilgi edinmelerine engel olmak üzere sıklıkla yerleri ve çalışma arkadaşları değiştirilir. Mağdurlar, polis ve diğer kontrol görevlilerinden yardım almalarını engellemek üzere korkutulurlar. Kurbanlar, kendileri, sevdikleri ya da ülkelerindeki ailelerini fiziksel ya da cinsel saldırılarda bulunulacağı şeklinde tehdit edilerek, korkutulurlar. Sevdiklerinin de kaçırılıp, fahişeliğe zorlanacağı tehdidi yanında mağdurlar, fahişelik yaptıklarının ailelerine, sosyal çevrelerine söyleneceği ve dönecekleri sosyal çevrelerini kaybedecekleri tehdidi ile de karşılaşılırlar. Kurbanların denetiminde, kadın satıcılar, yönetici, yönlendirici gibi işlevleri ile sömürü evresinin anahtar rolüne sahiptirler. Aynı şekilde kadın satıcılar, bu evrede paranın transferi ve aklanmasında da etkin roller üstlenirler.

Mağdurların müşteriler ile direkt temas kurmalarına engel olunur ve aracı hizmetler mutlaka mağdurlarca görülür. Müşteri bulma, bulun-

dukları kenti, semti tanımayan mağdurların alan değiştirmeleri, temel ihtiyaçlarının karşılanması tacirlerce gerçekleştirilir. Mağdurların yalnız sokağa bile çıkmalarına izin verilmez. Müşterilerden alınan ücretlerin önemli bölümüne ise insan tacirlerince el konulur. Mağdura çok düşük bir ücret ödendiği gibi, ev kirası, yiyecek parası, sahte oturum belgeleri temini gibi masrafları kendisinden alınır.

Emek sömürüsü, insan ticaretinin diğer önemli bölümünü içermektedir. Emek sömürüsü, diğer sömürü amaçlarına göre daha az belirgindir ve anlaşılması zordur. Emek sömürüsünde de mağdurların seyahat ve kimlik belgelerine el konulmaktadır. Mağdurlar, sağlıksız, ağır koşullarda, sosyal güvenceleri olmadan çalıştırılmakta ve düşük ücretler almaya zorlanmaktadır.

Organ kaçakçılığı için razı edilen ya da kaçırılan insan kaçakçılığı mağdurları, organlarını vermeye zorlanırlar. Çoğunlukla illegal yapılan bu tıbbi müdahaleler sağlıksız ve elverişsiz ortamlarda gerçekleştirilmektedir. Mağdurlar organları ile birlikte sağlıklarını da kaybetmekte, vaat edilen ücretleri alamamaktadırlar.

5. Sonuç

İnsan ticareti, yasal ya da yasa dışı bir başka egemenlik alanına girmiş veya sınır aşmasına aracılık edilmiş yabancı uyruklu bireyin, girilen ülkede kar elde etmek üzere bir mal gibi alınıp, satılmasıdır. Birey, bu ticaret ile bütünlüğünün tamamını, bir bölümünü ya da işlevlerini yitirir, metalaşmasına rıza göstermek zorunda kalır.

Modern kölelik olarak görülebilecek insan ticareti, insanın değişim değeri olan bir metaya dönüşmesi sürecidir. Göçmen özne olarak insanın bütünlüğünün, bütünlüğe ait bir bölümün ya da işlevlerinin kar elde etmek üzere ilgili pazara çıkarılmasıdır. Birey, emeği, organları ya da bütünüünün satışa sunulmasına tanıklık etmektedir. Ucuz işgücü olarak emeği, bedensel bütünlüğüne zarar vermek üzere organları yanında bizzat çocuk ve kadın olarak kendisi tezgaha konulmakta ve alıcısının beğenisine sunulmaktadır.

Göçün ve yoksulluğun kadınlaşması, gittikçe daha büyük oranda kadının insan ticareti mağduru haline dönüşmesine neden olmuştur. 20. Yy.'ın sonlarında ve hemen 21. Yy.'ın başında yaşanan iki büyük

göç dalgasında kadınlar göçün travmatik ağır yükünü omuzladılar. Gidilen ülkede yaşama tutunmak, kendisi ve ailesinin temel ihtiyaçlarını karşılamak zorunluluğu kadının değişim değeri olan bir metaya dönüşmesine neden olmuştur. Göçmen emeği üzerinde büyüyen kayıtdışı iş piyasaları, göçmenliğin ve kadınlığın dezavantajlarını sömürüleri için uygun fırsatlara dönüştürmektedir.

İnsan tacirleri, kaynak ülkelerde ya da hedef ülkeye varmış göçmenler arasından sömürüsüne uygun kişiyi bulup, ikna etmekte, zorlamakta ya da kaçırarak ticaretinin metasına dönüştürmektedir. Kurbanların bulunmasında, geçmişte insan tüccarının ağına düşmüş göçmenler, iş ilanları ve her türlü medya ağı kullanılmaktadır. Mağdurlar, yasal işlerden, seks endüstrisi dahil kayıt dışı sektörlerde çalışmaya yönlendirilirler. Mağdur bu evrede, vaat edilen iş için insan tacirine yolculuk belgesi, seyahat masrafı ve iş bulma karşılığında komisyon ödemeyi kabul etmekte ve böylece işlenen suçun tarafına dönüşmektedir. Gerek iştirak ettiği yasa ihlalinin verdiği baskı ve tacirin varış ülkesinde sahip olduğu resmi ilişkiler ağının korkusu, gerekse ödeme yapamayacak durumlarda gerçekleştirilen borçlanma, mağduru borç köleliğine sürüklemekte, varış ülkesinde tacirin istediği işlerde çalışmaya zorlamaktadır.

Tacir, eylemine iştirak, yerel resmi ağlar üzerinden yarattığı algı ve borçlandırma ile köleleştirdiği mağdurun istenilen işlerde çalıştırılmasını, kandırma, tehdit, nüfuzun kötüye kullanılması ve şiddet içeren zor kullanma, çaresizlik ve sahip olunan denetim olanaklarından yararlanmayı kendi profesyonel iş yöntemi olarak kullanarak sürdürür.

Mağdurların sınır aşmaları varış ülkesinin coğrafi koşulları ve gidilen dönemin iklim koşullarına bağlıdır. Bunlara uygun güzergahlar oluşturulur ve güvenlik tedbirlerini aşacak şekilde güncellenir. Kara ve deniz yolu çoğunlukla transit ülkeleri kullanımını ortaya çıkarmakta, hava yolu ise doğrudan varış ülkesine girişi olanaklı kılmaktadır. Bu nedenle kara ve deniz yolu yasal dışı, hava yolu çoğunlukla yasal girişler için tercih edilir. Kara ve deniz yolunda mağdurlar transit ülkelerde toplanmakta, biriktirilip, taşınmaktadır. Taşınan insan yoğunluğu trajik ölümlere neden olurken, mağdurların rıza göstermek zorunda kaldıkları durumun ağırlığını ortaya koymaktadır. Koruma evlerinde biriktirme aşamasında mağdurlar fiziksel şiddete maruz bırakılıp, sömürü evresinde karşılaştıkları köleleştirmeye rızaya hazırlanırlar. Sindirilmiş,

boyun eğdirilmiş mağdurlar, eleman temin aşamasında açıklanmayan seks sektöründe çalışmayı kabule zorlanırlar.

Çıkış ülkesinde temin edilip, taşınan mağdur, sömürü evresinde de her iki ön evrede tanıştığı yöntemlerle esarete tabi kınılır. Mağdur, kendisi ile ilgili karar verme, tercihte bulunma özgürlüğünü yitirip, tacirlerin istediği şekilde davranmaya mecbur bırakılmıştır. Her türlü yasal korumadan mahrum göçmen, fiziksel ve psikolojik şiddet altında, itiraz direnci kırılarak, tacir açısından karlı bir ticaretin metasına dönüştürülmüştür. Sömürü evresi, meta-mağdurun varış ülkesinde tacirin sermaye birikimine araç olacak şekilde kullanım ve değiş tokuşuna ilişkin süreçleri tamamlar. İnsan ticareti mağdurlarının büyük çoğunluğu cinsel sömürü amaçlı köleleştirilirler. Mağdurlar varış ülkelerinin yerel kontrol ağları içinde, seks endüstrisinin sermayelerine dönüştürülür ve seks hizmetçisi olarak bedenleri para ile değiştirilir. Seks hizmetçisi olan mağdur, yasal ya da yasal olmayan genelevler, randevuevleri, eskort acenteleri, gece klüpleri, barlar, masaj ve saunalar, sokak fahişeliği gibi fuhuş formları içinde istihdam edilir ve müşterilerin istediği cinsel taleplere karşılık vermeye zorlanır. Mağdurlar, resmi belgeleri ellerinden alınarak, müşteriler dahil sosyal ilişkiler kurması engellenip, sürekli gözetlenir ve yalnızlaştırılmak üzere sürekli konumları, çalışma arkadaşları değiştirilip, resmi makamlara başvuramaları için korkutulurlar. Cinselliğin sömürü kadar emek sömürüsü de yaygın olmakla birlikte, çoğunlukla mağdurun rızası içinde kalma nedeniyle görünür değildir. Mağdurlar, güvencesiz, sağlıksız ve ağır koşullarda düşük ücretlerle çalışmaya mecbur bırakılırlar.

Metalaşım, bir değişim değerine hapsedilen göçmen öznenin maruz kaldığı katmerli yabancılaşmadan çıkışı, insanın çıkışı olabilir mi? Göç ve onunla getirdiği sorunlar, küresel yeni sistemin açmazlarını bize sunmakta, çıkış yollarını da önümüze koymaktadır. Çözümü göçmen özneyi metalaştıran ve köleleşmesine neden olan yapıları aşmada aramalıyız.

Kaynakça

- Arslan, Ç. (2004). "İnsan Ticareti Suçu (TCK Md. 201/d)". *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, s. 19-83. 53 (4).
- Boretsky, Alexey V. and Zhetpisov, Serik K. (2013). "Human Trafficking: Issues of Investigation Techniques". *World Applied Sciences Journal*. 23 (1), s.13-17. ISSN 1818-4952 © IDOSI Publications, 2013 DOI: 10.5829/idosi.wasj.2013.23.01.13047. <https://zdoc.site/human-trafficking-issues-of-investigation.html>. E.T.: 26.08.2018
- Castles, S and Miller, M. J. (2008). *Göçler Çağı Modern Dünyada Uluslararası Göç Hareketleri*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- CATW (Coalition Against Trafficking in Women). (2018). <http://www.catwinternational.org/Resources/Trafficking>. E.T.: 25.09.2018
- EC.EUROPA.EU (European Commission). (2007). <https://ec.europa.eu/migrant-integration/intpract/tampep-austria-hiv/sti-prevention-and-health-promotion-for-migrant-sex-workers?lang=de>. E.T.: 05.07.2018
- Erder, S., Kaska, S. (2003). *Irregular Migration and Trafficking in Women: The Case of Turkey*. Geneva: International Organization for Migration.
- Erkan, E. (2017). Neo-Liberalizm, Hegemonya ve Kimlik Politikaları". İçinde Yağanak, E. ve Sayın H. (Ed.), *Kimlik siyaseti ve azınlıklar*, ss. 63-84, Bursa: Sentez Yayınları.
- EUROPOL. <https://www.europol.europa.eu/newsroom/news/europol-supports-fight-against-modern-day-slavery>. E.T.: 21.09.2018
- GAATW (Global Alliance Against Traffic in Women). (2018). <https://www.gaatw.org/faqs/158-frequently-asked-questions/faq/454-understanding-trafficking>. E.T.: 30.09.2018
- Gallagher, A. (2002). "Trafficking, Smuggling and Human Rights: Tricks and Treaties". *Forced Migration Review*.
- Goldhammer, A. L. (2006). *Human Trafficking for Sexual Exploitation*. California: California State University, the Degree Master of Science.
- Güral, D. (2006). "İnsan Ticareti Mağdurları". *Uluslararası Göç Sempozyumu*. Zeytinburnu Belediye Başkanlığı. İstanbul-Türkiye
- IOM (International Organization for Migration). https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2018_en.pdf. E.T.: 30.09.2018

- IOM. (2006). "Türkiye'de İnsan Ticareti ile Mücadelede Yasa Uygulama ile İlgili Stratejik Bir Yaklaşım". Ankara: Uluslararası Göç Örgütü Raporu. <http://www.countertrafficking.org/tr/default.html>. E.T.: 06.03.2017.
- Kelly, L., Regan, L. (2000). "Stopping Traffic: Exploring the Extent of, and Responses to, Trafficking in Women for Sexual Exploitation in the UK". Willis, Carole F. (Ed. By). *Police Research Series, Paper 125*. London.
- Kyle, D., Koslowski, R. (2001). *Global Human Smuggling*. Baltimore, Londra: John Hopkins University Pres.
- Patton, A. (2008). "Menschenhandel: Die Ware Frau". <http://www.cafebabel.com/ger/article/25373/trans-finding-the-human-in-human-trafficking.html>. E.T.: 23.06.2018.
- Popović, D. J.; Šabić, D., Vujadinović, S., aO. (2014). Modern Slavery – Trafficking in Human Beings in Serbia. *The Indian Journal of Social Work Tata Institute of Social Sciences*, 75 (2), Pp. 259-280. <https://zapdoc.tips/modern-slavery-trafficking-in-human-beings-in-serbia.html>. E.T.: 17.05.2018.
- Salt, J., Hogarth, J. (2000). "Migrant Trafficking and Human Smuggling in Europe: A Review of the Evidence". Laczko, F., Thompson, D. (Ed. By.). *Migrant Trafficking and Human Smuggling in Europa: A Review of the Evidence with Case Studies from Hungary, Poland and Ukraine*. Geneva: International Organization for Migration.
- TAMPEP.EU (European Network for HIV/STI Prevention and Health Promotion Among Migrant Sex Workers) https://tampep.eu/wp-content/uploads/2017/11/report_tampep_7.pdf. E.T.: 15.08.2018
- TDK. Türk Dil Kurumu Sözlüğü. www.tdk.org.tr/. E.T.: 07.07.2018
- TBMM. <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k4804.html>. E.T.: 12.05.2018.
- UNICEF. (2003). *Trafficking in Human Beings, Especially Women and Children, in Africa*. <https://zdoc.site/trafficking-in-human-unesf.html>. E.T.: 02.07.2018.
- Yenidünya, A. C. (2007). *İnsan Ticareti Suçu (TCK.m.80)*. Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.

Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Yayın İlkeleri

1. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, yılda iki defa (Ağustos-Aralık) yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir.
2. Yayınlar için ücret talep edilmez.
3. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, ulusal ve uluslararası düzeyde bilimsel niteliklere sahip çalışmaları yayımlayarak; ekonomi ve finans, beşerî ve sosyal bilimler, işletme ve yönetim, İslâm iktisadi ve hukuku ile kamu yönetimi alanlarında bilgi birikimine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.
4. Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir. Diğer dillerdeki çalışmalara ise Yayın Kurulu karar verir.
5. Dergide yayımlanacak makaleler, öncelikle kendi alanlarına uygun araştırma yöntemleri kullanılarak hazırlanmış özgün ve akademik çalışmalar olmalıdır. Ayrıca bilimsel alana katkı niteliğindeki tercüme, saha araştırmaları, araştırma notu, tebliğ ve konferans metinleri, kongre, sempozyum, panel vb. tanıtımları, kitap değerlendirmeleri, editöre mektuplar ve literatür incelemeleri vb. yazılar yayımlanır.
6. Yayımlanması istenen yazılar, "<http://dergipark.gov.tr/biibfad>" uzantılı Dergipark sayfası üzerinden gönderilmelidir.
7. Dergipark sayfası üzerinden ilk etapta yollanacak makalelerden **yazar isimleri mutlaka çıkarılmalıdır**. Makale yazarlarının isimlerinin sonraki aşamalarda eklenmesi istenecektir.
8. Dergiye gönderilen çalışmalar başka bir yerde yayımlanmış ya da yayımlanmak üzere gönderilmiş olmamalıdır.
9. Yazılar öncelikle, alan editörleri tarafından, şekil açısından incelenir. Yayın ve yazım ilkelerine uyulmadığı görülen yazılar, içerik incelemesine tabi tutulmadan gerekli düzeltmelerin yapılması için yazara iade edilir.
10. Yayınlanmak üzere gönderilen makaleler, intihal tespitinde kullanılan özel bir program aracılığıyla intihal kontrolünden geçirilir.
11. Yayımlanmayan yazıların dergi arşivinde saklanma hakkı mahfuzdur.
12. Makaleler, ön incelemesi yapıldıktan sonra alan editörü tarafından belirlenen konunun uzmanı en az iki hakeme gönderilir. Yazının gönderildiği her iki hakemden olumlu rapor gelmesi durumunda yazının yayımlanmasına karar verilir ve hangi sayıda yayımlanacağı

çalışma sahibine bildirilir. İki hakemin olumsuz görüş belirtmesi halinde ise yazı yayımlanmaz. İki hakemden birinin olumsuz değerlendirilmede bulunması halinde makale üçüncü hakeme son karar için gönderilir.

13. Yayımlanmasına karar verilen yazıların hakem raporlarında “düzeltilmelerden sonra yayımlanabilir” görüşü belirtilmişse yazı, gerekli düzeltmelerin yapılması için yazarına iade edilir. Yazar düzeltmeleri farklı bir renkle yapar. Düzeltmelerden sonra hakem uyarılarının dikkate alınıp alınmadığı kontrol edilerek yazı alan editörü tarafından yeniden değerlendirilir.
14. Dergiye gönderilen yazıların yayımlanıp yayımlanmayacağı konusunda en geç iki ay içerisinde karar verilir ve çalışma sahibi bilgilendirilir.
15. Sayı hakemlerinin isimleri, ilgili makalelerin yayımlanacağı veya reddedildiği derginin sayısında yer alır.
16. Bir sayıda aynı yazara ait (telif veya çeviri) en fazla bir tek yazarlı çalışma yayımlanabilir. Tek yazarlı makalelerin dışındakiler bu kısıt içerisine dahil değildir.
17. Yayımlanan makaleler için yazara telif ücreti ödenmez. Yazara ait makalenin bulunduğu dergiden üç adet gönderilir.
18. Yayımlanan çalışmaların bilimsel ve hukuki her türlü sorumluluğu yazarlarına aittir.
19. Yayımlanmak üzere kabul edilen yazıların bütün yayın hakları Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ne aittir.
20. Burada belirtilmeyen hususlarda karar yetkisi, *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* editörüne aittir.

Yazım Kuralları

1. Makalenin Türkçe ve diğer dillerdeki başlığı; yazının kapsamıyla uyumlu; yazının konusunu kısa, açık ve yeterli ölçüde yansıtmalıdır.
2. Özetler; yazının amacını, kapsamını ve sonuçlarını ihtiva etmelidir. Türkçe makalelerin başına Türkçe ve İngilizce; İngilizce makalelerin başına İngilizce ve Türkçe özet eklenmelidir.
3. Makaleler, dil ve ifade bakımından dilbilgisi kurallarına uygun olmalı; çalışmalarda TDK'nin imlâ kuralları esas alınmalıdır. İslâm iktisadi ve hukuku alanına ait kavramlar, şahıs ve eser adları ise Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisinin (*DİA*) kullanımı veya imlâ kuralları esas alınarak yazılmalıdır.

4. Makalenin hazırlanmasında bilinen bilimsel yöntemlere uyulmalı, çalışmanın konusu, amacı, kapsamı, hazırlanma gerekçesi vb. bilgiler yeterli ölçüde ve belirli bir düzen içinde verilmelidir. Makalede kullanılan şekil, tablo, fotoğraf ve diğer belgeler, bilimsel kurallara uygun olarak hazırlanmalı, yazının amacına ve kapsamına uygun olarak seçilmelidir.
5. Makalede kullanılan şekil, tablo, fotoğraf ve diğer belgelerin altında kolayca anlaşılacak biçimde yalın ve yeterli bir açıklama bulunmalıdır.
6. Makalede kullanılan kaynaklar yazım kurallarına uygun olarak düzenlenmeli, değinilen her belge kaynaklar kısmında yer almalı, ayrıca çalışmanın sonuna kaynak gösterimine uygun olarak kaynakça eklenmelidir.
7. Sonuçlar, araştırmanın amaç ve kapsamına uygun olmalı, ana çizgileriyle ve öz olarak verilmelidir.
8. Dergide yayımlanması için hazırlanan yazılar Microsoft Office Word programında kağıt boyutu 16x24 ebadında ve içerisi "Book Antiqua" yazı sitilinde "11 punto" ve "Tam: 14,5 nk" satır aralıklı olarak yazılmalıdır. Yazılar kâğıdın bir yüzüne 12x19 cm boyutunda basılır. Kenar boşlukları üstten 2,7cm, alttan 2,3cm, iç kenar 2cm ve dış kenar 2cm olmalıdır. Ayrıca ilk sayfada üstten 2 satır boşluk bırakılmalıdır.
9. Her makalenin başına, yazar adından sonra **12 nk** boşluk bırakılarak Türkçe ve İngilizce özetleri konulmalıdır. Özetler 150-200 kelime arasında olmalı, özet ve abstract ibareleri sola yaslı ve özetler 9 punto "Book Antiqua" ile yazılmalı; en az 5 ve en çok 7 ifadeyi geçmeyecek şekilde anahtar kelimeler ve JEL kodları verilmelidir.
10. Makalenin ismi büyük harflerle ilk sayfanın başına bold 12 punto ile yazılıp sayfa ortalanır. Türkçe başlığın altına İngilizce başlık 12 punto ile italik-bold ve ilk harfleri büyük, diğerleri küçük olarak yazılmalıdır.
Makale İngilizce ise altına Türkçe başlık eklenmelidir. Ana başlıklardan sonra satır aralıkları 23 punto olur. Metin içindeki başlıklar öncesinde 12 nk, sonrasında 6 nk boşluk bırakılmalıdır.
11. Başlıktan sonra **12 punto** aralık verilerek yazar ad(lar)ı unvansız, italik ve bold olarak sağa yazılmalı; unvan, çalıştığı kurum, ORCID numarası ve e-mail adresi dipnot olarak belirtilmelidir.
12. Dipnotlar, 9 punto "Book Antiqua" yazı stili ile yazılmalıdır.
13. Çalışma herhangi bir kurumun desteği ile gerçekleşmiş ise; kurumun adı ilk sayfada dipnotta belirtilmelidir.

14. Dergiye gönderilen yazıların uzunluğu 30 sayfayı ve 7000 kelimeyi geçmemelidir. Yazıların boyutunun bu üst sınırı aşması durumunda editörün kararı geçerlidir. Şekil, tablo ve fotoğraflar bilgisayar ortamında hazırlanıp metin içinde ya da sonunda sayfa boyutlarını aşmayacak şekilde yerleştirilir.
15. Tablo, şekil, fotoğraf başlıkları ile altlarındaki tablo, fotoğraf veya şekil arasında **6 nk** aralık bulunmalıdır. Tablo, şekil ve fotoğraf başlıkları bold, 1 cm içeriden sola yaslı, "Book Antiqua" sitilinde ve 9 punto ile ve "Tablo 1:" şeklinde olmalıdır. Tablo içi kayıtlar da aynı şekilde 9 punto ile yazılacaktır. Ancak, Tablo, Şekil ve Grafiklerde bütünlüğü sağlamak için, kapsamlı olan çalışmalarda 7-8 punto yazı stili de kullanılabilir.
16. Referanslar APA sistemine göre metin içinde gösterilir. Buna göre alıntılar parantez içinde yazarın soyadı, birden fazla yazar varsa soyadları, atıfta bulunulan çalışmanın yayım tarihi, alıntı yapılan sayfanın ya da sayfaların numarası (**Say ve Krugman, 2012: 15**) şeklinde yazılır. Aynı yazarın aynı yıl içerisinde yayımlanan birden fazla çalışmasına göndermede bulunulmuşsa yayım tarihinde sonra bu durum (**Friedman, 2014a**), (**Friedman, 2014b**) şeklinde küçük a, b, c vb. harflerle belirtilir. Çok yazarlı çalışmalarda metin içinde kaynak gösterimi (Kotler, vd. 2015, 155) şeklinde gösterilir. Detaylı bilgi için APA'nın web sitesine (<http://www.apastyle.org>) bakılabilir.
17. **Makalede kaynakça aşağıdaki gibi gösterilir:**
 - a) **Tek yazarlı makale;**

Kotler, P. (1973). "Atmospherics As A Marketing Tool", *Journal of Retailing*, 49(4), s. 50.
 - b) **İki yazarlı makale;**

Milgrom, Paul R. and Weber, Robert J. (1982) "A Theory of Auctions and Competitive Bidding." *Econometrica*, 48 (50), s. 1089-1122.
 - c) **Üç ve daha fazla yazarlı makale;**

Stephenson M.L.; Russel, K.A ve Edgar, D. (2010), "Islamic Hospitality in the UAE: Indegenization of Products and Human Capital", *Journal of Islamic Marketing*, 1(1), s. 9-24.
 - d) **İnternet – İnternette Yayımlanan Dergi Makalesi**

Wade, L. (2000). International Business Management. *Journal of Management* 12.2: 187-223. [Çevrimiçi kaynak]. <http://www.texshare.edu/ovidweb/ovidweb.cgi> [Erişim tarihi: 2 Mart 2017].

18. Kitapta kaynakça aşağıdaki gibi gösterilir:

a) Tek Yazarlı Kitap

Kotler, P. (2001) *Marketing Management*, Millenium Edition, Prentice-Hall, Inc.

b) İki Yazarlı Kitap

Tabachnick, B.G. ve Fidel, L.S. (2001), *Using Multivariate Statistics*, International Student Edition, 4th Edition, USA: Allyn and Bacon, A Pearson Education Company.

c) Tek Editörlü Kitap

Theberge, J. (Ed.). *Economics of Trade and Development*. New York: John Wiley.

d) İki Editörlü Kitap

Stodgill, M. R. ve A. E. Coons (Ed.). (1957). *Leader Behaviour:Its Description and Measurement*. Columbus: Ohio State University.

e) Editörlü Kitaptan Bölüm

Can, A. H. (2002). *Bacasız Sektör Kültür Turizmi*. K. Hayat (Ed.). Türkiye'nin Turizm Sektörü. Ankara: Gazi Yayıncılık, 2002, 65-98.

19. Kongrede Sunulan Yayınlar

Babahan, R. ve Davutoğlu, A. (2017) "Corruption in Auctions of LandUse Rights: Empirical Assessment of Seven Chinese Cities", *Second World Congress of Comparative Economics Abstract Book*, March 25, 2017 / St. Petersburg-Russia.

Bingol University Journal of Economics and Administrative Sciences

Publication Principles

1. *Bingol University Journal of Economics and Administrative Sciences* (hereafter) is an internationally refereed journal published twice a year (August-December).
2. There is no charge for publications.
3. *Bingol University Journal of Economics and Administrative Sciences* aims to contribute to the accumulation of knowledge in economics and finance, humanities and social sciences, business and management, Islamic economics and law and public administration by publishing studies with high scientific qualities at national and international level.
4. Publication languages are Turkish and English. However, articles written in other languages may also be taken into consideration by the Editorial Board.
5. The articles to be published in the journal should be original and academic works prepared primarily by using appropriate research methods in their fields. In addition, translations, field surveys, research notes, proceedings and conference texts, congresses, symposiums, panel etc. introductions, book evaluations, editorial letters and literature reviews etc. type writings are published.
6. Manuscript must be sent to Dergipark page with the extension <http://dergipark.gov.tr/biibfad>.
7. **Author names and info should definitely be removed** from the article initially submitted over the Dergipark webpage. Author info will be added to the manuscripts later on.
8. The manuscripts submitted to journal must not have been published or be under consideration for publication in any other media at the time of being submitted into the system.
9. Articles are first examined, by the field editors, in terms of the format. Articles that do not comply with the publication and editorial principles are returned to the author for necessary corrections without subjecting to the content review.
10. Articles are passed through plagiarism control by a special program used to detect plagiarism.
11. Unpublished articles are kept in the journal archive.

12. After making the preliminary examination, the articles are sent to at least two referees that are experts of the subject determined by the field editor. In the event of a positive report from both referees, the article will be published. The authors are then informed of the issue the article will be published. If both of the referees express negative views, the article will not be published. The articles receiving just one positive view are forwarded to a third referee for the final decision.
13. If the referees ask for any corrections, as in “can be published after corrections”, the article will be returned to the author for necessary corrections. The author has to make corrections with a different color. After the corrections, it is checked whether the referee warnings are taken into consideration. The text will then be re-evaluated by the field editor.
14. The evaluation period of the articles by the referees may take up to two months, at most.
15. Board of the referees of each of the journal issue is listed on each of the issue published and printed.
16. Each author may publish ‘only one single-authored work’ (article or translation) on each issue. The articles with more than one author are out of this principle.
17. No fee of copyright or royalties are paid for the published articles. However, the authors will have three free copies of the issue in which their articles are published.
18. All scientific and legal responsibilities of the published works belong to their authors.
19. All publishing rights of the papers accepted for publication belong to Bingöl University Faculty of Economics and Administrative Sciences.
20. The decision authority on matters not mentioned here belongs to the Editor of the *Bingol University Journal of Economics and Administrative Sciences*.

Writing Rules

1. Titles in Turkish and the other foreign languages must be compatible with the scope of the article, and be short, clear and adequate.
2. Turkish and English abstracts must be added into the articles just below the title. Abstracts must reflect the purpose, scope and outcomes of the writing. Turkish and English abstracts must be added

into the Turkish articles; meanwhile, English and Turkish abstracts must also be added into the English articles.

3. The articles should be in accordance with the grammar rules in terms of language and expression. For spelling and punctuation, the dictionary of spelling by the Turkish Language Association will be used as a source. The concepts of Islamic economics and law, and the names of individuals and works should be written on the basis of the use of the Islamic Encyclopedia of Islamic Foundation of Turkey (DİA) or the writing rules.
4. The known scientific methods must be used in preparation of the articles; the subject, purpose, scope and reason for the preparation of the study must be given in a satisfying and certain order. Figures, tables, photographs and the other documents used in the article must be prepared in accordance with the scientific rules, be selected according to the purpose and scope of the article.
5. There must be a simple and sufficient explanation that can be easily understood under the figures, tables, pictures and other documents used in the article.
6. There must be a bibliography at the end of the study in accordance with the system of reference presentation. The references used in the work must be arranged in accordance with the writing rules; they must also be added to the bibliography at the end of the study in accordance with the system of reference presentation.
7. The results must be in accordance with the purpose and scope of the study, must be given with all of its outlines and in summary.
8. The articles should be written in Microsoft Office Word program with a paper size of 16x24 and a "Book Antiqua" style "11 point" and "Full: 14.5 nk" line spacing. The articles are printed on one side of the paper in a size of 12x19 cm. The margins should be 2.7cm from the top, 2.3cm below, 2cm from the inside edge and 2cm from the outside edge. In addition, a space of 2 lines from the top should be left on the first page.
9. Abstracts must be about 150-200 words, and written leaving 12 pt. space after the author names. They must be written leftward in 9 pt with "Book Antiqua"; the keywords (at least 5 and at most 7 expressions) and JEL codes should be given below the abstract.
10. The name of the article is written with bold 12 pt on the first page and the page should be centered. Under the Turkish title, the English title must be in italic-bold with 12 points and the first letters should be large and the others small. If the article is in English, a

Turkish title should be added to the bottom. The line spacing after the main headings is 23 points. Headings in the text should be preceded by 12 nk and followed by 6 nk.

11. After the title, the author name (s) should be written by giving 12 pt. space to rightward in the way of untitled, italic and bold. The title, institution and e-mail address are specified as footnotes.
12. Footnotes should be written in 9 pt with "Book Antiqua" style.
13. If the study was carried out with support of any institution; name of the institution should be indicated as a footnote on the first page.
14. The length of the articles sent to the journal should not exceed 30 pages and 7000 words. If the size of the text exceeds this limit, the editor may ask for shortening. Figures, tables and photographs should be prepared in a digital platform and placed so as not to exceed the page size in the text or at the end.
15. There will be 6 nk space between titles of the table, figure, photo and the table, photograph or figure below the titles. Table, figure and photo titles will be in bold, 1 cm from inside to right, with "Book Antiqua" writing style and 9 pt and "Table 1:" style. The records in the table will be written in the same format with 9 points. However, to ensure integrity of the Tables, Figures and Graphics, a 7 to 8 font style can also be used in extensive studies.
16. References are shown in text according to the APA system. According to this, citations should be written in parentheses as the surname of the author, surnames if there is more than one author, the publication date of the work found in the reference, the number of pages cited or pages (**Say and Krugman, 2012: 15**). If the referenced author has more than one work published in the same year, then small a, b, c, etc. should be used adjacent to the year (**Friedman, 2014a**), (**Friedman, 2014b**). Citation of the articles with more than one author in the text should be done as (Kotler, vd. 2015, 155). Detailed information can be found on the APA website (<http://www.apastyle.org>).
17. **The reference list should be written as follows:**
 - a) **Single-authored article;**
Kotler, P. (1973-1974). Atmospheric As A Marketing Tool. *Journal of Retailing*, 49 (4), pp. 50-68.
 - b) **Two-authored article;**
Milgrom, P.R. ve Weber, R.J. (1982). A Theory of Auctions and Competitive Bidding. *Econometrica*, 48 (50), pp. 1089-1122.
 - c) **Three or more authored article;**

Stephenson M.L.; Russel, K.A ve Edgar, D. (2010). Islamic Hospitality in the UAE: Indegenization of Products and Human Capital. *Journal of Islamic Marketing*, 1(1), pp. 9-24.

d) Internet – Article Published on the Internet Journal

Wade, L. (2000). International Business Management. *Journal of Management* 12.2: 187-223. [Online]. <http://www.texshare.edu7ovidweb/ovidweb.cgi> [Retrieved on: 2 Mart 2017].

18. The reference format for the books is as follows:

a) Single-authored Book

Kotler, P. (2001). *Marketing Management*, Millenium Edition, Prentice-Hall, Inc.

b) Two-authored Book

Tabachnick, B.G. ve Fidel, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics*, International Student Edition, 4th Edition, USA: Ally and Bacon, A Pearson Education Company.

c) Single-edited Book

Theberge, J. (Ed.). *Economics of Trade and Development*. New York: John Wiley.

d) Two-edited Book

Stodgill, M. R. ve A. E. Coons (Ed.). (1957). *Leader Behaviour: Its Description and Measurement*. Colombus: Ohio State University.

e) Articles inside an edited Book

Can, A. H. (2002). *Bacasız Sektör Kültür Turizmi*. K. Hayat (Ed.). Türkiye'nin Turizm Sektörü. Ankara: Gazi Yayıncılık, 2002, 65-98.

19. Publications Presented at the Congress

Erdoğan, R. ve Yıldırım, B. (2017) "Corruption in Auctions of LandUse Rights: Empirical Assessment of Seven Chinese Cities", Second World Congress of Comparative Economics Abstract Book, March 25, 2017 / St. Petersburg-Russia.