



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Akdeniz University
Journal of the Faculty of Applied Sciences

YIL 2019 CİLT 1 SAYI 1-2

Year 2019 Volume 1 Issue 1-2

E-ISSN: 2717-6177



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Akdeniz University

UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
Journal of the Faculty of Applied Sciences

CİLT 1, SAYI 1-2, 2019
Volume 1, Issue 1-2, 2019

E-ISSN: 2717-6177

Sayı Editörü

Doç. Dr. Halil ÖZEKİCİOĞLU

Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi

E-ISSN: 2717-6177

Yıl 2019, Sayı 1-2

Dergi Sahibi

Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ Akdeniz Üniversitesi

Baş Editör

Doç. Dr. Halil ÖZEKİCİOĞLU Akdeniz Üniversitesi

Editör Yardımcıları

Dr. Öğr. Üyesi Nuri AVŞARLIGİL Akdeniz Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Filiz YETİZ Akdeniz Üniversitesi

Yönetici Editör

Arş. Gör. Hasan Emin GÜRLER Akdeniz Üniversitesi

Dil Editörü

Prof. Dr. Ş. Gözde YİRMİBEŞOĞLU Akdeniz Üniversitesi

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Ş. Gözde YİRMİBEŞOĞLU Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Halil ÖZEKİCİOĞLU Akdeniz Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Filiz YETİZ Akdeniz Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Nuri AVŞARLIGİL Akdeniz Üniversitesi

Öğr. Gör. Dr. Bilge Timuçin EKİNCİ Akdeniz Üniversitesi

Arş. Gör. Hasan Emin GÜRLER Akdeniz Üniversitesi

Danışma Kurulu

Prof. Dr. Mahir NAKİP	Çankaya Üniversitesi
Prof. Dr. Levent ÇITAK	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Gülden ÜLGEN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Remzi ALTUNIŞIK	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Sadık ÖNCÜL	Cumhuriyet Üniversitesi
Prof. Dr. M. Şükrü AKDOĞAN	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail KÜÇÜKAKSOY	Dumlupınar Üniversitesi
Prof. Dr. Halil TUNALI	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet İNCEKARA	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Nalan AKDOĞAN	Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. M. Zihni TUNCA	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Müslüme NARİN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Filiz Elmas SARAÇ	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Nihat ERDOĞMUŞ	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet TOMANBAY	Ufuk Üniversitesi
Prof. Dr. Gökhan AKYÜZ	Akdeniz Üniversitesi
Dr. Ahmet TUNCAY	

İÇİNDEKİLER

Araştırma Makaleleri

Orta Gelir Tuzağı ve Ekonomik Karmaşıklık Düzeyi İlişkisi: Türkiye ve Seçilmiş Ülkeler Üzerine Bir İnceleme <i>Nejla KARADAŞ, Semanur SOYYİĞİT</i>	1-23
İşveren Marka Algısının İç Girişimcilik Üzerine Etkisi: Kamu-Özel Sektör Çalışanları Üzerine Bir Araştırma <i>İsmail Hakkı GÜRLER, Ahmet Reşat SARAĞLU</i>	24-38
Mobbing'in Neden ve Sonuçları: Havacılık Sektöründe Vaka İncelemesi <i>Bilge Timuçin EKİNCİ</i>	39-62
Türkiye'de Muz Üretimi ve İthalatına Yönelik Bir Tahmin Modellemesi <i>Fatih BOZ, Namık HÜSEYİNLİ</i>	63-82
Dünya'da ve Türkiye'de Sivil Denizaltı Faaliyetleri Üzerine Bir İnceleme: Nemo Primero Örneği <i>Seyfettin CEYLAN</i>	83-104

Research Articles

The Relationship Between Middle-Income Trap and Economic Complexity Level: An Examination on Turkey and Selected Countries <i>Nejla KARADAŞ, Semanur SOYYİĞİT</i>	1-23
The Effect of Employer Brand Perception on Intrapreneurship: A Research on Public-Private Sector Employees <i>İsmail Hakkı GÜRLER, Ahmet Reşat SARAĞLU</i>	24-38
Causes and Results of Mobbing: A Case Study In The Aviation Sector <i>Bilge Timuçin EKİNCİ</i>	39-62
A Forecast Modeling In Turkey on Banana Production and Import <i>Fatih BOZ, Namık HÜSEYİNLİ</i>	63-82
A Study on Civilian Submarine Activity In The World and Turkey: Nemo Primero Example <i>Seyfettin CEYLAN</i>	83-104

SUNUŞ

Değerli Okuyucularımız,

Sosyal Bilimlerde uygulamaya yönelik bir ihtiyacın giderilmesi amacıyla kurulan dergimiz, sadece akademi dünyasının değil iş dünyasının da fayda sağlayacağı bir okuyucu kitlesi hedeflemektedir. İlk sayısı itibariyle 2019 yılında yayın hayatına başlayan Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi'nde; uluslararası ticaret ve lojistik, işletme, bankacılık ve finans, pazarlama, yönetim bilişim sistemleri, havacılık yönetimi, sigortacılık, aktüerya, iktisat, kamu yönetimi, maliye alanlarındaki makaleler yayımlanmaktadır. UBF Dergisine yayımlanmak üzere çok değerli akademisyenler ve iş dünyası mensupları tarafından gönderilen makaleler kör hakem sürecinden geçirilmiş olup olumlu rapor alanlar kabul edilmiş ve yayına hazır hale getirilerek bu sayı oluşturulmuştur.

Tübitak/Ulakbim sınıflamasına göre (ULAKBİM makaleleri Olgu Sunumu, Araştırma Makalesi ve Derleme Makale olarak üç grupta toplamıştır) araştırma makalelerinin ağırlıkta olmasını beklediğimiz dergimizin bilim ve iş dünyasına katkılarının geniş olmasını umuyoruz. Dergimizin ilk sayısından itibaren eserlerini gönderecek yazarların çalışmalarında nitel ya da nicel bir araştırmaya yer vermelerini önemle rica ederiz. Bu vesileyle hakemlerimize ve yazarlarımıza teşekkürlerimizi sunarız. Gelecek sayılarda buluşmak umuduyla... Saygılarımızla

Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ
Dekan

Editörden...

Fakülte dergisi olarak yayın hayatına başlayan dergimizin ilk sayısı ile buluşmanın heyecanı içerisindeyiz. Şüphesiz ki akademik bir dergi çıkarılması oldukça zahmetli bir sürecin sonunda gerçekleşmektedir. Dergimizin ilk sayısına emekleriyle katkıda bulunan hakemlere, yazarlara ve dergimiz ekibine içten teşekkürlerimi sunuyorum. Gelecek sayılarda da yayınlarda öncelediğimiz akademik kaliteye ve özgünlüğe verdiğimiz önemi devam ettirmeye çalışacağız.

Aralık 2019 sayımızda kör hakem süreci sonunda 5 adet özgün makale yayınlamış bulunmaktayız. Dergimizde yayınlanan çalışmalar "Orta Gelir Tuzağı ve Ekonomik Karmaşıklık Düzeyi İlişkisi: Türkiye ve Seçilmiş Ülkeler Üzerine Bir İnceleme", İşveren Marka Algısının İç Girişimcilik Üzerine Etkisi: Kamu - Özel Sektör Çalışanları Üzerine Bir Araştırma", "Mobbingin Neden ve Sonuçları: Havacılık Sektöründe Vaka İncelemesi", Türkiye'de Muz Üretimi ve İthalatına Yönelik Bir Tahmin Modellemesi", "Dünya'da ve Türkiye'de Sivil Denizaltı Faaliyetleri Üzerine Bir İnceleme: Nemo Primero Örneği" gibi oldukça ilginç ve çok çeşitli iktisadi ve sosyal konuları içeren çalışmalar yer almaktadır.

Doç. Dr. Halil ÖZEKİCİOĞLU


Editör

Makale Türü / Article Type: Araştırma / Research

ORTA GELİR TUZAĞI VE EKONOMİK KARMAŞIKLIK DÜZEYİ İLİŞKİSİ: TÜRKİYE VE SEÇİLMİŞ ÜLKELER ÜZERİNE BİR İNCELEME*

Nejla KARADAŞ 

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Semanur SOYYIĞIT 

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi



■ Özet

Orta gelir tuzağı, 2000’li yıllarda iktisat literatüründe kullanılmaya başlamış bir kavram olmasına rağmen, bu kısa dönemde oldukça ilgi gören popüler bir konu haline gelmiştir. Kavram temel olarak, ülkelerin düşük gelir düzeyinden orta gelir düzeyine yükselmelerinden sonra, uzun süre bu gelir düzeyinde kalmaları ve yüksek gelir düzeyine çıkamamaları durumunu ifade etmektedir. Bu süreçte, ülkelerin yapısal dönüşümü sağlıklı biçimde gerçekleştiremedikleri bilinmektedir. Bu çalışmada da belirli kriterlere göre orta gelir tuzağında oldukları belirtilen Türkiye, Malezya ve Tayland’ın seçilmiş bazı yüksek gelirli ülkelerin ekonomik karmaşıklık endekslerine yakınsamaları incelenmiştir. Ekonomik karmaşıklık endeksi son dönemlerde yapısal dönüşümü temsil etmede kullanılan bir ölçüdür. Birim kök testi ile yapılan analiz sonucunda, Türkiye’nin ve Tayland’ın ekonomik karmaşıklık endeksinde yüksek gelirli ülkelere bir yakınsama belirlenemezken, Malezya’nın ekonomik karmaşıklık endeksinde yakınsama olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, Malezya’nın orta gelir tuzağını aşmaya Türkiye ve Tayland’dan daha yakın olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Orta Gelir Tuzağı, Yapısal Dönüşüm, Yakınsama

The Relationship Between Middle-Income Trap and Economic Complexity Level: An Examination on Turkey and Selected Countries

■ Abstract

Although the middle income trap is a concept that has started to be used in the economic literature since 2000s, it has become a popular subject that attracts a lot of attention within this short period. The concept basically refers to the situation that countries, which switch from low income level to middle income level, remain at this income level for a long time and cannot reach high income level. In this process, it is known that countries can not achieve a healthy structural transformation. In this study, convergence to some high-income countries’ economic complexity levels for Turkey, Thailand and Malaysia which are determined to be middle-income trap countries in terms of some criteria has been examined. Economic complexity index is a new measure to represent structural transformation. As a result of the unit-root tests, it has been concluded that the economic complexity indices of Turkey and Thailand have not converged to the high-income countries’ index values while Malaysia’s economic complexity index has converged. These results can be interpreted such that Malaysia is more probable to overcome the middle income trap than Turkey and Thailand.

Keywords: Middle Income Trap, Structural Transformation, Convergence

*Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi Semanur SOYYIĞIT danışmanlığında Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde yürütülen “Orta Gelir Tuzağı ve Ekonomik Karmaşıklık Düzeyi İlişkisi: Türkiye Üzerine Bir İnceleme” isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Atf: Karadaş, N. ve Soyyiğit, S. (2019). Orta Gelir Tuzağı ve Ekonomik Karmaşıklık Düzeyi İlişkisi: Türkiye ve Seçilmiş Ülkeler Üzerine Bir İnceleme. *Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1-2), 1-23.



GİRİŞ

Orta gelir tuzağı (OGT) kavramı, ilk kez 2007 yılında, Dünya Bankası'nın "Bir Doğu Asya Rönesansı: Ekonomik Büyüme için Fikirler (An East Asian Renaissance: Ideas for Economic Growth)" isimli raporunda Gill ve Kharas (2007) tarafından belirtilmiştir. Kavram, Gill ve Kharas tarafından yapılan bu çalışmada gündeme gelmiş olup, topladığı ilgi sonrasında giderek artmıştır. Gill ve Kharas'ın bu çalışmalarında, orta gelir seviyesinde yer almakta olan birçok ülkenin, günümüzde yaşanmakta olan ekonomik değişimlere ve dönüşümlere uyum sağlamada güçlük çektiğine; bu sebeple de gelişmiş ülkelere göre daha yavaş büyüme performansı sergilediklerine dikkat çekilmektedir. Dolayısıyla bu olgu, orta gelir seviyesinde yer alan ülkelerin uzun bir süre bu seviyede sıkışıp kalarak yüksek gelirli ülkeler grubuna geçememesi durumunu ifade etmektedir. Çalışmada bazı orta gelirli ülkelerde, büyümenin durgunlaşmasıyla içine girilen kısır döngü durumuna gönderme yapılmaktadır. Gill ve Kharas'a (2007) göre; orta gelirli ülkeler ne ücretlerin düşük olduğu az gelişmiş ülkelerle rekabet edebilmekte ne de yenilikçi sektörlere sahip gelişmiş ülke sınıfına geçmeyi başarabilmektedirler. OGT'ye yakalanan ülkeler, gelişmiş ülkelere nazaran daha yavaş büyüme ivmesi gösteren ve ekonomik yakınsamalarını henüz tamamlayamamış olan; bir taraftan ücretlerin görece düşük olduğu düşük gelir düzeyinde yer alan ülkelere karşı imalat sanayi ürünlerindeki karşılaştırmalı üstünlüğünü kaybeden, öte taraftan sanayileri olgunlaşmış, teknolojik yeniliklerde baskın olan inovasyona dayalı büyüme gerçekleştiren ülkelerle rekabet edemeyip bu ülkeler arasında sıkışıp kalan ülkelerdir (Gill ve Kharas, 2007: 4-5).

Agenor vd.'nin (2012), "Orta Gelir Büyüme Tuzaklarından Kaçınma (Avoiding Middle-Income Growth Trap)" adlı çalışmalarında, birçok ülkenin 1950'li yıllardan bugüne sergiledikleri hızlı ve dengeli büyüme performansı sayesinde orta gelir seviyesine ulaşma başarısı gösterebilmelerine karşın, orta gelir seviyesine ulaşan ülkelere çok az bir kısmının gelir düzeyi yüksek olan ülke kategorisine ulaşabildiği vurgulanmaktadır. Yüksek gelir grubuna ulaşamayan ülkelerin ise OGT'ye yakalandıkları belirtilmiştir (Agenor vd., 2012: 1).

Orta gelir seviyesinde yer alan ülkelerin karşı karşıya kaldıkları büyüme sorunlarının bir sonucu olarak gündeme gelen OGT kavramı, iktisatçılar arasında ilgi gören bir konu haline gelmiştir. Orta gelir seviyesindeki ekonomileri tehdit eden ciddi bir sorun olarak karşılaşılan OGT olgusu, son dönemlerde iktisat yazınında ilgi çekmeye başlamıştır. Buna karşılık, literatürde farklı tanımlamaların ortaya çıktığı görülmektedir. Felipe vd.'ye (2012) göre OGT, bir ülkenin, orta gelir seviyesine erişip, uzun süre boyunca (alt-orta gelir kategorisinde yer alan ülkeler için 28 yıl ve daha fazla, üst-orta gelir kategorisinde yer alan ülkeler için 14 yıl ve

daha fazla) bu gelir seviyesinde takılıp kalması olarak ifade edilmektedir (Felipe vd., 2012: 26). Yeldan vd.'ye (2012) göre OGT, Gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYH) bakımından kişi başına gelir düzeyi orta gelir düzeyine erişmiş ülkelerin, bu gelir aralığında sıkışıp kalarak bir üst gelir düzeyine geçememe durumudur (Yeldan vd., 2012: 13). Eichengreen vd.'ye (2012) göre ise OGT, gelir seviyesi düşük ülkeler grubunda yer alan bir ülkenin, orta gelir seviyesine eriştikten sonra büyüme sürecinde ortaya çıkan yavaşlama durumudur (Eichengreen vd., 2012: 46). Eğilmez'e göre OGT, orta gelir düzeyine erişmiş olan ülkelerin, uzun vadede bu düzeyde takılıp kalarak gelir düzeyi yüksek olan ülkelerin düzeyine erişememelerini ifade etmektedir. Başka bir deyişle OGT, bir ekonomide kişi başına gelir seviyesinin aynı seviyede kalması durumunu ya da bir ekonominin belirli bir kişi başına gelir düzeyine eriştikten sonra durağan durum içine girerek bulunduğu gelir düzeyinde sıkışıp kalması durumunu özetleyen bir yaklaşımdır (Eğilmez, 2012).

OGT kavramını açıklamaya yönelik birçok çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışmalar öncelikle ülkeleri gelir düzeyi temelinde tasnif etmektedir. Böyle bir tasnif ise kişi başına Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) değeri temel alınarak yapılabilmektedir. Bu kapsamda genel kabul edilen yöntem, Dünya Bankası'nın geliştirdiği "Atlas Metodu" ile ülkelerin gelir bakımından sınıflandırılmasıdır (The World Bank, (2017a); Yavuz, 2017: 79). Bu sınıflandırmaya ilişkin bilgi, Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1: Gelir Düzeyine Göre Ülkelerin Sınıflandırılması

Gelir Gruplarına Göre Ülkeler	Kişi Başına Düşen Gelir Aralığı
Düşük Gelirli Ülkeler	995 \$ veya daha az
Alt-Orta Gelirli Ülkeler	996 \$-3.895 \$ aralığında
Üst-Orta Gelirli Ülkeler	3.896 \$-12.055 \$ aralığında
Yüksek Gelirli Ülkeler	12.056 \$ veya daha fazla

Kaynak: Dünya Bankası veri tabanından edinilen Atlas Metot yöntemi ile hesaplanan gruplandırmadan alınmıştır, 2017. The World Bank (2017b), <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups>, (Erişim Tarihi: 20.12.2018).

OGT kavramına yönelik olarak yapılan tanımlamalara bakıldığında, OGT kavramının büyümenin sürdürülebilirliği konusunda yaşanan sıkıntıların bir sonucu olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, OGT olgusunun anlaşılması açısından Solow'un (1956) Neo-Klasik büyüme modeli önemli bir çıkarım sağlamaktadır. Neo-Klasik büyüme modelinde ekonomik büyüme, diğer bir ifadeyle çıktı düzeyindeki artış; emek, sermaye ve teknoloji düzeyi tarafından belirlenmektedir. Modelde çıktı oranı, emek ve sermaye faktörlerindeki ortalama artış oranı tarafından belirlenmektedir. Azalan verimler yasasının geçerli olduğu modelde; sermaye stoğundaki ve emek faktöründeki artışla açıklanamayan üretim fazlalığı,

teknik değişimin etkisiyle oluşmaktadır. Modelde, teknoloji düzeyi ve emek sabit iken, fiziki sermaye birikimine dayanan bir büyüme modelinin azalan verimlerden dolayı sürdürülebilir özellikte olmadığı ve sadece sermaye birikimine dayalı bir büyümenin durağan bir denge durumunu ortaya çıkaracağı ortaya konmuştur. Sermaye birikimine dayalı bir üretim modeli nihai olarak sıfır büyümeyle dengelenmektedir. Bu denge ise OGT olarak değerlendirilebilir (Yeldan vd., 2012: 31-33). Model azalan verimlerle ifade edildiğinden, başlangıçta GSYH'leri düşük olan az gelişmiş ülkeler, sermayenin azalan getiri özelliği varsayımının bir sonucu olarak daha hızlı büyüme oranlarına sahiptirler. Dolayısıyla işgücü başına daha az sermayeye sahip ülkeler, sermayenin getiri oranlarının bu ülkelerde daha yüksek olacağından ötürü daha yüksek büyüme oranı ile gelişmiş ülkelerin milli gelirlerine yakınsayacaklardır. Neoklasik teorinin bu öngörüsü ile uzun dönemde ülkelerin kişi başına düşen gelir düzeyleri birbirine yaklaşacak, böylelikle ülkeler arasındaki gelişme farklılıkları kendiliğinden giderilmiş olacaktır. Bu öngörüye “yakınsama hipotezi” denilmektedir (Kar ve Ağır, 2006: 53). Aslında OGT tasviri bir bakıma Neo-klasik büyüme modelindeki kuramsal kurgunun güncel ampirik yazına yansımından ibarettir. Buna göre sermayesi az olan ülkelerde büyüme daha hızlı sağlanacak, ancak zaman içinde kararlı duruma yaklaştıkça onların da büyüme oranlarında azalma görülecektir. Böylece ülkeler arasındaki kişi başına gelir farkları zaman içinde kapanmış olacaktır. Buradan hareketle, sermaye birikimine dayalı bir üretim modeliyle büyümenin gerçekleşmeyeceği, sadece sıfır büyüme ile dengeleneceği tespiti yapılabilmektedir. Bu durumla karşı karşıya olan ülkeler, teknolojik ilerlemeye adapte olamazlarsa OGT'ye yakalanarak birbirlerine yakınsayacaklardır (Yeldan vd., 2012: 33).

1. ORTA GELİR TUZAĞI - YAPISAL DÖNÜŞÜM İLİŞKİSİ

Gelir düzeyi düşük olan ülkelerde, yurt dışından ithal edilen basit teknoloji kullanılarak maliyet oranı düşük olan ve emeğin ağır bastığı üretim yapılmaktadır. Düşük emek maliyeti avantajıyla bu ülkeler, uluslararası pazarlarda rekabet gücü elde edebilmektedirler. Zamanla emeğin ve sermayenin verimliliği, verimlilik düzeyi düşük olan tarımsal sektörden verimliliği yüksek olan imalat sektörüne kaymaktadır. Bu durum ülkenin gelir düzeyinde artış sağlamaktadır. Ancak ülkeler orta gelir grubuna eriştiklerinde artık kırsal kesimde yaşanan eksik istihdam durumu giderek azalmakta, ücretlerdeki artışın yaşanması ise üstünlüğü kılan maliyet avantajlarının yavaş yavaş kaybolmaya başlamasına yol açmaktadır. Bu durum uluslararası piyasalarda maliyet kaynaklı rekabet avantajlarının kaybolmaya başlamasına, büyüme performanslarında da düşüşe yol açmaktadır. Bu tür durumlarla karşı karşıya kalan ülkelerin, kaybettikleri avantajları tekrar kazanmaya yönelik adımlar atmaları ve gereken

yapısal dönüşümleri gerçekleştirmeleri gerekmektedir. İnovasyon temelli üretkenlik seviyesine ulaşamayan ve ekonomik yapılarını geliştiremeyen ülkeler, orta gelir düzeyinden bir üst gruba yani yüksek gelir grubuna erişemezler. Bilgi ve beceri düzeyinin yüksek olduğu sofistike (karmaşık) mamul ürün üreten, inovatif ürünlerde hayli gelişmiş olan ülkelerle ve emek-yoğun nitelikli ürünlerde emeğin ucuz olduğu gelir düzeyi düşük olan ülkeler ile rekabet edemeyen ülkeler, OGT'ye takılıp kalmaktadırlar (Öz, 2012: 2). Dolayısıyla, OGT ile yapısal dönüşüm birbiri ile yakından ilişkili kavramlardır.

Ekonominin geçirdiği yapısal dönüşüm, yani o ekonomide zamanla nelerin üretilip ihraç edildiği kritik bir durum olup, bu süreçte kişi başına düşen gelirdeki büyüme yapısal dönüşüm sürecinin bir neticesi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu dönüşüm sürecinde bazı ürünler yüksek üretkenlikle üretilmekte olup, yüksek gelir esnekliğine sahiptirler. Ayrıca bu yapısal dönüşüm sürecinde iktisadi gelişmeyle beraber yüksek gelir seviyesine çıkışta aynı ürün grubunun giderek etkin üretilmesinden ziyade, ürün çeşitliliği ve daha üretken etkinlikler sonucunda üretken ürün grubuna geçiş önem arz etmektedir (Yeldan vd., 2012: 51). Yapısal dönüşüm, ekonomik gelişmenin önemli bir belirleyicisidir. Gelişmekte olan başarılı ülkeler, kademeli olarak üretim yapılarındaki düşük katma değerli ürünleri daha sofistike ürünlerle ve daha geniş bir ürün yelpazesıyla değiştirmektedir (Fortunato ve Razo, 2014: 281). Ülkelerin ürettikleri ürünler, ülkenin barındırdığı üretim faktörlerinin özelliği hakkında bilgi vermektedir. Bu bağlamda, ülke bilgi ve beceri içeriği yüksek sofistike mamul mal üretebiliyorsa, ülkenin üretim için gerekli olan beşeri sermaye, fiziksel altyapı ve kurumsal kalite bakımından iyi durumda olduğunu belirtmek mümkündür. Başka bir ifadeyle, ülkenin böyle bir üretim gerçekleştirebilmesi, ülkenin kompleks/karmaşık bir üretim yapısına sahip olduğunun göstergesidir (Can, 2016: 24).

Yapısal dönüşüm temel olarak; büyüme oranlarındaki artışa, ekonominin üretim yapısında birincil ürünlerden ikincil ürünlere ve daha sonrasında üçüncül ürünlere geçişin eşlik etmesi durumunu ifade etmektedir. Ekonominin üretim yapısında zamanla gerçekleşen değişimler ve sektörlerin istihdama olan katkıları, ekonomideki yapısal dönüşümü açıklamaktadır (Srinivasan, 2013: 54). Can ve Doğan (2017), bu dönüşümde tarım sektörünün düşük üretkenliğe sahip olmasından dolayı, bu sektörden diğer sektörlerle geçişin yüksek öneme sahip olduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla yapısal dönüşüm, ekonomide kullanılan girdilerin düşük üretkenlikteki tarımsal sektörden tarımsal olmayan sektörlerle doğru kaymasını ifade etmektedir. Bunun yolu ise tarım sektöründen imalat sektörüne ve sonra da hizmetler sektörüne geçişin sağlanmasıdır (Can ve Doğan, 2017: 276-277).

Kalkınma teorisinde yapısalcı yaklaşımı ortaya koyan iktisatçılara bakıldığında, Rosenstein-Rodan'ın 1943 yılındaki “Doğu ve Güneydoğu Avrupa'nın Sanayileşme Sorunu (Problems of Industrialization of Eastern and South-Eastern Europe)” isimli çalışmasının kilit öneme sahip olduğu, bu eser ile “erken yapısalcılık” yaklaşımının ortaya çıktığı görülmektedir. Rosenstein-Rodan bu çalışmada ekonomik sistemde sanayileşmenin dönüşümü sağlayıcı gücüne özel bir vurgu yapmıştır. Benzer düşünceye sahip olan Nurkse, Lewis, Hirschman, Myrdal ve Chenery de uzun dönemli büyüme sürecinin sektöre özgü bir süreç olduğunu ve sanayi sektörünün payında artışı gerektirdiğini belirtmişlerdir (Galavd., 2018: 222). Buna karşılık, bu kalkınma iktisatçılarının yaklaşımları arasında bir farklılık mevcuttur. Rosenstein-Rodan, Nurkse, Lewis ve Chenery dengeli kalkınma modelini savunurlarken; Hirschman ve Myrdal dengesiz kalkınma görüşünü ortaya koymuş ve desteklemişlerdir (Han ve Kaya, 2013: 204-209). Aslında bu teorilerin temel olarak söylediği şey, imalat sanayi sektörünün kalkınma dinamiğini harekete geçirme potansiyeline sahip olduğu ve ülkelerin bu üretken sektör açısından birbirinden farklılaştığıdır. Ancak bu görüşleri ampirik olarak destekleyecek güçlü bir yaklaşım yakın zamana kadar ortaya konulamamıştır. Hausmann ve Hidalgo tarafından 2011 yılında geliştirilerek ortaya konulan “Ekonomik Kompleksite Atlası (Atlas of Economic Complexity)”, üretim sofistikasyonunun az gelişmişliğin üstesinden gelmede merkezi bir öneme sahip olduğu görüşünü destekleyen önemli bir ampirik katkı olarak değerlendirilmektedir (Galavd., 2018: 226). Bu amaçla, çalışmanın bu kısmında Hausmann vd.'nin (2011) ekonomik karmaşıklık üzerine olan görüşlerine bakmakta fayda olduğu düşünülmektedir.

2. YAPISAL DÖNÜŞÜM – EKONOMİK KARMAŞIKLIK İLİŞKİSİ

Ekonomik gelişme süreçlerini başarılı biçimde geçiren ülkeler bu başarıya, düşük katma değerli ürünler yerine yüksek katma değerli sofistike ürünleri geçirerek ulaşmışlardır. Bununla birlikte, bu gelişmenin sağlanması kadar sürdürülebilmesi de önem taşımaktadır. Ülkelerin sınai gelişimleri aşamalı bir niteliktedir. Dolayısıyla ekonomideki mevcut donanım ile üretilebilen bir üründen, çok daha ileri bilgi, beceri ve yetenek gerektiren ürünlerin üretimine birden geçiş mümkün olmamaktadır (Fortunato ve Razo, 2014: 268). Bu sebeple de söz konusu dönüşümün oldukça iyi planlanması gerekmektedir.

Ülkenin ürettiği ürünlerin sofistikasyonunun kalkınma sürecini etkileme mekanizması basit bir teori çerçevesinde açıklanmaktadır. Buna göre ülkelerin üretken yapıları, ülkelerin sahip oldukları oldukça spesifik girdi ve yeteneklerce belirlenmektedir. Bu girdi ve yetenekler, üretimde kullanılan fiziksel ve fiziksel olmayan girdilerin yanı sıra, sosyal

etkileşim ağlarını da kapsamakta ve üretim açısından oldukça büyük önem taşımaktadır. Hidalgo (2009) tarafından ifade edilen bu teoriye göre, herhangi bir zamanda ürünler belli yetenekler gerektirirken, ülkeler de belirli bir yetenek kümesi ile donatılmıştır. Ürünlerin sofistikasyon derecesi, üretimde gerektirdikleri bu yeteneklerle; ülke ekonomisinin sofistikasyon derecesi ise o ekonominin donatılmış olduğu yetenek kümesi ile belirlenmektedir (Hidalgo, 2009: 2). Hausmann vd. (2011), bir ekonominin karmaşıklık düzeyinin, o ekonomide bulunan bilgi ve yeteneklerin çeşitliliğinin yanı sıra, gerek bireyler gerek kurumsal birimler arasındaki etkileşimle ve bu etkileşim sonucunda sahip olunan bilgilerin birleştirilmesi yoluyla sağlanacağını ifade etmektedir (Hausmann vd., 2011: 16). Bu bağlamda, ülkelerin üretip ihraç ettikleri ürünlerin zaman içerisinde geçirdiği yapısal dönüşümün, ekonominin sürdürülebilir bir büyüme sergilemesi hususunda büyük öneme sahip olduğu vurgulanmaktadır. Buna göre, ülkenin “ne kadar” ürettiğinden ziyade, “ne” ürettiği önemlidir. Zira ülkelerin uzun dönemli gelir artışları, üretim ve ihracattaki hacimsel artıştan ziyade, üretilen ve ihraç edilen ürünlerin sofistikasyon derecesine bağlıdır (Hidalgo, 2009: 2).

Ülkelerin ekonomik yapılarının sofistikasyonunu ifade etmede, Hausmann vd.’nin (2011) geliştirdikleri “ekonomik karmaşıklık kavramı” kullanılmaktadır. Ekonomilerin karmaşıklık seviyelerini niceliksel olarak belirlemekte ise yine Hausmann vd. (2011) tarafından geliştirilen “ekonomik karmaşıklık endeksi” adı verilen bir endeks kullanılmaktadır. Yazarlar, endeksi hesaplarırken, satırlarını ülkelerin (c), sütunlarını ürünlerin (p) temsil ettikleri bir M_{cp} matrisinden hareket etmişlerdir. Farklı sofistikasyon derecesine sahip ürünlerin aynı matriste temsil edildiği bu yapıda, eğer satırlarda yer alan ülkeler ilgili sütunda temsil edilen ürünü üretiyorsa, matrisin ilgili hücrelerine 1 değeri; üretmiyorsa 0 değeri yazılmıştır. M_{cp} matrisinin satırlarının toplamı alınarak her bir ülke için çeşitlilik (diversity) değeri; sütunlarının toplamı alınarak ise yaygınlık (ubiquity) değeri hesaplanmaktadır (Hausmann vd., 2011: 24):

$$\text{Çeşitlilik: } k_{c,0} = \sum_p M_{cp} \quad (1)$$

$$\text{Yaygınlık: } k_{p,0} = \sum_c M_{cp} \quad (2)$$

Yapılan teknik hesaplamalar sonunda, ekonomik karmaşıklık endeksi aşağıdaki gibi formüle edilmiştir (Hausmann vd., 2011: 24):

$$\text{Ekonomik Karmaşıklık Endeksi} = \frac{\vec{K} - \langle \vec{K} \rangle}{\text{stdhata}(\vec{K})} \quad (3)$$

Bu eşitlikte; \vec{K} , \vec{M}_{cc} ülke matrisinin ikinci en büyük özdeğeri ile ilişkili olan özvektörü, $\langle \vec{K} \rangle$ ortalamayı temsil etmektedir. Her bir ülke için bir endeks skoru elde edilen bu işlem sonucunda, elde edilen skor ne kadar yüksekse o ekonominin karmaşıklık derecesi, dolayısıyla sahip olduğu bilgi ve beceri ve bu bilgi ve becerileri kullanma kabiliyeti o denli yüksektir.

Günümüzde ülkelerin refah seviyelerini belirleyen en önemli unsur, bilgiyi ve beceriyi içeren verimli üretim yapısıdır (Hidalgo, 2009: 2). Bu bağlamda ekonomik karmaşıklık, ülkelerin refah düzeyleri ile yakından alakalı olup daha yüksek ekonomik karmaşıklık düzeyine sahip ülkeler, veri gelir seviyesinde, daha düşük ekonomik karmaşıklık düzeyindeki çok zengin ülkelerden daha hızlı büyümeye meyillidirler. Dolayısıyla ekonomik karmaşıklık, refahın bir belirtisi ya da ifadesi olmaktan öte, itici gücü olarak nitelendirilebilir (Soyyiğit, 2018: 376).

Hidalgo ve Hausmann (2009), ekonomik karmaşıklık düzeyinin önemine ilişkin çıkarımlarda bulunmuşlardır. Ekonomik karmaşıklık endeksinin şu faktörler üzerinde önemli bir belirleyicilik ve tahmin gücü sağladığını belirtmişlerdir (Hidalgo ve Hausmann, 2009: 10575): (i) Ülkedeki mevcut bilgi ve yetenekler kümesi hakkında bilgi vermektedir, (ii) Kişi başına düşen gelir düzeyi ile güçlü bir korelasyona sahiptir, (iii) Gelecek büyümenin tahminini sağlamaktadır, (iv) Ülkenin gelecek dönemdeki ihracat yapısının karmaşıklık düzeyi üzerinde belirleyicidir.

Bu kapsamda, OGT'nin kişi başına düşen gelir üzerinden değerlendirilen bir olgu olduğu düşünüldüğünde, ülkelerin mevcut ekonomik karmaşıklık düzeyinin ve bunun gelişim seyrinin kişi başına düşen gelir üzerindeki belirleyiciliğinden hareketle, ülkelerin OGT'den çıkışları üzerinde de etkili olacağı yorumu yapılabilir. Bu çalışmada da esas olarak OGT'den çıkmayı başarmış olan ülkelerde yapısal dönüşüm, ekonomik karmaşıklık düzeyindeki değişim kapsamında değerlendirilecek, Türkiye için mevcut durumun tespiti gerçekleştirilecektir. Ancak bu değerlendirmeye geçmeden evvel literatürde OGT üzerine yapılmış olan çalışmalara değinmek faydalı olacaktır.

3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

İktisat literatüründe, 2000'li yıllarda gelişen yeni bir kavram olmasına rağmen yoğun ilgi gören OGT'ye ilişkin Türkiye üzerine çok sayıda ampirik çalışma yapılmıştır. Tablo 2'de, literatürde yer alan bu çalışmaların bazılarına ilişkin bir özet sunulmaktadır.

Tablo 2: OGT üzerine Türkiye için yapılmış çalışmalar

Kaynak	Bulgular
Sak (2012)	Çalışmada Türkiye'nin OGT içerisinde olduğu, bunun en önemli nedeninin ise imalat sanayindeki gelişmeler olduğu belirtilmektedir. Sektörel istihdamdaki paylar ve işçi başına katma değerler incelendiğinde sanayinin toplam istihdam içerisindeki payının düştüğü işçi başına verimlilikte de azalışların olduğu gözlenmektedir.
Toprak (2012)	Türkiye'nin orta teknoloji tuzağı, OGT veya orta insani gelişmişlik tuzağı olarak nitelenebilecek ve sürekli gelişmekte olan ülke statüsünde kalmasınasebep olabilecek bir görünüme sahip olduğu belirtilmektedir. Çalışmada mülkiyet hakları endeksinin düşüklüğü, patent başvuruları ve alınan patentler bakımından yetersiz performansla sahip olunması, firmaların yaşadıkları finansal sıkıntılar, eğitim kalitesinin düşüklüğü ve nitelikli işgücü yetersizliği Türkiye'yi OGT'ye iten temel nedenler olarak gösterilmektedir.
Yeldan vd. (2012)	Toplam faktör verimliliğinin büyümeye katkısı dönemsel olarak incelendiğinde, 1980-1989 döneminde bu katkının ortalama olarak arttığı, 1990-1999 dönemlerinde dalgalı ve oynak bir seyir izlediği, 2000 sonrasında ise azaldığı görülmüştür. Çalışmada ayrıca Türkiye'nin Ar-Ge ve eğitim harcamaları konusunda OECD ve AB üyesi ülkeler ile kıyaslaması yapılmış; Türkiye'nin bu ülkelerin gerisinde kaldığı ifade edilerek, ekonomik büyüme sürecinde üretkenliğini ve eğitime dayalı kaynaklarını geliştirememesi durumunda OGT ile karşı karşıya kalabileceği ifade edilmiştir. Yazarlar, OGT riski bulunan bölgelerin yüksek gelirli bölgelerle olan ulaşım altyapısının geliştirilmesi ve bu bölgelerde orta-düşük ve orta-ileri teknoloji üretiminin desteklenmesi gerektiği belirtilmektedir.
Yeldan vd. (2013)	Tuzaklardan kurtulmak için her bölgeye ayrı strateji uygulanması gerektiğini ama aynı zamanda bu bölgesel stratejilerin makroekonomik açıdan Türkiye hedefleri ile uyumlu ve tutarlı olması gerektiğini belirtmişlerdir. Farklı gelir düzeylerinde ve gelişme evresinde olan bölgeler için farklı politika tasarımları belirlemişlerdir
Yaşar ve Gezer (2014)	Türkiye'nin ABD'nin kişi başına düşen gelirine oranı 1980-2012 arasında % 15-20 arasında takip ettiği OGT tanımlamasında bu oranın %57'de sürekli kalması şeklindeki literatür bilgisi doğrultusunda, Türkiye'nin bu seviyeye henüz ulaşamadığı tespit edilmiştir. Bir diğer kriter, imalat sanayi istihdamının toplam istihdamdaki payı %23'e ulaşan ülkenin, büyüme performansının yavaşlayacağına dair kriterdir. Türkiye'nin imalat sanayindeki istihdamının toplam istihdama oranının 2006-2013 yılları arasında ortalama %18,82 olması nedeniyle henüz OGT'ye takılı kalma potansiyelinin bulunmadığı belirtilmiştir.
Koçak ve Bulut (2014)	Robertson ve Ye'nin (2013) çalışması temel alınarak, yapısal kırılmaları dikkate alan birim kök testleri (Lee ve Strazicich'in (2003) geliştirdiği iki yapısal kırılmalı birim kök testi ve Carrion-i-Silvestre vd.'nin (2009) geliştirdiği beş yapısal kırılmalı birim kök testi) ile analiz edilmektedir. Her iki test neticesine göre Türkiye'nin OGT içerisinde bulunmadığı ve ABD ekonomisi ile arasındaki gelir farkını kapatma eğiliminde olduğu görülmüştür.

Bozkurt vd. (2014)	1971-2012 dönemi kapsamında yakınsama, ARDL ve Granger nedensellik analizlerinin uygulandığı çalışmadan elde edilen yakınsama analizi sonuçlarına göre; Türkiye'nin söz konusu dönemde gelir düzeyi yüksek ülkelere yakınsadığı tespit edilmiştir. ARDL analizinden elde edilen sonuçlara göre ise kısa dönemde açıklayıcı değişkenler olan yüksek öğretimde okullaşma oranının, yurtiçi tasarruf oranının ve imalat sanayinin GSYİH içindeki payının kişi başına düşen gelir üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu; ancak uzun dönemde yüksek öğretimde okullaşma oranının ve yurtiçi tasarruf oranının kişi başına düşen gelir üzerinde belirleyici olduğu tespit edilmiştir. Granger nedensellik testine göre ise tüm değişkenlerin kısa dönemde kişi başına düşen gelirin Granger nedeni olduğu ifade edilmektedir.
Dalgıç vd. (2014)	1990-2013 dönemi kapsamında çeşitli teknolojik, makroekonomik ve kurumsal değişkenler kullanılarak Türkiye'nin de içinde yer aldığı 56 orta gelirli ülkenin OGT'den kurtularak yüksek gelirli konuma gelmesinde hangi faktörlerin etkili olduğu, Probit Modeli kullanılarak analiz edilmektedir. Teknoloji değişkeni olarak sınıflandırılan patent başvuruları, Ar-Ge'de çalışan araştırmacı sayısı, ileri teknoloji ihracatının payı ve Ar-Ge harcamalarının GSYH'deki payı ile beşeri sermaye değişkeni olan orta öğretime kayıt oranının, orta gelirli ülkelerin kişi başına düşen GSYH artışının üstünde bir büyüme sergilediğini; dolayısıyla OGT'den çıkış olasılığını arttırdığını tespit etmişlerdir. Benzer şekilde; çalışmada makro değişken olarak kullanılan fiyat istikrarının sağlanması, doğrudan yabancı yatırım girişleri, yatırım ve tüketim harcamalarındaki artış ile dış ticaret hadlerindeki iyileşmenin OGT'nin aşılmasına pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu; bununla birlikte kamu harcamalarındaki artışın, dışa açıklık oranındaki yükselmenin ve reel döviz kurundaki yükselişin ters yönde etkide bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kurumsal değişkenler olan demokratik hesap verilebilirlik, hükümet istikrarlılığı ve yatırım profilindeki değişmelerin OGT'den çıkış olasılığını arttırdığını; yolsuzluk ve bürokratik kalitedeki artışın ise anlamlı ve negatif yönde etkide bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Şahin vd. (2015)	1980-2013 dönemi kapsamında JohansenEştümleşme ve Granger nedensellik testlerinin uygulandığı çalışmada kişi başına düşen GSYH'nin bağımlı değişken; enflasyon, para arzının logaritması, bütçe dengesinin, tasarrufların, sabit sermaye yatırımlarının GSYH'ye oranları ve ihracat oranın logaritması da açıklayıcı değişkenler olarak seçilmiştir. Elde edilen bulgulara göre ihracat ile kişi başına düşen gelir arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Kişi başına düşen gelirden diğer makroekonomik değişkenlere doğru tek yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiş; ayrıca toplam yurtiçi tasarrufların milli gelire oranı ve enflasyon oranı ile kişi başına düşen gelir arasında bir nedensellik ilişkisinin olmadığı tespit edilmiştir.
Yavuz (2017)	1980-2016 dönemi kapsamında Türkiye'nin OGT sorunsalını VAR analizi ve Granger nedensellik testi ile analiz etmiştir. VAR yönteminin sonucuna göre, bütçe açığındaki bir birimlik şok ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilemekte iken, kamu harcamalarındaki bir birimlik şok olumsuz yönde tesir etmektedir. Vergi gelirlerinin ise ekonomik büyüme üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamsızdır. Granger Nedensellik Testi analizinden elde edilen bulgular, sadece kamu harcamalarından ekonomik büyümeye doğru bir nedenselliğin varlığını ortaya koymaktadır. Diğer değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi ise istatistiksel olarak yorumlanamamaktadır. Dolayısıyla yazar, Türkiye'nin OGT'ye yakalanmaması için politika

	yapıcılarının etkin bir harcama politikasını belirlemesi gerektiğini ifade etmektedir.
Alkan ve Ümit (2018)	OGT olgusunun teorik altyapısını ve bu tuzakla mücadele ederek kurtulmayı başarmış ülke örneklerini inceleyerek Türkiye'nin de uzun vadeli büyüme performansını da göz önünde bulundurarak, OGT riskini belli ölçütler ve belirtiler kapsamında analiz etmişlerdir. Türkiye'nin uzun süredir OGT'ye takılı olduğu ve yüksek gelir grubuna ulaşmayı başaramamış olduğu tespit edilmiştir. Bu sebeple, hayata geçirmesi halinde ülkeye fayda sağlayacağı düşünülen politika önerileri sunulmaktadır.

Literatür araştırması kapsamında buraya kadar incelenen araştırmalar, orta gelir tuzağını çeşitli makroekonomik göstergeler çerçevesinde ele alıp incelemektedir. Bu çalışmanın temel tezi olan OGT'den çıkış ile ekonomik karmaşıklık düzeyi arasındaki ilişkiyi doğrudan ele alıp inceleyen bir çalışmaya yerli literatürde rastlanmamıştır.

4. SEÇİLEN ÜLKE GRUBUNA İLİŞKİN EKONOMİK GÖRÜNÜM

Çalışmanın bu kısmında Türkiye'nin OGT'ye ilişkin değerlendirmesi hem yüksek gelir grubunda yer alan ülkeler ile hem de kendisi gibi orta gelir düzeyinde yer alan ülkeler ile kıyaslama yapmak suretiyle gerçekleştirilecektir. Bu kapsamda çalışmada, Felipevd.'nin (2012) çalışmasındaki alt-orta gelir grubundan üst-orta gelir grubuna ulaştığı tespit edilen ülke grupları içerisinde, mevcut durumda Dünya Bankası'nın sınıflandırmasına göre (The World Bank, (2019a)) hâlâ üst-orta gelir grubunda yer alan ve Türkiye'nin de içinde bulunduğu ülkeler esas alınmış olup; bu ülkeler içerisinde de yine Felipevd.'nin (2012) tanımına göre üst-orta gelir grubuna erişip bu grupta 14 yıl ve daha uzun süredir bulunan ülkeler incelenmektedir. Zira Felipe, Abdon ve Kumar'ın Yaklaşımına (2012) göre, üst-orta gelir grubunda 14 yıl ve daha uzun süre takılı kalan ülkeler OGT'ye yakalanmış kabul edilmektedir. Ayrıca çalışmada, üst-orta gelir grubundaki bu ülkeler ile kıyaslama yapabilmek için, yine Felipevd.'nin (2012) çalışmasında üst-orta gelir grubundan en kısa sürede yüksek gelir grubuna ulaşan ülkeler seçilmiştir. İlgili ülkeler, Tablo 3 ve Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 3: 1950'den Sonra Alt-Orta Gelirli İken Üst-Orta Gelir Grubuna Yükselen Ekonomiler

Ülke	Bölge	1	2	3	4
Malezya	Asya	1969	1996	27	23
Tayland	Asya	1976	2004	28	15
Türkiye	Avrupa	1955	2005	50	14

Not: (1) Alt Orta Gelir Grubuna Terfi Ettiği Yıl, (2) Üst Orta Gelir Grubuna Terfi Ettiği Yıl, (3) Alt Orta Gelir Grubunda Geçirdiği Yıl, (4) 2019 Yılı İtibariyle Üst-Orta Gelir Grubunda Geçirdikleri Yıl.

Kaynak: (Felipe vd., 2012: 22).

Buna göre; 1950 yılı sonrasında alt-orta gelir grubundan üst-orta gelir grubuna çıkan ve günümüz itibariyle üst-orta gelir grubunda 14 yıl ve daha fazla süre geçiren ülkeler Malezya, Tayland ve Türkiye'dir. Türkiye bu ülkeler içerisinde alt-orta gelir grubunda en fazla süre

geçiren ülkedir. Malezya ve Tayland sırayla 27 ve 28 yılda üst-orta gelir grubu düzeyine çıkmış, ancak Türkiye bu ülkelerin harcadığı sürenin iki katına yaklaşık süre boyunca alt-orta gelir grubunda kalmıştır.

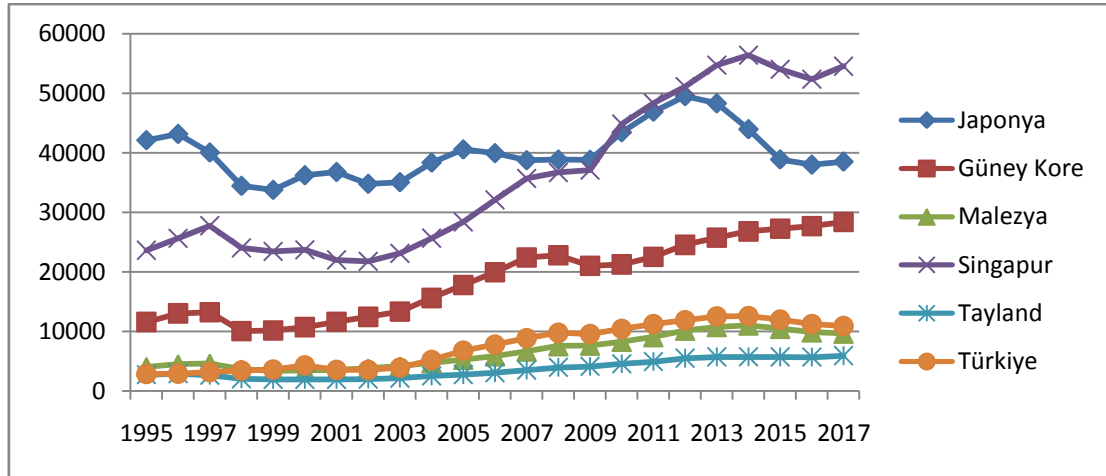
Tablo 4: 1950'den Sonra Üst-Orta Gelir Düzeyinde İken Yüksek Gelir Düzeyine Yükselen Ekonomiler

Ülke	Bölge	1	2	3	4
Japonya	Asya	1968	1977	9	4,7
Güney Kore	Asya	1988	1995	7	6,5
Singapur	Asya	1978	1988	10	5,1

Not: (1) Üst Orta Gelir Grubuna Terfi Ettiği Yıl, (2) Yüksek Gelir Grubuna Terfi Ettiği Yıl, (3) Yüksek Gelir Grubunda Geçirdiği Yıl, (4) Üst Orta Gelir Grubundan Yüksek Gelir Grubuna Geçme Aşamasında Kişi Başına GSYH Yıllık Ortalama Büyüme Hızı.

Kaynak: (Felipe vd., 2012: 24).

Felipe vd.'nin (2012) hesaplamalarına göre, aynı dönemde üst-orta gelir grubundan yüksek gelir grubuna yükselen ekonomiler ise Japonya, Güney Kore ve Singapur'dur. Böylelikle, Türkiye'nin hem kendi gelir grubundaki ülkeler ile hem de yüksek gelir seviyesine ulaşmış ülkeler ile karşılaştırmalı bir değerlendirilmesi yapılacaktır. Ancak öncesinde seçili ülkelerin çeşitli makroekonomik göstergelerine bakılması faydalı olacaktır.

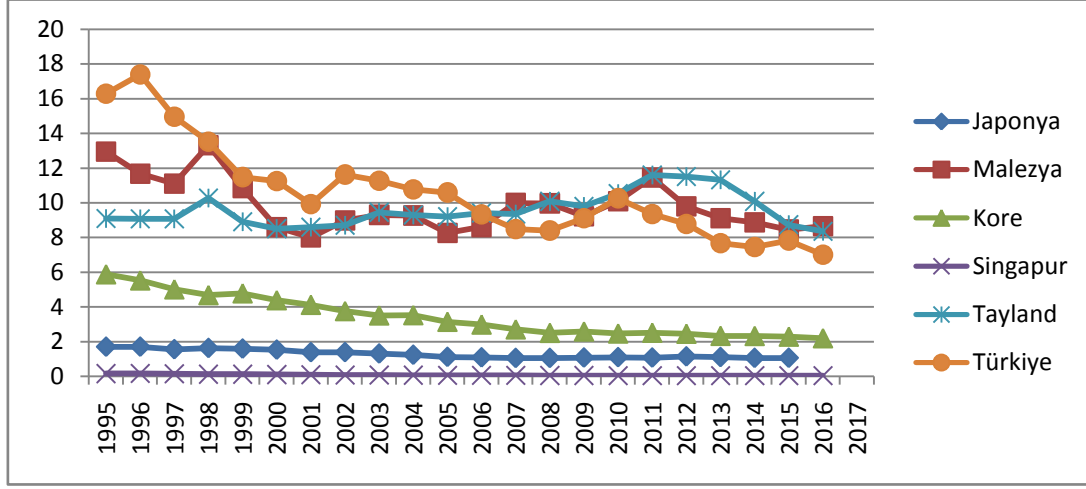


Şekil 1: Kişi Başına Düşen GSMH (Atlas metodu-Cari ABD Doları)

Kaynak: The World Bank, (2019b). <https://data.worldbank.org> (Erişim Tarihi: 15.05.2019).

Şekil 1'de 1995-2017 dönemi kapsamında seçilen ülkelerin kişi başına düşen GSMH'leri görülmektedir. Üst-orta gelir grubunda yer alan ülkelerin, yüksek gelir grubunda yer alan ülkelere belirlenen biçimde ayrıştığı görülmektedir. Veriler doğrultusunda nüfus başına düşen üretimde yüksek gelir seviyesinde olan G. Kore, Japonya ve Singapur önemli bir fark ile ileride iken, Türkiye üst-orta gelir grubu içinde Malezya ve Tayland'dan daha iyi durumdadır. Buna karşılık, yüksek gelir düzeyindeki ülkeler ile karşılaştırıldığında arada belirgin bir farklılığın olduğu görülmektedir. Bir ekonominin OGT içerisinde olup olmadığını tespit etmek için yalnızca kişi başına düşen gelir miktarının analizi yeterli olmamaktadır. Makro ölçekte bir değerlendirmenin yapılabilmesi için ekonomideki yapısal dönüşümü

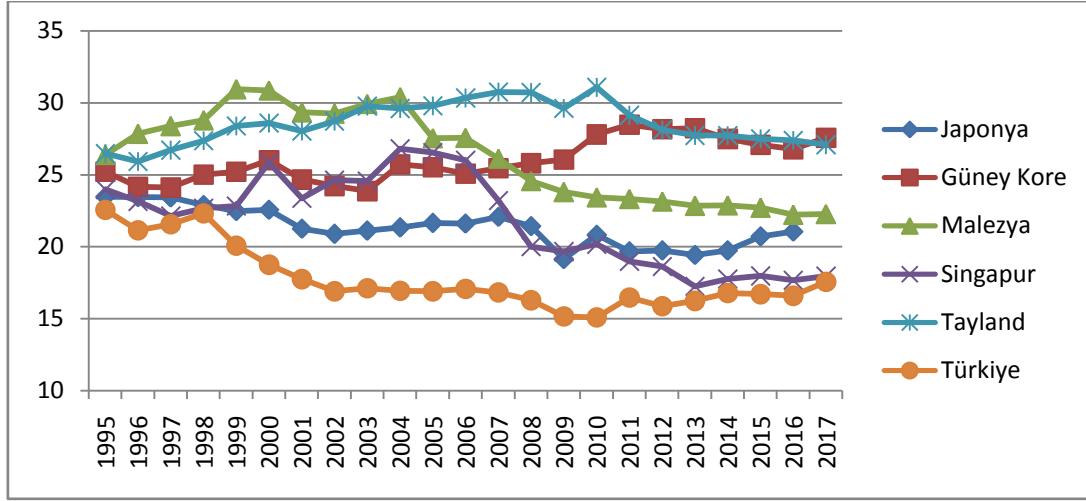
yansıtan çeşitli göstergelerin zaman içerisindeki seyrinin de incelenmesi gerekmektedir (Çobanoğulları ve Eroğlu, 2017: 262).



Şekil 2: Tarımsal Katma Değer (GSYH'deki payı, %)

Kaynak: www.foodsecurityportal.org (Erişim tarihi: 18.05.2019).

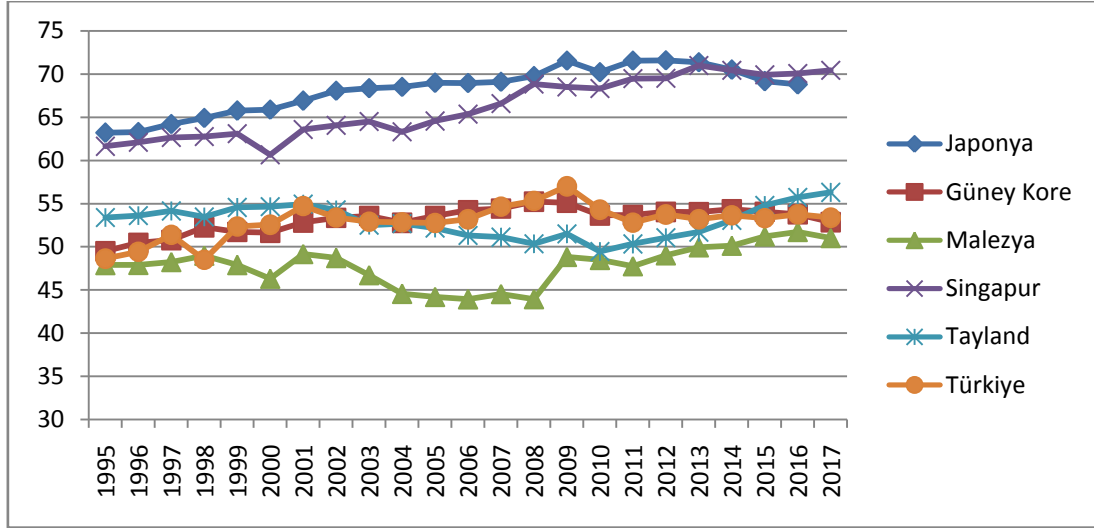
Şekil 2'de, ele alınan ülkelerde 1995-2017 dönemi kapsamında tarımsal katma değer GSYH'ye katkısı incelendiğinde, Türkiye ekonomisinde tarımsal katma değer hasıladaki payının giderek azaldığı görülmektedir. Yüksek gelir grubunda yer alan G. Kore, Japonya ve Singapur'da ise tarımın ulusal gelire katkısı oldukça düşüktür. Türkiye'nin aynı kategoride yer aldığı üst-orta gelir grubunda yer alan Malezya'da tarımın hasılaya katkısı başlangıçta daha yüksekken ilerleyen dönemlerde bu oran azaldığı ve 2001 yılından itibaren %8 ile %12 arasında yer aldığı görülmektedir. Tayland'da ise 1995 yılında %9'larda olan oran, 2011 yılında %11'lere yükselmiş ve izleyen dönemlerde giderek azalmıştır. Ülkelerin gelişme sürecinde, üretim yapısının düşük katma değerli sektörlerden daha yüksek katma değerli sektörler doğru bir yapısal dönüşüm geçirmek suretiyle, kaynaklarında bu süreçte düşük verimli sektörlerden daha verimli sektörler kaymakta olduğundan bahsedilmiştir. Bu anlamda tarım sektöründe oluşturulan katma değer hasıladaki payının azalması, yapısal dönüşüm açısından beklenen bir durumken; bu durumun, toplam faktör verimliliğindeki artışa yansımaları önemli bir durumdur. Burada önemli olan husus, bu dönüşümün imalat ve hizmet sektörlerinde başarıyla gerçekleştirilip gerçekleştirilemediği hususudur.



Şekil 3: İmalat Sanayinin Katma Değerinin GSYH'deki Payı (%)

Kaynak:The World Bank, (2019b).<https://data.worldbank.org> (Erişim Tarihi: 15.05.2019).

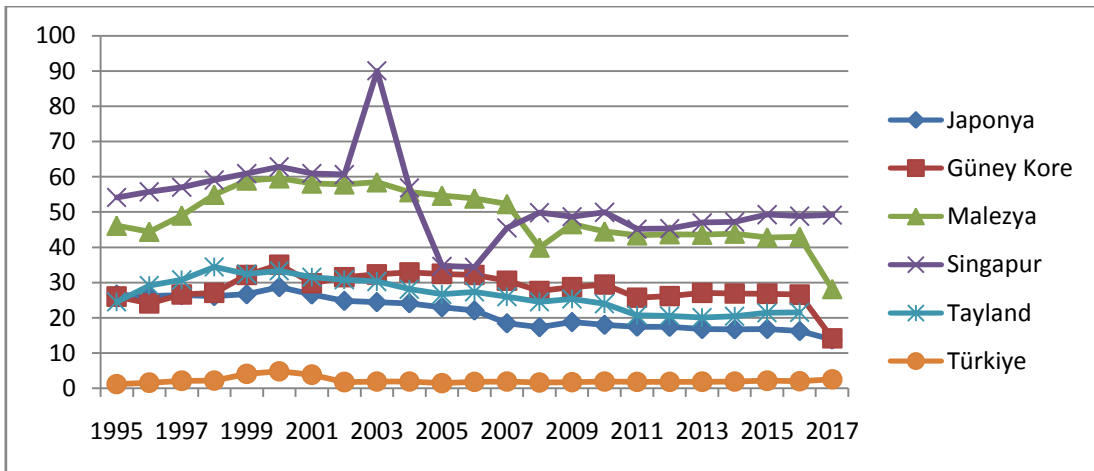
Şekil 3'te ele alınan ülkelerde imalat sanayi katma değerinin 1995 sonrası dönemde GSYH'ye katkısı izlenmektedir. Yüksek gelir grubunda yer alan ülkelerden G. Kore'de imalat sanayinin hasıladaki payında artış görülmektedir. Singapur ve Japonya'da ise genel olarak hafif bir düşüş söz konusudur. Üst-orta gelirli ülkelerden Tayland, dönem boyunca durgun bir görünüm sergilemektedir. Malezya ve Türkiye'de ise bir düşüş olmakla beraber, bu düşüş Türkiye'de daha sert biçimde gerçekleşmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde Türkiye'nin, imalat sanayinin katma değerinin hasıladaki payında kendi kategorisinde yer alan ülkelerden bile daha geride yer aldığı görülmektedir. OGT'nin aşılabilmesinde önemli bir unsur olan imalat sanayinin GSYH içindeki payının hızla gerilemesi, sanayileşmede yavaşlamanın yaşandığını göstermektedir. Sanayi sektörünün milli gelir içindeki payının, sanayileşmesini tamamlamış ülkelerde azalmakta olması ve yerini hizmet sektörüne bırakması olağan bir durumken Türkiye gibi sanayileşme sürecini henüz tamamlamamış ülkeler için ise bu oranın düşük seyretmesi hatta düşme eğilimine girmesi ayrı bir sorun teşkil etmektedir. Dolayısıyla Türkiye'nin imal edilen ürünlerin yapısını değiştirerek, artan derecede sofistike ürün üretmesi beklenirken tam tersine imalat sanayi katma değerinin hasıladaki payının azaldığı gözlenmektedir.



Şekil 4: Hizmet Sektörü Katma Değerinin GSYH'deki Payı (%)

Kaynak:The World Bank, (2019b).<https://data.worldbank.org> (Erişim Tarihi: 15.05.2019).

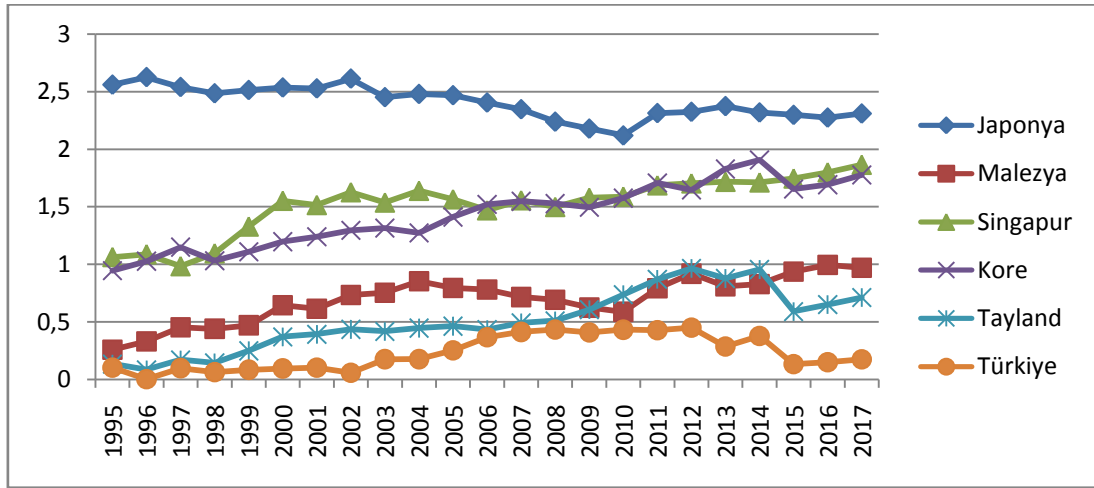
Hizmet sektörü katma değeri verileri, 1995-2017 yılları için Şekil 4'te yer almaktadır. Şekle göre Türkiye'de hizmet sektörü katma değerinin hasıladaki payında bir artış olduğu görülmektedir. Başlangıç yılında %48,6 olan oran 2017 yılında %53,4'e yükselmiştir. Türkiye, hizmet sektörü katma değeri performansına göre aynı kategoride yer alan Malezya ve Tayland'dan daha iyi durumdayken yüksek gelir grubunda yer alan Japonya ve Singapur'a göre daha düşük seviyede kalmaktadır. Türkiye açısından sektörlerin oluşturduğu katma değer hasıladaki payları bir bütün olarak değerlendirildiğinde; sağlıklı bir yapısal dönüşüm sürecinde olduğu gibi tarım sektörünün payı azalırken imalat sanayinin payının artması şeklinde bir değişim olmadığı görülmektedir. Aksine ekonomide daha sofistike ve yüksek katma değerli ürün üretme potansiyeli taşıyan imalat sanayi sektöründe bir azalış gerçekleşmektedir. Hizmet sektöründeki artış ise imalat sanayinin payında artış olmaksızın yapısal dönüşüme önemli bir katkı sağlamayacaktır.



Şekil 5: Yüksek Teknoloji İhracatının Toplam İmalat Sanayi İhracatındaki Payı (%)

Kaynak:The World Bank, (2019b).<https://data.worldbank.org> (Erişim Tarihi: 15.05.2019).

1995-2017 yılları arasındaki imalat sanayi ihracatının içinde yüksek teknolojiye sahip olan ürünlerin payı Şekil 5’te yer almaktadır. Şekil 5 dikkatlice incelendiğinde, göze çarpan ilk husus ileri teknoloji ürünlerin imalat sanayi ihracatı içindeki payı açısından, yüksek gelir kategorisinde yer alan Singapur’u, üst-orta gelir kategorisinde yer alan Malezya’nın yakından takip ettiği. Japonya’nın ve G. Kore’nin benzer trendi sergiledikleri görülürken, Türkiye’nin özellikle 2002’den itibaren durgun bir görünüm sergilediği görülmektedir. İncelenen dönem esas alındığında, Türkiye’nin yüksek teknoloji ürün ihracatı payında hem kendi kategorisindeki üst-orta gelirli ülkelere hem de yüksek gelirli ülkelere oldukça geride kaldığı görülmektedir. Bu veriler doğrultusunda Türkiye’nin gerek ihracatında gerekse sanayileşmesinde halen geleneksel yapıyı devam ettirdiği, teknoloji üretebilen ve satabilen bir ülke olmadığı, ürün tuzağından çıkış gerçekleştiremediği sonucuna varılabilir.



Şekil 6: Ekonomik Karmaşıklık Endeksi

Kaynak: Atlas Media (2019), <http://atlas.media.mit.edu/en/>, (Erişim: 26.05.2019).

Bu amaçla oluşturulan Şekil 6 incelendiğinde, yüksek gelir grubunda yer alan ülkeler ile üst-orta gelir grubu ülkeler karşılaştırıldığında; yüksek gelir grubunda yer alan ülkelere belirgin bir ayrışmanın olduğu görülmektedir. 1995-2017 dönem aralığında Türkiye, aynı kategoride yer alan Malezya’nın ve Tayland’ın gerisinde olup, grafiğin en alt sırasında yer almaktadır. Türkiye’de 2000-2007 yılları arasında ekonomik karmaşıklık düzeyinde bir artış gerçekleşmiş; 2008-2012 yılları arasında durağan bir durum sergilenmiştir. 2012 yılından sonra ise Türkiye’nin ekonomik karmaşıklık düzeyi genel olarak bir azalış trendi sergiler görünümündedir. Bu anlamda da Türkiye’nin kendi gelir kategorisinde yer alan ülkelerin gerisinde bir performansa sahip olduğu söylenebilir.

Sunulan göstergelerden elde edilen sonuçlardan hareketle, üst-orta gelir grubunda yer alan ülkelerin yüksek gelir grubundaki ülkelere yapısal olarak önemli ölçüde farklılaştığı değerlendirilebilir. Peki, böyle bir farklılık söz konusu iken, acaba söz konusu orta

gelir grubu ülkeleri yüksek gelir grubu ülkelerine yakınsamakta mıdır? Çalışmanın bu kısmında, ülkelerin ekonomik karmaşıklık düzeyi açısından yüksek gelir grubu ülkelere yakınsama durumları birim kök testi ile analiz edilecektir. Seçilmiş üst-orta gelirli ülkelerden Türkiye, Malezya ve Tayland'ın ekonomik karmaşıklık düzeyi açısından yine seçilmiş yüksek gelirli ülkelerden Japonya, G. Kore ve Singapur'a yakınsayıp yakınsamadıkları Genişletilmiş Dickey- Fuller (ADF) birim kök analiz yöntemi kullanılarak test edilmiştir.

5. VERİ SETİ VE EKONOMETRİK YÖNTEM

Ceylan (2010), çok ülkeli durumlarda yakınsama tanımlamasına farklı yaklaşım sergilendiğini ve yakınsama analizlerinin daha çok örneklem ortalamasından sapmalara dayandırılmakta olduğunu belirtmiştir. Bunun en önemli gerekçesinin de ele alınan dönem süresince grup lideri olabilecek spesifik bir ülkenin olmayışı gösterilmektedir. Bu bağlamda bir ülkenin örneklem ortalamasına doğru yakınsama davranışı sergileyip sergilemediği hususu incelendiğinde, yakınsama şöyle ifade edilmektedir(Ceylan, 2010: 111):

$$\lim_{k \rightarrow \infty} E(y_{i,t+k} - \bar{y}_t) = 0 \quad (4)$$

Eşitlik (4), kişi başına düşen gelir yakınsamasını temsil etmektedir. Bu analiz için izlenen adımlar şöyle belirtilmiştir (Ceylan, 2010: 111-115): (i) Öncelikle örnekleme yer alan ülkelerin her biri için kişi başına düşen gelir serilerinin logaritması alınmakta ve elde edilen bu seriler için örneklem ortalaması hesaplanmaktadır, (ii) Sonra her bir ülkenin kişi başına gelir serisinin logaritmasından örneklem ortalaması çıkarılmaktadır, (iii) Son olarak, elde edilen bu serilere ADF (AugmentedDickey-Fuller) birim kök testi uygulanır. Eğer ADF testi sonucu serinin durağan olduğunu ifade ediyorsa, yakınsama durumundan bahsedilmektedir.

Ancak bu çalışmada, ülkelerin yapısal dönüşüm performansı açısından yakınsayıp yakınsamadığı incelenmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada ekonomik karmaşıklık endekslerinin yakınsaması ele alınmaktadır. Yakınsama üst-orta gelir grubunda yer alan her bir seçilmiş ülke için hem yüksek gelir grubu ülkelerinin ortalamasına yakınsama hem de tek tek bu yüksek gelir grubu ülkelerin kendisine yakınsama şeklinde test edilmiştir. Bu bağlamda çalışmada, Ceylan'ın (2010) çalışmasında izlediği ve yukarıda belirtilen yöntemden hareketle, aşağıdaki adımlar izlenmiştir:

- Öncelikle her ülkeye ait ekonomik karmaşıklık endeksi serilerinin logaritması alınmıştır.
- Yüksek gelir grubunda yer alan Japonya, Güney Kore ve Singapur'a ait serilerin ortalaması elde edilmiştir.

- Her bir üst-orta gelir grubu ülkesi için hem yüksek gelir grubu ülkelerine ait serilerden hem de ortalama serisinden fark alınarak ADF testi uygulanmıştır.

Bu testin uygulanmasında, ülkelere ilişkin 1990-2017 dönemine ait ekonomik karmaşıklık endeksi verileri kullanılmıştır. Çalışmada ADF testi için E-views 9 paket programı kullanılmıştır.

Dickey ve Fuller'ın çalışmasıyla geliştirilen test, birim kök literatürüne kazandırılan ilk testtir. Dickey ve Fuller testi, zaman serisi değişkenlerinin otoregresif (AR) süreçle ifade edilip edilmeyeceğini göstermektedir. Dickey-Fuller testleri, hata terimlerinin otokorelasyon içermesi durumunda kullanılmamaktadır. Dickey ve Fuller, bağımlı değişkenin gecikmeli değerlerini modelde bağımsız değişken olarak kullanılan, zaman serisinin AR (1) modelinin dışında farklı dereceden otoregresif süreçleri de uygunluk göstereceği varsayımı ile yeni bir test geliştirmişler. Bu test AugmentedDickey-Fuller (ADF) testi olarak anılmakta olup bu teste bir değişkene ait zaman serisinin gecikmeli değerleri kullanılarak otokorelasyonun ortadan kaldırılması amaçlanmaktadır (Göktaş, 2005: 29-35).

Y_t değişkeninin bu dönemde aldığı değerlerin geçen dönemdeki değeri olan Y_{t-1} ile olan ilişkisi Eşitlik (5)'teki gibi kurulmaktadır (Tarı, 2015: 388):

$$Y_t = \rho Y_{t-1} + u_t \quad (5)$$

Bu denklemde u_t stokastik bir hata terimidir. Bu model birinci dereceden otoregresif AR (1) modeli olarak adlandırılmaktadır. Bu regresyonda ρ katsayısı bire eşit ($\rho = 1$) bulunursa birim kök sorunu ortaya çıkmaktadır ve bu kez ilişki Eşitlik (6)'daki biçimi almaktadır:

$$Y_t = Y_{t-1} + u_t \quad (6)$$

Birim kök varlığının sınanmasında iki hipotez söz konusu olacaktır. Bunlar (Duman ve Aydın, 2018: 54):

$$H_0: \rho \geq 1 \text{ (Seri durağan değildir, birim kök vardır)}$$

$$H_1: \rho < 1 \text{ (Seri durağandır, birim kök yoktur)}$$

6. BULGULAR

Türkiye, Malezya ve Tayland'ın hem gelişmiş ülkelerin kendilerine hem de bu ülke grubu ortalamasına yakınsamalarını test etmek için uygulanan ADF testi sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5: ADF Birim Kök Testi Sonuçları

İncelenen yakınsama	Gecikme uzunluğu	Test istatistiği	Olasılık değeri
Türkiye'nin Yüksek Gelirli Ülkeler ortalamasına yakınsaması	1	-2.70465	0,5499
Türkiye'nin Japonya'ya yakınsaması	2	-2.19852	0,4699
Türkiye'nin Güney Kore'ye yakınsaması	0	-2.39773	0,3723
Türkiye'nin Singapur'a yakınsaması	0	-1.99307	0,5788
Malezya'nın Yüksek Gelirli Ülkeler ortalamasına yakınsaması	0	-3.40383	0,0719*
Malezya'nın Japonya'ya yakınsaması	0	-2.73582	0,2312
Malezya'nın Güney Kore'ye yakınsaması	0	-2.83969	0,1964
Malezya'nın Singapur'a yakınsaması	1	-4.10420	0,0173**
Tayland'ın Yüksek Gelirli Ülkeler ortalamasına yakınsaması	3	-1.71802	0,7116
Tayland'ın Japonya'ya yakınsaması	2	-2.91364	0,1752
Tayland'ın Güney Kore'ye yakınsaması	0	-2.64381	0,2656
Tayland'ın Singapur'a yakınsaması	0	-2.00102	0,5746

Not: * ve ** sembolleri sırasıyla %10 ve %5 anlamlılık düzeyi için durağanlığı göstermektedir.

İlk olarak, Türkiye için elde edilen ADF testi sonuçlarına bakıldığında, Türkiye'nin yapısal dönüşümü temsil eden ekonomik karmaşıklık düzeyine ilişkin test sonuçlarının birim kök içerdiği, yani durağan olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla Türkiye için yapısal dönüşümü temsil eden ekonomik karmaşıklık düzeyi açısından ne yüksek gelir grubu ortalamasına ne de tek tek bu ülkelerin kendisine yakınsaması söz konusudur. Benzer durum Tayland için de geçerlidir. Bu ülke için de elde edilen ADF testi sonuçları yakınsamayı temsil eden fark serilerinin birim kök içerdiğini, yani durağan olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla, gerek grup ortalamasına gerekse ülkelere yakınsama açısından istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç elde edilememiştir.

Malezya için ise farklı bir durum söz konusudur. Bu ülke için yakınsamayı ifade eden fark serilerine uygulanan ADF test sonuçları ortalamaya yakınsamayı ifade eden seri için 0,10 anlamlılık düzeyinde; Singapur'a yakınsamayı ifade eden seri için ise 0,05 anlamlılık düzeyinde durağanlığı göstermektedir. Yani Malezya için yapısal dönüşümü temsil eden ekonomik karmaşıklık düzeyi açısından yüksek gelirli ülkeler olan Japonya, Güney Kore ve Singapur'un ortalamasına ve aynı zamanda Singapur'un ekonomik karmaşıklık düzeyine yakınsaması söz konusudur.

7. SONUÇ

Yapılan teorik ve ampirik çalışmaların sonuçlarına göre; bir ekonominin OGT'ye takılmaksızın daha yüksek gelir düzeyine ulaşabilmesi, günümüzde üretimin katma değerini artırabilmesinden, teknoloji düzeyini yükseltebilmesinden ve uluslararası pazarlarda yüksek teknolojlili ve katma değerli bilgi yoğun ürünlerde rekabet gücü kazanmasından geçmektedir. Küreselleşmenin hızla arttığı günümüz dünyasında, bu niteliklere sahip olan ürünlerin üretimi birtakım yapısal dönüşümler sonucunda sağlanmaktadır. Gerekli yapısal dönüşümü gerçekleştirememiş ve dolayısıyla bahsi geçen niteliğe sahip ürünleri üretemeyen ekonomiler OGT ile karşı karşıya kalmışlardır. Bu çalışmada OGT kavramı ile yapısal dönüşüm arasındaki ilişki, çeşitli makroekonomik göstergeler bağlamında grafiksel olarak incelenmiş; bu inceleme sonucunda OGT ile ülkelerin yapısal dönüşümünü temsilen kullanılan yeni bir gösterge olan ekonomik karmaşıklık düzeyi arasında bir ilişki bulunduğu sonucuna varılmıştır. Zira çeşitli makroekonomik göstergeler açısından yapılan değerlendirmeler, ekonomik karmaşıklık düzeyi yüksek olan ülkelerin bilgi, beceri ve teknoloji yoğunluklu ürünlerin (yüksek katma değerli) üretiminde daha ileri olduklarını ortaya koymaktadır.

Çalışmada ayrıca Türkiye'nin de içlerinde yer aldığı orta gelir tuzağı ülkelerinin (Türkiye, Malezya ve Tayland), yüksek gelir grubunda yer alan Japonya, Güney Kore ve Singapur'un ekonomik karmaşıklık düzeylerine yakınsaması incelenmiştir. Bu yakınsama, hem Japonya, Singapur ve Güney Kore'nin ekonomik karmaşıklık düzeylerinin ortalamasına hem de bu ülkelerin tek tek ekonomik karmaşıklık düzeylerine yakınsama biçiminde gerçekleştirilmiştir. Burada amaç, orta gelir tuzağında yer alan ülkelerin yapısal dönüşüm açısından yüksek gelir grubu ülkelerine yakınsayıp yakınsamadıklarının analiz edilmesidir.

Türkiye'nin yapısal dönüşümü temsil eden ekonomik karmaşıklık düzeyine ilişkin test sonuçlarına bakıldığında, serilerin birim kök içerdiği yani durağan olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla Türkiye için yapısal dönüşümü temsil eden ekonomik karmaşıklık düzeyi açısından ne yüksek gelirli ülke grup ortalamasına ne de bu ülkelerin kendilerine yakınsaması söz konusudur. Benzer durum aynı kategoride yer alan Tayland'da da görülmekte olup, gerek grup ortalamasına gerekse ülkelere yakınsama açısından istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç elde edilememiştir. Türkiye ile aynı kategoride yer almasına rağmen Malezya'da ise farklı bir durum söz konusu olup, Malezya için yapısal dönüşümü temsil eden ekonomik karmaşıklık düzeyi açısından yüksek gelirli ülkeler olan Japonya, Güney Kore ve Singapur'un ortalamasına ve aynı zamanda Singapur'un ekonomik karmaşıklık düzeyine yakınsaması söz konusudur. Bu sonuçlara dayanarak, Malezya'nın Türkiye ve Tayland'a kıyasla OGT'den çıkma yönünde daha iyi bir yapısal dönüşüm performansı sergilediği ifade edilebilir.

Malezya'nın yüksek teknolojlili ürün ihracatı ve ekonomik karmaşıklık düzeyi açısından Türkiye ve Tayland'dan daha iyi performans sergilediğini burada hatırlamakta fayda olduğu düşünülmektedir (Şekil 5 ve Şekil 6).

Özetle, çeşitli göstergeler doğrultusunda yapılan karşılaştırmalar, Türkiye ekonomisinin yapısal dönüşüm açısından gerek yüksek gelirli ülkelerle gerekse kendisiyle aynı kategoride yer alan ülkelerle arasındaki farkı kapatması, sürdürülebilir ekonomik büyümenin temel kaynağı olan bilgi ve beceriyi içeren verimli üretim yapısına ulaşmada temel koşul olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin üretim yapısını değiştirmesi, yapısal dönüşüme hizmet edecek atılımları gerçekleştirmesi, ithalata olan bağımlılığını azaltması, üretimde ileri teknoloji içeren, bilgi yoğun ve katma değeri yüksek olan ürünlerin ihracatındaki payını artırması önem teşkil etmektedir. Bunun için de katma değeri yüksek üretimin öneminin kavranması gerekmektedir.

KAYNAKLAR


- Agenor, P. R., Canuto, O. ve Jelenic, M. (2012). *Avoiding Middle-Income Growth Traps*. The World Bank, Poverty Reduction and Economic Management Network, Policy Research Working Paper 6210.
- Alkan, H. I. ve Ümit, A.Ö. (2018). Orta Gelir Tuzağının Türkiye Açısından İncelenmesi ve Tuzaktan Çıkış Stratejileri. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (4), 97-112.
- Atlas Media (2019), <http://atlas.media.mit.edu/en/>, (26.05.2019).
- Bozkurt, E., Bedir, S., Özdemir, D. ve Çakmak, E. (2014). Orta Gelir Tuzağı ve Türkiye Örneği. *Maliye Dergisi*, 167, 22-39.
- Can, M. (2016). Ekonomik Küreselleşme Sofistike Mamul Üretimini Etkiler mi? : Güney Kore Örneğinde Ampirik Bir Analiz. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11(3), 21-38.
- Can, M. ve Doğan, B. (2017). The Effects of Economic Structural Transformation on Employment: An Evaluation in the Context of Economic Complexity and Product Space Theory. Füsün Yenilmez ve Esin Kılıç içinde, *Handbook of Research on Unemployment and Labor Market Sustainability in the Era of Globalization* (s.275-306). USA: IGI Global.
- Ceylan, R. (2010). OECD Ülkelerinde İmalat Sanayinde Birim Emek Maliyetleri Yakınsıyor mu? *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 28 (1), 105-119.
- Çobanoğulları, G. ve Eroğlu, E. (2017). Orta Gelir Tuzağından Çıkış: Türkiye Örneği. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), 257-268.
- Dalgıç, B., Varol İyidoğan, P. ve Balıkcıoğlu, E. (2014). Orta Gelir Tuzağından Çıkışta Hangi Faktörler? *Maliye Dergisi*, 167, 116-125.
- Duman, K., Aydın, K. (2018). Türkiye'de Ar-Ge Harcamaları ile GSYİH İlişkisi. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 4(1): 49-66.
- Eğilmez, M. (2012). *Orta Gelir Tuzağı ve Türkiye*. <http://www.mahfiegilmez.com/2012/12/orta-gelir-tuzag-ve-turkiye.html> adresinden alındı.

- Eichengreen, B., Park, D. ve Shin, K. (2012). When Fast-growing Economies Slow Down: International Evidence and Implications for China. *Asian Economic Papers*, 11 (1), 42-87.
- Felipe, J., Abdon, A. ve Kumar, U. (2012). *Tracking the Middle-Income Trap: What is it, Who is in it, and Why?* The Levy Economics Institute Working Paper, No. 715.
- Fortunato, P. ve Razo, C. (2014). Export Sophistication, Growth and the Middle-Income Trap. *Transforming Economies-Making Industrial Policy Work for Growth, Jobs and Development*, ILO, 267-287.
- Gala, P., Rocha, I. Ve Magacho, G. (2018). The Structuralist Revenge: Economic Complexity as an Important Dimension to Evaluate Growth and Development. *Brazilian Journal of Political Economy*, 38 (2), 219-236.
- Gill, I. ve Kharas, H. (2007). *An East Asian Renaissance: Ideas for Economic Growth*. Washington, DC: World Bank.
- Göktaş, Ö. (2005). *Teorik ve Uygulamalı Zaman Serileri Analizi*. İstanbul: Beşir Kitabevi.
- Han, E. ve Kaya, A.A. (2013). *Kalkınma Ekonomisi Teori ve Politika*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hausmann, R., Hidalgo, C. A., Bustos, S., Coscia, M., Chung, S., Jimenez, J., Simoes, A. ve Yıldırım, M.A. (2011). *The Atlas of Economic Complexity – Mapping Paths to Prosperity*, Center for International Development at Harvard University. https://atlas.media.mit.edu/static/pdf/atlas/AtlasOfEconomicComplexity_Part_I.pdf adresinden alındı.
- Hidalgo, C. A. (2009). *The Dynamics of Economic Complexity and the Product Space over a 42 Year Period*. Center for International Development at Harvard University, CID Working Paper, No: 189.
- Hidalgo, C.A. ve Hausmann, R. (2009). The Building Blocks of Economic Complexity, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(26), 10570-10575,
- Kar, M. ve Ağır, H. (2006). Türkiye’de Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Eşbütünleşme Yaklaşımı ile Nedensellik Testi: 1926-1994. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6 (11), 50-68.
- Koçak, E., Bulut, Ü. (2014). Orta Gelir Tuzağı: Teorik Çerçeve, Ampirik Yaklaşımlar ve Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Uygulama. *Maliye Dergisi*, 167, 1-21.
- Öz, S. (2012). Orta Gelir Tuzağı. *Ekonomik Araştırma Formu Politika Notu*, No:12-06.
- Sak, G. (2012). *Çok Alametler Belirdi: Türkiye Sanayisizleşiyor*. TEPAV, https://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1357213303-8.Guven_Sak_Cok_Alametler_Belirdi_Turkiye_Sanayisizlesiyor.pdf adresinden alındı.
- Soyyiğit, S. (2018). OECD Kurucu Ülkelerinde Ekonomik Kompleksite Düzeyi ile Kişi Başına Düşen GSYH Arasındaki İlişki: Panel Eşbütünleşme Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 20 (2), 374-392.
- Srinivasan, P.V. (2013). Dynamics of Structural Transformation in South Asia. *Asia-Pacific Development Journal*, 20 (2), 53-88.
- Şahin, İ., Başer, K. ve Karanfil, M. (2015). Orta Gelir Tuzağı Üzerine Ampirik Bir Çalışma: Türkiye Örneği (1980-2013). *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7 (2), 225-235.
- Tarı, R. (2015). *Ekonometri*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları, 11. Baskı.

- Toprak, M. (2012). Özel Sektörün Rekabet Yetkinliği ve Gelecek Perspektifi. *İktisadi Araştırmalar Vakfı: 50 Yılda Türkiye Ekonomisinin Dönüşümü: Özel Teşebbüs Dinamiği*, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- The World Bank, (2017a), <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/378832-what-is-the-world-bank-atlas-method>, (Erişim: 20.12.2018).
- The World Bank, (2017b), <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups>, (Erişim: 20.12.2018).
- The World Bank, (2019a), <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups>, (Erişim: 09.04.2019).
- The World Bank, (2019b), <https://data.worldbank.org>, (Erişim: 15.05.2019).
- Yaşar, E. ve Gezer, M.A. (2014). Türkiye'nin Orta Gelir Tuzağına Yakalanma Riski ve Bu Riskten Kurtulma Önerileri. *Maliye Dergisi*, 167, 126-148.
- Yavuz, E. (2017). Maliye Kuramı Bağlamında Türkiye'de Orta Gelir Tuzağı Sorunsalının Analizi. *NWSASOS*,12(2): 78-101.
- Yeldan, E., Taşçı, K., Voyvoda, E. ve Özsan, M.E. (2012). *Orta Gelir Tuzağından Çıkış: Hangi Türkiye? Cilt 1: Makro/Bölgesel/Sektörel Analiz*, İstanbul: Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED).
- Yeldan, E., Taşçı, K., Voyvoda, E. ve Özsan, M. E. (2013). *Orta Gelir Tuzağından Çıkış: Hangi Türkiye? Cilt 2: Bölgesel Kalkınma ve İkili Tuzaktan Çıkış Stratejileri*. İstanbul: Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED).
- <http://www.foodsecurityportal.org/> , (18.05.2019).

Makale Türü / Article Type: Araştırma / Research

İŞVEREN MARKA ALGISININ İÇ GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNE ETKİSİ: KAMU-ÖZEL SEKTÖR ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

İsmail Hakkı GÜRLER 
Yıldız Teknik Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Reşat SARAOĞLU 
Yıldız Teknik Üniversitesi



■ Özet

Bu araştırmanın amacı, çalışanların işveren marka algısının onların iç girişimcilik eğilimleri üzerine olan etkisinin incelenmesidir. Bu kapsamda çalışmada çalışanların işveren marka algısı ile iç girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki de ortaya konulmuştur. Nitelikli işgörenlerden beklenen performanslardan birisi rekabet avantajı elde edilmesi, farklılık yaratılması ve değer oluşturulması bağlamında son derece önemli olan iç girişimci performansdır. İşletmeler organizasyonlarını iç girişimciliği artıracak şekilde düzenlemeye çalışırken, çeşitli kademelerde değişiklikler yaptığından algılanan işveren markasının çalışanlarının iç girişimciliği üzerindeki etkilerini de dikkate alması önemlidir. Araştırma, nicel yöntem kullanılarak tasarlanmıştır. Araştırma verileri, 2019 yılında online anket yöntemi kullanılarak elde edilmiş ve toplam 413 çalışana ulaşılmıştır. Çalışmada; frekans ve yüzde analizi, güvenilirlik analizi, temel bileşenler analizi ve regresyon analizi yapılmıştır. Sonuç olarak; işveren marka algısının çalışanların iç girişimcilik düzeyleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İşveren Marka Algısı, İç Girişimcilik, Girişimcilik

The Effect of Employer Brand Perception on Intrapreneurship: A Research on Public-Private Sector Employees

■ Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of employees' perception of employer brand on their intrapreneurship tendencies. In this context, the relationship between employees' perception of employer brand and intrapreneurship tendencies was also revealed. One of the expected performances of talented employees is intrapreneurial performance which is extremely important in terms of achieving competitive advantage, creating difference and creating value. It is important that businesses perceive the effects of perceived employer brand on the internal entrepreneurship of their employees as they make changes at various levels while organizing their organizations to increase internal entrepreneurship. The research was designed using quantitative method. Research data were obtained by using online survey method in 2019 and a total of 413 employees were reached. Frequency and percentage analysis, reliability analysis, principal components analysis and regression analysis were performed in the study. As a result, it was found that employer brand perception has a statistically significant effect on employees' intrapreneurship levels.

Keywords: Employer Brand Perception, Intrapreneurship, Entrepreneurship

*Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Reşat SARAOĞLU danışmanlığında Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde yürütülen "İşveren Markası ve İşveren Markası Algısının İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Atf: Gürler, İ. H. ve Saraoğlu, A. R. (2019). İşveren Marka Algısının İç Girişimcilik Üzerine Etkisi: Kamu Özel Sektör Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1-2), 24-38.



GİRİŞ

Rekabetin yoğun yaşandığı günümüz işletmelerinde farklılık yaratacak ve onlara rekabet üstünlüğü kazanma adına katkıda bulunacak en önemli unsur çalışanlardır. Sahip olduğu bilgiyi işletme amaçları doğrultusunda etkin bir biçimde kullanma, taklit edilememe ve işletme süreçlerine katkı verecek olan yeni bilgileri ortaya çıkarma potansiyeli bakımından çalışanların önemi büyüktür (Sağır, 2016: 416). Bu noktada işletmeler açısından nitelikli adayların seçimi önemlidir. Bununla birlikte istihdam edilmeye başlandıktan sonra çalışanlara sağlanan imkanların kalitesi ve niteliği işveren marka algısının oluşturulması konusunda belirleyici olmaktadır (Dursun ve Eriş, 2018: 161). Çalışanlar işletme amaçlarının yanı sıra kendi amaç ve hedeflerinin gerçekleştirilmesine imkan sağlayacak koşulların var olduğu işletmeleri tercih etme eğiliminde olmaktadır. Bu durum işletmelerin imajını artırma ve öncelikli tercih edilmelerini sağlama anlamına gelen işveren marka algısı ile ilgilidir (Sağır, 2016: 416).

Yenilikçilik ve yaratıcılık becerilerini kullanan çalışanlar, işletmelerin rekabet avantajı elde etmelerine imkan veren en önemli unsurdur. Günümüzde çalışanların yenilikçilik ve yaratıcılık gibi özelliklere sahip olarak yüksek performans sergilemelerine imkan verecek nitelik iç girişimciliktir (Öktem vd., 2003: 170). İç girişimcilik firmalar açısından değişen şartlara ayak uydurma ve devamlı olarak yenilik yapma adına önemli bir süreç olarak görülmektedir. Bu nedenle işletme içersindeki tüm çalışanlara düzeylerine göre girişimci faaliyetlerde bulunma ruhunun aşılması gerekmektedir (Ağca ve Kurt, 2007: 85). İşletmelerde iç girişimciliği etkileyen birden fazla unsur bulunmaktadır (Akdoğan ve Cingöz, 2006: 49). Bu çalışmada işveren marka algısının iç girişimcilik üzerinde etkisinin olup olmadığını tespit etmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda işveren markası ve iç girişimcilik kavramları anlatılmış, araştırmanın yöntem ve bulgularına değinilerek çalışma sonuca bağlanmıştır.

2. LİTERATÜR

2.1. İşveren Markası Kavramı

İşveren markası (İM) kavramı ilk kez 1990'lı yıllarda İngiltere'de tanıtılmış olup; insan kaynakları yönetimine ve bilhassa çalışanların bir işletmeyi tercih etmelerinin altında yatan faktörlere ilişkin araştırmalarla geliştirilmiştir. Sonrasında Simon Barrow, işveren markası kavramını oluşturmuştur (Yılmaz ve Yılmaz, 2010: 294). Ambler ve Barrow'a göre işveren markası, "çalışanın istihdamı ile gerçekleşen ve onu istihdam eden işletme ile anılan fonksiyonel, ekonomik ve psikolojik faydalar paketidir". Söz konusu ekonomik ve işlevsel faydalar; maaş, yan ödemeler, sosyal imkanlar ve fiziksel çalışma koşullarını; psikolojik

faydalar ise; imaj arttırma, öz kimlik koruma, kendini gerçekleştirme imkanı, dolaylı açıdan da işletmenin değer algısını, kaliteye bakışını ve işin tahsis ettiği saygınlığı ifade etmektedir (Yılmaz ve Yılmaz, 2010: 295).

İşletmelerin tüketici nezdindeki marka algısı nasıl işletmenin ürününün tercihine yönelik tüketiciyi harekete geçiriyorsa; işveren markası da nitelikli işgörenlerin işletmeyi “çalışılabilecek en iyi yer” algısıyla tercih etmesine dayanmaktadır. Tüketici pazarındaki marka ağırlıklı olarak pazarlama biriminin kontrolünde iken işveren markası kavramı ağırlıklı olarak İKY olmak üzere diğer birimlerin de desteğiyle oluşturulabilecek bir algı yönetimi çalışmasıdır. Backhaus ve Tikoo’ya (2004: 502) göre İM kavramı; “tanımı yapılabilir ve benzerlerinden farklı bir işveren görüntüsü oluşturma süreci ve İM’yi rakiplerinden farklı bir noktada kılan kurum konsepti” anlamına gelmektedir. İM, firmaların işveren olarak nasıl algılandığını yansıtmaktadır ve bu değer zinciri, muhtemel işgören adaylarını cezbeden, mevcut çalışanları ise elde tutan ve motivasyonlarını arttıran hareketlerden ve politikalarından meydana gelmektedir (Backhaus ve Tikoo, 2004: 502).

Günümüzde marka kavramına değinilince çağrışımın en çok tüketici markasına gittiğini görmek mümkündür. Tüketici markası ile İşveren markası ilişkisi incelendiğinde; İM’de algı yönetiminin ve pazarlama tekniklerinin karşısında işgörenlerin olduğu, tüketici markasında ise hedefin tüketiciler olduğu, onların ürün veya hizmete yönelik tercihini etkileyecek çalışmalar bütünü olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Tüketici Markası ve İşveren Markası

	Tüketici Markası	İşveren Markası
Hedef Kitle	Mevcut Müşteriler	Mevcut ve potansiyel müşteriler
Amaç	Mevcut müşterileri muhafaza ederken yeni müşterileri de çekmek	Mevcut çalışanları işletmede tutarken, yeni çalışanları da işletmeye çekmek

Kaynak: Baş, 2011: 30.

Tablo 1.’de de belirtildiği gibi; İşveren markasında hedef kitle, mevcut çalışanlar ve potansiyel adaylardır. İşletme mevcut çalışanlarını muhafaza etmeye çalışırken, potansiyel adayları da cezbetmek için İM modeli oluşturmak, uygulamalar yapmak ve kontrol sürecinde bulunmak zorundadır. Tüketici markasında ise, hedef kitleyi oluşturan mevcut müşterilerdir. Amaç ise; mevcut müşterileri muhafaza ederken; yeni veya mevcut pazarlarda yeni müşterileri çekmektir.

2.2. İç Girişimcilik Kavramı

Son zamanlarda oldukça popüler bir kavram haline gelen iç girişimcilik kavramı, ilk olarak 1980’li yılların ortalarına doğru Pinchot tarafından kullanılmıştır. İç girişimcilik, Pinchot (1985)’a göre; mevcut yeterlilikte çalışan barındıran ve kaynaklarını bu doğrultuda sağlayan büyük ölçekli işletmelerde, kurumsal ihtiyaçlar doğrultusunda girişimcilik ruhunun ortaya çıkmasıdır. Literatür incelendiğinde iç girişimciliğin, girişimciliğin bir alt alanı olarak kabul edildiği görülmektedir. Bir kurum, organizasyon içindeki girişimci kişileri ifade etmektedir. Girişimcilik kavramı incelendiğinde; bazı şart ve durumların şekillendiği yapının, benzer olarak organizasyon içinde meydana gelmesi iç girişimcilik kavramını oluşturuyor. Sharma ve Chrisman (1999)’a göre iç girişimcilik; bir işletme içerisindeki kişi veya kişilerin buldukları işletmenin işi gereği, yeni bir işletme kurulmasına öncülük etmesi veya ürün, pazar, üretim vb. süreçlere ilişkin yenilikçilik yapması, ihtiyaç duyulan yenilenmeye katkı sağlamasıdır.

Antoncic (2007)’e göre iç girişimcilik, işletmelerin karşılaşacağı problemlere yeni ve farklı çözümler sunarak üstesinden yaratıcılıkla gelinmesini sağlayan, rakiplerle olan mücadelede geliştirilen ürün ve hizmetlerle avantaj sağlayan, ileriye dönük olarak yenilikçilik faaliyetlerinin bir strateji haline getirilerek teknik altyapı, süreçler dolayısıyla kalite ve farklılık anlamında işletmeye kazandırılacak her türlü avantajda kilit rol oynayan bir kavram olmakla beraber, genel anlamda işletmelerin yenilikçi hareketlerde bulunmasıdır. Girişimcilik ile iç girişimciliği birbirinden ayıran nokta; girişimci hareketin yapıldığı yer ile ilgilidir.

Girişimciler girişimci faaliyetlerini kendi hesaplarına ve kendilerine gelecek fayda doğrultusunda gerçekleştirirken, iç girişimcilerde bu durum; söz konusu girişimci hareketi işletme hesabına gerçekleştirmesidir. İç girişimcilik, bir işletmede tüm organizasyon ile bütün içinde üretimden pazarlamaya her alanda yeniliklerin gerçekleştirilmesi, geliştirmelerin yapılması ve bu hareketlerin ve yeniliklerin ticari hale getirilmeye çalışılmasındaki çabalar ve sonuçlardan oluşur (Ürper, 2016: 9). İç girişimcilik ile ilgili yapılan tanımlardan bazıları Tablo 2.’de gösterilmiştir.

Tablo 2: İç Girişimcilik Tanımları

Kaynak	Tanım
Pinchot (1985)	Örgüt ortamında yenilik ve yaratıcılığa odaklanmış kişilerin fikirlerinin girişimciliğe dönüştürülmesi
Engle, Mah, Sadri (1997)	Yenilik yapmak için daha önce kabul görmüş fikirleri kabul etmeyen ya da değiştiren yaratıcı fikirler
Borch, Huse, Senneseth (1999)	İşletmelerin yeniliği kavrayarak girişimcilik faaliyetlerine uygulamasıdır.
Chang (2001)	Girişimcilik faaliyetlerinin işletmeye göre uygulanmasıdır.
Antoncic, Hisrich	İşletme çalışanlarının mevcut olanakları dikkate almadan yeni fırsatlara

(2001)	odaklanmalarıdır.
Saetre (2004)	Çalışır bir işletme içindeki girişimcilik faaliyetleridir.
Hayton, Kelley (2006)	İşletmenin bütününde yenilik, yeni bir fikir, iş dizaynı bulma, geliştirme ve daha başka fırsatları kovalama faaliyetlerinin tümüdür.
Antoncic (2007)	Çalışanın işletme içindeki girişimcilik faaliyetleridir.
Farahmand vd. (2011)	Yeni ürünlerin veya yeni pazarların geliştiği süreç
Maier, Zenovia (2011)	İşletmenin yenilenme sürecini ve dolayısıyla değişimini sağlayan devrimdir.
Felicio, Rodrigues, Caldeirinha (2012)	Hangi aşamasında olursa olsun işletmede yapılan yeni çalışmalar, yenilikçi fikirler ve girişimlerdir.
Kocjancic, Stefan, Bojnec (2013)	Pazardaki rekabetin gereği ve işletmedeki verimliliğin kaynağıdır
Moriano, Molero, Topa, Mangin (2014)	Mevcut bir işletme içindeki girişimci hareketleri ifade eden bir kavramdır

Kaynak: Kanbur, 2015: 37.

Tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere iç girişimcilik, işletme içindeki girişimcilik faaliyetleridir. İşletmelerin vizyonları doğrultusunda değer yaratmaları, farklılık sunmaları ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğünü elde etmeleri; temel yeteneklerini kullanma ve iç girişimci faaliyetleri destekleme ile mümkün olacaktır. İşletmelerin değişime ayak uydurması, sürekli yenilenme süreci, verimlilik artırma çalışmaları, bütün perspektiften işletmeyi ilgilendiren bir durum olup; bu bağlamda örgüt içi motivasyon, girişime olan destek önem kazanmaktadır.

Genel olarak bakıldığında iç girişimcilik ile ilgili tanımlamalar; farklı ve yeni ürünler, yeni hizmetler, yeni bakış açıları, yeni yetenekler elde etme ve geliştirme, değer yaratımı, yönetim yapısında değişimler, yenilikçi taktikler, stratejiler, özgün işler yaratma, organizasyonel anlamda değişim ve dönüşüm, rekabetçi pozisyonu güçlendirme, sürekli gelişim ve iyileştirme gibi kavramlar ile değerlendirilmektedir (Zeki ve Erçelik, 2017: 166).

3. YÖNTEM

İşveren marka algısının iç girişimcilik üzerinde bir etkisinin olup olmadığını araştırmak amacıyla online anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. İşveren marka algısını ölçmek amacıyla İçirgen (2016) tarafından düzenlenen ölçek kullanılmıştır. Bu ölçekte toplam 23 ifade bulunmaktadır. Ayrıca ölçek, yorumlanan örgüt kimliği imajı, algılanan işlevsel fayda ve algılanan psikolojik fayda olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. Bu ölçeğe ilişkin elde edilen yüksek skorlar çalışanların işveren markası kavramına dair algılarının yüksek olduğunu göstermektedir. Katılımcıların işveren marka algısı ölçeğinde yer alan ifadelerle ilişkin katılım derecelerini belirlemek için 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır. İç girişimcilik düzeyini ölçmek için ise; Lumpkin ve Dess (1996) tarafından geliştirilen Türkçe geçerliliği Şeşen (2010) tarafından yapılan ölçekten yararlanılmıştır. Ölçek, 5 boyut ve 22 ifadeden oluşmaktadır. Bu ölçekte yer alan ifadelerle ilişkin katılımcıların iç girişimcilik seviyelerini belirlemek için "1="

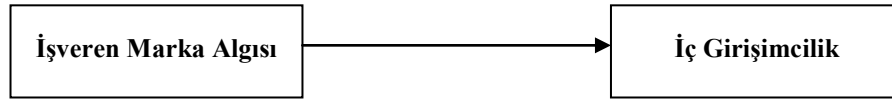
hiçbir zaman”, “2= nadiren”, “3= bazen”, “4= çoğu zaman” ve “5= her zaman” cevap seçenekleri kullanılmıştır. Yüksek skorlar çalışanların iç girişimci davranışlarının yüksekliğine dair sonuçlar göstermektedir.

Araştırmanın hedef kitesini Türkiye’de çeşitli sektörlerdeki işletme çalışanları oluşturmaktadır. Türkçe hazırlanan anket formu, kolayda örneklem yöntemi ile katılımcılara gönderilmiştir. Toplamda 427 adet anket toplanmış ancak analiz uygun olduğu tespit edilen 413 anket geçerli kabul edilmiştir. Araştırmada öncelikle frekans ve yüzde analizi, güvenilirlik analizi, temel bileşenler analizi ve regresyon analizi yapılmıştır.

Araştırma örneklemini istatistiksel olarak yeterli olsa da ülke genelindeki bütün çalışanların fikirlerini temsil etmemektedir. Veriler, 25.09.2019-25.10.2019 tarihleri arasında elde edildiğinden çalışanların daha ileri tarihlerde yaşayabilecekleri iyi veya kötü tecrübeler farklı sonuçların elde edilmesine imkan verecektir.

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezi

Çalışmada işveren marka algısının çalışanların iç girişimcilik davranışları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu doğrultuda araştırma modeli oluşturulmuş ve söz konusu bu model Şekil 1.’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Araştırma modeli

Oluşturulan araştırma modeli ve literatürde yer alan çalışmalarda bulgularanan etkiler ışığında kurgulanan araştırma hipotezi şu şekildedir:

H₁: Çalışanların işveren markasına ilişkin algılamaları onların iç girişimcilik davranışlarını anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilemektedir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla Frekans ve Yüzde Analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 3.’te gösterilmiştir.

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Kişi	%	Çalışma Süresi	Kişi	%
Kadın	186	45,0	1 yıldan daha az	71	17,2
Erkek	227	55,0	1-3 yıl arası	99	24,0
Eğitim Durumu	Kişi	%	4-6 yıl arası	102	24,7
Lise ve altı	52	12,6	7-9 yıl arası	51	12,3
Ön Lisans	79	19,1	10 yıl ve üzeri	90	21,8

Lisans	181	43,8	Yaş	Kişi	%
Lisansüstü	101	24,5	18-24 yaş arası	73	17,7
Medeni Durum	Kişi	%	25-34 yaş arası	151	36,6
Bekar	193	46,7	35-44 yaş arası	96	23,2
Evli	220	53,3	45-54 yaş arası	62	15,0
			55 yaş ve üzeri	31	7,5

Katılımcıların %45'i kadın, %55'i ise erkektir. Katılımcıların %46,7'si bekar, %53,3'ü ise evlidir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde; %43,8'inin lisans, %24,5'inin lisansüstü, %19,1'inin ön lisans ve %12,6'sının lise ve daha alt düzey mezuniyet derecesine sahip olduğu görülmektedir. Çalışma süresi 1 yıldan daha az olanların oranının % 17,2; 1-3 yıl arası olanların oranının %24; 4-6 yıl arası olanların oranının %24,7; 7-9 yıl arası olanların oranının %12,3 ve 10 yıl ve üzeri olanların oranının ise; %21,8 olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların yaşları incelendiğinde 18-24 yaş arası katılımcıların oranının %17,7; 25-34 yaş arası olanların oranının %36,6; 35-44 yaş arası olanların oranının %23,2; 45-54 yaş arası olanların oranının %15,0 ve 55 yaş ve üzeri olanların oranının %7,5 olduğu anlaşılmaktadır. Bu noktada katılımcıların önemli bir çoğunluğunun orta yaşlı olduğu ifade edilebilir.

4.2. Güvenilirlik Analizine İlişkin Bulgular

Güvenilirlik, bir değişkenin veya değişken kümesinin ölçülmek istenen ile tutarlı olup olmadığıdır. Birden fazla ölçüm yapıldığında güvenilir ölçümlerin hepsinin kendi değerleri ile tutarlı olması gerekmektedir. Güvenilirlik, gözlenen değişkenin “gerçek” değerini ölçme derecesidir (Hair vd., 2014: 2-8). Değişkenlerin güvenilirlik dereceleri, Cronbach's Alpha katsayısı ile ölçülmektedir. Bu katsayı, 0 ile 1 arasında değişmektedir (Hair vd., 2014: 90). Bu katsayı için genel kabul görmüş değer 0,70'dir ancak keşfedici araştırmalarda ise 0,60'ın üzerindeki bir değer kabul edilebilir olduğu varsayılmaktadır (Hair vd., 2014: 123). Bu doğrultuda Güvenilirlik analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 4.'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçek/Boyut	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha Değeri
İşveren Marka Algısı	23	0,921
İç Girişimcilik	22	0,968

Tablo incelendiğinde; anket formunda yer alan bütün ifadeler için Cronbach's Alpha değerinin 0,70'in üzerinde olduğu görülmektedir. Bu durum, değişkenlerin ölçülmek istenen ile tutarlı olduğunu göstermektedir.

4.3. Geçerlilik Analizine İlişkin Bulgular

Faktör analizi, çok sayıda değişken arasındaki ilişkiyi analiz etmek ve bu değişkenleri ortak temel boyutlar (faktörler) cinsinden açıklamak için kullanılabilecek istatistiksel bir yaklaşımdır. Amaç, birkaç asıl değişkende yer alan bilgileri, asgari bilgi kaybıyla daha küçük değişkenler (faktörler) kümesinde yoğunlaştırmanın bir yolunu bulmaktır (Hair vd., 2014: 16). Faktör analizi yapılırken sağlanması gereken varsayımlar bulunmaktadır. İlk varsayım örneklem büyüklüğüne ilişkin olup faktör analizi yapılabilmesi için örneklem büyüklüğünün 100 veya daha fazla olması gerekmektedir. Diğer iki varsayım ise; Bartlett ve Kaiser-Mayer-Olkin testlerine ilişkindir. Bartlett testi, değişkenler arasındaki korelasyonun varlığına dair istatistiksel bir testtir. Korelasyon matrisinde değişkenlerin en azından bazıları arasında önemli korelasyon ($p < 0,05$) olduğunu göstermektedir (Hair vd., 2014: 100-102). Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) testi, değişkenler arasındaki karşılıklı ilişkilerin derecesini ve faktör analizinin yapılabilmesi için örneklem büyüklüğünün yeterliliğini ortaya koyan bir testtir. Bu testten elde edilen değer 0 ile 1 arasında değişmektedir. Ayrıca bu değer 0,50 ve daha yüksek olması gerekmektedir (Hair vd., 2014: 102-103). 0,30-0,40 arası bir faktör yükünün kabul edilebilir olduğu ancak uygulamada 0,50 ve üzeri faktör yüklerin anlamlı kabul edildiği ifade edilmektedir (Hair vd., 2014: 116). Bu varsayımlar ışığında öncelikle işveren marka ölçeği daha sonrasında ise iç girişimcilik ölçeği için faktör analizi yapılmış ve sonuçlar sırasıyla Tablo 5.'te ve Tablo 6.'da verilmiştir.

Tablo 5: İşveren Marka Algısı Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Değişkenler	Faktörler		
	1	2	3
İM-13 Çalıştığım kurum eleman temininde kendi çalışanlarının düşüncelerine önem verir	0,847		
İM-15 İyi kalitede hizmet veren bir kurumda çalışıyorum.	0,839		
İM-19 Çalıştığım kurumda kendimi ailenin bir parçası olarak hissediyorum.	0,811		
İM-21 Diğer kurumlar arasından seçim yapmak zorunda olsam yine çalıştığım kurumu seçerdim.	0,807		
İM-17 Çalıştığım kurumda ailelerimizle katılabileceğimiz sosyal etkinlikler düzenlenir.	0,721		
İM-20 Kariyerimin devamında bu kurumda çalışmak isterim.	0,720		
İM-14 Çalıştığım kurum benim iş-özel yaşam dengeme özen gösterir.	0,719		
İM-23 Çalıştığım kurumda mesleki uzmanlaşmaya yönelik iş içeriği mevcuttur.	0,694		
İM-12 Çalıştığım kurum fikirlerimi önemser.	0,561		
İM-18 Bu kurumda çalışanlar arasında eğlenceli bir iş ortamı vardır.	0,529		
İM-22 Çalıştığım kurum benim hedeflerimi önemser.	0,503		

İM-16 Çalıştığım kurumda çalışanların yararlanabileceği sosyal imkanlar bulunur.	0,459		
İM-7 Çalıştığım kurumda yöneticiler çalışanlara karşı ilgilidir.		0,892	
İM-9 Çalıştığım kurumda yöneticiler liderlik vasıflarına sahiptir.		0,863	
İM-11 Çalıştığım kurumda yenilikçi ve sorunlara çözüm getiren öneriler ödüllendirilir.		0,848	
İM-10 Bu kuruma yetkin çalışanlar seçilir.		0,766	
İM-8 Çalıştığım kurumda yöneticiler çalışanlara karşı samimidir.		0,726	
İM-6 Çalıştığım kurumda üstlerimle iyi ilişkiler içindeyim.		0,694	
İM-5 Çalıştığım kurumda iş arkadaşlarımla iyi ilişkiler içindeyim.			0,929
İM-2 Çalıştığım kurumda çalışmak yeni mezunlara cazip gelir.			0,900
İM-4 Bu kurumu çalışmak için çevreme öneririm.			0,634
İM-1 Çalıştığım kurum sektöründe çalışılacak en iyi yerdir.			0,574
İM-3 Çalıştığım kurumda başarılı olabilmek için beklenenden daha fazla çaba göstermeye hazırım.			0,367
Özdeğer	8,806	3,121	2,013
Açıklanan Varyans %	38,288	13,569	8,753
Faktörlerin Toplam Açıklanan Varyansı	60,610		
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi	0,843		
Bartlett Testi	$\chi^2 = 8192,440$ p=0,000		

Tablo incelendiğinde; İM-16 ve İM-3 hariç tüm değişkenlere ilişkin faktör yüklerinin 0,50 değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Söz konusu bu iki ifadeye ilişkin faktör yükü kabul edilebilir değerler (0,30-,040) arasında olduğundan çıkarma işlemi yapılmamıştır. KMO testi sonucu 0,50 değerinin üzerindedir. Bu durum, örneklem büyüklüğünün uygun ve yeterli olduğunu göstermektedir. Ek olarak ölçeklerin altında toplanan maddelere ilişkin korelasyonun anlamlı olup olmadığını ifade eden Bartlett Testlerinin de anlamlı (Sig.=0,000) bir değer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla değişkenlerin en az bir kısmı arasında anlamlı ve yeterli bir korelasyonun varlığından söz etmek mümkündür. Bununla birlikte ölçeklerin tek boyutlu olmaları göz önünde bulundurulduğunda yapılan Temel Bileşenler Analizi sonucunda; yorumlanan örgüt kimlik imajı, algılanan işlevsel fayda ve algılanan psikolojik fayda değişkenlerinin tek boyutlu yapıda oldukları belirlenmiştir. Bununla birlikte faktörlerin açıklanan toplam varyansı yaklaşık olarak %61'dir.

Tablo 6: İç Girişimcilik Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Değişkenler	Faktör
	1
İG-15 Yeni ürün geliştirme faaliyetleri üzerine zaman ve kaynak harcamaktan kaçınmam.	0,825
İG-16 Görevin başarısına inanırsam her türlü riski üstlenebilirim.	0,825

İG-5 Üzerinde çok çalıştığım bir planda gerekirse büyük değişiklikler yapmaktan çekinmem.	0,822
İG-17 Belirsizlik durumunun atağa geçmek için bir fırsat olduğuna inanırım.	0,818
İG-18 Firma içinde yeni uygulama, ürün, teknik veya teknoloji geliştirme konusunda en önde olmaya çalışırım.	0,817
İG-19 Her yeniliğin bir risk getirdiğini kabul ederek, yenilik adına riski üstlenebilirim.	0,814
İG-22 Sosyal ağıma dâhil olabilecek potansiyel temas noktaları ile iletişime geçmekten kaçınmam.	0,804
İG-12 Gelişmelerin beni yönlendirmesine izin vermeyip, gelişmeleri yönlendirmeye çalışırım.	0,798
İG-13 Çalışanlarımı yenilikçi olmaları hususunda motive ederim.	0,789
İG-14 Yeni bir proje üzerinde çalışırken gideceğim yön konusunda her türlü özgürlüğe sahibim.	0,788
İG-21 Yeni fikirleri üst yönetime kabul ettirebilmek için tüm kişisel sosyal ağıma kullanırım.	0,788
İG-10 Yenilikleri diğerlerine kabul ettirebilmek için, kişisel sosyal ağıma geliştirmeye çalışırım.	0,786
İG-4 Sosyal ağımdaki kişilerle teması devam ettirebilmek için iletişimi canlı tutarım.	0,777
İG-1 Çalıştığım kurumda işimle ilgili yeni bir şeyler yapmak için çabalarım.	0,777
İG-2 Çalıştığım kurumda yeni fikirlere açık biri olduğumu düşünüyorum.	0,767
İG-7 Fırsatları değerlendirmek için gerekirse mali sınırları veya standart prosedürleri aşabilirim.	0,752
İG-11 Astlara yetki vermenin yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasına yardımcı olduğu kanaatindeyim.	0,748
İG-6 İş çevresindeki faaliyetleri değerlendirmek için gelişmeleri takip etmek yerine, onların önünde olmaya çalışırım.	0,733
İG-20 Yeni bir fikri ortaya atarken, diğerlerinin onayını beklemem.	0,730
İG-3 Yenilikleri karar noktalarına kabul ettirebilmek için bireysel sosyal ağlara ihtiyaç vardır.	0,715
İG-8 İş hayatında, diğerlerinin düşüncelerinin ne olduğu konusunda kaygı duymadan, kendi yolumda giderim.	0,694
İG-9 Herhangi bir görevde tek başıma çalışmayı tercih ederim.	0,622
Özdeğer	13,172
Faktörlerin Toplam Açıklanan Varyansı	59,873
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Testi	0,975
Bartlett Testi	$\chi^2 = 7234,038$ p=0,000

Tablo incelendiğinde; iç girişimcilik boyutu içerisinde yer alan bütün ifadelerle ilişkin faktör yüklerinin 0,50 değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Aynı zamanda KMO testi sonucu 0,50 değerinin üzerindedir. Bartlett Testinin de anlamlı (Sig.=0,000) bir değer aldığı görülmektedir. İfadelerin açıklanan toplam varyansı yaklaşık olarak %60'dır.

4.4. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Regresyon analizi, tek bir bağımlı (kriter) değişken ile bir veya birkaç bağımsız (tahmin edici) değişken arasındaki ilişkiyi analiz etmek için kullanılacak istatistiksel bir tekniktir. Bu analizin amacı, araştırmacı tarafından seçilen tek bağımlı değişkeni tahmin ettiği bilinen

bağımsız değişken veya değişkenleri kullanmaktır. Her bağımsız değişken, bağımsız değişkenler kümesinden maksimum tahmini sağlamak için regresyon analizi prosedürü ile ağırlıklandırılmaktadır (Hair vd., 2014: 157). Regresyon analizi sonucunda ortaya çıkan R2 değeri, bağımlı değişkende açıklanan varyansın yüzdesel olarak bir karşılığıdır. Bu değer, bağımsız değişkenlerin değerlerine göre ortaya çıkmaktadır. Analiz sonucunda ortaya çıkan diğer bir değer Sig. değeridir. Bu değer 0,05'ten küçük olması araştırmacı tarafından kurgulanan regresyon modelinin anlamlı olduğu göstermektedir. Ayrıca her bir bağımsız değişkene ait bir sig. değeri de bulunmaktadır. Her bir bağımsız değişkene ait bu değer 0,05'ten küçük olması ise o bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte hangi bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde daha büyük etkiye sahip olduğunu öğrenmek için beta (β) değeri dikkate alınmaktadır. Beta değeri en yüksek olan bağımsız değişken, bağımlı değişken üzerinde en büyük etkiye sahip olan değişkendir (Büyüköztürk, 2007: 105). Kurgulanan regresyon modelinde sağlanması gereken varsayımlar da bulunmaktadır. Bunlardan birisi çoklu doğrusal bağlantıya ilişkindir. Çoklu doğrusal bağlantı, bağımsız değişkenlerin kendi aralarındaki korelasyonun çok yüksek olduğu bir durumu ifade etmektedir. Bunun tespiti için varyans arttırıcı faktör (VIF) değerine bakılmakta olup bu değer 10 ve üzerinde olması gerekmektedir (Albayrak, 2005: 109-110). Son olarak kurgulanan regresyon modelinde otokorelasyon olmadığını belirlemek için Durbin-Watson değerine bakılmaktadır. Bu değer 1,5-2,5 arasında olması kurgulanan modelde otokorelasyon olmadığını göstermektedir (Demirel ve Seçkin, 2011: 112).

İşveren marka bağlılığının çalışanların iç girişimcilik düzeyleri üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 7.'de verilmiştir.

Tablo 7: İşveren Marka Algısının Katılımcıların İç Girişimcilik Düzeyleri Üzerindeki Etkisi

İşveren Marka Algısı	Bağımlı Değişken: İç Girişimcilik		
	β	P	VIF
İşveren Marka Algısı	0,854	0,000**	1,000
Sig. Değeri		0,000**	
R ² Değeri		0,730	
F Değeri		1109,867	
Durbin-Watson Katsayısı		1,920	

**p<0,01; *p<0,05

Tablo incelendiğinde; kurgulanan regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu (sig.=0,000) görülmektedir. İşveren marka algısı, çalışanların iç girişimcilik

düzeylerini yaklaşık olarak %73 oranında açıklayabilmektedir. Kurgulanan modelde işveren marka algısı ölçeğine ilişkin olarak varyans arttırıcı faktör değerinin (VIF) 10'dan küçük olduğu, dolayısıyla regresyon modelinde çoklu bağlantı sorunu olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca söz konusu modelde oto-korelasyon sorunu olmadığı (Durbin-Watson=1,920) tespit edilmiştir. Dolayısıyla kurgulanan H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada işveren marka algısının iç girişimcilik üzerinde etkisinin olup olmadığı incelenmiştir. İlgili literatür incelendiğinde farklı faktörlerin iç girişimciliğe etki edebildiği görülmüştür. Bu araştırmanın sorunsal işveren marka algısı da söz konusu bu faktörlerden biridir. Bu doğrultuda kurgulanan çalışmada katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgilere, kullanılan ölçeklerin güvenilirliklerine ve geçerliliklerine ilişkin bilgilere ve son olarak işveren marka algısının iç girişimcilik üzerinde etkisinin olup olmadığına ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Çalışmanın temel amacını teşkil eden aynı zamanda araştırma hipotezinin test edildiği regresyon analizi sonucunda işveren marka algısının, çalışanların iç girişimcilik düzeyleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca işveren marka algısının çalışanların iç girişimcilik düzeylerini yaklaşık olarak %73 oranında açıklayabildiği görülmektedir. Literatürde iç girişimciliği etkileyen faktörler üzerine yapılmış birçok çalışma bulunmaktadır. Naktiyok ve Bayrak Kök (2006) yaptıkları çalışmada örgütsel-çevresel faktörlerin iç girişimcilik üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Sonuç olarak; çevresel faktörlerin iç girişimciliği %43 oranında açıklayabildiğini belirlemişlerdir. Ayrıca iç girişimcilik üzerinde en büyük etkiye sahip olan çevre faktörünün çevresel olumsuzluk/tehdit boyutu olduğunu bulgulamışlardır. Çorum (2018) yaptığı çalışmada yenilik algısının iç girişimcilik üzerindeki etkisini incelemiştir. Sonuç olarak; yenilik algısının iç girişimcilik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ve yenilik algısı boyutunun iç girişimciliği %66 oranında açıklayabildiğini bulgulamıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, çalışanların iç girişimcilik düzeylerini arttırabilmek adına işletmelerin kurum imajlarına önem vermeleri gerektiğini göstermektedir. Aynı zamanda bu bulgular, çalışanların düşüncelerinin önemsendiği çalışma ortamlarında ve özellikle kendilerini çalıştıkları kurumun bir parçası olarak gördükleri andan itibaren onların daha girişimci olduklarını ortaya koymaktadır. Aynı zamanda ast-üst ilişkilerinin iyi olduğu bir çalışma ortamı ve sosyal imkanlar sağlandığında ve çalışanlar çalıştıkları kurumu diğer insanlara tavsiye etme düşüncesine sahip olduklarında söz konusu kurumda iç girişimcilik

faaliyetlerinin artacağı öngörülmektedir. Bu noktada sektörde faaliyet gösteren yöneticilerin işletmenin rekabet avantajı kazanmasında önemli bir rol oynamasını sağlayan iç girişimcilik düzeylerini arttırmak için çalışanlarla iyi ilişkiler kurmak, çalışanların sosyal aktivitelerine ilişkin olanaklar sunmak, üretken olabilecekleri bir çalışma ortamı sağlamak ve özellikle onların kuruma bağlılıklarını ve kendilerini kurumun bir parçası olarak görmelerini sağlamak gibi hususlara dikkat etmeleri önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Akdoğan, A. ve Cingöz, A. (2006). İç Girişimciliğe Verilen Önem Düzeyi Ve İç Girişimciliği Etkileyen Örgütsel Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Kayseri İlinde Bir Araştırma. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 25-27 Mayıs 2016, Bişkek.
- Albayrak, A. S. (2005). Çoklu Doğrusal Bağlantı Halinde Enküçük Kareler Tekniğinin Alternatifi Yanlı Tahmin Teknikleri ve Bir Uygulama, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 1(1), 105-126.
- Ağca, V. ve Kurt, M. (2007). İç girişimcilik ve temel belirleyicileri: Kavramsal bir çerçeve. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (29), 83-112.
- Antoncić, B. (2007). "Intrapreneurship: A Comparative Structural Equation Modeling Study", *Industrial Management & Data Systems*, 107(3), 309-325.
- Antoncić, B. ve Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of business venturing*, 16(5), 495-527.
- Backhaus, K. ve Tikoo, S. (2004). "Conceptualizing and Researching Employer Branding", *Career Development International*, 9(5), 501-517.
- Baş, T. (2011). *İşveren Markası: Yüksek Nitelikli Çalışanları Çekmenin ve Elde tutmanın Anahtarı*, Optimist Yayın ve Dağıtım.
- Borch, O. J., Huse, M., & Senneseth, K. (1999). Resource configuration, competitive strategies, and corporate entrepreneurship: An empirical examination of small firms. *Entrepreneurship theory and practice*, 24(1), 49-70.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı* (8. Baskı), Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Chang, J. (2001). Intrapreneurship and exopreneurship in manufacturing firms: an empirical study of performance implications. *Journal of Enterprising Culture*, 9(2), 153-171.
- Çekmecelioğlu, G. H. (2007). Örgüt ikliminin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 79-97.
- Çorum, G. (2018). *The Perception of Innovation Effect on Intrapreneurship: A Study on Private Companies*. Bahçeşehir Üniversitesi Mühendislik ve Doğa Bilimleri Enstitüsü (Yayınlanmış Doktora Tezi), İstanbul.
- Demirel, Y., ve Seçkin, Z. (2011). Örgütsel Adaletin Bilgi Paylaşımı Üzerine Etkisi: İlaç Sektörü Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma, *Bilgi*, (56), 99-119.


- Dursun, M. T. ve Eriş, E. D. (2018). Konaklama İşletmelerinde Kuşaklar Bağlamında İşveren Marka Algısı İle Çalışma Yaşam Kalitesi İlişkisi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 8(1), 160-179.
- Engle, D. E., Mah, J. J., ve Sadri, G. (1997). An empirical comparison of entrepreneurs and employees: Implications for innovation. *Creativity Research Journal*, 10(1), 45-49.
- Farahmand, N., Tagizadeh, H. ve Kheirandish, M. (2011). A strategy formulation model: A model based on the corporate entrepreneurship in industrial firms of Iran. *Australian Journal of Basic & Applied Sciences*, 5(12), 1221-1230.
- Felício, C. Rodrigues (2012) Felício, J., Caldeirinha, V. ve Rodrigues, R. (2012). Global mindset and the internationalization of small firms: The importance of characteristics of entrepreneurs. *International Entrepreneurship Management Journal*, 8(4), 467-485.
- Hair Jr, J. F., Black W.C., Babin B.J., Anderson R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*, 7. Edition, Pearson New International Edition.
- Hayton, J. C. ve Kelley, D. J. (2006). A competency-based framework for promoting corporate entrepreneurship. *Human Resource Management: Published in Cooperation with the School of Business Administration, The University of Michigan and in alliance with the Society of Human Resources Management*, 45(3), 407-427.
- İçirgen, H. (2016). İşveren markası ve insan kaynakları yönetimi uygulamalarının işten ayrılma niyetine etkileri: Turizm sektörü üzerine bir araştırma (Master's thesis, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Kanbur, E. (2015). "Çalışanların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü", Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Yayınlanmış Doktora Tezi, Tokat.
- Kocjančič, J. ve Bojnec, Š. (2013). Intrapreneurship, Competition and Company Efficiency. *Managing Global Transitions: International Research Journal*, 11(2).
- Lumpkin, G. T., Gregory G. D. (1996). "Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance", *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Moriano, J. A., Molero, F., Topa, G. ve Mangin, J. P. L. (2014). The influence of transformational leadership and organizational identification on intrapreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(1), 103-119.
- Naktiyok, A. ve Bayrak Kök, S. B. (2006). Çevresel faktörlerin iç girişimcilik üzerine etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 77-96.
- Öktem, M. K., Leblebici, D. N., Arslan, M., Kılıç, M., & Aydın, M. D. (2003). Girişimci Örgütsel Kültür Ve Çalışanların İç Girişimcilik Düzeyi: Uygulamalı Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 169-188.
- Pinchot, G III. (1985). *Intrapreneuring: Why You Dont't Have To Leave The Corporation To Become An Entrepreneur*, New York, NY: Harper&Row.
- Saetre, A. (2003). Entrepreneurial perspectives on informal venture capital. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 5(1), 71-94.

- Sağır, M. (2016). İşveren Markası Algısı: İnsan Kaynakları Faaliyetleri, Çalışma Ortamı Ve Tazminat-Kazanç Boyutları İle Turizm Fakültelerinde Bir Uygulama, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(14), 415-439.
- Sharma, P. Chua, J. H. Ve Chrisman, J. J. (1999). "Defining The Family Business By Behavior", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 23(4), 19-39.
- Şeşen, H. (2010). Öncülleri ve Sonuçları ile Örgüt içi Girişimcilik: Türk Savunma Sanayinde Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, KHO/SAVBEN - Savunma Yönetimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Uçar, Z. ve Erçelik, M. A. Küreselleşme Bağlamında Başarılı Bir Toplam Kalite Yönetimi İçin Psikolojik Sahiplenme ve İç Girişimciliğin Rolü: Kuramsal Bir Analiz. Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(2), 158-176.
- Ürper, Y. (Ed.). (2016). Girişimcilik ve İş Kurma. Eskişehir: TC Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Yılmaz, G. ve Yılmaz, E. G. (2010). *Personel Seçim Sürecinde İşveren Markalama ve Örgütsel Çekiciliğin Önemi*, "Yönetimde İnsan Kaynakları Çalışmaları", Ed.: YELBOĞA A., Ankara, Turhan Kitapevi, 2010.
- Zenovia, C. P. (2011). Entrepreneurship versus intrapreneurship. *Journal Review of International Comparative Management*, 12(5), 971-980.
- http://file.toraks.org.tr/TORAKSFD23NJ4H3BG3JH/mse-ppt-pdf/Kenan_KOSE3.pdf, (Erişim tarihi: 25.07.2018).

Makale Türü / Article Type: Araştırma / Research

MOBBİNG'İN NEDEN VE SONUÇLARI: HAVACILIK SEKTÖRÜNDE VAKA İNCELEMESİ*



Dr. Bilge Timuçin EKİNCİ 
Akdeniz Üniversitesi

■ Özet

Günümüzde kamu ve özel sektörde pek çok çalışan mobbing, iş yerinde psikolojik taciz veya yıldırma olarak farklı isimlerle adlandırılan davranışlara maruz kalmaktadır. Mobbing, örgütte hedef olarak seçilmiş kişilere yönelik, uzun süreli, kasıtlı ve olumsuz davranışları ifade etmektedir. Bu tür davranışlar, kurbanlarda psikolojik ve psikosomatik sorunlara yol açabileceği gibi örgüt için de zararlı olabilir. Bu çalışmada havacılık sektöründe faaliyet gösteren bir firmada yaşanan mobbing olayı incelenmiş ve bu kapsamda mağdurlarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın amacı mobbinge konu olan olayın analizinin yapılarak, örgütsel ve yönetsel nedenlerinin, kurbanların üzerindeki etkilerinin ve çözüm yollarının belirlenmesidir. Veri toplama aracı olarak görüşme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda iş tecrübesi ve yönetim yeteneği bakımından yetersiz olan yöneticilerin, yetenekli ve bilgili çalışanlara mobbing uyguladıkları, bu tür davranışların kurbanlarda psikolojik sorunlara ve istifaya neden olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mobbing, Psikolojik Taciz, Yıldırma, Zorbalık, Havacılık

Causes and Results Of Mobbing: A Case Study In The Aviation Sector

■ Abstract

Today, many employees in the public and private sectors have been exposed to behaviors that are called with different names as mobbing, psychological harassment or intimidation in the workplace. Mobbing refers to long-term, deliberate and negative behaviors towards the people who have been chosen as the target in the organization. Such behavior can lead to psychological and psychosomatic problems on victims as well as harm to the organization. In this study, the mobbing event in a company operating in the aviation sector was examined and within this scope, interviews were conducted with the victims. The aim of the study is to analyze the event which is the subject of mobbing and to determine the organizational and managerial reasons, the effects on the victims and the solutions. The interview method was used as a data collection tool. As a result of the research, it was found that the managers who were inadequate in terms of work experience and management skills applied mobbing to talented and knowledgeable employees and such behaviors caused psychological problems and resignation on victims.

Keywords: Mobbing, Psychological Harassment, Intimidation, Bullying, Aviation Sector

*Bu çalışma 18-20 Nisan 2019 tarihinde Alanya'da düzenlenen 6. Uluslararası Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Sempozyumunda sunulan "Havacılık Sektöründe Mobbing: Örnek Olay İncelemesi" isimli sözlü bildirin geliştirilmesi sonucu oluşturulmuştur.

Atf: Ekinci, B. T. (2019). Mobbing'in Neden ve Sonuçları: Havacılık Sektöründe Vaka İncelemesi. *Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1-2), 39-62.

GİRİŞ

Türkiye’de özellikle 2003 yılında gerçekleştirilen yasal düzenlemelerle birlikte havacılık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin sayısı artış göstermiştir (Battal ve diğ., 2006: 2). İşletme sayılarının ve zaman içinde kapasitelerinin gelişimi iş gücü ihtiyacını beraberinde getirmiş, farklı ülke, dil, din, ırk, kültür, siyasi görüşe sahip olan pek çok insanın tek bir örgütte bir arada çalışması sonucunu doğurmuştur. Öte yandan havacılığın ileri teknoloji kullanımı nedeniyle yüksek maliyetler içermesi ve güvenlik kaygıları dolayısıyla titiz çalışma gerektiren stresli bir sektör olması, çalışanlarının bu ağırlığın altında ezilmesine neden olmaktadır. Tüm bu söylenenlere ek olarak, değişen ve gittikçe zorlaşan aşırı rekabetçi pazar, iş yaşamında çalışanlar arasında rekabetin hızını ve şiddetini arttırmaktadır. Söz konusu etkenler ve ağır çalışma ortamı, iş görenler üzerinde strese neden olmakta, artan stres çalışanlar arasında çeşitli çatışmalara yol açmakta, çatışmaların süreklilik kazanması durumunda ise mobbing ortaya çıkmaktadır (Konieczny, 2018: 203; Afacan, 2015: 3; Serin ve diğ., 2014; Zia ve Syed, 2013: 304). Mobbing, genel olarak bir kişiye yönelik bir veya birkaç kişi tarafından sistematik bir biçimde yürütülen etik olmayan, düşmanca bir iletişim biçimini ifade etmektedir (Leymann, 1990:120). Mobbing olgusunun oldukça karmaşık bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Oluşumu mağdurun ve uygulayıcının özelliklerinin yanında, örgüt yapısı ve sosyal çevrenin özelliklerinden de kaynaklanıyor olabilir (Pilch ve Turska, 2015: 83). İş yerinde gerçekleşen geçici çatışmalar mobbing kapsamında ele alınmaz. Mobbing bir süreçtir ve belirli bir süre boyunca gerçekleşir. Leymann bu süreyi en az altı ay olarak belirtmiştir (Leymann, 1990: 120). Uzun bir süre boyunca baskıcı davranış altında kalmak, mağdurlar ve örgüt üzerinde bir takım olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Mobbing uygulamalarına maruz kalan kişilerin depresyon, anksiyete ve stres bozukluğu, yüksek intihar riski, uykusuzluk, psikosomatik sağlık şikayetleri, kas-iskelet sistemi rahatsızlıkları ve fibromiyalji (yumuşak doku romatizması) konularında sağlık sorunları yaşadıkları yapılan araştırmalarda ortaya koyulmuştur. Bunun yanında mobbing örgütsel düzeyde de çeşitli maliyetler doğurmaktadır. Örgütsel verimliliği ve itibarı olumsuz yönde etkilemekte ve örgütsel kültüre korku ve düşmanlık hakim olmaktadır. Araştırmalar, işyerinde bu tür davranışların yüksek iş memnuniyetsizliği, personel devir, ve hasta izin oranlarının artmasına neden olduğunu göstermiştir (Makarem ve diğ., 2018: 1-2). Dolayısıyla mobbing, ciddi ekonomik sonuçları olan oldukça yaygın görülen bir olgudur. Workplace Bullying Institute (WBI) rakamlarına göre 2017 yılında 60,4 milyon Amerikalı işyerinde zorbalığa maruz kalmıştır (WBI, 2017). Türkiye Mobbing Mücadele Derneğinin açıklamasına göre Türkiye’de Mobbing ile ilgili net bir istatistik bulunmamakla birlikte, çalışma nüfusunun yaklaşık olarak %40’nın mobbinge maruz kaldığını, bu oranın da 9 milyon 600 bin kişiye denk geldiğini ifade etmiştir (t24 Gazetesi, 15.03.2019). Birey ve grupların diğerlerine kendi arzu ve hegemonyasını kabul ettirmek için baskı yapması, dolayısıyla mobbing uygulamalarının kişiler arası ilişkilerin kaçınılmaz bir yönüdür (Kieffer, 2013: 71). Bu nedenle iş hayatında son derece yaygın olarak görülen, psikolojik ve ekonomik zararları ulusal düzeyde oldukça yüksek rakamlarla ifade edilen bu olgunun, bütün boyutlarıyla açıklanması gerekmektedir. Her bir mobbing olayının kendine

özgü karakteristiğinin derinlemesine araştırılması, incelenmesi ve nedensellik ilişkilerinin ortaya konulması, söz konusu olgunun daha iyi anlaşılmasına bağlı olarak, bu tür davranışlara karşı hukuksal, örgütsel alanlardaki çözüm odaklı düzenlemelere katkı sağlayacaktır. Bu çalışmanın amacı mobbinge konu olan olayın analizinin yapılarak, örgütsel ve yönetsel nedenlerinin, kurbanların üzerindeki etkilerinin ve çözüm yollarının belirlenmesidir.

1. LİTERATÜR TARAMASI

1.1. Mobbing Kavramı

Yaşamlarının büyük bir bölümünü geçirdikleri iş yerlerinde insanların, kendilerini değerli hissetmelerini ve desteklenmelerini sağlayan örgütsel unsurların bulunması son derece önemlidir. Ancak, gündelik yaşamda çalışma ortamına ilişkin konuların çoğu kez önemsenmediği ve göz ardı edildiği görülmektedir. Bu durum iş yerinde sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. İşyeri sorunları, çalışanların işyerindeki sosyal ilişkileri üzerinde etkisi bulunan iş sisteminin tasarım ve yönetiminin tüm yönleriyle ilgilidir. Son yıllarda önem kazanan iş yerinde yaşanan sorunlarından birisi de mobbingtir (Feria ve diğ., 2018:841). Mobbing, mağdur tarafından istenmeyen, kasten veya bilinçsiz bir şekilde yapılan, ancak açıkça aşağılanma, suç ve sıkıntıya neden olan ve iş performansını etkileyebilen bir veya daha fazla çalışana yönelik, tekrarlanan eylem ve uygulamalar olarak tanımlanmıştır (Einarsen, 1999:17-18). Bu eylemlerin örnekleri arasında "işle bağlantılı olarak aşağılama veya alay etme", "kişiyi görmezden gelmek veya düşmanca bir tepkiyle karşılaşmak ve diğer çalışanlar arasında çalışana yönelik aşırı iğneleyici sözler söylenmesi sayılabilir. Bireyler bu eylemlere ne kadar sık maruz kalırsa, o kadar çok mobbing uygulamalarına maruz kaldıkları kabul edilmektedir (Giorgi ve Perez, 2015:227). Dolayısıyla mobbing uygulayan kişi hedefini küçük düşürmeye ve aşağılamaya çalışmaktadır. Bu tür eylemler ayrıca ilgili bilgileri reddetme, işi zorlaştırmayı ve zor hedefler koymayı da içermektedir (Ashaf ve Khan, 2014:172-173). Mobbing, çoğunlukla sözel karakterli (dolaylı veya doğrudan, pasif veya aktif) farklı davranış türlerini içermekte ancak az da olsa, bazı durumlarda, fiziksel şiddeti de içerebilmektedir (Pilch ve Turska, 2015:83; Einarsen, 1999:17). Örneğin Norveçli tersane işçileri üzerinde yapılan bir araştırmada, işçilerin %88'nin iş yerinde psikolojik şiddete maruz kaldıklarını ancak içlerinden %2,4'nün fiziksel şiddet gördüğü bulgularına ulaşılmıştır. 137 Norveçli tersane işçisi zorbalık ve taciz mağdurları, sosyal izolasyon ve dışlanma, iş ve çabaların değerini düşük gösterme, alay ve aşağılayıcı yorumlar gibi davranışları içermektedir. Bunlar (Einarsen: 1999: 17) ;

- İş görevlerinin değiştirilmesi veya görevlerin yerine getirmelerini zorlaştırıcı davranışlar.

- Sosyal izolasyon
- Alay, hakaret, dedikodu ve benzeri davranışlar ile kişiliğe veya özel hayata karşı saldırılar.
- Topluluk önünde küçük düşürücü davranışlar veya sözlü tehditler, bağırılmalar.
- Fiziksel şiddet veya tehditler olarak belirlenmiştir.

Sir Cooper (2017: 459) araştırmasında iş yerlerinde mobbing ile ilgili 20'den fazla olumsuz davranış biçimi tespit ettiklerini ifade etmiştir. Daha çok yöneticiler ile ilgili olan bu davranış biçimleri arasında; başa çıkılamayacak iş yükleme, gerçekçi olmayan süreler, performansı etkileyen bilgileri saklama, meslektaşlarının önünde küçük düşürmeye yönelik hareketler, yetkinlik seviyelerinin altında işlerin verilmesi, tehditler, sürekli olarak daha önce yapılan hataların hatırlatılması ve mağdurun devamlı olarak eleştirilmesi, işlerin aşırı olarak izlenmesi sayılabilir. Öte yandan iş yerlerinde yaşanan her çatışma veya her anlaşmazlığın mobbing olarak değerlendirilmemesi gerekir. Mobbingin varlığından söz edebilmek için, her şeyden önce bu tür davranışların bir iş yerinde gerçekleşmesi gerekmektedir. Bunun yanında bir olayın mobbing olarak değerlendirilmesi için davranışların ayda birkaç kez tekrarlanması, birtakım evreler içine geçmiş olması ve bunun tekrarlama sıklığı ve uzun süre devam etmesi ve davranış tarzlarının kişiye kötü muamele şeklinde olması gerekmektedir. Bir tacizin mobbing olarak adlandırılması için en azından kasıtlılık, süreklilik ve sistemlilik niteliklerini taşımaları ve bu unsurların varlığının teşhisi içinse, çatışmanın, kurum kültürünün ve taciz sürecinin incelenmesi gerekmektedir (İzmir ve Fazlıoğlu, 2011: 14). Dolayısıyla tekrar eden, istenmeyen, düşmanca algılanan ve mağdurun kendisini savunamadığı davranışlar mobbing olarak adlandırılabilir. Mağdurun kendisini savunamayışında mağdurun kişilik özellikleri, sosyo-ekonomik koşullar ve hatta fiziksel şartlar dahi etkili olabilir (Einarsen, 1999: 18).

Mobbing günlük iş yaşamında oldukça yaygın olarak görülmektedir (Einarsen: 1999: 18). 2017 yılında yapılan araştırmada ABD işgücündeki her beş kişiden neredeyse biri işyerinde mobbing davranışlarına maruz kalmaktadır (Workplace Bullying Institute [WBI], 2017; Cassie ve Crank, 2018: 417). Türkiye Mobbing Mücadele Derneği Merkezinin açıklamasına göre Türkiye'de 2011-2016 yılında 38.262 kişi derneğin telefonunu arayıp, mobbinge uğradığını bildirmiştir (Hürriyet, 31.08.2017). Yapılan açıklamada Türkiye'de mobbing ile ilgili net bir istatistik bulunmamasıyla birlikte, çalışma nüfusunun yaklaşık olarak %40'nın mobbinge maruz kaldığını bu oranın da 9 milyon 600 bin kişiye denk geldiğini ifade etmiştir (t24 Gazetesi, 24.10.2018). Türkiye Psikiyatri derneğinin açıklamasına göre ise Türkiye'de iş yerinde mobbinge uğrama oranı % 10 olarak tespit edilmiştir. Bu orana göre

Türkiye’de her 10 kişiden biri mobbinge uğramaktadır. En sık görülen mobbing türleri, yıldırma ve yıpratma, ikinci sırada kapasite üzerinde iş yükleme, üçüncü sırada ise alay etme, küçük düşürme, hakaret olarak belirlendiğini ifade edilmiştir (Milliyet, 14.10.2017).

1.2. Mobbingin Tanımı

Yazında mobbing hakkında tanımlar incelendiğinde kavram üzerinde genel anlamda bir fikir birliğine varıldığı görülmektedir. En geniş anlamda ele alındığında mobbing işyerinde zorbalık, birini taciz etmek, rahatsız etmek, sosyal olarak dışlamak ya da işlerini olumsuz yönde etkilemek anlamına gelir (Ashaf ve Khan, 2014:173). Ancak bu tacizin sistematik olması ve belli bir süreç içermesi gerekmektedir. Giogi ve Perez (2015:227) ‘e göre mobbing, bir kişinin sistematik olarak ve uzun süre boyunca psikolojik şiddete dolaylı ve ince biçimlerde maruz kaldığı bir taciz ve sosyal dışlanma sürecidir. Giorgi ve Perez (2015)’in aktardığı tanımında sistematik olarak ve ince biçimde gerçekleştirilen davranış ifadeleri mobbing olayının amaçlı ve bilinçli bir süreç olduğunu vurgulamaktadır. Buna ek olarak mobbing davranışları bilinçsiz olarak gerçekleştirilebilir. Zira Einarsen (1999: 17-18) bu tür davranışların bilinçsiz bir biçimde gerçekleşebileceğini ifade etmektedir. Yazara göre mobbing, mağdur tarafından istenmeyen, kasten veya bilinçsiz bir şekilde yapılan ancak açıkça aşağılama, suç ve sıkıntıya neden olan ve iş performansı üzerinde olumsuz etkisi olabilen bir veya daha fazla işçiye yönelik olarak tekrarlanan eylem ve uygulamalar olarak tanımlanmıştır. Einarsen (1999) ile benzer biçimde Cassie ve Crank, (2018: 418) mobbing tanımlarında en az üç ortak özellik olduğunu belirtmiştir. Bunlardan ilki hedef alınan bir kişiye psikolojik şiddet de içeren, bilgi saklama, saldırgan göz teması, alay etme, izolasyon, jestler, ayrımcılık gibi olumsuz davranışlarda bulunulmasıdır. İkincisi ise belirli bir süreci içermesi gerektiğidir. Leyman (1996) bu süreyi altı ay olarak belirtmiştir. Üçüncü ve son özellik ise mağdur ve mobbing uygulayıcısı arasında güç asimetrisi olmasıdır. Bu durum mağdurun kendisini korumasını ve intikam alma yeteneğini sınırlandırmaktadır (Makarem ve diğ. 2018: 1). Bu tanımlardan yola çıkarak bir tanım ortaya koyacak olursa; mobbing, iş yerinde belirli bir süreç boyunca devam eden, bilinçli veya bilinçsiz olarak, bireyi yıpratıcı ve küçük düşürücü, tekrarlı ve sistematik davranışlar bütünü olarak ifade edilebilir.

1.3. Mobbingin Nedenleri

Mobbing çok nedene bağlı bir fenomen olarak çalışanlar arasındaki bireysel farklılıkların, iş ortamındaki eksikliklerin veya bireysel ve durumsal faktörler* arasındaki

*Sosyal psikoloji insan davranışlarını, kişisel ve durumsal faktörlerin birbirini etkileyen belirleyiciler olarak işlediği üçayaklı karşılıklılık modeli ile açıklar. Bu kapsamda mobbing belirli bir durumda bulunan kişiler arası

etkileşimin sonucu olarak ele alınabilir. Bireysel farklılar olarak ele alındığında bu sürecin kişiler arasında gerçekleşen güçlü çatışmalardan, yetkinin kötüye kullanılmasından, öfkenin üçüncü tarafa aktarılmasından, ayrımcılıktan ve baskıcı örgütsel uygulamalardan kaynaklanabilir (Pilch ve Turska, 2015: 83-84). Mobbing ile ilgili nedenler mağdur, uygulayan kişi, örgüt kültürü ve hatta ülke kültürüyle ilgili olabilir (Henle ve Gross 2014: 463; Pilch ve Turska, 2015: 85; Lingnau ve diğ., 2017:1199; Giorgi ve diğ., 2015: 227-228). Bu nedenler aşağıda açıklanmıştır.

Mobbing Mağduru: Henle ve Gross (2014: 463) ve Aquino ve Bradfield, (2000: 526-527) mobbing uygulamalarına maruz kalan kurbanların kişilik özelliklerinin onların hedef olarak seçilmelerinde önemli bir faktör olduğunu belirtmektedir. Yazarlar herkesin bu tür davranışlara eşit bir hedef teşkil etmediğini, bazı mağdurların kimi duygusal davranışlarının (örneğin öfke, sosyal normların ihlali, uysal veya yumuşak davranış özellikleri) onların isteyerek veya istemeden bu tür davranışların hedefi haline getirebileceğini belirtmektedirler. Henle ve Gross (2014:463), 222 çalışan üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada, duygusal istikrar ve sorumluluk duygu düzeyi düşük olan çalışanların, mobbing ile ilişkili olumsuz duygu yaşama olasılıklarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Mobbing Uygulayan Kişi: Mobbing uygulayan kişi ile ilgili özelliklere bakıldığında genel olarak kıskançlık ve yetersiz yönetim yeteneği olarak iki ortak unsurun bulunduğu görülmektedir. Finlandiya Üniversitesi çalışanları arasında yapılan bir ankette de mobbing konusunda algılanan üç ana neden statü ve iş pozisyonları, kıskançlık ve rekabet olarak belirlenmiştir. Belediye Yetkilileri Birliği'ne üye olan 95 mağdur arasında yapılan bir başka çalışmada mobbing uygulamaları için önemli iki neden olarak kıskançlık ve yönetim yeteneğinin yetersizliği olduğu bulgularına ulaşılmıştır (Einarsen: 1999: 20). Bunun yanında uygulayıcının psikopati gibi kişilik bozukluğuna sahip olması da mobbing uygulamasının bir nedeni olabilir. Lingnau (2017) örgütte görev yapan bu kişileri kurumsal psikopatlar olarak adlandırmaktadır. Kurumsal psikopatlar örgütlerde başarılı bir şekilde çalışan ancak bencil, manipülatif hareketlere sahip ve empati, pişmanlık ve vicdan azlığı sergileyen bireylerdir (Lingnau ve diğ., 2017:1193). Boddy (2011) söz konusu kişilik özelliklerinin mobbing uygulayıcılarının kişilik özellikleri ile örtüştüğünü ifade etmekte ve bu nedenle örgütler için birer risk faktörü oluşturduklarını belirtmektedir. Ayrıca yazar gerçekleştirmiş olduğu

ilişkilerin bir ürünüdür ve uygulayıcı, hedef ve sosyal şartlar arasındaki karmaşık etkileşim yoluyla gelişir. Kişisel faktörler negatif etki, yaş, cinsiyet, kadro ve hedefin davranışlar gibi pek çok değişkeni içermektedir. Durumsal faktörler ise örgüt kültürü, hiyerarşik ve informal ağlardaki pozisyon, kontrol eksikliği gibi örgütsel ve yönetsel yönleri kapsamaktadır (Mathisen ve Øgaard, 2012: 541).

araştırmada kurumsal psikopatlık ile mobbing arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır (Boddy, 2011: 368).

Örgüt Kültürü: Örgüt kültürü bireylerin farklı örgütlerdeki davranışlarını etkileyen en önemli faktörlerden biridir (Zayada, 2018: 419). Örgüt kültürü norm ve değerler aracılığıyla gizli ve fakat güçlü bir biçimde örgüt çalışanlarının davranışlarını etkiler. Örgüt kültürü mobbing davranışlarını normal olarak kabul edebilir veya hoş görebilir. Öte yandan örgüt kültürünün bir unsuru olarak güç asimetrisi ve liderlik biçimleri, birbiriyle uyuşmayan istekler, belirsiz ve haksızlıklar mobbing içeren davranışların meydana gelmesine yol açabilir (Tambur ve Vadi, 2012: 755-758; Mizrahi, 2013: 446). Tambur ve Vadi (2012) çalışmalarında örgüt kültürünün alt boyutları olarak görev ve ilişki oryantasyonu ile mobbing arasında negatif bir ilişki bulmuşlardır (Tambur ve Vadi, 2012: 755-758).

Ülke Kültürü: İnsan sosyal bir varlıktır ve toplum içinde yaşar. Sosyal bir varlık olarak insanın içinde yaşadığı toplum, tarihsel süreç içerisinde ortaya çıkardığı değer ve normlar aracılığıyla doğduğu andan ölümüne dek ister istemez onun algılarını ve davranışlarını şekillendirmektedir. Her toplum, insan ihtiyaçlarını karşılamak için tarihsel bir birikim sonucu oluşturmuş olduğu bu değer ve normları içinde yaşanılan toplumun özelliklerini bünyesinde toplayarak o toplumun kültürel mirasını oluşturur. Söz konusu miras, onu diğer toplumlardan ayırır. Dolayısıyla her toplumun kültürü birbirinden farklıdır (Nişancı, 2012:1279). Farklı toplumsal kültürler insanların mobbing algılarında farklılıklara yol açabilir. ÖrneğinGiorgi ve Perez (2015: 227-228) mobbing davranışının iş tatmini üzerinde olumsuz etkisi bulunmakla birlikte bu etkinin ülkeden ülkeye değiştiğini belirtmektedir. Yazarlar eril kültürel özelliklere sahip olan toplumlarda zorbalık davranışına maruz kalan çalışanların iş tatmini düzeyinin, dişil kültüre sahip olan toplumlarda çalışanlara göre daha yüksek olduğunu belirtmektedir. Özellikle, zorbalık davranışının ince ve belirsiz doğası göz önüne alındığında çalışanlar kimi zaman maruz kaldıkları olumsuz davranışları fark etmeyebilir veya bu tür davranışları doğal ve performans artışı için yapıldığı biçiminde algılayabilirler. Böyle bir durum paradoksal olarak çalışanda performans artışına neden olabilmektedir. Öte yandan Jacobson ve diğ. (2013) çalışmalarında ulusal kültürün üç alt boyutu olarak girişkenlik, grup içi kolektivizm ve güç mesafesi boyutları ile mobbing arasında ilişkileri tartışmış ve her bir kültürde test edilmesi için dokuz önerme ortaya koymuşlardır (Jacobson ve diğ., 2013: 9-15). Sonuç olarak ülke kültürü örgütlerde mobbing algısı ve davranışı üzerinde etkili olmaktadır.

1.4. Mobbing Süreçleri

Mobbing çoğunlukla sözel karakterli (dolaylı veya doğrudan, pasif veya aktif) farklı davranış türlerini içermektedir. Ancak çok nadir durumlarda fiziksel şiddet olayları da görülmektedir. Mobbing yavaş yavaş, zaman içerisinde gelişen bir süreçtir (Pilch ve Turska, 2015: 83). Bu tür davranışlar hemen her gün ve uzun bir süre boyunca gerçekleşmekle beraber en az altı ay devam etmesi gerekmektedir. Geçici çatışmalar mobbing olarak ele alınmaz (Leymann, 1990: 120). Dolayısıyla mobbing geçici bir çatışma değil işleyen bir süreçtir.

Einarsen ve diğ. (1994)'e göre mobbing süreci en az dört aşama içermektedir. Bunlar; saldırgan davranış, mobbing, damgalanma ve ağır travma aşamalarıdır. İlk aşamada iş yerinde bir veya daha fazla insana karşı oldukça saldırgan çıkışların yönlendirilmeye başlandığı bir durum söz konusudur. Ancak bu aşama mobbing olarak adlandırılmaz. Mobbing, saldırgan çıkışların daha açık, doğrudan ve sık olduğu sonraki aşamada söz konusu olmaktadır. Bu aşamada, mağdurun kendisi, psikolojik ya da sosyal faktörlerin bir sonucu olarak iş çevresi tarafından damgalanır ve artık kendisini savunmakta zorlanmaktadır. Bu durum daha sonra mağdurun zihinsel ve fiziksel sağlığını büyük ölçüde etkilemektedir (Einarsen: 1999: 19). Tüm bu süreçlerin sonunda mağdur, ya kendi isteği ile istifa eder, ya işten çıkarılır, ya da erken emekliliğe zorlanır (Mizrahi, 2013: 445). Bu trajik kaderden sorumlu olanlar, iş arkadaşları veya yönetim olabilir (Leymann, 1990:120).

1.5. Mobbingin Sonuçları

İşyerinde mobbinge maruz kalmak, mağdur, iş arkadaşları ve tüm organizasyon için önemli sonuçları olan ciddi bir sosyal stres unsurudur (Pilch ve Turska, 2015: 83). Calwell ve Canuto-Carranco, 2010) çalışmalarında “örgütsel terörizm” kavramı üzerine odaklanmışlar, örgütsel terörizmi, “herhangi bir örgüt üyesinin, uzun vadeli refahını ve örgütün büyümesini baltalayan ve örgüt üyelerinin haklarını reddeden, eylemler” olarak tanımlamışlardır. Yazarlar örgütsel terör yaratan yöneticilerin örgütsel zenginlik yaratma, çalışanın iş tatmini ve iş yaşam kalitesini önemli ölçüde bozduğunu belirtmektedir (Calwell ve Canuto-Carranco, 2010: 159-160). Tüm bu söylenenlerden hareket edilirse, mobbing uygulayıcılarını, örgüte ve üyelerine zarar veren bir örgütsel terörist olarak adlandırmak yanlış olmayacaktır. Gerçekten de bu kişiler, hedef aldıkları mağdur üzerinde yıkıcı etkiler meydana getirirler. Mağdura zihinsel ve psikolojik zararlar vererek onların çalışma yeteneklerinin azalmasına ve özgüvenlerini kaybetmelerine neden olurlar (Feria ve diğ., 2018: 842). Mobbing mağdurlarında depresyon, anksiyete bozukluğu, travma sonrası stres bozukluğu, yüksek intihar riski, uyku sorunları, yanma, psikosomatik sağlık şikayetleri, kas-iskelet sistemi

şikayetleri saptanmıştır. Örgütsel düzeyde mobbing maliyetler doğurur, verimliliği ve itibarı etkiler, mesleki ilişkilerin bozulmasına, iletişim kalitesinin zarar görmesine, çalışanların örgüte olan bağlılıklarının azalmasına, devamsızlığın artmasına ve şirket imajında çatlaklara neden olur. Örgütsel kültüre korku ve düşmanlık hakim olur. Çalışmalar, işyerinde mobbing davranışlarının yüksek iş memnuniyetsizliği, personel devir ve hasta izin oranlarının artmasına neden olduğunu göstermiştir (Makarem ve diğ., 2018: 1-2; Feria ve diğ., 2018: 842; Ashaf ve Khan, 2014: 172-174; Einarsen: 1999: 18). Ayrıca, mobbing davranışlarına doğrudan maruz bırakılmayan, ancak çalışma grubunda tanık olan çalışanların devamsızlıklarının arttığı ve daha düşük iş tatminlerinin azaldığı belirtilmektedir. Bu etki “ikincil mobbing” olarak adlandırılmaktadır (Sir Cooper, 2017: 459).

1.6. Mobbinge Karşı Alınacak Önlemler

Mobbing ile mücadelede ilk yapılması gereken toplumun bilinçlendirilmesidir. Bu kapsamda mobbing ile toplumsal mücadele yöntemleri üç ana başlık altında ele alınabilir (Mizrai, 2013: 448); **İletişim Araçları:** Günümüzün en etkin iletişim araçları konumunda olan sosyal medya araçları yardımıyla toplum mobbing konusunda bilinçlendirilebilir. **Telefon Yardım Hatları:** Günümüzde dünyanın birçok ülkesinde mobbing mağdurlarına yardımcı olan destek hatları mevcuttur. Türkiye’de ise Çalışma ve Sosyal Güvenlik İletişim Merkezi Alo 170 hattı kurulmuştur. Bu hatta psikologlar aracılığıyla mobbing mağdurlarına psikolojik destek sağlanmaktadır. **Sendikalar:** Birer kurumsal yapı olarak sendikalar, üyelerinin iş yaşamındaki sorunlarıyla ilgilenir. Sendika temsilcileri işyerlerinde ortaya çıkan mobbing saldırılarını araştırabilmekte, iş sözleşmesine mobbing’e karşı yaptırım içeren maddeler ekletebilmektedirler.

Öte yandan Türkiye’de “İşyerlerinde Psikolojik Tacizin (Mobbing) Önlenmesi” konulu ve 2011/2 sayılı 8 maddelik bir başbakanlık genelgesi 19 Mart 2011 tarih ve 27879 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanmasına rağmen, genelge yükümlülüklerine aykırı hareket edenler hakkında uygulanacak yaptırımlar konusunda düzenleme getirmemiştir (Sayan ve Özacit, 2018: 288). Dolayısıyla mobbing uygulayıcılarına yönelik yaptırımlar konusunda hukuki bir düzenlemeye ihtiyaç bulunmaktadır.

Tüm bu söylenenlere ek olarak, mobbing uygulamalarına neden olan farklı dini inançlar, siyasi görüşler, cinsellik gibi konularla ilgili toplumsal önyargılar mobbingin ortaya çıkmasına yol açan unsurlardan bazılarıdır. Bu kapsamda toplumun bir parçası olarak örgütlerin görevlerinden biri de bu gibi olumsuzlukları kendi bünyelerinde gerçekleştirdikleri farkındalık çalışmaları sayesinde minimize etmek, örgüt üyelerinin bu gibi önyargılardan

kurtulmasına yardımcı olarak, onların empati yeteneği kazanmasını sağlamaktır (Majidli ve Budak, 2018: 153-154).

Bunun yanında yöneticileri seçerken, sosyal ve kişilerarası becerilerinin işe alım sürecinde daha önemli bir rol oynaması sağlanmalıdır. İnsanları övgü ile ödüllendirmek, onların değerli hissettirmek, özerklik sağlama ve işlerini kontrol etme güven ve refah kültürü yaratma konusundaki yumuşak beceriler, işyerinde zorbalık kültürünü önlemenin temelini oluşturur. Tüm bu söylenenlere ek olarak, bildiren kişinin kariyerine zarar vermeden, mobbing davranışlarının rapor edilebileceği ve şikayetin bağımsız olarak soruşturulmasına olanak veren bir prosedürün geliştirilmesi ve çalışanların yıllık olarak denetlenmesi gerekmektedir. İngiliz sosyal reformcusu John Ruskin'in 1871'de yazdığı gibi; “*insanların işlerinde mutlu olabilmeleri için bu üç şeye ihtiyaç vardır: buna uygun olmalı, çok fazla şey yapmamalı ve içinde başarı duygusuna sahip olması gerekir*” (Sir Cooper, 2017: 459).

2. YÖNTEM

Araştırmada nitel araştırma tekniklerinden örnek olay yöntemi seçilmiş olup, veri toplama tekniği olarak da yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma konusunun kendine has özelliği ve daha detaylı olarak, derinlemesine incelenmesi gerekliliği, söz konusu nitel araştırma tekniklerinden örnek olay yönteminin tercih edilmesinin nedenini oluşturmaktadır. Nicel araştırma yönteminde ölçümler, araştırmacıya kaç kişinin nasıl davrandığı konusunda bilgi vermesine rağmen davranışlarının nedenleri konusunda bilgi vermemektedir. Psikoloji, sosyoloji, antropoloji, eğitim ve sosyal bilimler insana ve topluma ait davranışları incelemektedir. Bu tür davranışların nedenlerinin nicel araştırma yöntemleriyle (sayılarla) açıklanması oldukça zordur. Nitel araştırma; insan ve grup davranışlarının nedenlerini anlamayı ve açıklamayı amaçlamaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 24). Yorumlayıcı paradigmaya göre bilim insanın görevi, nesnel olarak dışımızda olan gerçeklik anlayışı yerine, gerçekliğin toplumsal olarak inşa edildiği anlayışından hareketle, insanların kendi deneyimlerine atfettikleri anlamları yorumlamak ve çözümlenmeye çalışmaktadır (Altunışık ve diğ., 2004: 9). Dolayısıyla örnek olay yöntemi, örgüt içinde gerçekleşen sosyal ilişkileri açıklayabilmek gibi diğer yöntemlerle açıklanamayan durumlar için en uygun araştırma yöntemidir (Altunışık ve diğ., 2004: 223). Bu çalışmanın konusu da örgüt içi sosyal ilişkileri incelemek ve çözümlenmek olduğu için, nitel araştırma tekniklerinden örnek olay yöntemi seçilmiştir.

2.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı mobbinge konu olan olayın analizinin yapılarak, örgütsel ve yönetsel nedenlerinin, mağdurlar üzerindeki etkilerinin incelenmesi ve sorunun çözüm yollarının belirlenmesidir.

2.2. Araştırmanın Önemi

İnsanlar yaşamlarının büyük bir bölümünü iş yerinde geçirmektedir. Dolayısıyla yaşamlarının büyük bir kesimini geçirdikleri işyerlerinde insanlar, rahat ve huzurlu bir çalışma ortamı istemektedirler. Ancak ne var ki mobbing olayları dünyada ve Türkiye’de oldukça yaygın olarak görülmektedir. Hemen her çalışan hayatının belli bir döneminde mobbinge maruz kalmaktadır. Söz konusu olgunun gerçekleşmesinde örgütsel yapı, kurban ve failin kişilik özellikleri, toplumun kültürel yapısı gibi pek çok unsur etkili olabilmektedir. Ayrıca mobbing olayları kişiler için kimi psikolojik rahatsızlıklarla sonuçlanırken, örgüt açısından da verimlilik kayıplarına neden olmaktadır. Fenomenin bu kadar yaygın olarak görülmesi düşünüldüğünde makro düzeyde yaşanan kayıpların boyutu oldukça yüksek düzeylere ulaşmaktadır. Dolayısıyla yazında yaşanan her bir olayın neden ve sonuçlarının ortaya konulması, kendine özgü niteliklerinin belirlenmesi, kavramın daha net olarak ortaya konulması, bu konudaki hukuksal, örgütsel ve psikolojik alanlardaki gelişme ve düzenlemeleri şekillendirecektir. Bu kapsamda bu çalışmanın önemi, her sosyal olayın kendine özgü dinamikleri olduğu ilkesi kapsamında, olayın örgütsel ve yönetsel nedenlerinin ve kurbanlar üzerindeki etkilerinin incelenmesi ve çözüm önerilerinin ortaya koyulması yoluyla yazına katkı sağlamayı hedeflemesidir.

2.3. Örneklem

Niteliksel araştırma yöntemi genel olarak olasılıksız örnekleme tekniklerini kullanmaktadır. Bu belirli bir araştırma bulgularının genelleştirilemeyeceği ancak belirli bir popülasyon için geçerli olacağı anlamına gelir. Dolayısıyla örneklem büyüklüğü genelleştirme amacıyla değil, konuyu derinlemesine araştırmak ve zengin bilgi toplamak amacıyla belirlenmektedir. Bu nedenle, nicel araştırmada kullanılan olasılıklı örnekleme ile karşılaştırıldığında olasılıksız örnekleme tekniğinde çok daha küçük sayılar söz konusu olabilir (Higginbottom, 2004:14). Bu noktada araştırmada amaçlanan derinlemesine bilgi elde etmekse ve örneklem birimlerinden bilgi gelmiyorsa, doyum noktasına ulaşılmıştır. Doyum noktasına ulaşıldığında örnekleme dahil etmeler durdurulur. Nitel araştırmalarda örneklem sayısı ister bir (N=1), ister elli (N=50) veya yüz (N=100) olsun, ideal bir örneklem büyüklüğü için temel kural, bilgilerin doyuma ulaşmasıyla oluşan tekrarlanma döngüsüdür (Baltacı,

2018: 262; Malterud ve diğ., 2015: 1758). Seçim yöntemi olarak amaçlı örnekleme yöntemi (olasılıksız yöntem) kullanılmıştır. Bu kapsamda olay mağduru dört iş gören ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde katılımcılar şirkette yedi iş görenin mobbing uygulamasına maruz kaldığını belirtmişlerdir, ilk üç iş görenle ilgili elde edilen bilgilerle konu ile ilgili gerekli ve yeterli bilgilerin alındığı, konunun özünün anlaşıldığı ve dördüncü iş görenin söylemiş oldukları bilgilerin konunun özünüyle ilgili yeni bir boyut getirmediği gözlemlenmiş ve örneklem artırımı durdurulmuştur.

2.4. Araştırmanın Kısıtları

Örneklem birimlerinden alınan bilgi ve yazarın yorumlama yeteneği ve bilgi sınırı bu araştırma için başlıca kısıtlardan biridir. Öte yandan nitel araştırmalar tümden gelim yöntemini kullandığı için (Kinsiz, 2017: 244) mobbing ile ilgili bulgular bu olaya özgü olması araştırmanın diğer bir kısıtını oluşturmaktadır.

2.5. Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda kişilerle bir yapılandırılmamış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmış olmak üzere konuyla ilgili üç farklı mülakat gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerin birincisi sohbet havasında geçmiş, sorun ana hatlarıyla belirlenmiştir. İkinci yarı yapılandırılmış görüşmede olay, kurbanlara tekrar anlatılmış, bu sırada olayın teoriyle ilgili önemli noktalarına ulaşabilmek için görüşmecilere sorular yöneltilmiş ve olaylarla ilgili notlar alınmıştır. Üçüncü görüşmede ise ikinci görüşmede not alınmış olan ve üzerinde durulacak önemli noktalar hakkında oluşturulan sorular görüşmecilere yöneltilmiştir. Daha sonra olay yazıya dökülerek, yanlış anlaşılmaya yer vermemek amacıyla görüşmecilere tekrarlar okutulmuş ve olayın doğru aktarıldığı konusunda onayları alınmıştır.

2.6. Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışmaları

Nitelikli bir araştırma yapmak, çalışmanın bilimsel olarak kabul edilmesi ve kullanılabilirliği bakımından önemlidir. Fakat geçerlilik ve güvenilirlik konusunda bir ölçüt geliştirmek sosyal bilimlerin karşı karşıya kaldığı en büyük sorunlardan birisidir (Arastaman ve diğ., 2018: 40). Özellikle nitel araştırmalarda bu sorun kendini daha güçlü bir biçimde hissettirmektedir. Nitel araştırmada geçerlik ve güvenilirlik konularına yönelik iki farklı görüş bulunmaktadır; Bu görüşlerden ilki nicel araştırmada kullanılan geçerlik ve güvenilirlik ölçütlerinin aynen nitel araştırmaya dahil edilmesidir ki bu pozitivist paradigmanın kabulünü gerektirmektedir. Diğer görüş ise doğa bilimlerinin yöntemlerinin sosyal bilimler için geçersiz olduğunu ileri sürerken, nitel araştırmayla daha uyumlu terimler oluşturmuştur. Burada ele

alınacak terimlerden ilki geçerliliğidir. Angen (2000), tarafından bir araştırmanın kalitesinin ve güvenilirliğinin muhakemesi olarak ifade edilen geçerlilik, dış geçerlilik ve iç geçerlilik olarak ikiye ayrılır (Yaşar, 2018:58-59; Şener ve diğ., 2017: 8). Dış geçerlilik araştırmacı tarafından tanımlanan özel bir durumun veya popülasyonun diğer kişilere veya çevrelere genişletilebilmesini ifade etmektedir (Yıldırım, 2010: 83). Daha farklı bir biçimde söylenecek olunursa dış geçerlilik araştırma sonucunun benzer ortam ve olaylara genellenebilmesidir (Karataş, 2015: 77). İç geçerlik ise araştırmadan elde edilen bulguların ve sonuçların ve bunlardan yola çıkılarak yapılan yorumlamaların gerçek durumu ne ölçüde doğru yansıttığıyla ilgilidir (Yıldırım, 2010: 83). Güvenilirlik ise bir çalışmanın sonuçlarının benzer bir metodoloji altında yeniden üretilebilirliğidir. Kısaca belirtmek gerekirse güvenilirlik, ölçmede basit olarak tutarlılık anlamına gelmektedir (Yağar ve Dökme, 2018: 8). Nitel araştırmalarda Lincoln ve Guba (1985) tarafından “iç güvenilirlik” yerine “tutarlılık”; dış güvenilirlik yerine “teyit edilebilirlik” kavramları kullanılmıştır (Küçükçayır, 2016: 61).

Bu kapsamda ele alınacak olunursa araştırmanın iç geçerliliği (inandırılabilirlik) uzman incelemesi, katılımcıların teyidi ve uzun süreli, derinlemesine (her bir katılımcıyla en az üç kez) gerçekleştirilen görüşmeler aracılığıyla sağlanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın dış geçerliliğini (genellenebilirlik) güçlendirmek için veri toplama süreci ve örnek olay ayrıntılı biçimde aktarılmıştır. Araştırmanın tutarlılığını arttırmak için katılımcılarla zaman kısıtlaması olmadan, uzun süreli etkileşim kurulmuştur. Tüm bu söylenenlere ek olarak, kendileriyle yarı yapılandırılmış ikinci ve yapılandırılmış üçüncü görüşmeler gerçekleştirilip, konuyla ilgili daha detaylı bilgiler alınmış, alınan bilgiler doğrultusunda olay yorumsuz olarak aktarılmış en son olarak da örnek olay ve yorumları kendilerine okutularak kendilerinden teyit alınmıştır.

3. BULGULAR

Araştırma Türk çalışanlardan oluşan ancak Türkiye dışında havalimanı işletmeciliği konusunda hizmet veren bir firmada orta düzey yönetici pozisyonunda çalışmış olan dört iş gören ile mülakatla veri toplama tekniği kullanılarak yürütülmüştür. Gerçekleştirilen mülakatlar sonucunda çalışanları istifa ettirmeye yönelik, mobbing içeren, bulgulara ulaşılmıştır.

3.1. Örnek Olay

Olay Türkiye dışında yaşanmasına rağmen, tamamen Türk çalışanlar arasında geçmektedir. Bu nedenle ırksal veya kültürel ayrımcılığa dayalı bir baskı söz konusu değildir. Olayda geçen isimler değiştirilmiş olup ve olay kısaca şu biçimde gerçekleşmiştir;

Söz konusu firmada çalışmakta olan İşletme Müdürü Ali Bey, şirketi düzene sokmak amacıyla havacılık konusunda deneyimli olan ve daha önce birlikte çalıştığı kişilerden oluşan bir ekibi Türkiye’den getirtmiştir. İşletme Müdürü Ali Bey, uzun yıllar havacılık sektöründe çalışan deneyimli bir yöneticidir ve bağlantıları sayesinde Zeki Beyin Genel Müdür pozisyonunda işe alınmasını sağlamıştır. Şirketin Genel Müdür yardımcısının ise işten ayrılması sonucu, boşalan bu pozisyona ise şirket patronunun akrabası olan ve havacılık operasyonları konusunda tecrübesi olmayan Yener Bey getirilmiştir. Bu nedenle Yener Bey, işletme müdürü Ali Beyin ekibiyle birlikte gelen kişilerden olan Burak ve İrfan Bey ile yakın ilişkiler kurar ve ilerlettiği ilişkiler sayesinde zaman içerisinde İşletme Müdürü Ali Bey aleyhinde onlardan bilgi toplar. Bu süreç içerisinde İşletme Müdürü Ali Bey’e yönelik mobbing uygulamaları başlar. Genel Müdür Yardımcısı Yener Bey, İşletme Müdürü Ali Beyin Türkiye’den getirttiği ekipten Ali Bey’in karşısında olmaları yönünde imada bulunur. Bu süreç içerisinde Türkiye’den gelen ekipten olan İrfan ve Burak Bey, Genel Müdür Yardımcısı Yener Beyin tarafında yer alırlar. Öte yandan Türkiye’den gelen havacılık konusunda deneyimli ekip, üst yönetimin aldığı hatalı kararlar nedeniyle sık sık Genel Müdür Zeki Bey ve Genel Müdür Yardımcısı Yener Bey ile çatışma yaşarlar. Zaman içinde İşletme Müdürü Ali Beyin ekibinde yer alan çalışanlara (İrfan ve Burak Bey hariç) mobbing uygulamaları başlar. Bu uygulamalar arasında çalışanlardan yapmış oldukları işler dolayısıyla ardi ardına yazılı savunmalarının istenmesi, kendileri içmelerine rağmen, ofiste sigara içmesinin yasaklanması, işe geç kalındığında oda kapısına olumsuz anlamlar içeren notlar bırakılması, sözlü hakaret, izin kullandırtmama, toplantılarda konuşurmama ve iş ile ilgili önerileri kabul etmemek, gizlice ses kayıtlarının alınması gibi psikolojik baskılar saptanmıştır.

Sonuç olarak belirli bir süre sonra özel hayatıyla ilgili bir takım sebepler gösterilerek İşletme Müdürü Ali Beyin işine son verilir. Ali Bey’den boşalan pozisyona, yine Ali Beyin Türkiye’den getirttiği ekipten olan İrfan Bey getirilir. Bir süre daha mobbing uygulamalarına maruz kalan ekip çalışanları, kaygı bozukluğu ve depresif bozuklular gibi psikolojik sorunlar yaşamaya başlarlar ve baskılara dayanamayıp, hepsi farklı zamanlarda istifa ederler.

3.2. Olayın Mobbing Açısından Değerlendirilmesi

Bu bölümde söz konusu olayda mobbinge neden olan unsurların neler olduğu ve mobbingin bireyler ve örgüt üzerindeki etkileri üzerine tartışılacaktır.

3.2.1. Mobbing Uygulamasına Neden Olan Etkenler: Olay incelendiğinde on iki unsurun mobbing uygulamasına yol açtığı saptanmıştır.

Hukuki Eksiklik: Bunlardan ilki olayın gerçekleştiği ülkede mobbing ile ilgili yasal düzenlemelerin bulunmamasıdır. Hukuk, sürekli birbirleri ve toplumla mücadele halinde olan insanlar arasında hukuksuz – haksız davranışlarda kullanılan bir mücadele örgütlenmesi, bir teminat ve himaye aracıdır (Dilberoğlu, 2016: 1519). İnsanların doğal bir içgüdüyle birlikte yaşamak istediğini savunan klasik zoon politikon felsefesinin aksine Thomas Hobbes, insan doğasının bencil, güvensiz ve korkak bir yapıya sahip olduğundan hareketle “İnsan insanın kurdudur (homo homini lopus)” sözünü söylemiştir (Yeşilçayır, 2014: 63). Bu kapsamda mobbingi tanımlamayan ve bunu suç-ceza ilişkisi içerisinde henüz ele almamış bir hukuksal altyapı, mobbing uygulayıcıları için daha serbest bir hareket imkanı vermekte ve psikolojik taciz içeren davranışları daha rahat uygulayabilmeleri için uygun bir zemin yaratmaktadır.

Öte yandan mağdurlarla gerçekleştirilen mülakatta çalışanların hiçbir sendikaya üye olmadıkları tespit edilmiştir. Bu durum çalışanların haklarını savunmaları konusunda kendilerine destek olacak bir örgütten yoksun olmaları anlamına gelmektedir.

Kendi ekibiyle çalışma isteği: Yöneticiler kendi ekibiyle çalışmak istemektedir. Bunun altında insanların güvendikleri insanlarla çalışma isteği yatmaktadır. Bu sayede belirsizlikleri azaltarak iktidarlarını güçlendireceklerdir (Ekinci, 2017: 74). Çünkü kişiler arası güven işbirliğini kolaylaştıracak ve üçüncü taraflara karşı ittifaklar kurmayı kolaylaştıracaktır (Ellwardt ve diğ., 2012: 526). İncelediğimiz örnek olayda işletme müdürü Ali Beyin işten atılması sonucu Türkiye’den getirdiği ekibinin yönetim tarafından istifaya yönelik mobbing baskılarının maruz kalmasının altında yatan ana nedenlerden birisini bu unsur oluşturmaktadır. Yönetim, Ali Beye karşı kendisiyle işbirliği yapmayan ekibi istifaya zorlayıp yerine daha çok güvendikleri kişileri getirmek istemektedir. Bu nedenle mağdurları istifaya zorlamak için mobbing uygulanmıştır.

Uygulayıcı ve mağdurlar arasındaki güç asimetrisi: Leyman (1996) mağdur ve mobbing uygulayıcısı arasında güç asimetrisini mobbing ile ilgili özelliklerden birisi olarak ele almaktadır. Bu durum mağdurun kendisini korumasını ve intikam alma yeteneğini sınırlandırmaktadır (Makarem ve diğ. 2018:1). Örnek olayda üst yönetimin orta yönetim üzerine baskısı söz konusu olup, bu durum mağdur ve uygulayıcılar arasında güç asimetrisinin varlığına işaret etmektedir.

Kayırmacılık: Kişisel ilişkiler bakımından ele alındığında akraba kayırmacılığını ifade eden nepotizm, pratikte nesnel ölçütleri bulunan profesyonellik yeteneği yerine nesnel bir ölçüsü bulunmayan akrabaların istihdam edilmesi olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle bireyin sahip olduğu beşeri kabiliyet, başarı ve eğitim düzeyi gibi unsurlar dikkate alınmaksızın veya işin gerektirdiği özellikleri taşımayan kimselerin yalnızca akrabalık

ilişkileri esas alınarak istihdam edilmeleridir (Ekinci, 48-49; Özler ve Büyükarıslan, 2011:278). Kayırmacı uygulamalar da mobbing nedenleri arasında yer alabilmektedir. Bunun nedeni yöneticilerin yeterli bilgi ve donanıma sahip olmamasıdır (Çögenli ve Asunakutlu, 2016: 19-29). Örnek olayda daha önce iş ile ilgili hiçbir tecrübesi bulunmamasına rağmen patronun akrabası olması nedeniyle müdür yardımcılığı konumuna getirilen Yener Beyin ve eski işletme müdürü Ali Bey tarafından işe alınması sağlanan Genel Müdür Zeki Beyin durumu bu kapsamda ele alınabilir. Mülakattan elde edilen bilgiler kapsamında Yener Beyin havacılık hakkında hiçbir tecrübesi olmaması verdiği kararlar konusunda Ali Bey ve ekibiyle çatışmalar yaşamasına neden olmaktadır. Süreç içerisinde söz konusu çatışmalar süreklilik ve şiddet kazanarak mobbing niteliği taşımaya başlamıştır. Öte yandan mülakat sonucu elde edilen bulgulardan Ali Bey tarafından işe alınması sağlanan Zeki Beyin de zaman içerisinde Ali Beye karşı mobbing uygulamalarına sessiz kaldığı ancak Ali Beyin ekibine mobbing uyguladığı bilgisi elde edilmiştir.

Fırsatçılık: Williamson (1985) tarafından kendi çıkarlarını kurnaz yaklaşımlar ile öne çıkarması olarak tanımlanan fırsatçılık, özellikle aldatmak, çarpıtmak, gizlemek ve ayrıca şaşırtmak için harcanan hesaplı bir çabayı ifade etmektedir (Williamson, 1985:47; Ekinci, 2016:16-17; Ekinci, 2016:67). Gerçekleştirilen görüşmelerde, İşletme Müdürü Ali Beyin ekibinden olan İrfan Beyin, kendi çıkarları için, Genel müdür yardımcısı Yener Beye, Ali Bey hakkında bilgiler vererek, Ali Beye yönelik mobbing uygulamasına destek vermiş ve Ali Bey işten atıldıktan belli bir süre sonra onun yerine işletme müdürü olarak geçmiştir.

Emir-Komuta yapısında hiyerarşiyi dikkate almama: Mağdurlarla gerçekleştirilen görüşmelerde, Genel Müdürün çalışanlara yardımcısının haberi olmadan direk görevler verdiği bilgisine ulaşılmıştır. Ancak Genel Müdür Yardımcısı Yener Bey bu noktada çalışanlara Genel Müdürün tarafından çalışanlardan doğrudan istenen her türlü görevin kendisine bildirilmesini istemiştir. Bu noktada mağdurlardan biri, genel müdür tarafından kendisine doğrudan verilen görevi müdür yardımcısına bildirmiş, bu bilgilendirmeden dolayı terfi verilmediği daha sonra kendisine bildirilmiştir. Üst yöneticilerin arasındaki iletişim eksiklikleri ve anlaşmazlıklar, altta çalışanlara yönelik baskıların oluşmasında ve alt-üst arasında çatışmaların yaşanması bakımından bir mobbing tetikleyicisi olabilir.

Örgüt Kültürü: Mağdurlarla gerçekleştirilen görüşmelerde, işletmede korku kültürünün hakim olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Bu noktada Genel Müdür Zeki Beyin, Genel Müdür Yardımcısı Yener Bey de dahil olmak üzere, çalışanlara oldukça sert ve kimi zaman hakarete varan ithamlarda bulunduğu belirtilmiştir. Genel olarak baskının yukarıdan aşağıya hiyerarşiler aracılığıyla taşındığı bulgusuna ulaşılmıştır. Korku kültürünün bir sonucu olarak

işletmenin personel devir hızının oldukça yüksek olduğunu ifade eden mağdurlar, diğer çalışanların mutlu olmadıklarını ancak aldıkları yüksek ücret yüzünden kalmaya katlandıklarını belirtmişlerdir.

Mobbing Uygulayıcılarının Kişilik Özellikleri: Gerçekleştirilen görüşmelerde mobbing uygulamacıların pozisyonlara kayırmacılık ile gelmiş, iş için yeterli bilgiye sahip olmayan, yönetsel kabiliyetleri zayıf, saldırgan ve fırsatçı kişilik yapılarına sahip oldukları anlaşılmaktadır. Einarsen (1999:2) mobbinge yol açan etkenler olarak, statü ve iş pozisyonu elde etmek, kıskançlık ve rekabetin etkisini ifade etmektedir. Söz konusu olayda mobbing uygulayıcıların gerekli yeteneklere ve bilgiye sahip olmamaları, ancak mobbing uyguladıkları kişilerin sektörde deneyimli ve bilgili kişiler olmaları, zaman zaman mağdurlarla uygulayıcıların arasında iş ile ilgili çatışmaların yaşanmasına yol açtığı belirtilmiştir. Bu noktada kıskançlık hissi ve rekabet, saldırgan kişilik özellikleriyle birlikte ele alındığında mobbing uygulama sebeplerinden birisi olabilir.

Mağdurların Kişilik Özellikleri: Yapılan görüşmelerde mağdurların biri hariç diğer üçünün saldırgan karaktere sahip oldukları belirlenmiştir. Eğer bir kişinin bir olaya baskın müdahale eğilimi saldırgan ise, başka birinin bu davranışı tehdit algılama olasılığı daha yüksektir. Bu duruma karşı cevap, tehdit kaynaklarına saldırgan eylemlerin yönlendirilmesidir. Bu tepki eğilimi oldukça saldırgan kişiler arasında daha da belirginleşebilir. Bunun nedeni uzlaşmacı veya önleyici davranış tarzından ziyade yüzleşmeyi benimsemelerine neden olan saldırgan bilişsel senaryolarının varlığıdır. Potansiyel bir tehdide karşı koyma eğilimi, çok saldırgan kişilerin, daha az saldırgan olan insanlardan daha fazla sayıda kişilerarası çatışmalara karışmasına neden olabilir (Aquino ve Bradfield, 2000: 526-527). Dolayısıyla mağdurların uzlaşmacı bir yapıdan ziyade saldırgan davranışsal eğilimlerinin yüksek olması da mobbing davranışlarına maruz kalmalarında önemli bir etken olabilir. Saldırgan olmayan diğer karakter ise, saldırgan karakterin eşi olduğu için mobbinge maruz kalmıştır.

Kendi pozisyonunu koruma isteği: Gerçekleştirilen mülakattan elde edilen bilgiler, Genel Müdür Zeki Beyin, patronun yeğeni Yener Beyin, Ali Bey'e uyguladığı mobbing'e kendi pozisyonunu korumak amacıyla sessiz kaldığını, Ali Beyin ekibine yapılan baskıya ise aynı nedenden ötürü dahil olduğu yönündedir. Aynı şekilde firmadaki diğer çalışanların bir kısmı Ali Beyin ekibine yapılan uygulamaları benimsemediklerini ancak işlerini kaybetmemek için sessiz kaldıklarını veya ses kaydı almak gibi mobbing uygulamalarına dahil oldukları konusunda bilgi edinilmiştir.

Mağdurların herhangi bir sendikaya üye olmaması: Çalışanların iş nedeniyle güvenliklerinin ve sağlıklarının her türlü riskten korunması yani çalışanların yasal olarak

güvence altına alınması sendikaların amaçları arasında bulunur. Bu kapsamda sendikalar üyelerinin hakları konusunda onlara destek sağlayan birliklerdir. Sendikaların iş yaşamındaki güçlü pozisyonu onları mobbing gibi olumsuz davranışların engellenmesi konusunda önemli birer aktör durumuna getirmektedir (Öksüzoğlu ve Şeşen, 2018: 140-142). Ancak gerçekleştirilen mülakat sonunda mağdurların hiçbir sendikaya üye olmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu durum onların mobbing karşısında ellerinde zaten az olan savunma araçlarından birine daha sahip olmadıklarını göstermektedir.

Şikayet ve denetim mekanizmasının olmaması: Firmada mobbing veya daha farklı konularda çalışanların sorunlarını iletebilecekleri yönetimi denetleyen herhangi bir birim yoktur.

3.2.2.Örnek Olayda Mobbing Uygulamasının Sonuçları: Mağdurlarla gerçekleştirilen görüşmelerde, işletmede gerçekleştirilen mobbing uygulamalarının kendileri, diğer çalışanlar ve örgüt üzerine etkilerinin neler olduğuna yönelik sorular yönlendirilmiş ve mobbing uygulamalarının kişiler ve örgüt üzerine olumsuz bazı etkileri olduğu yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Bir çok çalışmada (Pilch ve Tulska: 2015; Calwell ve Conuto-Carranco, 2010: 160; Fera ve diğ., 2018; Makarem ve diğ. 2018; Ashaf ve Khan, 2014; Einarsen, 1999; Lingnau ve diğ., 2017; Sir Cooper, 2017) mobbing uygulamalarının kişiler ve örgütler üzerine etkilerinin neler olduğu konusuna değinilmiş ve yürütülen araştırma sonucu elde edilen bulguların yazınla uyumlu olduğu görülmüştür. Buna göre mobbing uygulanan mağdurlardan ikisi, çalışmış oldukları beş yıl boyunca maruz kaldıkları baskının kendi psikolojik sağlıklarını bozduğunu ve bu yüzden ilaç kullanmaya başladıklarını belirtmişlerdir. Buna göre mağdurlardan birisine kaygı bozukluğu, diğerine ise depresif bozukluk teşhisi koyulmuştur. Kişiler yaşamış oldukları baskılar nedeniyle işe gitmek istemediklerini, çalışma saatlerinde ise mümkün olduğu kadar iş dışında başka uğraşlar ile zamanlarını doldurarak veya işin kalitesini düşürerek mobbing uygulamalarına cevap verdiklerini belirtmişlerdir. Dolayısıyla mobbing uygulanan kişiler üzerinde ciddi bir verimlilik kaybı söz konusudur. Öte yandan Sir Cooper (2017: 459), mobbing uygulamalarına maruz bırakılmayan, ancak çalışma arkadaşlarına mobbing uygulandığına tanık olan çalışanların da verimlilik ve iş tatmini düzeylerinin düştüğü, işe devamsızlıklarında ise artış görüldüğünü belirtmektedir. Gerçekleştirdiğimiz görüşmelerde de mağdurlar, diğer çalışanların çalışma ortamından, memnun olmadıklarını ancak aldıkları yüksek maaş yüzünden işten ayrılmadıklarını, içlerinde psikolojik rahatsızlıklar nedeniyle ilaç kullananların olduğunu belirtmişlerdir. Görüşme gerçekleştirilen bireyler ayrıca, işletmenin personel devir oranının yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Dolayısıyla örgüt açısından ele alacak olursak, bulgular işletmede korkuya dayalı bir örgüt

kültürünün olduğu sonucuna bizi götürmektedir. Korkuya dayalı örgüt kültürü ise kurum içi çatışmaların kronik bir hale dönüşerek mobbing uygulamalarına dönüştüğünü, bunun ise çalışan verimliliğini ve iş tatminini düşürerek, yüksek personel devir hızı ile işletme için ekonomik kayıplara yol açtığı görülmektedir.

4. SONUÇ

Sanayi devrimi ve sonrasında yaşanan gelişmeler, işletme sayı ve kapasitelerinin artmasına neden olmuş, farklı yapıdaki pek çok insanın, uzun saatler boyunca aynı ortamda birlikte çalışması sonucunu doğurmuştur. Birlikte uzun saatler aynı ortamda çalışmak zorunda kalan farklı kişilik ve özelliklere sahip olan insanların birbirleri arasındaki etkileşimleri sonucu çeşitli sorunlar oluşmuş ve söz konusu sorunların farklı yönleri çeşitli disiplinler tarafından incelenerek bir çözüme ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda son yıllar insan kaynakları yönetimi alanında üzerinde en çok tartışılan işletme sorunlarından bir tanesi de mobbing olarak karşımıza çıkmaktadır. Mobbing en genel anlamda iş yerinde bir kişi veya bir grubu yıldırmaya, bezdirmeye ve istifa ettirmeye yönelik olarak sistemli ve uzun süreli olarak uygulanan baskılardır. Mağdurun üzerinde çeşitli psikolojik sağlık sorunlarının görülmesine neden olurken, onun iş tatmininin ve verimliliğinin düşmesine yol açarak örgütsel anlamda da zararlara yol açan mobbing, çalışma yaşamında oldukça sık görülen ve bu yüzden yüksek ekonomik kayıplara neden olan örgütsel bir hastalıktır. Bu yüzden mobbing, üzerinde daha sık durulması gereken sosyal bir hastalıktır.

Bu çalışmada mobbing uygulamalarına yol açan unsurların daha derinlemesine incelenebilmesi için yurt dışında havacılık işletmeciliği alanında faaliyet gösteren bir işletmede mobbing uygulamalarına maruz kalmış dört çalışan ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Sektör olarak havacılık işletmesinin seçilmesinin nedeni; bu alanda faaliyet gösteren işletme sayısının artış göstermesi, farklı ülke, dil, din, ırk, kültür, siyasi görüşe sahip olan pek çok insanın tek bir örgütte bir arada çalışması, havacılığın ileri teknoloji kullanımı nedeniyle yüksek maliyetler içermesi ve güvenlik kaygıları dolayısıyla titiz çalışma gerektiren stresli bir sektör olması, tüm bu söylenenlere ek olarak, değişen ve gittikçe zorlaşan aşırı rekabetçi pazar nedeniyle sektör çalışanları arasında rekabetin hız ve şiddetinin yüksek olmasıdır. Söz konusu etkenler ve ağır çalışma ortamı, iş görenler üzerinde strese neden olmakta, artan stres çalışanlar arasında çeşitli çatışmalara yol açmakta, söz konusu çatışmaların süreklilik kazanması durumunda ise mobbing ortaya çıkmaktadır.

Örnek olay incelemesinde mağdurlarla gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda mobbing uygulamasının neden ve sonuçlarına yönelik bir takım bulgulara ulaşılmıştır. Buna göre örnek

olay kısaca bir üst düzey yönetici ve onun işe aldığı ekibini istifa ettirmeye yönelik baskılardan oluşmaktadır. Mobbing uygulayıcıları mağdurlara yönelik baskılarını oldukça rahat bir biçimde uygulayabilmektedirler. Bunun nedeni söz konusu ülkede mobbing ile ilgili yasal düzenleme bulunmayışıdır. Öte yandan mağdurların herhangi bir sendikaya üye olmamaları ve işletmenin herhangi bağımsız bir şikayet biriminin bulunmayışı mağdurları tamamen savunmasız bırakmaktadır. Buna ek olarak mobbing uygulayıcıların kayırmacılık ve fırsatçılık sonucu buldukları pozisyonlara gelmeleri, işin gerekleriyle ilgili yeterli bilgi ve deneyime sahip olmamaları, onların aldıkları kararların iş ile ilgili deneyimleri yüksek mağdurlar tarafından işin mevzuatına aykırı olması gerekçesiyle uygulanmamasına neden olmaktadır. Bu durum çatışmaların yaşanmasına yol açmaktadır. Bunun yanında olaya bir de iki tarafların saldırgan kişilik özellikleri eklenince mobbing uygulamaları için oldukça uygun bir iş ortamı oluşmaktadır.

Bu kapsamda her bir mağdur için iş yerinde ortalama beş yıl süren baskı ortamı, mağdurların psikolojilerinin bozulmasına yol açmış, onların verimliliklerini düşürmüş ve en sonunda istifa etmelerine neden olmuştur. Bu durum örgütsel iklimi de etkileyip “ikincil mağdur” olarak adlandırılan diğer çalışanların da iş verimliliklerinin düşmesine yol açmış ve örgütte korku kültürü kurumsallaşmıştır. Bu noktada örgütün iş gücü devir hızı artmış ve örgütsel verimlilik düşerek, örgüt için büyük kayıplara neden olmuştur.

Bu örnek olaydan yola çıkarak mobbing uygulamalarının azaltılması için gerekli olan önlemlerin alınması konusunda bir takım önerilerde bulunulabilir. Bunlardan ilk yapılması gereken toplumun mobbing konusunda bilinçlendirilmesidir. Bu konuda sosyal medya, yardım hatları ve sendikalar kullanılabilir. Öte yandan örnek olay göstermiştir ki mobbing uygulamalarında yasal düzenlemeler mağdurların haklarını korumaları bakımından oldukça önemlidir. Bu bakımdan gerekli yasal düzenlemelerin yapılması ve mobbing uygulayanlara yönelik çeşitli yaptırımların bu yasalar kapsamında belirlenmesi gerekmektedir.

Örgütler kapsamında ele alınacak olunursa; çalışanların sahip olduğu ve mobbingin ortaya çıkmasına yol açan önyargıların, örgütlerin kendi bünyelerinde gerçekleştirecekleri farkındalık çalışmaları ile en aza indirilmesi, örgütlerin yapması gereken uygulamalardan birisidir. Öte yandan yönetici seçiminde sosyal ve kişilerarası becerilerin işe alım sürecinde daha önemli bir rol oynanmasının sağlanması gereklidir. Bunun yanında mobbing uygulamaların en önemli nedenlerinden birisi de işe uygun olmayan kişilerin akraba veya tanıdık olmaları nedeniyle işe alınıp, kollanmasıdır. İşletmelerin kurumsallaşma düzeylerinin yükselmesi kayırmacı uygulamaların azaltılması konusunda önemli bir etken olabilir. Ayrıca, bildiren kişiye zarar verilmesinin önlenmesi, mobbing davranışlarının rapor edilebileceği ve

şikayetin bağımsız olarak soruşturulmasına olanak veren bir prosedürün geliştirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Afacan, Y. (2015). Havacılık Sektöründe Çalışanların Mobbing'e Maruz Kalma ve Stres Durumlarının Değerlendirilmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Altunışık, R. Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2004). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya Kitabevi, Üçüncü Baskı, Adapazarı.
- Aquino, K. ve Bradfield, M. (2000). Perceived Victimization in the Workplace: The Role of Situational Factors and Victim Characteristics. *Organization Science*, 11(5), 525-537.
- Arastaman, G., Fidan, İ. Ö. ve Fidan, T. (2018). Nitel Araştırmada Geçerlik ve Güvenirlik: Kuramsal Bir İnceleme, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 37-75.
- Ashraf, F. ve Khan, M., A. (2014). Does Emotional Intelligence Moderate the Relationship Between Workplace Bullying And Job Performance?. *Asian Business & Management*, 13(2), 171-190.
- Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:7, Sayı: 1, ss. 231-274.
- Battal, Ü. Yılmaz, H. ve Ateş, S. S. (2006). Türkiye'de İç Hatlarda Serbestleşme Hareketi ve Geleceği. *Kayseri VI. Havacılık Sempozyumu*, 12-14 Mayıs, Nevşehir.
- Boddy, C. R. (2011). Corporate Psychopaths, Bullying and Unfair Supervision in the Workplace. *Journal of Business Ethics*, 100(3), 367-379.
- Caldwell, C. Canuto-Carranco. (2010). Organizational Terrorism and Moral Choices – Execising Voice When the Leader is the Problem. *Journal of Business Ethics*, Vol: 97, No: 1, pp: 159-171.
- Cassie, K. M.ve Crank, A. K. (2018). Bullies in Our Midst: Workplace Bullying Among Social Service Workers in Long Term Care Facilities. *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance*, 42(4), 417-431.
- Dilberoğlu, A. V. (2016). Cezalar ve Güvenlik Tedbirlerinin Amacı ve Niteliği. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 65(4), 1517-1544.
- Ekinci, B. T. (2017). Asil-Vekil Arasındaki Kayırmacılığın Vekâlet Maliyetleri ile İlişkisi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 73-96.
- Ekinci, B. T. (2016a). *İşlem Maliyetleri Bağlamında Elektronik Ticaret*. Gece Kitaplığı Yayınevi, Birinci Basım, Ankara.
- Ekinci, B. T. (2016b). *Vekalet Teorisi ve Kayırmacılık*. Gece Kitaplığı Yayınevi, Birinci Basım, Ankara.
- Einarsen, S. (1999). The Nature and Causes of Bullying at Work. *International Journal of Manpower*, 20(1/2), 16-27.

- Ellen M. G.Øgaard, T. ve Einarsen, S. (2012). Individual and Situational Antecedents of Workplace Victimization. *International Journal of Manpower*, 33(5), 539-555.
- Ellwardt, L.Wittek, R. ve Wielers, R. (2012). Talking about the Boss: Effects of Generalized and Interpersonal Trust on Workplace Gossip. *Group & Organization Management*, 37(4), 521-549.
- Feria, J.Martelo, R. J. veFranco, D. (2018). Effects of Mobbing on Labor Productivity. *Contemporary Engineering Sciences*, Vol.11, No.17, pp. 841-850.
- Giorgi, G.Leon-Perez, J. M veArenas, A. (2015). Are Bullying Behaviours Tolerated in Some Cultures? Evidence for a Curvilinear Relationship Between Workplace Bullying and Job Satisfaction Among Italian Workers. *Journal of Business Ethics*, Vol. 131, No. 1, pp. 227-237.
- Henle, C. A.Gross, M. A. (2014). What Have I Done to Deserve This? Effects of Employee Personality and Emotion on Abusive Supervision. *Journal of Business Ethics*, 122(3), 461-474.
- Higginbottom, G. M. A. (2004). Sampling Issues in Qualitative Research. *Nurse Researcher*, Vol. 12, No 1, pp. 8-19.
- Hürriyet Gazetesi ,31.08.2017
<http://www.hurriyet.com.tr/6-yilda-32-bin-262-kisi-mobbinge-ugradi-40566418>, (15.03.2019).
- İzmir, G. ve Fazlıoğlu, A. (2011). İş Yerinde Psikolojik Taciz (Mobbing) ve Çözüm Önerileri Komisyon Raporu. *T.B.M.M. Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu*, Ankara.
- Jacobson, K. J.Hood, J. N. ve Van Buren III, H. J. (2014). Workplace Bullying Across Cultures: A Research Agenda. *International Journal of Cross Cultural Management*, 14(1), 47-65.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Kieffer, C. C.(2013). Prologue: Psychoanalytic Perspectives on Bullying. *Psychoanalytic Inquiry*, 33(2), 71-72.
- Kinsiz, D. N. (2017). Sosyolojik Bir Araştırma Yapan Nitel Araştırmacıyı Bekleyen Zorluklar. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 47, s. 242-248.
- Konieczny, P. (2018). Volunteer Retention, Burnout and Dropout in Online Voluntary Organizations: Stress, Conflict And Retirement of Wikipedians. *Research in Social Movements, Conflicts and Change*, 199-219.
- Küçükçayır, G. A. (2016). Eğitimcilerin Yıldırımaya Yaşantıları Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Başkent Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.
- Leymann, H. (1990). Mobbing and Psychological Terror at Workplaces. *Violence and Victims*, Vol. 5, No. 2, pp. 119-126.
- Lingnau, V.Fuchs, F. veDehne-Niemann, T. E. (2017). The Influence of Psychopathic Traits on the Acceptance of White-collar Crime: Do Corporate Psychopaths Cook the Books and Misuse the News?. *Journal of Business Economics*, 87(9), 1193-1227.


- Majidli, F. veBudak, G. (2018). Mobbing İle Mücadelede Farklılıkların Yönetimi Stratejileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(1), 129-161.
- Makarem, N. N.Tavitian-Elmadjian, L. R., Brome, D.Hamadeh, G. N. ve Einarsen, S. (2018). Assessment of Workplace Bullying: Reliability and Validity of an Arabic Version of the Negative Acts Questionnaire-Revised (NAQ-R). *BMJ open*, 8(12), 1-10.
- Malterud, K. Siersma, V. D. ve Guassora, A. D. (2016). Sample Size in Qualitative Interview Studies: Guided by Information Power. *Qualitative Health Research*, 26(13), 1753-1760.
- Milliyet Gazatesi ,(14.10.2017)
<http://www.milliyet.com.tr/vasifsiz-yoneticiler-mobbing-gundem-2536689/>,
(15.03.2019).
- Mizrahi, R. (2013). Çalışma Hayatında Mobbing ile Mücadele Yöntemleri.*Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, Cilt: 5, No: 2, ss: 443-452.
- Nişancı, Z. N. (2012). Toplumsal Kültür-Örgüt Kültürü İlişkisi Ve Yönetim Üzerine Yansımaları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1279-1293.
- Ozler, N. D. E. veBuyukarslan, B. A. (2011). The Overall Outlook of Favoritism in Organizations: A Literature Review. *International Journal Of Business And Management Studies*, 3(1), 275-285.
- Öksüzöğlü, T. veŞeşen, H. (2018). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Kamu İşyerlerinde Mobbing Olgusu: Sendikaların Rolü Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Amme İdaresi Dergisi*, 51(1).
- Pilch, I.Turska, E. (2015). Relationships Between Machiavellianism, Organizational Culture, and Workplace Bullying: Emotional Abuse from Target's and the Perpetrator's Perspective. *Journal of Business Ethics*, Vol. 128, No. 1, pp. 83-93.
- Serin, A. E.Balkan, M. O. veDoğan, H. (2014). The Perception and Causes of Mobbing: Turkey Example. *Journal of Business, Economics and Finance*, Vol: 3, Issue: 1, pp: 5-17.
- Sir Cooper, C. L. (2017). Debate: Workplace Bullying. *Public Money & Management*, 37:7, 459-460.
- Şener, S.Bahçeci, V.Doğru, H.Sel, Z. G.Ertaş, M., Songür, S. veTütüncü, Ö. (2017). Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenirlilik ve Geçerlik Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(1), 7-26.
- t24 Gazetesi ,(24.10.2018),
<https://t24.com.tr/haber/turkiyede-9-milyon-600-bin-kisi-mobbinge-ugruyor,731102>,
(15.03.2019).
- Tambur, M. veVadi, M. (2012). Workplace Bullying and Organizational Culture in a Post-Transitional Country”, *International Journal of Manpower*, 33(7), 754-768.
- Williamson, O. (1985).*The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. The Free Press, New York.

- Workplace Bullying Institute. (2017). 2017, WBI U.S. Workplace Bullying Survey, <http://www.workplacebullying.org/2017-prevalence>, (15.03.2019).
- Yağar, F. ve Dökme, S. (2018). Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik Ve Güvenirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.
- Yaşar, M. (2018). Nitel Araştırmada Nitelik Sorunu. *MSKU Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 2, ss. 55-73.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2011). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Detay Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara.
- Yeşilçayır, C. (2014). Thomas Hobbes'un Geleneksel Siyaset Felsefesine Karşı Çıkışı. *Mavi Atlas*, (2), 62-72.
- Yıldırım, K. (2010). Nitel Araştırmalarda Niteliği Arttırma. *İlköğretim Online*, 9(1), 79-92.
- Zeyada, M. (2018). Organizational Culture and its Impact on Organizational Citizenship Behavior. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(3), 418-429.
- Zia, Y. A. ve Syed, P. H. (2013). An Exploratory Study into the Causes of Conflict and the Effect of Conflict Management Style on Outcome in a Competitive Workplace. *Journal of Managerial Sciences*, 2 (7), pp. 299-315.

Makale Türü / Article Type: Araştırma / Research

TÜRKİYE'DE MUZ ÜRETİMİ VE İTHALATINA YÖNELİK BİR TAHMİN MODELLEMESİ*

Fatih BOZ 
Akdeniz Üniversitesi

Dr. Öğretim Üyesi Namık HÜSEYİNLİ 
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi



■ Özet

Türkiye'de döviz kurunun muz ithalatı ve üreticisi için önemli bir faktör olduğuna inanılmaktadır. Bu çalışmada, döviz kurunun üretici muz fiyatları ve muz ithalatına etkisi ve üretici muz fiyatlarının muz üretimi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ayrıca döviz kurunun muz ithalatı ve üretici muz fiyatıyla olan ilişki, bunun yanında üretici muz fiyatıyla muz ithalatı arasındaki ilişki 1994-2015 dönemi verileri kullanılarak korelasyon ve regresyon testiyle incelenmiştir. Korelasyon analizinin sonuçlarına göre döviz kuru, üretici muz fiyatları ve logaritması alınmış muz ithalatı arasında doğrusal bir ilişki görülmüştür. Ayrıca döviz kuru ile üretici muz fiyatları arasında aynı yönlü ve güçlü bir ilişki, döviz kuru ile logaritması alınmış muz ithalatı arasında doğrusal fakat zayıf bir ilişki, üretici muz fiyatı ile logaritması alınmış muz ithalatı arasında ise doğrusal ve zayıf bir ilişki olduğu görülmüştür. Döviz kurundaki değişimin, üretici muz fiyatlarına etkisini gösteren regresyon analizine göre döviz kurundaki değişim üretici muz fiyatını etkilemektedir ve meydana gelen değişimin %42.4'ü döviz kuru tarafından açıklanmaktadır. Muz ithalatında meydana gelen değişimin %23.9'u döviz kuru tarafından açıklanmaktadır. Böylece döviz kurundaki değişimin muz ithalatını etkilemediği ve etkisinin üretici muz fiyatına göre daha az olduğu görülmüştür. Bunun yanında muz ithalatında meydana gelen değişimin %19.30'luk kısmı üretici muz fiyatı tarafından açıklanmaktadır. Yani üretici muz fiyatındaki değişimin muz ithalatına çok az etkisi bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Muz, döviz kuru, fiyat ve ithalat ilişkisi

A Forecast Modeling In Turkey on Banana Production and Import

■ Abstract

In Turkey it is believed that exchange rate is an important factor for banana importers and producer. In this study effect of exchange rate on producer banana prices and banana import and effect of producer banana prices on banana production has been examined. Also the relationship between the exchange rate with banana imports and producer banana price, as well as the relationship between producer banana price and banana imports were examined by correlation and regression test using the data of 1994-2015 period. According to the results of the correlation analysis, there was a linear relationship between exchange rate, producer banana prices and logarithm staken imported bananas. In addition, there was a strong relationship between exchange rate and producer banana prices, a linear but weak relationship between exchange rate and logarithm taken banana imports, and a linear and weak relationship between producer banana price and logarithm taken banana imports. According to the regression analysis showing the effect of change in exchange rate on producer banana prices, change in exchange rate affects producer banana price and 42.4% of the change is explained by exchange rate. 23.9% of the change in banana imports is explained by the exchange rate. Thus, it was observed that the change in exchange rate did not affect banana imports and its effect was less than the producer banana price. Besides, 19.30% of the change in banana import is explained by producer banana price. So the change in producer banana price has little effect on banana import.

Keywords: Banana, Exchange Rate, Price and Import Relation

*Bu çalışma Dr. Öğr. Üyesi Namık HÜSEYİNLİ danışmanlığında Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde tamamlanan "Türkiye'de Muz Üretimi ve Dış Ticaretinin Diğer Ülkelerle Karşılaştırılması: Türkiye'nin Muz İthalatına Yönelik Korelasyon ve Regresyon Analizi" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Atf: Boz, F. ve Hüseyinli, N. (2019). Türkiye'de Muz Üretimi ve İthalatına Yönelik Bir Tahmin Modellemesi. *Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1-2), 63-82.



GİRİŞ

Tropikal bir ürün olan ve yaklaşık olarak 1000 çeşidi olduğu bilinen ve hem pişirilerek sebze şeklinde hem de taze meyve olarak tüketilen muz ürünü Güney Doğu Asya kökenli bir meyvedir.

Muz dünyada 2014 yılında 114 milyon ton üretilerek tarım yoluyla elde edilen gıda ürünleri kategorisinde 9. sırada yer almıştır (FAO, 2014a).

Muz, açık ara en çok satan ikinci meyvedir. Latin Amerika Dünya'nın en fazla muz arzı yapan bölgesi durumundadır. Bölge 2009 yılında ihraç edilen muzun %82,3'lük kısmını arz etmiştir. Aynı dönem Uzak Doğu %12,8, Afrika %3,4 ve Karayipler ise %0,4'lük kısmını arz etmiştir. Karayipler'de muz ihracatı Avrupa pazarının serbestleşmesinden sonra seçkin pazar olma durumunu kaybetmiş böylece düşüş meydana gelmiştir (Evans ve Ballen, 2009:1).

Dünyada üretimi yapılan muzun %41'ini "Cavendish", %14'ünü "GrosMichel", %21'ini "Plantain" grupları ve %24'ünü ise pişirilerek yenen muz grubu oluşturmaktadır(Kozak, 2003: 80-87).

Muz, 130'dan fazla ülkede, küçük ve büyük ölçekli üreticiler tarafından yetiştirilen, dünyanın önemli mahsullerinden biridir. Muz endüstrisi ihracat kazancının olması ve Latin Amerika, Karayipler, Güneydoğu Asya ve Batı Afrika'da yüz binlerce insana istihdam sağlaması bunun yanında Dünya çapında dağıtım ağlarında ve süpermarketlerde binlerce kişiye istihdam olanağı sağlamasından dolayı ekonomik bir öneme sahiptir (Evans ve Ballen, 2009:3-4).

Muz üretimi en çok Asya kıtası olmak üzere, Amerika ve Afrika kıtalarında yapılmaktadır. Küresel muz dış ticareti en fazla Amerika, ikinci en fazla Avrupa ve son olarak da Asya kıtalarında gerçekleşmektedir. Dünya muz üretiminde Hindistan lider ülke olurken, ihracatında Ekvador ve ithalatında ise Amerika Birleşik Devletleri lider ülkelerdir (FAO, 2014b).

TUİK (2015) verileri incelendiğinde Türkiye'de muz üretimi bitkinin iklim şartlarına aşırı bağlı olmasından dolayı sadece Akdeniz bölgesinin Mersin, Antalya ve Adana illerinde yapılmaktadır. Ayrıca muz üretiminin büyük çoğunluğunu oluşturan Mersin ilinin Anamur ve Bozyazı ilçeleri ile Antalya ilinin Alanya ve Gazipaşa ilçelerinin üretim alanlarında son yıllarda artan bir eğilim görülmektedir. Artan üretim şekli hem açık alanda hem de örtü altı alanda yapılmaktadır (TUİK, 2015a).

Literatürde muz ürünüyle ilgili yapılan az sayıda çalışma bulunmaktadır;

Evans ve Ballen, (2009:1-9) "Muz Pazarı" adlı çalışmalarında organik muzla normal muz fiyatları arasında yüksek oranda bir korelasyonun olduğunu ve her iki fiyatında aynı yönde olduğunu öne çıkarmışlardır. Bulunan korelasyonun en önemli nedeninin ana üretici

ülkelerdeki üretimlerin düşmesi ve yakıt fiyatlarında meydana gelen artışların taşıma maliyetlerini arttırmamasından kaynaklandığını vurgulamışlardır.

Lin ve Diğ. (2009: 475-476) “ABD’de Organik Ve Klasik Muz Talebi: Gelir Ve Fiyatın Rolü” adlı çalışmalarında perakende satın alma verilerini kullanarak ABD klasik ve organik muz talebini araştırmışlardır. Çalışma (muz, üzüm, elma, portakal ve çilek olmak üzere) 5 ana klasik taze meyve ve 5 ana organik meyve kategorisi, ayrıca diğer klasik ve organik ürünler için iki ayrı kategorinin eklenmesiyle toplamda 12 kategoriye içermektedir. Çalışmanın sonucuna göre organik ürünler için fiyatın esnek olduğunu, klasik ürünler için ise fiyatın esnek olmadığını vurgulamışlardır.

Omua ve Jagwe (2010: 11-12) “Orta Afrika’daki Muz Değer Zincirleri: Kısıtlar ve Fırsatlar” adlı çalışmalarında piyasa araştırması verilerini kullanarak Orta Afrika’daki muz ürünü için mevcut değer zincirlerinin kısıtlarını ve fırsatlarını değerlendirmek için değer zinciri haritalamaları ve brüt marj analizi yapmışlardır. Analiz sonucuna göre değer zinciri paydaşları arasındaki bağlantının zayıf olduğunu, bölgesel pazarlarda asgari düzeyde olduğunu ve süper marketlerde ise yüksek değerli yerel zincirler olduğunu tespit etmişlerdir. Nakliye, taşıma ve depolamayı içeren işlem maliyetleri, değer zinciri içinde yüksek oranda maliyet kalemlerini oluşturmaktadır. Genel olarak bulguların sonuçlarına göre, değer zincirleri arasındaki bağlantıların güçlendirilmesi, toplu pazarlama, yüksek değerli zincirlere girme ve iyileştirilmiş işleme tekniklerine yönelik çabaların muz değer zincirlerinin arttırılmasına katkı yapacağı tavsiyesinde bulunmuşlardır.

Adeyo vd. (2011: 23) “Nijerya Oyo Eyaletinde Muzun Fiyat Dönüşümü ve Pazar Entegrasyonu” adlı çalışmalarında kentsel ve kırsal pazardaki muz fiyatı eğilimini incelemişler. Veriler, Augmented Dicker Fuller (ADF), Granger nedensellik testi ve piyasa yoğunlaşma endeksi testi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre kırsal alanda azami muz fiyatı sırasıyla N95.09 / kg ve N39.60 / kg olarak tespit edilmiştir. Benzer şekilde kentsel muz için, elde edilen maksimum ve minimum fiyatlar sırasıyla N114.17 / kg ve N31.5 / kg olarak tespit etmiş. Altı pazarda Granger nedensellik bulunamamış, iki pazarda çift yönlü nedensellik, dört pazarda ise %5 ve %10 önem düzeyinde tek yönlü nedensellik tespit edilmiştir.

Hsien Su ve diğ. (2011: 12-13) “ABD’de Muz İthalat Pazarının Analizi” adlı çalışmalarında Bresnahan tarafından geliştirilen yapısal bir ekonomik modelle analiz yapmışlar ve analiz sonucuna göre ABD muz pazarının birçok kusurlu rekabete sahip olduğunu, muzun perakende fiyatının ve kişi başı tüketiminin ithal miktarında önemli bir

etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca muz pazarını belirleyen asıl önemli etkenin fiyat olduğunu vurgulamışlardır.

Burrel ve Henningsen (2001: 247-248) “Almanya Muz Talebinin Deneysel Bir Araştırma” adlı çalışmalarında ekonometrik bir model kullanarak 1986-1998 dönemine ait aylık hane halkı anket verilerini analiz etmişlerdir. Analiz sonuçlarına göre muza olan talebin fiyatlara yansıdığını, muzdaki politik fiyat artışının tamamen zararlı olduğunu, talebin ayrıca değişen gelire duyarlı olduğunu yani gelir arttıkça muz pazarının da genişlediğini bunun yanında ikame meyvelerinde muz talebini etkileyen unsurlar arasında olduğunu vurgulamışlardır.

Omar vd. (2014:254-255) “Bangladeş'te Muz Fiyat Tahmini ve Mekansal Eş Bütünleşme Analizi” adlı çalışmalarında maliyet ve kar marjlarını tahmin etmek, pazar entegrasyonunu test etmeyi ve muzun fiyatını tahmin etmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla ikincil veriler kullanılmış ve analiz sonuçlarına göre Bangladeş'teki muz pazarının iyi entegre edildiğini ancak yüksek tepeli olan bölgelerde ulaşım ve iletişim sisteminin iyi olmaması nedeniyle muz pazarının iyi entegre edilemediğini tespit etmişlerdir.

Basan (2017: 32) “Filipinler'de Gelir Gruplarına Göre Sofra Muz Kalitesinin Tüketici Tercihi: Hedonik Fiyat Analizi” adlı çalışmalarında düşük, orta ve yüksek gelir gruplarında tüketicilerin tercih ettikleri sofr muzunu ve fiyat üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamışlar. Bunun için analizde tanımlayıcı istatistikler ve hedonik regresyon kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre yüksek gelirli tüketicilerin düşük ve orta gelirli tüketicilere göre daha fazla seçici olduğunu yani tükettikleri muzların boyu ve iriliği onlar için daha önemli olduğunu kalitesi yüksek muz için daha fazla ödeme yapmaya istekli olduklarını tespit etmişlerdir.

Chuin Ko (2018: 17-20) ”Bir Sıra Hortumlama, Avustralya'nın Korunmuş Muz Endüstrisinde İhracat ve İhracattaki Artış” adlı çalışmasında Avustralya'daki muz ithalatı kısıtlamalarından kaynaklanan refah kaybını incelemiştir. Analiz sonucunda Avustralya'nın muz ithalatı kısıtlamalarının refah kaybını yıllık 150 milyon ABD Doları'nın üzerinde etkilediğini öngörmüş, bunun muz yetiştiricisi başına yıllık çeyrek milyon dolardan fazla bir sübvansiyon anlamına geldiğini tespit etmiştir.

Ambisa ve diğ. (2019: 8-9) “Etiyopya'da Muz Üretimi ve Pazarlaması Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmalarında Etiyopya'da muz üretimini ve pazarlamasını, özellikle muz üretiminin, pazarlanmasının ve Etiyopya'daki sınırlarının genel durumunu incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre güncel olarak Etiyopya'da bulunan muz, toplam meyve alanının yaklaşık %59.64'ünü, üretilen toplam meyve alanının yaklaşık %68'ini ve

toplam meyve üreten çiftçilerin yaklaşık %38.3’ünü kapsamaktadır. Ayrıca arazilerinin yaklaşık %68.72’si muzla kaplıdır, Etiyopya da ki muz üretiminin yaklaşık %77.52’si ve muz üreticilerinin yaklaşık %22.38’i Güney Eyaletlerindeki Bölgelerde bulunduğunu belirtmişlerdir.

Hatırlı vd. (2003: 52) Türkiye muz talebinin büyük oranda ithalat yoluyla karşılandığı ve uluslararası muz ticaretinin %80’den fazlasının 5 firma tarafından gerçekleştirildiğini vurgulayıp bu piyasa koşulları altında firmaların fiyat arttırma olanağına sahip olabileceklerini belirtmişlerdir. Ayrıca Türkiye’nin muz ithalatındaki rekabet gücünü, bir ekonometrik model yardımıyla belirleyip pazar market gücü parametresini 0,19 olarak bulmuşlardır. Bulunan bu katsayının, Türkiye muz ithalatının tam rekabet piyasası koşulları altında gerçekleşmediği şeklinde yorumlamışlar ve firmaların rekabetçi niteliğe sahip olmaktan ziyade fiyat arttırma yönünde hareket ettiklerini belirtmişlerdir.

(İTO, 2005)’e göre muz üretimi iç talebi karşılamaya yetmemekte bu nedenle muz ithalatı yapıldığını ve muz ithalat miktarının azaltılması için pek çok soruna çözüm bulunması gerektiğini belirtmektedir. Bu sorunların en önemlilerini, toprak ve tohum ıslahı, sulama imkânları, ürün çeşitlemesinin yapılamaması, genetik çalışmaların yapılamaması, verim düşüklüğü ve pazarlama hizmetlerinin eksikliği olarak sıralamıştır.

(TB, 2016)’e göre muzda üretici ülkelerin çok yüksek düzeyde fiyat avantajına sahip olduğu görülmektedir. Özellikle iş gücü maliyetinin düşük olması ve ülkelerin gelişmişlik düzeyi açısından değerlendirildiğinde dünya muz üretiminde oligopol bir piyasa olması üretici fiyatlarına doğrudan etki etmektedir. Türkiye söz konusu rekabetçiliği gümrük vergisi uygulamaları ile sağladığını belirtmektedir.

Hem pişirilerek hem de taze meyve olarak tüketilen ya da süs bitkisi olarak ticareti yapılan muzun birçok türü bulunmaktadır. Türkiye’de muz meyvesinin yenilebilmesi amacıyla yapılan zirai ekim tarihi Cumhuriyet’in ilk yıllarına kadar kayıt altına alınmamıştır. Ancak 1935 ve 1938’de bireysel girişimlerle yurtdışından getirilen türlerin deneme ekimleri yapılmış ve o tarihten beri tarımı yapılmaya devam etmektedir (Uysal, 2010: 2).

Bu çalışmada muz ürünü, Türkiye muz üretim miktarı ve Türkiye muz ithalat miktarlarıyla ilgili bazı genel bilgiler verilip, Türkiye muz üretim miktarı, muz ithalat miktarı ve Türkiye üretici muz fiyatlarına yönelik korelasyon ve regresyon analizleri yapılarak Türkiye’nin muz üretimine, ithalatına ve üretici muz fiyatına olan etkilerin ve bu değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

1. MUZ ÜRÜNÜ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Yaygın inanın aksine, muz bitkisi ağaç değil, sadece bir yıl sonra 10 ila 20 feet arasında tam yüksekliğe ulaşan otsu bitkidir. Her muz çiçeği, yaklaşık üç veya dört ay içinde tüketim için yeterince olgunlaşmış bir meyve olarak gelişir. Meyve olgunlaştıktan sonra, bitkilerin sapsarı ölür ve yerine yeni bir büyüme gelir. Muz bitkilerinin gövdeleri odunsu değildir, birbirlerine sıkıca sarılmış üst üste binen yapraklarından oluşur, bu da suyun korumasını sağlayan bir tasarım özelliğindedir. Muz bitkilerinin yaklaşık %93'ü sudan oluştuğundan, en ılımlı rüzgarlarda bile tahrip olabilir. Muz; Hindistan, Güneydoğu Asya ve Kuzey Avustralya'nın tropikal bölgelerine özgüdür ve 16. yüzyılın başlarında Portekizliler tarafından Güney Amerika'ya getirilmiştir. Bugün, muz bitkileri Orta ve Güney Amerika, Afrika ve Güneydoğu Asya'nın nemli, tropik bölgelerinde, yüksek sıcaklık ve yağışların bulunduğu yerlerde yetişir. Modern tarımsal teknolojiler insanların ABD'deki California gibi tropikal olmayan bölgelerinde bile muz yetiştirilmesine imkan sağlar. Dünyadaki her nemli, tropik bölgede yetişen muz, dördüncü en büyük meyve mahsulü ve ABD'deki en popüler meyve konumundadır. Orta ve Güney Amerika'da, muz ekonomi için hayati öneme sahiptir. Amerika Birleşik Devletleri'nde satılan muzların çoğu orada üretilmektedir (Rainforest-alliance, 2016).

Muz bitkisi Musaceae (muzgiller) familyasındandır ve Ensete ve Musa olmak üzere iki cinse ayrılmaktadır. Bunlardan Ensete cinsi meyve olarak yenmemekte, sebze olarak ve lif bitkisi olarak değerlendirilmektedir. Meyveleri yenen muz türleri ise Musa cinsine dahil olduğunu bildirmektedir (Kozak,2003:7).Muz, Güneydoğu Asya'nın tropikal bölgelerinde doğal olarak yetişen bir ağaçsı bitkiye ve bu bitkinin yeşil (bazı türlerinde kırmızı veya pembe) kabuklu uzun meyvelerine denir. Tropik ve subtropik bölgelerde yetişen veya yetiştirilen, ağaca benzeyen, 2-3 metre boyunda, mor çiçekler açan, meyveleri lezzetli ve nişastaca zengin otsu bir bitkidir (Türkçebilgi, 2015).

Muz, Afrika ve Hindistan gibi tropikal iklime sahip ülkelerde temel besin maddelerinden birisi olarak tüketilmektedir. Batı Hindistan'da "plantain" cinsi büyük muz türleri, soğuk mezeler şeklinde yemek sonrasında tuzluların yanında yenmektedir. Batı Afrika'da muzlar, baharatlı soslarla, et ya da balıkla servis edilen bir ekmeğin yapımında kullanılmaktadır. Batı Hint Adaları, Güney Amerika, Afrika ve Asya'da ise büyük ya da küçük tüm muzlar baharatlanıp kızartılmaktadır. Ayrıca Hindistan'da içi doldurulup pişirilerek de tüketilmektedir. Muz ne kadar küçükse o kadar lezzetlidir. Martinik'te incir olarak bilinen küçük kırmızı muz türleri bulunmaktadır. Küçük kırmızı muzları lüks gıda

dükkanları dışında Avrupa’da bulmak oldukça zordur. Ayrıca seçkin muz türleri arasında özel bir lezzete sahip küçük ince kabuklu Kanarya muzunu da bulunmaktadır (Uymaz vd., 2015).

Muzun tarihçesi incelendiğinde, adını Roma’nın ilk imparatoru Oktavius Ougustus’un (M.Ö. 63-64) fizik öğretmeni Antonio’nun, Musa’ya karşı duyduğu saygıdan dolayı bu bitkiyi Musa olarak adlandırmasından aldığı ve Türkçeye muz kelimesinin Arapçadan girdiği bildirilmektedir (Kozak, 2003: 72). Muz ana vatanından Batı Avrupa’ya zenci köle ticareti sırasında Gine Körfezi kıyılarındaki plantasyonlardan, önce Kanarya Adalarına, ardından Karayipler’deki San Domingo adasına götürülmüş, oradan da bütün Latin Amerika’ya yayılmıştır (Kozak, 2003: 49).

Belirli dönemlerden geçen muz ürünü 19. yy’da dış ticarete konu olmaya başlamış ve dış ticareti gelişme aşamasına girmiştir (Akova, 1997: 141).

Tablo 1’de 2012 yılı itibariyle Dünyada tarım yoluyla elde edilen gıda ürünlerinden en fazla miktarda üretilen ilk 9’u verilmektedir. Muz dünya genelinde tarım yoluyla elde edilen gıda ürünleri içinde en fazla üretilen ilk 9 ürün içerisinde yer alarak, dünya tarımsal ürün değeri içerisinde ortalama binde dokuzluk paya sahiptir.

Tablo 1. Dünyada Tarım Yoluyla En Fazla Üretimi Yapılan Ürünler(2016)

Sıralama	Ürünler	Üretim Miktarı (ton)
1	Şeker Kamışı	1.842.266.284
2	Mısır	872.791.597
3	Pirinç	738.187.642
4	Buğday	671.496.872
5	Nişasta	269.125.963
6	Patates	365.365.367
7	Soya Fasulyesi	241.142.197
8	Domates	161793.834
9	Muz	101.992.743

Kaynak: (FAO,2016). <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>, (Erişim Tarihi, 2.01 2016).

Sıralamada şeker kamışı ilk sırada yer almıştır. Bu istatistiklerle muzun dünya gıda üretiminde önemli bir hacme sahip olduğu söylenebilir.

Dünya üzerinde 1000’den fazla çeşit muz yerel olarak üretilip tüketilmektedir. Bunlar arasında dünya üretiminin %47’sine denk gelen ve ticari olanı Cavendish türüdür. Bu tür hektar başına en çok verimli olandır. Hızla gelişmesi, rüzgar ve doğal hastalıklara dirençli olması yani çevresel etmenlere olan dayanıklılığı tercih edilmesine neden olan etmenler arasındadır. Yılda ortalama 50 milyon ton Cavendish muzunu üretilmektedir. Özellikle ABD ve

Avrupa'ya arz edilen muz bu türdendir. Ayrıca kendine has özelliklerinden ötürü uluslararası ticarete daha en fazla kullanılan muz türüdür (FAO, 2019).

Bazı önde gelen üretici ülkeler, ülke sınırlarındaki özgün fiyatların uluslararası fiyatlardan yüksek olması, destekleyici ticaret politikalarının olmaması, tercihli anlaşmaların çoğaltılması ve rekabet gücünün yetersizliği gibi etmenlerden dolayı muz üretiminin sadece küçük bir kısmını ihraç etmektedir. Bir dönemde muz endüstrisi küresel olarak yıllık 8 milyar dolarlık bir değere sahiptir ve bu miktar sadece ticari olarak ihraç edilen muz miktarını kapsar. Ayrıca dünya genelinde üretilen muzun sadece %15'lik kısmı uluslararası pazarda dolaşmaktadır. Geriye kalan %85'lik kısmı yerel olarak tüketilmektedir. Açık ara en büyük ithalatçı bölge Avrupa Birliği'dir. Yıllık yaklaşık ithal edilen muzun %32'lik kısmını almaktadır. ABD ise %25'ini almaktadır. Rusya %8, Japonya %6, Çin %5 almaktadır. Organik muzun ana ithalatçısı ise İngiltere'dir (FAO, 2019).

Muz pazarı oldukça bölümlenmiş bir şekildedir. Yerel fiyat hareketleri uluslararası fiyat hareketlerinden genellikle farklıdır. Genel olarak, Avrupa Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri gibi büyük pazarlarda ithal muz fiyatları son yıllarda kilogram başına yaklaşık 0,90-1 \$ seviyesinde sabit kalmıştır. Perakende fiyatlarda daha farklı değişimler görülmüştür (FAO, 2019).

Dünya muz pazarı, meyvenin satın alınması, taşınması ve pazarlanmasına katılan çok az sayıda uluslararası şirketin bulunduğu oligopolistik bir pazar olarak nitelendirilmektedir. Dünyanın en büyük üç muz üreticisi Dole Food Company, Chiquita Brands International ve Del Monte Fresh şirketleridir (Evans ve Ballen, 2009:7).

Avrupa Birliği muz pazarı, gümrük tarifeleri ve pazar müdahaleleriyle kontrol edilmektedir. Örneğin AB Afrika, Karayipler ve Pasifik ülkelerinden gümrüksüz muz girişine izin verirken Latin Amerika'dan yapılan muz ithalatına tarifeler uygulamaktadır. AB pazarının aksine, ABD muz piyasası tarife veya niceliksel ithalat kısıtlamalarından muafır bu çok rekabetçi bir Pazar olmasına olanak sağlamaktadır (Evans ve Ballen, 2009:8).

Türkiye muz bitkisiyle ilk defa 1750'lili yıllarda Mısır'la ilgisi olan zengin bir ailenin süs bitkisi olarak, Mısır'dan Alanya'ya muz bitkisini getirmesiyle tanışmıştır. O yıllarda daha çok süs bitkisi olarak yetiştirilen muzun meyve verdiğinin farkına varılmasıyla, 1930'lu yıllardan sonra meyvesi için ticari amaçla yetiştirilmeye başlanmıştır. Günümüzde Türkiye'nin en fazla muz üretimi yapılan Anamur ilçesine ise muz 1935 yılında getirildiği bilinmektedir (Kozak, 2003:20).

İthalat ve ihracat hacmi yüksek ürünlerden birisi olan muz Türkiye’de de mikro klima alanlarda Alanya ve Gazipaşa’da genelde açıkta, Anamur ve Bozyazı’da ise örtü altında yetiştirilmektedir (Gübbük vd., 2003: 74).

2. TÜRKİYE’DE MUZ ÜRETİMİ, İTHALATI VE FİYATI

2.1. Türkiye’de Muz Üretimi

TUİK (2015b) verileri incelendiğinde; Türkiye’nin sahip olduğu değişik ekolojik şartlar hemen hemen her çeşit meyve ve sebze yetiştirilmesine olanak sağlamaktadır. Buna göre Türkiye’nin sahip olduğu tarımsal üretim potansiyeli, sadece üretilen meyve ve sebzelerin çeşitliliği bakımından değil aynı zamanda toplam üretim miktarının yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. 2015 yılında Türkiye sebze üretimi 27.8 milyon ton, meyve üretimi ise 18 milyon tondur.

Muz bitkisi tropikal iklim şartlarına ihtiyaç duyduğundan Türkiye’de sadece Mersin ve Antalya illerinde örtü altı ve açık alanlarda yetiştirilmektedir. Türkiye’deki muz üretimi, iç tüketimin yaklaşık yarısını karşılamakta ve tüketim ile üretim arasındaki fark ithalat yoluyla karşılanmaktadır (Türkay vd., 2006: 2).

Tablo 2. Türkiye’nin Muz Ekili Alanı ve Üretim Miktarı (2002-2015)

Yıllar	Ekili Alan (Dekar)	Üretim (Ton)
2002	23.850	95.000
2003	25.200	110.000
2004	30.000	130.000
2005	36.000	150.000
2006	39.168	178.205
2007	44.098	189.107
2008	43.258	201.115
2009	43.338	204.517
2010	44.279	210.178
2011	45.074	206.501
2012	44.923	207.727
2013	46.700	215.472
2014	53.497	251.994
2015	58.380	270.500

Kaynak:(TUİK, 2015c).

Tablo 2’de Türkiye’nin 2002-2015 dönemi muz ekili alanı ve üretim miktarları verilmektedir. Buna göre muz ekili alanın en az olduğu yıl 2002, en fazla ise 2015’tir. Bir önceki yıla göre ekili alandaki azalma en çok 2008 yılında, artış ise 2014 yılında gerçekleşmiştir. 2015 yılındaki ekili alan 2002 yılına göre yaklaşık 3 kat artmış, buna paralel

olarak üretim miktarı da 4 kat artmıştır. 2012 yılında bir önceki yıla göre ekili alan azalmışken, üretim miktarı artmıştır. Aynı durum 2007 ile 2008 yılları için de geçerlidir. Son 16 yılda Türkiye’de muz üretimi en fazla 2015 yılında, en az ise 2002 yılında yapılmıştır. Ayrıca dekar başına en fazla üretim 4719 tonla 2010 yılında gerçekleşmiştir.

2.2. Türkiye Muz İthalatı

Türkiye yıllık muz talebini yerli üretimle karşılayamadığından her yıl düzenli olarak belirli miktarlarda muz ithalatı yapmaktadır (Kozak, 2003: 65).Tablo3’de Türkiye’nin 2002-2015 dönemi muz ithalat miktarını ve muz ithalatına yapılan harcamayı göstermektedir. 2002-2015 dönemi muz ithalatı düzensizlik gösterse de artan bir eğilim göstermiştir. İthalat ve ithalata yapılan harcama en fazla 2013 yılında, en az ise 2002 yılında gerçekleşmiştir.

Tablo 3. Türkiye’nin Muz İthalatı (2002-2015)

Yıllar	Miktar (ton)	Fiyat(\$)
2002	65.077	25.645.500
2003	91.450	36.161.344
2004	110.201	42.950.334
2005	151.010	61.597.424
2006	189.096	75.109.802
2007	223.632	99.877.777
2008	201.071	104.829.070
2009	182.434	86.337.539
2010	200.690	95.349.459
2011	234.631	110.436.179
2012	225.095	110.390.899
2013	235.193	115.318.080
2014	207.167	102.537.379
2015	218.547	108.338.635

Kaynak:(TUİK, 2015d).

2.3. Türkiye’de Muz Ürün Fiyatının Gelişimi

Uluslararası pazardaki muz fiyatları, özellikle muz taşımacılığı maliyetini yakıt fiyatlarından da etkilenmektedir. Yerel pazarlarda, muz fiyatları, ABD doları karşısında yerel para biriminin kur seviyesine bağlı olarak da önemli ölçüde değişebilmektedir. Buna göre 2010 ve 2016 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde perakende fiyatları büyük oranda sabit kalırken, Fransa’da perakende fiyatları arasında belirgin bir yükseliş hareketi yaşandı. (FAO, 2019).

Yurt içinde muz üretim maliyetlerinin dünya fiyatlarının oldukça üzerinde olmasından dolayı Türkiye’de muz sektörü yüksek gümrük vergileriyle korunmaktadır (Subaşı, 2016:

5).Muz ürününün her yıl arz ve talebe göre belirli bir fiyat ortalaması oluşmaktadır. Tablo 4’de 1994-2014 dönemi Türkiye’nin yıllık ortalama 1 kg muz fiyatını göstermektedir.

Tablo4. Türkiye’de Ortalama Muz Fiyatları (1994-2015)

Yıllar	Fiyatlar (TL/kg)*	Yıllar	Fiyatlar (TL/kg)
1994	35.824	2005	3.06
1995	75.477	2006	3.12
1996	120.564	2007	3.01
1997	197.616	2008	3.26
1998	293.450	2009	2.92
1999	426.678	2010	1.63
2000	831.265	2011	1.65
2001	1.064.367	2012	1.71
2002	1.628.313	2013	1.59
2003	2.295.613	2014	1.95
2004	2.403.187	2015	2.05

*1994-2004 dönemi Türk Lirasından sıfır atılmadan önceki fiyatlardır

Kaynak:(TUİK, 2015e).

Fiyatlar söz konusu dönemde dalgalanma göstermiştir. Yıllık ortalama en yüksek fiyat 3.12 TL ile 2006 yılında, en düşük fiyat ise güncel değeriyle 35.82 TL ile 1994 yılında oluşmuştur. Söz konusu dönemde bir önceki yıla göre en belirgin fiyat farkı 1995 yılında oluşur. Meydana gelen bu fark fiyatların bir önceki yıla göre %111 artması ve 2010 yılındaki fiyatların ise bir önceki yıla göre %44 düşmüş olmasındandır.

3. MUZ İTHALATINA YÖNELİK KORELASYON VE REGRESYON ANALİZİ

3.1. Araştırmanın Problemi

Tablo 3’e göre Türkiye 2015 yılında muz ithalatına 108.359.269 Milyon \$ tutarında bir harcamada bulunmuştur. Ayrıca Tablo 2 ve Tablo 3’e göre Türkiye’de tüketilen muzun her yıl yaklaşık %50’si ithalatla karşılanmaktadır.

Literatürde döviz kurlarında meydana gelen değişmelerin ithalat ve ihracat üzerine olan etkilerini inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır. Bunlara göre döviz kurlarındaki değişimlerin ithalat ve ihracat üzerine etkileri hakkında bir fikir birliği bulunmamaktadır. Nitekim birçok çalışma pozitif yönde etki etmektedir derken, birçok çalışma ise negatif yönde etki ettiğini ortaya koymaktadır. Birçok çalışma ise anlamlı bir etkinin olmadığını ortaya koymaktadır. Bu çalışma muz ürününün ithalatının, yerli muz üretici fiyatının ve üretiminin döviz kurlarındaki değişimlerden etkilenip etkilenmediğini, muz ithalatının yerli muz üretici fiyatından etkilenip etkilenmediğini tespit etmektedir. Ayrıca korelasyon analiziyle döviz

kuru, üretici muz fiyatı ve muz ithalatı arasında ki ilişkiler belirlenecektir. Böylece literatürde özgün bir çalışma özelliğine sahip olacaktır.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Araştırmanın amacı Türkiye’de üretici muz fiyatları ve Türkiye muz ithalatı üzerinde döviz kurundaki değişmelerin etkisini ve üretici muz fiyatının muz ithalatı üzerindeki etkisini belirleyerek literatüre özgün bir çalışma kazandırmaktır.

Döviz kuru olarak muz ithalatının dolar para birimiyle yapıldığından ABD doları tercih edilmiştir. Araştırmada nicel veri toplama tekniklerinden yararlanılmıştır. Bu amaçla TÜİK ve TCMB’den elde edilen veriler kullanılmıştır. Araştırmada değişkenler arasındaki ilişkinin tespiti için korelasyon analizi yapılmış, ayrıca değişkenler arasındaki etkinin olup olmadığını belirlemek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

3.3. Araştırmanın Kısıtları ve Varsayımları

Araştırmada Türkiye’nin muz ithalatı, Türkiye muz üretimi ve Türkiye üretici muz fiyatları aylık düzeyde bulunamadığı için yıllık veriler kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan veriler 1994 - 2015 arası dönemi kapsamaktadır. Bütün veriler yıllık dönemler halinde analize dahil edilmiştir. Regresyon analizleri yapmak için SPSS istatistik programı kullanılmıştır.

Döviz kurundaki değişmelerin Türkiye üretici muz fiyatlarını, Türkiye muz ithalatını ve üretici muz fiyatının muz ithalatını etkileyeceği öngörülmektedir. Diğer bir ifadeyle, döviz kurunun yüksek olduğu dönemlerde yerli muz talebinde artış olacağından yerli muz fiyatının yükseleceği buna karşılık muz ithalatının azalacağı ayrıca üretici muz fiyatının yüksek olduğu dönemlerde muz ithalatının artacağı beklenmektedir.

3.4. Araştırmada Kullanılan Veriler

Araştırmada kullanılan değişkenler olan döviz kuru, Türkiye yıllık muz ithalatı ve muz üretici fiyatları aşağıdaki Tablo 5’de toplu şekilde gösterilmektedir.

Döviz Kuru (\$):Bir ülke parasının diğer ülke paraları cinsinden değerini ifade eden bir göstergeye döviz kuru denir. Ayrıca döviz kuru, kendine özgü bir varlık değeridir. Bunun yanında diğer varlık fiyatlarının hareketlerini yöneten ve yönlendiren ekonomik ilkeler, döviz kuru hareketleri için de geçerlidir (Krugman vd., 2012: 320).

Tablo 5’de 1994-2015 döneminde Doların Türk lirası karşısındaki değerinin sürekli arttığı görülmektedir. Dolar ortalama kuru söz konusu dönemde Türk Lirası karşısında en yüksek seviyeye 2015 yılında en düşük seviyeye ise 1994 yılında ulaşmıştır. 2001 yılında dolar kuru bir önceki yıla göre iki katı artış göstermiştir.

Muz İthalatı (Ton): Tablo 5’e göre Türkiye’nin yıllık muz ithalatı 1994-1999 ile 2003-2007 dönemlerinde düzenli olarak artmış, 2000-2002 ile 2008-2015 dönemlerinde ise dalgalanma göstermiştir. Türkiye en fazla muz ithalatını 2013 yılında, en az ise 2001 yılında gerçekleştirmiştir. Muz ithalatında bir önceki yıla göre en fazla artış 2005 yılında, azalış ise 2001 yılında meydana gelmiştir.

Muz Üretici Fiyatları (KG/TL): Tablo 5’e göre Türkiye’de muz üretici fiyatları 1994-2006 döneminde bir önceki yıla göre sürekli olarak artmış, 2007-2015 döneminde ise dalgalanma göstermiştir. Söz konusu dönemde en yüksek muz üretici fiyatı 2008 yılında en düşük ise 1994 yılında gerçekleşmiştir.

Tablo 5. Türkiye’de Dolar Kuru, Muz İthalatı ve Muz Üretici Fiyatları (1994-2015)

Yıllar	Dolar Ortalama		Muz Üretici Fiyatı (kg/TL)
	Satış Kuru (\$/TL)*	Muz İthalatı (Ton)	
1994	0.0298	66.066	0.35.608
1995	0.0459	87.759	0.75.429
1996	0.0818	97.298	119471
1997	0.1528	110.693	197.673
1998	0.2622	123.127	293.444
1999	0.4221	150.533	426.833
2000	0.6267	124.244	889.080
2001	1.2313	41.600	1.106.309
2002	1.5131	64.597	1.647.391
2003	1.5002	91.936	2.291
2004	1.4292	110.205	2.403
2005	1.3472	151.017	3.07
2006	1.4380	183.726	3.1
2007	1.3077	224.262	3.01
2008	1.2991	219.075	3.26
2009	1.5545	182.437	2.92
2010	1.5076	200.695	1.63
2011	1.6780	234.632	1.65
2012	1.8011	225.099	1.71
2013	1.9054	235.188	1.59
2014	2.1918	207.170	1.95
2015	2.7249	218.548	2.05

Kaynak: (TUİK, 2015e) ve (TCMB, 2016) yıllarından derlenmiştir

3.5. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir;

H1: Döviz kuru ile muz üretici fiyatları arasında doğrusal anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Döviz kuru ile muz ithalatı arasında ters yönlü anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Muz üretici fiyatları ile muz ithalatı arasında doğrusal anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Döviz kuru muz üretici fiyatları üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir

H5: Döviz kuru muz ithalatı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H6: Muz üretici fiyatları muz ithalatı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

4.ARAŞTIRMANIN BULGULARI

4.1. Döviz Kuru, Üretici Fiyatı ve Muz İthalatı Arasındaki İlişki

Döviz kuru, muz üretici fiyatları ve ithalatı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için korelasyon analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 6’da gösterilmiştir.

Döviz kuru, muz üretici fiyatları ve ithalatı arasındaki ilişkinin yönü ve şiddetinin belirlenebilmesi için Pearson Korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Korelasyon katsayısı, iki değişken arasındaki ilişkinin ölçüsüdür ve -1 ile +1 arasında değişim gösterdiği ortaya konmuştur (Altunışık vd., 2012:228).

Tablo 6. Korelasyon Testi Sonuçları

		Kur	Üretici Fiyatı	Log Muz İthalatı
Kur	PearsonCorrelation	1		
	Sig. (2-tailed)			
	N			
Üretici Fiyatı	PearsonCorrelation	.672**	1	
	Sig. (2-tailed)	.001		
	N	22		
Log Muz İthalatı	PearsonCorrelation	.524*	.481*	1
	Sig. (2-tailed)	.012	.024	
	N	22	22	

** . Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

* . Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Tablo 6’da korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde döviz kuru ile üretici muz fiyatı ve muz ithalatı arasındaki anlamlılık değerlerinin %5’den küçük olması bu ilişkinin istatistikî açıdan anlamlı olduğunu göstermektedir. Döviz kuru, üretici muz fiyatları ve logaritması

alınmış muz ithalat verileri arasında aynı yönlü (doğrusal) bir ilişki mevcuttur. Bu ilişkiler orta dereceli ve kuvvetli olarak ifade edilebilir. Üretici muz fiyatı ile kur arasında kuvvetli aynı yönlü bir ilişki varken, muz ithalatı ile kur arasındaki ilişki göreceli olarak daha zayıftır. Bu durum muz ithalatının kurdan çok fazla etkilenmediği anlamına gelmektedir.

Döviz kuru ile üretici muz fiyatları arasındaki korelasyon $r= 0.672$ 'dir. Bu iki değişken arasında aynı yönlü ve güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Böylece söz konusu dönemde döviz kuru arttıkça üretici muz fiyatları da artış göstermiştir. Bu nedenle H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Logaritması alınmış muz ithalatı ile döviz kuru arasındaki korelasyon $r= 0.524$ 'dür. Bu iki değişken arasında aynı yönlü, ancak orta düzeyli bir ilişki vardır. İlgili dönemde döviz kuru artışı muz ithalatının miktarı üzerinde çok büyük bir etki göstermediği söylenebilir. Bu nedenle H_2 hipotezi reddedilmiştir. Hipotezin ret edilmesinin sebepleri çeşitli faktörler olabilir. Örneğin, eldeki verilerin yetersiz olması bu nedenlerin belli başlı etkenlerinden bir tanesidir. İkinci sebep olarak, muz piyasasının ithalata bağımlı olması ve aşırı derece kur artışı olmadığı sürece tüketicinin alımını değiştirmedeği söylenebilir. Fakat bu her iki olası açıklamada verisel analiz olmaksızın doğruluklarını kabul etmek gerçekçi değildir.

Benzer şekilde, üretici muz fiyatı ile logaritması alınmış muz ithalatı arasındaki korelasyon $r=0.481$ 'dir. Bu iki değişken arasında aynı yönlü, zayıf bir ilişki vardır. İncelenen dönemde üretici muz fiyatı arttıkça muz ithalatı da artış göstermiştir. Bu nedenle H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

4.2. Döviz Kurundaki Değişimin Muz Üretici Fiyatına Etkisi, Döviz Kurundaki Değişimin Muz İthalatına Etkisi ve Üretici Muz Fiyatındaki Değişimin Muz İthalatına Etkisi

Tablo 7. Regresyon Testi Sonuçları

Değişkenler	β	R^2	t -Değeri	Sonuç
Döviz Kuru → Üretici Muz Fiyatı (H4)	.923***	.424	4,056	Kabul
Döviz Kuru → Muz İthalatı (H5)	.345*	.239	2,754	Red
→ Üretici Muz Fiyatı Muz İthalatı (H6)	.230*	.193	2,452	Red

* $p < 0,05$; *** $p < 0,001$ (2 tailed)

Döviz kurundaki değişimin, üretici muz fiyatlarını ne ölçüde etkilediğine dair sonuçlara Tablo 7’de yer verilmektedir. Basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, Anova tablosundaki anlamlılık değeri $p=0.001 < 0.05$ olması nedeniyle regresyon modeli anlamlıdır.

Regresyon denklemindeki determinasyon katsayısı değerine bakıldığında, üretici muz fiyatında meydana gelen değişimin %42.4'ü (Düzeltilmiş $R^2= 0.424$) döviz kuru tarafından açıklanmaktadır. Başka bir ifadeyle, üretici muz fiyatı %42.4 oranında döviz kuruna bağlı şekillenmektedir. İki değişken arasında doğrusal ilişki olmakla beraber doğrusal olmayan ilişki de mevcuttur. Bu ilişkinin belirlenmesi için başka değişkenlerin modelde kullanılması ve test edilmesi gerekmektedir.

H_4 : Döviz kurundaki değişimin üretici muz fiyatı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır, hipotezi için regresyon modeli şu şekilde yazılabilir:

$$\text{Üretici fiyatı} = 0.566 + 0.923 * (\text{Döviz Kuru}) \quad (R^2 = 0.424)$$

Döviz kurunda 1 birimlik artış üretici muz fiyatlarında 0.923 birim artışa sebep olmuştur. Buna göre H_4 hipotezi kabul edilerek, döviz kurundaki değişimin üretici muz fiyatını etkilediği sonucuna varılabilir. Döviz kuru ile üretici fiyatları arasında doğrusal bir ilişkinin yanı sıra doğrusal olmayan bir ilişki başka değişkenler yardımıyla açıklanabilir.

Döviz kurundaki değişimin, muz ithalatını ne ölçüde etkilediğine dair sonuçlar Tablo 7'de yer verilmektedir. Basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre, Anova tablosundaki anlamlılık değeri $p=0.012 < 0.05$ olması nedeniyle regresyon modeli anlamlıdır. Regresyon denklemindeki determinasyon katsayısı değerine bakıldığında, muz ithalatında meydana gelen değişimin %23.9 ($R^2=0.239$) döviz kuru tarafından açıklanmaktadır. Başka bir ifadeyle, muz ithalat miktarındaki değişimin %23.9'luk kısmı döviz kurundaki değişimler tarafından açıklanmaktadır.

H_5 : Döviz kurundaki değişimin muz ithalatı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır, hipotezi için regresyon modeli şu şekilde yazılabilir:

$$\text{Muz İthalatı} = 4.515 + 0.345 * (\text{Döviz Kuru}) \quad (R^2 = 0.239)$$

Döviz kurunda meydana gelen bir artışın muz ithalatını azaltması beklenmektedir. Ancak bu çalışmanın regresyon analizi sonucunda, döviz kurundaki 1 birimlik artışın muz ithalatını 0.345 birim arttırdığı görülmektedir. Döviz kurundaki değişimin muz ithalatı üzerindeki etkisinin muz üretici fiyatına nispetle daha az olması nedeniyle H_5 hipotezi reddedilmiştir. Döviz kurundaki değişimin muz ithalatını etkilemediği sonucuna varılmıştır. Reddedilme sebebini bulmak daha detaylı analiz ya da veri setinin daha çok gözlemle güncellenmesini gerektirmektedir.

Muz üretici fiyatındaki değişimin, muz ithalatını ne ölçüde etkilediğine dair sonuçlara Tablo 7'de yer verilmektedir. Regresyon analizi sonucuna göre, Anova tablosundaki anlamlılık düzeyi $p=0.024 < 0.05$ olması nedeniyle regresyon modeli anlamlıdır. Muz

ithalatında meydana gelen değişimin %19.30'luk ($R^2=0.193$) kısmı muz üretici fiyatı tarafından açıklanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, muz ithalat miktarındaki değişimin %19.30'u muz üretici fiyatı tarafından açıklanmaktadır. Geriye kalan %76.90'lık kısım ise hata terimi vasıtasıyla modele dahil edilmeyen değişkenler tarafından açıklanmaktadır.

H_6 : Muz üretici fiyatındaki değişimin muz ithalatı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır, hipotezi için regresyon modeli şu şekilde yazılabilir:

$$\text{Muz İthalatı} = 4.541 + 0.230 * (\text{Muz Üretici Fiyatı}) \quad (R^2=0.193)$$

Muz üretici fiyatındaki bir artışın muz ithalatını artırması beklenmektedir. Bu çalışmada regresyon analizi sonucunda, muz üretici fiyatındaki 1 birimlik artışın muz ithalatını 0.230 birim artırdığı ya da muz üretici fiyatındaki 1 birimlik azalışın muz ithalatında 0.230 birim azalışa yol açtığı görülmektedir. Muz üretici fiyatındaki değişimin muz ithalatı üzerindeki etkisinin az olması nedeniyle H_6 hipotezi reddedilmiştir. Muz üretici fiyatındaki değişimin muz ithalatını etkilemediği sonucuna varılmıştır. Reddedilen hipotez için, yeni değişkenler modele dahil edilmeli ya da veri seti daha çok gözlem içerecek şekilde artırılmalıdır.

5. SONUÇ

Bu çalışmada, döviz kurundaki, üretici muz fiyatındaki ve muz ithalatındaki değişimler arasındaki ilişkinin yönü ve derecesi belirlenerek, döviz kurunun muz üretici fiyatları ve muz ithalatı üzerindeki etkisi ile muz üretici fiyatlarının muz ithalatı üzerindeki etkisi incelenip öneriler verilmektedir.

1994-2015 dönemi verileri kullanılıp yapılan korelasyon analizi sonucunda döviz kuruyla, üretici muz fiyatları arasında aynı yönlü ve güçlü bir ilişki, döviz kuruyla logaritması alınmış muz ithalatı arasında doğrusal fakat zayıf bir ilişki, üretici muz fiyatıyla logaritması alınmış muz ithalatı arasında ise doğrusal ve zayıf bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Döviz kurundaki değişimin, muz üretici fiyatını ne ölçüde etkilediğine dair yapılan regresyon analizi sonucunda muz üretici fiyatında meydana gelen değişimin %42.4'ü döviz kuru tarafından açıklandığı ve döviz kurundaki değişimin üretici muz fiyatını etkilemediği sonucuna varılmıştır. Çünkü Türkiye'nin muz üretimi muz talebini karşılamakta yetersizdir. Dolayısıyla muz talebini karşılamak için Türkiye muz ithalatına bağımlı bir ülkedir.

Muz ithalatında meydana gelen değişimin %23.9'unun döviz kuru tarafından açıklandığı, döviz kurundaki değişimin muz ithalatı üzerindeki etkisi muz üretici fiyata nispetle daha az olduğu ve döviz kurundaki değişimin muz ithalatını etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Muz ithalatında meydana gelen değişimin %19.30'luk kısmının muz üretici fiyatı tarafından açıklandığı, muz üretici fiyatlarındaki değişimin muz ithalatı üzerinde ki

etkisinin az olduğu, muz üretici fiyatlarındaki değişimin muz ithalatını etkilemediği sonucuna varılmıştır.

Öneri olarak yerli muz üretimi en azından iç piyasaya yetecek düzeye ulaşınca kadar çeşitli teşviklerle desteklenmeli, üretim düzeyi iç piyasaya yetecek seviyeyi geçtiğinde ise muz ihraç kanallarının geliştirilip yakın komşu ülkelere ihracatı yapılarak üreticilere destek verilebilir. Döviz kurunun yüksek olduğu dönemlerde ithal muz yerine yerli muz tüketiminin özendirilmesi sağlanabilir. Döviz kurunun düşük olduğu dönemlerde ise tüketimin ithal muza kaymasını önlemek ve yerli üretimi desteklemek için muz ithalatına uygulanan tarifelere devam edilmesi ya da tarife oranının arttırılması denenebilir. Araştırmacılar daha kapsamlı verilere erişebilirlerse farklı modeller kurarak çeşitli analizler yapabilirler.

KAYNAKLAR

- Adeyo, I. B., Dontsop P. M., Badmus M. A., Amao I.O. (2011). Price Transmission and Market Integration of Banana and Plantain In Oyo State, Nigeria, *ARPN Journal of Agricultural and Biological Science*, 8:5 ,18-24.
- Akova S. B., (1997). “Türkiye’de Muz Ziraatının Coğrafi Dağılışı ve Özellikleri”. *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi* 5: 140-177.
- Altunışık, R. Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*, Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi, baskı:7.
- Ambisa, Z., Tesfa B., Olani T., ve Abdeta D., (2019). “Review on the Production and Marketing of Banana in Ethiopia”, *World Journal of Agriculture and Soil Science*, sayı:2, No:1 1-9.
- Basan, R. J. P., (2017). “Consumer Preference of Table Banana Quality by Income Groups in the Philippines: Hedonic Price Analysis”, *Asian Journal of Agriculture and Development*, Vol. 13 No. 2: 21-34.
- Burrell A. ve Henningsen A. (2001), “An empirical investigation of the demand for bananas in Germany”, *German Journal of Agricultural Economics*, 50:4 242-249.
- ChiunKo, C., Frijters P. ve Foster G., (2018). “A Tale of Cyclones, Exports and Surplus Forgone in Australia’s Protected Banana Industry”, *Journal of Economic Record*, vol. 94, no. 306, 276–300.
- Evans, E., Ballen, F., (2009). *Banana Market*. IFAS Extension University of Florida. <http://edis.ifas.ufl.edu/pdf/FE/FE90100.pdf>, Erişim Tarihi: 20.10.2019).
- (FAO, 2016). <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>, (Erişim Tarihi: 2.01.2016).
- (FAO, 2014a). <http://www.fao.org/faostat/en/#compare>, (Erişim Tarihi: 7.01. 2016).
- (FAO, 2014b). <http://www.fao.org/faostat/en/#compare>, (Erişim Tarihi: 10.01.2016).

- (FAO, 2019). Banana Facts And Figures, <http://www.fao.org/economic/est/est-commodities/bananas/bananafacts/en/#.XVPqbm8zbIV>, (Erişim Tarihi: 05.08.2019).
- Gübbük H., Pekmezci M., Erkan, M., (2003).“Meristem Kültürü İle Çoğaltılan Değişik Muz Klonlarının Açıkta ve Örtü Altında Yetiştirme Olanakları Üzerinde Araştırmalar”. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Bahçe Bitkileri Bölümü, *Anadolu, J. of AARI* sayı 2: 73-87.
- Hatırlı S. A., Jones E., Aktaş, A. R., (2003).”Measuring the market power of the banana import market in Turkey”. *Turk J Agric For* 27: 367-373.
- Hsien Su, C. Ishdorj A. ve Leahtham D. (2011). *An Analysis of The Banana Import Market In The U.S.* ,Selected paper presented for presentation at the Southern Agricultural Economics Association Annual Meeting, February 5-8. https://www.academia.edu/8244330/An_Analysis_of_the_Banana_Import_market_in_the_U.S, (Erişim Tarihi: 21.08.2019).
- (İTO, 2005)*Muz Sektör Profili. İstanbul Ticaret Odası Yayınları*, <https://studylibtr.com/doc/1925622/istanbul-ticaret-odas%C4%B1>, (Erişim Tarihi: 11.07.2019).
- Kozak B. (2003).*Muz Yetiştiriciliği*. 2. Baskı, Türkiye Ziraat Odaları Birliği, Anamur Ziraat Odası Yayını.
- Krugman, P.R., Obstfeld M. ve Melitz M. (2012). *International Economics: Theory and Policy*. Boston: The Pearson Series in Economics, 10. Baskı.
- Lin, B.H., Yen S.T., Huang C. L., ve Smith T.A.. (2009). “Us Demand For Organic And Conventional Fresh Fruits: The Roles of Income And Price”. *Sustainability* 1(3):464-478.
- Omar, I., Dewan, F. ve Hoq, M.S. (2014). “Analysis of Price Forecasting and Spatial Co-Integration of Banana in Bangladesh”, *European Journal of Business and Management*, Vol.6, No.7: 244-255.
- Omua E., ve Jagwe J., (2010). *Banana Value Chains in Central Africa: Constraints and Opportunities*, Contributed Paper presented at the Joint 3rd African Association of Agricultural Economists (AAAE) and 48th Agricultural Economists Association of South Africa (AEASA) Conference, Cape Town, South Africa, September 19-23, (Erişim Tarihi: 24.05.2019).
- (Rainforest-alliance, 2016). Banana, <http://www.rainforest-alliance.org/kids/species-profiles/banana>. (Erişim Tarihi: 29 Şubat 2016).
- Subaşı S, Seçer A, Yaşar B, Emeksiz F, Uysal O (2016).”Türkiye’de muz üretim maliyetinin karlılık durumu”. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Agricultural Sciences* 29: 73-78.
- (TB,2016), Bazı Tarım ve Gıda Ürünlerinin Piyasa Değişkinlerine Yönelik Öngörüler, <http://www.tarim.gov.tr/TAGEM/Belgeler/yayin/EKONOM%C4%B0%20DA%C4%B>

ORES%C4%B0%20K%C4%B0TAP_WEB.pdf., (Erişim Tarihi: 29.06. 2017), Erişim Tarihi: 20.10.2019).

TCMB (2016).http://www.tcmb.gov.tr/kurlar/kurlar_tr.html. Erişim 04 Ocak 2016.

TUİK (2015a). 1994-2015 Dönemi Yıllık Türkiye Muz Üretim Bölgeleri ve Üretim Miktarları İstatistiki Verileri CD Format.

TUİK (2015b). <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=kategorist>. Erişim 03 Ocak 2016.

TUİK (2015c). 1994-2015 Dönemi Yıllık Türkiye Muz Üretim Bölgeleri ve Üretim Miktarları İstatistiki Verileri CD Format.

TUİK (2015d). 1994-2015 Dönemi Yıllık Türkiye Muz İthalat Miktarları ve Değerleri İstatistiki Verileri CD Format.

TUİK (2015e). <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=110&locale=tr>, (Erişim Tarihi: 15.10.2016.)

Türkay C, Öztürk H, Pınar H, Hocagil M (2006), “Anamur yöresi muz seralarının yapısal ve işlevsel özellikleri”. *Alata Bahçe Kültürleri Araştırma Enstitüsü Dergisi* 5: 17-22.

Uysal, Ö. (2010). Antalya İlinde Muz Üretim Maliyetlerinin Belirlenmesi ve Muz Üretiminin Ekonomik Analizi, *TUİK Uzmanlık Tezi*.

(Turkcebilgi, 2015), Muz, <http://www.turkcebilgi.com/muz#bilgi>, (Erişim Tarihi: 09.11.2015).

Uymaz Gülbin, İ.D. Yılman ve F. Çınar, Muz Gıda Tarihi, <http://eng.ege.edu.tr/~otles/GıdaTarihi/Muz.htm>, (Erişim 21.10.2015).



Makale Türü / Article Type: Araştırma / Research

DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE SİVİL DENİZALTI FAALİYETLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME: NEMO PRIMERO ÖRNEĞİ



Seyfettin CEYLAN 
Akdeniz Üniversitesi

■ Özet

Deniz turizmi içerisinde bir tür sualtı turizmi olan “turizm amaçlı sivil denizaltı faaliyeti” Dünya’da az sayıda ülkede yapılmaktadır. Türkiye’de, benzer amaçlı faaliyet ilk defa Yavuziğit Organizasyon Havacılık Turizm Taşımacılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi’nin İspanya’dan ithal ettiği, Nemo Primero isimli turistik sivil denizaltısı ile 2017 yılı turizm sezonunda Antalya’da gerçekleştirilmiştir. Denizaltı, Antalya Kaleiçi Marina’da konuşlanmış, ilgili kurum ve kuruluşlardan gerekli izinler alınmak suretiyle, Kaleiçi Marina’nın yaklaşık 450 metre açığında bulunan ve 1941 yılında İngiliz uçakları tarafından batırılan 32 metre derinlikteki Fransız askerî lojistik gemisi “Saint Didier” batığına dalmakta ve batık gemi etrafında dolaşarak yolculara/turistlere batık gemi ve dip faunası izletilmektedir. Mürettebat dâhil 46 yolcu kapasiteli denizaltı turu bir saatlik süreyi kapsamaktadır. Bu sürenin, 20 dakikası limandan batık bölgesine gidip gelmek üzere su üstünde, kalan 40 dakikası ise su altında geçmektedir. Sivil denizaltının turistik amaçlı kullanımıyla ilgili olarak, literatürde herhangi bir araştırma yapılmadığı, literatür taramasıyla tespit edilmiştir. Bu araştırma ve incelemenin amacı; Türkiye’de, turistik sivil denizaltı faaliyetinin deniz turizmi içerisinde yeni bir turizm çeşidi olması nedeni ile araştırmacılara kaynak oluşturması ve teşvik edilerek geliştirilmesidir. Ayrıca, bu faaliyetle ilgili mevzuat değişiklikleri ve bürokratik eksiklerin giderilmesi noktasında neler yapılması gerektiği hususunda çözümler önerilmiştir. Araştırma bilgileri açık kaynaklar ile işletici kurum bilgilerinden elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turistik Sivil Denizaltı, Deniz Turizmi, Denizaltı

A Study On Civilian Submarine Activity In The World And Turkey: Nemo Primero Example

■ Abstract

Within the marine tourism; “civil submarine activity for tourism purposes” which is a type of underwater tourism is carried out in a few countries in the world. In Turkey, a tourism company called Yavuziğit Tourism Organization Aviation Transport Industry and Trade Limited Company imported a submarine called Nemo Primero from Spain that is a touristic civilian submarine. It began to operate in 2017 within the tourism season in Antalya. The submarine is located in the Kaleiçi Marina of Antalya. The submarine, after acquiring necessary permits from the related institutions, dives to wreck of the French military logistics ship “Saint Didier” sunk by British aircrafts in 1941 which is approximately 450 meters off the Kaleiçi Marina, and presents the sunken ship and the bottom fauna for the passengers / tourists. The 46-passenger submarine tour, including the crew, covers a one-hour period. Of this period, 20 minutes pass over the water during going to the shipwreck area and the remaining 40 minutes pass under water. It has been determined from the literature that no research has been conducted regarding the touristic civil submarine. The purpose of this research and analysis is to create a resource for the researchers due to its infancy of touristic submarine activities in marine tourism in Turkey and encourage the development of this kind of tourism. In addition, solutions have been proposed for the existing and emerging problems in the legislation and bureaucratic area about this activity. Research information was obtained from open sources and operating institution's database.

Keywords: Civil Submarine, Marine Tourism, Submarine

Atf: Ceylan, S. (2019). Dünya’da ve Türkiye’de Sivil Denizaltı Faaliyetleri Üzerine Bir İnceleme: Nemo Primero Örneği. *Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1-2), 83-104.

GİRİŞ

Ülkemizin sahip olduğu coğrafi konumundan, doğasından ve ikliminden kaynaklı avantajları, deniz turizmine olan talebi ülkemiz lehine arttırmaktadır. Diğer turizm çeşitlerine göre katma değeri yüksek turizm aktivitelerinden biri olan deniz turizmi, son yıllarda hızlı bir gelişme göstermiştir. Deniz turizminin, mevcut potansiyeli dikkate alındığında, Türkiye'nin yeterli payı alamadığı gözlemlenmektedir.

Bu çalışmada, deniz turizmi içerisinde Türkiye'de yeni ve ilk olarak ortaya çıkan turistik sivil denizaltı faaliyeti ve Nemo Primero denizaltısı örneği incelenmiştir. Dünya'da, az sayıda ülkede yapılan bu faaliyetin, geliştirilerek yaygınlaştırılması ve karşılaşılan sorunlara çözümler aranması amaçlanmıştır.

1. DENİZ TURİZMİ

Deniz Turizmi; Denizde, deniz araçları ile yapılan turizm amaçlı meslek faaliyetleri ile onu doğrudan destekleyen diğer meslek faaliyetleri olarak tanımlanmaktadır. Deniz turizmi dinamik yapısına bağlı olarak, turizm gelirleri ve istihdama olan katkısı bakımından turizm endüstrisi içerisinde önemli bir yere sahiptir. Deniz turizminin, toplam turizm geliri içerisindeki payı %20'ye ulaşmış bulunmaktadır. Deniz turizmi, çeşitliliği ve eklenen yeni aktivitelerle (krvaziyer, dalış, yat, elektrikli sörf ve fly board vb) her geçen gün büyümekte, ülke ekonomisine döviz girdisi sağlayarak yeni istihdam alanları oluşturmakta ve ekonomiye katkı sağlamaktadır (DTO, 2018: 226-251).

Deniz turizmi bileşenleri içerisinde, birden fazla tesis ve aktivite bulunmaktadır. Söz konusu bileşenler, kıyı ve deniz temelli bileşenler ana başlığı altında sınıflandırılmaktadır. Kıyı temelli olanlar, kıyı tesislerinde ve kıyıda yapılan faaliyetleri, deniz temelli olanlar ise denizin üstünde ve altında yapılan faaliyet ve aktiviteleri kapsamaktadır (Çakmak ve Dinçer, 2016:5).

Deniz turizminin en önemli bileşeni deniz turistleridir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) deniz turistlerini; seyahat eden, gittiği yerde bir yıldan az kalan ve geceleyen, istihdam dışı bireylerin aktivitelerini denizde, deniz kıyısında ve deniz çevresindeki tesis ve işletmelerde gerçekleştiriyorsa, deniz turisti olarak tanımlamaktadır (Çakmak ve Dinçer, 2016:5).

Deniz turizmi faaliyeti, turizm işletmeleri ve deniz turizmi araçları ile icra edilmektedir. Deniz turizmi işletmeleri krvaziyer limanlar, yat limanları, rıhtım ve çekek yerleri ile diğer tesisler olarak tanımlanmaktadır (DTO, 2018: 226-251).

Deniz turizmi araçları ise kruvaziyer gemileri, yatlar, günübirlik gezi tekneleri, dalış turizmi ve suüstü aktivitelerinin yapıldığı deniz araçları ile diğer deniz turizmi araçları (yüzer otel ve özel deniz turizm araçları) olarak tanımlanmış bulunmaktadır (Kozan, Özdemir ve Günlü, 2014:115-129).

Deniz turizmi, insanların eğlenmek için ikamet ettikleri yerlerden seyahat ederek bir denizel çevreye varmaları, odaklanmaları ve ağırlanmalarıdır. Bu anlamda denizel çevre, tuzlu suların kıyı ve kenarlarında gel-git etkisi altında olan yerler olarak tanımlanır. Yüksek kârlılığı bulunan deniz turizmi sektörü, iletişim ve ulaşım imkânlarının çeşitlenmesi ve gelişimi ile büyük bir potansiyel haline gelmiştir (Orams, 1999 Akt.Yercan, 2004).

Deniz turizmi, çok çeşitli aktiviteleri kapsamakla birlikte en baskın olanı yelkenle ve yatla yapılan seyirdir. Diğer suüstü aktiviteler ise deniz sporları ve tüplü dalışlardır. Sualtı aktiviteleri; su kayağı, rüzgâr sörfü, deniz parkları, sualtı faunasının izlenmesi gibi turizm etkinliklerinin büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır. Deniz destek tesisleri ve altyapıları genellikle karada bulunur. Kıyı turizmi, daha çok deniz turizmi ile yakından ilgili olup kıyı sularında yapılan faaliyetleri kapsamaktadır. Kıyı turizmine yüzme, eğlence, güneşlenme ve kıyı yürüyüşleri örnek olarak gösterilebilir. Turizmde bina inşaatları, teknelerin kullanımı ile kara kaynaklı kirliliğin neden olduğu çevresel bozulmalar, söz konusu faaliyetleri olumsuz yönde etkilemektedir (OECD, 2018).

Deniz turizmi, turizm aktivitelerinin deniz tabanlı ticari bir faaliyet alanıdır. Denizle alâkalı her turizm faaliyeti deniz turizmi kapsamına girmemekle birlikte, tatil amacıyla gerçekleştirilen deniz yolu seyahatleri, deniz turizmi kavramının içinde yer almaktadır. Deniz turizmi faaliyeti mekânsal farklılıklara (bölge ya da ülke) bağlı olarak, değişen ürün yelpazesıyla deniz turistlerine çeşitli imkânlar sunmaktadır. Balina ve yunus izleme turları, çeşitli dalış turları, yelken turları, balık avlama turları, spor amaçlı turlar ve arkeolojik turlar örnek olarak verilebilir.

Deniz turizmi talebinin sürekliliğini sağlayan ana etken, eğlence ve dinlenme bazlı bir hizmetin beraberinde, katılımcıların memnuniyeti çerçevesinde çok fazla alternatifi sunabiliyor olmasıdır. Bölgesel gelişmeye doğrudan etki ederken ulaştırma, alışveriş, konaklama, lokantalar ve benzeri iş kollarını da destekleyerek ekonomiye doğrudan ve dolaylı bir şekilde katkıda bulunmaktadır. Deniz turizminin gelişen yapısı, insanların denizden faydalanma imkânlarını arttırmış ve çeşitlendirmiştir. Daha önceleri seçkin bir kitlenin spor, eğlence ve dinlenme aracı olarak kabul edilen yatçılık, uluslararası turizm aksiyonlarının önemli bir parçası haline gelmiştir. Ülkemizde sadece ürünün çeşitlendirilmesi değil, bu çeşitlendirme ile birlikte kaliteli deniz turizmi hizmet alanlarının geliştirilmesi gerekmektedir.

Turistlerin, bir destinasyonun kalite ve çekiciliğine dair algılamaları, onların seyahat karar ve motivasyonlarını etkileyecek faktörlerin başında gelmektedir (Bahar ve Kozak, 2005:215).

1.1. Deniz Turizminin Tarihsel Geçmişi

Dünya’da deniz turizmi; 1700’lerde İngiliz bir hekimin yazdığı kitapta, deniz banyosunun sağlık için gerekli olduğu hakkındaki savı ile başlamış ve Avrupa’da yayılan bu hareket daha sonra sağlığın ötesine geçerek, keyfi yapılan gezi ve seyahatlere dönüşmüştür (İncekara, Dördüncü, Özer, 2015:1-16).

Deniz turizminin tarihi, insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Boş zamanları değerlendirmek üzere, deniz ve kıyı alanlarında yapılan sağlıklı olmayı, dinlenmeyi amaçlayan faaliyet ve seyahatler deniz turizminin kapsamı dâhilindedir. 18. Yüzyılda, Avrupalı seçkinler çocuklarını hem eğitim almak, hem de gittikleri yerlerin doğal ve kültürel özelliklerini öğrenmeleri için değişik ülkelere göndermişlerdir. Daha sonra bu seyahatler toplumlarda yaygınlaşmaya başlamış ve çeşitlenerek günümüze kadar gelmiştir. Deniz turizminin, Dünya’da geliştiği önemli bir bölge ise Avusturalya’nın Queensland Eyalatı’ndeki Büyük Bariyer Resifi’dir (Çakmak ve Dinçer, 2016:1-19).

Başka bir görüşe göre ise; Deniz turizmi tarihinde, deniz yollarının turizm faaliyetlerinde kullanılması 19. yüzyılın ikinci yarısında başlamıştır. İngiltere’de bir turizm işletmecisi olan Thomas Cook, 1866 yılında bir turist grubu oluşturarak, turistik amaçla ilk olarak İngiltere’den Amerika’ya yandan çarklı bir gemiyle seyahat düzenlemiştir. Buharlı gemi ve tren gibi ulaşım araçlarının kullanılmaya başlaması ile benzer seyahatler daha da artmış ve 19. yüzyıl sona ermeden iktisadi bir etkinlik haline gelmiştir. Turizm tarihi açısından, 19. yüzyılın sonlarına gelindiğinde yaşanan diğer önemli bir olay da Amerikalı turistlerin atalarının topraklarını ve Avrupa’yı keşfetmeye başlamalarıdır (UNGA,2019).

Birleşmiş Milletler 2017 yılını, “kalkınma için sürdürülebilir uluslararası turizm yılı” olarak kabul etmiştir. Dünya Turizm Örgütü tarafından Temmuz 2018’de, (UNWTO) Birleşmiş Milletler’e (UNGA) “Yoksulluğu ortadan kaldırmak ve çevre koruma için, ekoturizm de dâhil olmak üzere sürdürülebilir bir turizmi teşvik etme” raporu sunulmuştur (WTO, 2019).

Rapor, 2016’dan bu yana yapılan sürdürülebilir turizm politikalarındaki ilerlemeleri içermekte ve ekoturizm de dâhil olmak üzere, sürdürülebilir turizmi teşvik için yoksullukla mücadele ve sürdürülebilir kalkınmayı ekonomik, sosyal ve çevresel bir dengede bütünsel bir biçimde ele almaktadır (Tegar ve Gurning, 2018:128-132).

1.2. Mavi Ekonomi

Mavi ekonomi, ekosisteme dayalı bir ekonomik kalkınma paradigması prensibidir. Bu anlayış okyanusları mekânsal planlamanın bütünleştiği geliştirme alanlarını koruma, sürdürülebilir kullanımın sağlanması, petrol ve maden zenginliği ekstraksiyonu, biyoprospektif, sürdürülebilir enerji üretimi ve deniz taşımacılığı şeklinde kavramsallaştırmaktadır (OECD,2018).

Dünya'nın, dörtte üçüne yakın bir bölümünü oluşturan okyanus ve denizler karbon salınımını bertaraf etmekte ve oksijen ihtiyacının önemli bir bölümünü karşılamak suretiyle ekosistemi düzenlemektedir. Mavi ekonomi kavramı, deniz ve okyanuslardaki potansiyel kaynakların tahrip edilmeden korunması ve deniz çevresinin kirlenmesinin önlenmesine dayalı olarak, deniz ticareti ve taşımacılığı ile deniz turizminin sürdürülebilirlik temeline dayanmaktadır. Mavi ekonomi, Dünya'da ekonomik büyüme ve yoksulluğun azaltılması açısından da önem arz etmektedir. Örneğin, deniz turizmi ve ekosistem açısından büyük öneme sahip, mercan resiflerinin iklim değişikliği nedeni ile tehdit altında bulunması gibi (Çoban ve Ölmez, 2016).

Turizm, Dünya ekonomisinde en hızlı büyüyen sektörler arasında olup küresel ekonomide önemli rol oynamaktadır. Faaliyet, iş yaratma, ihracat geliri ve yerli katma değer ile ekonomiye doğrudan katkı sağlamaktadır. Turizm geliri, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) bölgesinde ortalama Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH)'nın %4.1'i, istihdamın %5.9'u ve hizmet ihracatının ise %21.3'ünü oluşturmaktadır. Beklenen büyüme öngörülere ve belirgin fırsatlara rağmen turizm, özellikle bir dizi zorlukla karşı karşıyadır. Bunlar, turizm politikası geliştirmenin karmaşıklığı, parçalı yapısı ve rekabet eden politika öncelikleri nedeniyle bütçe kısıtlamaları, makroekonomik koşullar, döviz kurları, güvenlik ve doğal afetler gibi dış faktörlerin turizm üzerindeki etkileridir. Gelişen teknolojiler ve ekonominin dijitalleşmesi nedeniyle turizm sektörü de sürekli değişim ve dönüşüm içerisindedir. Turizm politikası, sürdürülebilir kalkınma hedefi kapsamında geniş paydaş katılımı sağlanarak inşa edildiğinde, istihdama doğrudan ve dolaylı katkısı nedeniyle daha kapsayıcı bir şekilde büyüyecektir (TÜRSAB, 2019).

2. DENİZALTI FAALİYETLERİ İÇİN SAHA ANALİZİ VE OPERASYON GEREKLİLİKLERİ

Dünya çapında, yüzlerce denizaltı işletim sahaları mevcuttur. Bununla birlikte, herhangi bir turistik sivil denizaltı operasyonuna başlanmadan önce, kapsamlı bir saha analizi her zaman gereklidir. Saha fizibilite analizi, aşağıdaki kategorilerde belirtilen faktörlerin uygunluğu göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir (Manualzz, 2008);

- Dalış alanı kalitesi (örneğin görünürlük, derinlik, özellikler)
- Dalış lojistiği
- Onarım tesisleri
- Bakım ve taşıma tesisleri
- Fırtına sığınak planı
- Yolcu tesisleri
- Pazar profili ve ziyaretçi demografisi
- Denizcilik hukuku
- Çevresel izinler
- Yasak sahalar
- Acil durum planlamaları
- Personel Yeterlikleri
- Uzun vadeli büyüme potansiyeli

2.1. Denizaltı Faaliyeti ve İşletmesi

Günlük 5-6 sefer olarak planlanan dalış, gün doğumu ve gün batımı arasında gerçekleştirilmektedir. Uygun ortam olması halinde gece dalışı da icra edebilmektedir. Potansiyel yolcular, oteller ve benzeri diğer yerlerden rehberlerin tanıtımı ile toplanmakta ve biletler ise turizm acenteleri tarafından satılmaktadır.

Turistik bir denizaltı işletmesinin kurulmasında sermaye harcamaları önemlidir. Daha büyük turistik denizaltı işletmelerinin birçoğu birkaç ortak girişimci tarafından kurulurken, küçük işletmeler bağımsız olarak hareket etmektedir (Resmi Gazete, 2009a; (Manualzz, 2008).

2.2. Denizaltı Dalış Bölgesi ve Dalış İzni

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı'nca izin verilen/tahsis edilen dalış sahası deniz trafiğine kapatılmakta, Seyir Hidrografi ve Oşinografi Dairesi Başkanlığı'nca da denizcilere yasak saha ilan edilerek, deniz haritalarına işlenmek suretiyle seyir emniyeti sağlanmaktadır. Mevcut düzenlemelere göre dalış öncesinde, Liman Başkanlığı'ndan dalış izni alınmaktadır (Resmi Gazete, 2008)

2.3. Denizaltı Operasyonu İçin Gerekli Ekipman ve Alt Yapı

Denizaltı, operasyonun sahip olduğu teknolojik açıdan en gelişmiş ve önemli bir ekipman parçasıdır. Denizaltı ve destek ekipmanına ek olarak, dalış bölgesinin mesafesi göz önünde bulundurulmak suretiyle operatörün, denizaltı yolcu kapasitesinin iki katı yolcu

taşıyabilen rahat bir yolcu transfer teknesine ihtiyacı olacaktır. Ayrıca, bölge şartlarına uygun küçük bir tekne de sualtı telefonu aracılığıyla denizaltı ile temas etmek, dalış sahası emniyetini korumak ve ihtiyaç halinde transfer yapmak üzere hazır bulundurulacaktır. Bu teknede, su üstü zabiti bulunacak ve zabıt, dalışa tahsisli alanda deniz trafiği ve seyir emniyetini sağlayacaktır. Bilet satış alanı ve idari işler için bir ofis ve isteğe bağlı olarak da, bir hediyelik eşya dükkânı kıyı tesisi gereksiniminin bir parçasıdır. Hava kompresörünü, akü şarj cihazlarını, yedek parçaları ve bakım atölyesini barındıran bir bina veya konteyner, denizaltı rıhtımına bitişik olmalıdır. Geceleri, denizaltı bakım ekibi aküleri sekiz saate kadar şarj edecek, yüksek basınçlı hava tanklarını, oksijen tüplerini ve karbondioksitten arındırma bileşimini yeniden değiştirecektir (Manualzz, 2008). Denizaltılar, yılda bir kez olmak üzere 30 ila 50 günlük bir süre zarfında karada bakımları yapılarak, denizcilik otoriteleri/yetkilileri tarafından dalışa uygunluk muayenesinden geçirilmektedir.

Personel gereksinimleri, konum ve dalış programına göre değişmektedir. 9 saatlik bir vardiyada çalışan tek bir ekip ile günde 6 dalış yapabilir. Denizaltı günlük dalışlarına ilaveten gece iki dalış daha yapabilir. Bu nedenle, günde iki vardiya yapabilecek sayıda mürettebat gerekecektir. Genel olarak, günlük bir vardiya operasyon senaryosu için personel gereksinimi 11 kişidir. Buna ek olarak, operasyonun etkin bir şekilde icra edilmesi için yeterli idari ve pazarlama personeli bulunmalıdır (Manualzz, 2008).

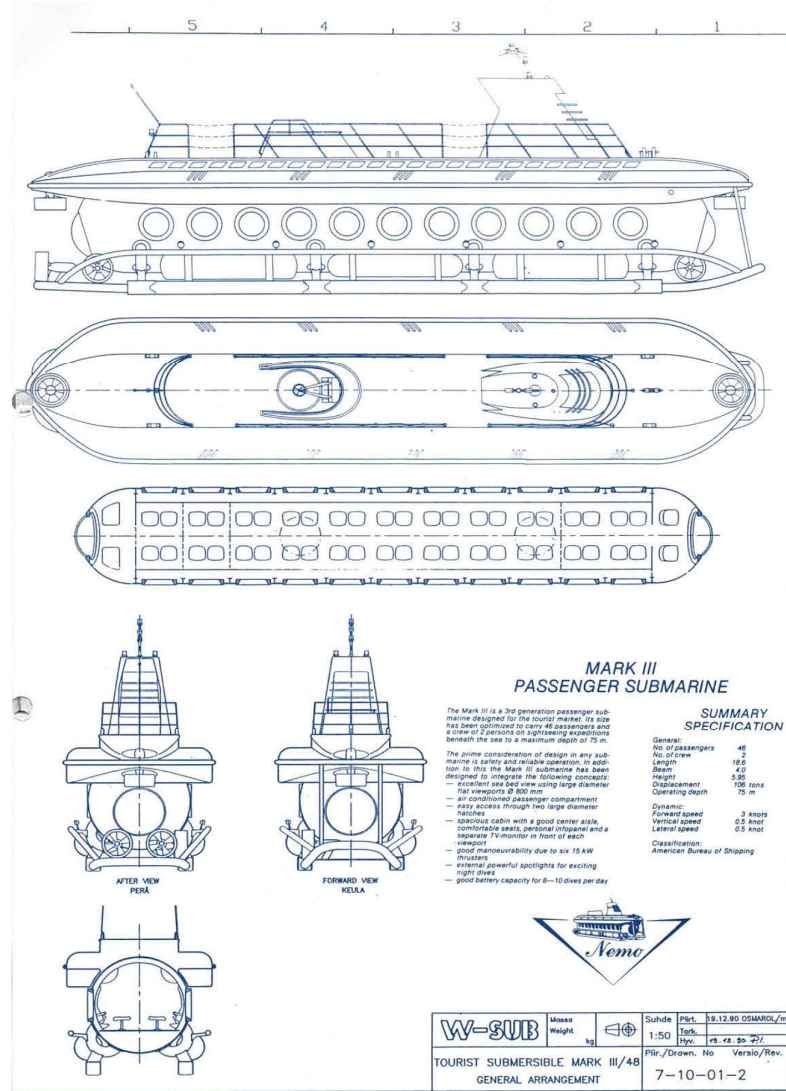
Turistik denizaltı operasyonları için ideal olarak, dalış sahasındaki sualtında ortalama 5 metreyi aşan bir görünürlük ile çevresinde deniz canlısı yaşamı olmalı ve dalış süresi minimum 45 dakika, maksimum bir saatlik bir süreyi kapsamalıdır. Uygun bir çalışma alanı/yeri seçilmesi halinde, turistik denizaltı faaliyetleri başarılı olmaktadır. İşletmeler, bu nedenle deniz dibi görüşü net olan ve deniz canlılarının yaşamına uygun tropik bölgeleri tercih etmektedir (Manualzz, 2008).

Yeni dalış sahaları için, gerekli izinler alınarak yapay resifler, servis dışı gemiler veya uçaklar ile diğer resifler deniz yaşamını canlandırmak ve müşterileri eğlendirmek için deniz tabanına yerleştirilebilir.

3. MARK III TİPİ DENİZALTI TEKNİK ÖZELLİKLERİ VE DENİZ EMNİYETİ

Mark tipi denizaltılar 18.60 m uzunluğunda, 4 m genişliğinde ve 6.5 m yüksekliğindedir. Havadaki toplam ağırlığı 106 ton, maksimum dalış derinliği ise 90 m olup yolcu kapasitesi mürettebat hariç 46 kişidir. Geniş görünüm alanı olan (800 mm çap), her iki tarafta 11 adet olmak üzere 22 adet seyir camı ile başta ve kıçta 2 adet çok geniş vitrinli (1600

mm çap) kaptan seyir kokpiti bulunmaktadır. Dışarıdan şarj edilebilen elektrik tahrikli 6x15 kw motorları bulunmaktadır. Akülerin tam şarjından sonra 6-7 sefer yapabilmektedir. Akülerin şarjında 380 volt elektrik kullanılmakta ve şarjı, karada özel konteynerinde bulunan evireçler yardımıyla yapılmaktadır. Akü şarjı, yaklaşık 5-8 saatlik bir süre zarfında tamamlanmaktadır. Dalış için yeterli miktarda oksijen, su sarnıcı ve hava tankları ile karbondioksit emicileri mevcuttur (Submarinesafaris, 2019).



Resim 1.1 Mark III tipi Denizaltı Planı (Yavuzyiğit Organizasyon Ltd., 15.07.2019, kişisel yazışma)

Resim 1.1’de planı görülen Mark-III tipi sivil denizaltı, geliştirilerek akülerinin şarj dayanaklılık süresi uzatılmış, iç donanımı ve işletim sistemleri yenilenerek Mark-IV tipi yeni versiyon denizaltılar üretilmiştir. Söz konusu denizaltıların geliştirilen en son tipi Mark V serisidir.

LS 250 olarak da adlandırılan Mark II, Finlandiya'da inşa edilen ilk turistik denizaltıdır. Mark II'ler ilk olarak 1987 yılında İspanya ve Kore'ye teslim edilmiştir.

Mark II serisinden edinilen deneyim, bir denizaltı için neyin gerekli olduğuna dair bilgiyi geliştirmiş ve geminin tamamen yeniden tasarlanmasına yol açmıştır. Kilit nokta, denizaltının turizm faaliyetlerini daha iyi karşılaması, daha güvenilir olması, daha kolay bakım yapılması ve daha ekonomik olmasıdır. Mark III'ler ise, güvenilirliği kanıtlanmış bir sicili ile mükemmel bir denizaltıdır. Ancak, günde 45 dakikalık 7-10 dalış için tasarlanan batarya kapasitesinin, fazla sayıda operasyon için küçük olduğu ortaya çıkmıştır. Batarya, iklimlendirme kapasitesinin artırılmasına da izin vermemiştir. Bu nedenle, Mark IV'ün daha büyük akülerle donatılmış gelişimi 1992 yılının başlarında başlamıştır ve teknoloji hızla geliştikçe, yeni denizaltı nesline Mark IV adı verilmiştir. Akü kapasitesi Mark III'ün 3 katı olduğundan, tüm gün, dalış için bol miktarda depo edilen enerji kullanılabilen ve gün boyu planlanan tüm dalışlara yeterli gelmektedir. Daha sonra geliştirilen Mark V denizaltı serisi, 35, 50 ve 65 yolcu kapasitedeki dalışlara uygun üç gövde boyutuna sahiptir (MOBİMAR, 2019).

3.1. Denizaltı Bakım Onarımı Ve Yedek Parça Temini

Denizaltı turizm sezonu boyunca çalışmakta ve sezon bitiminde ise yıllık bakım onarımının yapılması ve sörvey (test ve denetimi) hazırlıkları için karaya çekilmektedir. Çalışma sezonu içerisinde, bakım talimatına uygun olarak haftalık, aylık, üç aylık, altı aylık ve yıllık bakımları teknisyen tarafından yapılmakta ve yapılan işlemler formlarına kayıt edilmektedir. Denizaltıda kullanılan aksam, parça ve malzemeler ile elektronik kart, yazılım gibi benzeri malzeme ve yedekler yurt dışından temin edilmekte, yılda en az bir defa olmak üzere, yurt dışından teknisyen çağırılarak, denizaltı bakım tutumunda rehberlik hizmeti alınmaktadır. Denizaltı aksam ve parçaları Türkiye'den temin edilemediği için, yurt dışından getirilmesi ithalat rejimine tâbi olup, malzemelerin ithalatı sırasında bürokratik işlemler ile vergilendirilmesinde problemler yaşanmaktadır (Resmi Gazete, 2009b ve 2009c).

3.2. Denizaltı Mürettebatı ve Yardımcı Personeli

2008'de yayımlanan Dalabilir Deniz Araçlarında Görev Yapacak Personelin Eğitimi ile ilgili yönerge gereğince, Türkiye'de denizaltı kaptanlarının ehliyet yeterlik kriterinde Deniz Kuvvetleri'nde en az iki yıl Denizaltı Komutanlığı yapmış olma şartından dolayı, sivil kaynaklardan personel temin edilememektedir. Denizaltıda, bakım, tutum ve onarım için Deniz Kuvvetleri'nde daha önce denizaltı teknisyenliği yapmış teknisyenler çalıştırılmaktadır.

Yardımcı personel ise, acil durumlarda kurtarma ve yardım görevi yapmak üzere, su üstünde emniyet ve haberleşmeyi sağlayan görev-devriye teknesinde dört profesyonel dalgıç ile söz konusu tekneyi sevk ve idare eden ve aynı zamanda dalış sahasının emniyetini sağlayan su üstü zabiti görev yapmaktadır. Ayrıca, denizaltı işletme ve idaresinden sorumlu denizaltı işletme müdürü ile yolcu operasyonundan sorumlu bir idari personel görevlidir. Belirtilen personelin, “Dalabilir Deniz Araçları Hakkında Yönetmelik”, “Deniz Turizmi Yönetmeliği” ile “Dalabilir Deniz Araçlarında Görev Yapacak Personelin Eğitim Belgelendirme ve Bu Araçların Personel Donatımı Hakkında Yönerge”ye göre bulundurulması zorunludur (Resmi Gazete, 2006; 2008; 2009e).

3.3. Denizaltı Operasyonunda Emniyet ve Haberleşme

Denizaltı, hem su üstünde hem de su altında seyir yapabilmekte, gerektiğinde 72 saat su altında kalabilmektedir. Test edilen dalış derinliği ise maksimum 90 m'dir. Denizaltı, seyir emniyeti, can ve mal güvenliği bakımından nitelikli bir donanıma sahiptir. Klas kontrolünde, her yıl uzmanı tarafından kara ve deniz sörveyi yapılarak belgelendirilmektedir. Faaliyeti sırasında can ve mal güvenliği, seyir emniyetinin temini için Dalış Sahası Aksiyon Planı, Arama Kurtarma Planı ve Acil Durum Emniyet planı hazır bulundurulmaktadır. Denizaltıda, acil durumlarda kullanılmak üzere yolcu ve mürettebat sayısınca gaz maskesi, havalı can yelekleri mevcut olup, yangın güvenliği için otomatik yangın söndürme sistemi bulunmaktadır. Can ve mal güvenliği ile ilgili teçhizat ve malzemeler ile seyir emniyeti için önem arz eden teçhizat (oksijen sensörü, cayro gibi benzeri geycler) yetkilendirilmiş kuruluşlar tarafından kalibrasyonu yapılarak belgelendirilmektedir (Yavuz Yiğit Organizasyon, 10.07.2019 tarihli mülakat).

Denizaltı, su üstünde ve su altında emniyet ve haberleşmeyi sağlayan görev devriye teknesi ile birlikte hareket etmektedir. Dalış sahasına hareket etmeden önce liman işletmesine bilgi vermekte, şamandıralarla markalanmış tahsisli dalış sahasında, dalmadan ve dalışın tamamlanmasını müteakiben satha çıkmadan önce haberleşme ve seyir emniyetini sağlayan görev devriye teknesine bilgi vererek, sahanın emniyetli olduğuna ilişkin teyid alındıktan sonra dalmakta ve satha çıkmaktadır (Resmi Gazete 2006, 2008).

4. DÜNYA'DA TURİZM AMAÇLI SİVİL DENİZALTI FAALİYETİ

Turizm amaçlı sivil denizaltı faaliyeti, Dünya'da ilk defa 1964 yılında İsviçre'de Auguste Piccard isimli turistik sivil denizaltısı ile başlamıştır. Söz konusu denizaltı, Jacques Piccard tarafından tasarlanmış ve teknik hesapları da denizaltı mühendisi Erwin Aebersold tarafından yapılmıştır. İsviçre'nin Monthey kentinde, Giovanola Freres SA. Tersanesinde 24

Şubat 1964 yılında inşa edilen, 4 mürettebat ve 40 yolcu kapasiteli denizaltı, (1 Kaptan, 1 yardımcı kaptan, 1 teknisyen + 1 deniz hostesi) 7,3 Milyon CHF'ye (İsviçre frangı) mal edilmiştir. Tasarımcı Jacques Piccard, denizaltıya Profesör olan babasının ismini vermiştir (Prof. Auguste Piccard). Denizaltı, 1964 ve 1965 yıllarında Cenevre gölünün 150 m derinliğine 1100 sefer yapmak suretiyle 33000 yolcuya dalış yaptırmıştır. Söz konusu denizaltı, 1969 yılında Okyanus araştırmalarında kullanılmak üzere, Amerikan firması Vancouver Horton Maritime'ye 1,7 Milyon dolara satılmış ve 1984 yılına kadar Meksika körfezinde bilimsel araştırma faaliyetlerine katılarak dalışlar yapmıştır.

1984 yılında Galveston, Texas'taki (ABD) kuru havuza yerleştirilen denizaltı, 1986 yılında Teksas'lı bir sanayici tarafından satın alınmıştır. Daha sonra, 1998'de tekrar İsviçre'ye satılarak geri dönen Auguste Piccard, 1999 Expo 02'nin bir parçası olarak Morat'ta sergilenmiştir. Denizaltıya, 2004 yılında Lozan'da bulunan İsviçre taşımacılık müzesi sahip olmuş ve 2005-2014 yılları arasında 28000 saatte restore edilerek, İsviçre ulaştırma müzesinde sergilenmeye başlamıştır. Auguste Piccard denizaltısında görevli kadın mürettebat, Dünya'nın ilk kadın denizaltıcısı olarak kabul edilmektedir (Swiss Info, 2014).



Resim 1.2 Auguste Piccard isimli İlk Sivil Turistik Denizaltı
Kaynak : ("Swiss Info", 2014)

Resim 1.2.'de görülen Dünya'nın ilk turistik sivil denizaltısı Auguste Piccard, Lozan Ulaştırma Müzesinde sergilenmektedir.

Tablo 1.1 Dünya'nın İlk Turistik Denizaltısının Teknik Özellikleri

Adı	Auguste Piccard	Boy	28.50 m.
Cinsi	Turistik Denizaltı	Eni	6.80 m.
Yapımcısı	Giovanola Freres Sa.	Su Çekimi	3.63 m.
Yapım yeri	Monthey/İsviçre	Yüksekliği	7,43 m.
Yapı malzemesi	Çelik	Dalış derinliği	150 m.
Yapım Tarihi	24 Şubat 1964	Makinesi-İtici Gücü	Elektrikli Motor
Deplasman	222 T	Makine Gücü	75 Hp

Batarya Süresi	48 Saat	Yolcu Kapasitesi	40+4
Batarya	600 KHW	Batarya Şarj süresi	10 saat
Sürati	6 Kts	İniş hız	4-5 Kts

Kaynak: (Swiss Info,2014). Historic Piccard submarine restored. https://www.swissinfo.ch/eng/record-setting_historic-piccard-submarine-restored/41090542, (Erişim Tar: 20.04.2019).

Tablo 1.1’de teknik özellikleri yazılı, Dünya’nın ilk turistik sivil denizaltısı ile günümüzdeki turistik sivil denizaltıların çalışma prensibi benzer olmasına karşın, elektronik sistemlerin daha çok gelişmiş olması nedeniyle emniyet ve güvenlik seviyesi artmıştır.

1970’lerin ortalarında Japonya’da, 40 yolcu kapasiteli turistik bir denizaltı için tasarım gerçekleştirilmiş, ancak inşa edilememiştir. British Columbia merkezli bir şirket, 1984’te tasarladığı 28 yolcu kapasiteli denizaltı inşasını ertesi yıl tamamlamış ve Grand Cayman’da faaliyete geçirmiştir. Aynı şirket, 1987 yılına kadar iki denizaltı daha hizmete sokmuştur. O dönemde, diğer firmalarda kendi operasyonlarını kurmaya başlamıştır. Bugün, en büyük turistik sivil denizaltı şirketi üç farklı kapasitede 12 denizaltı inşa etmiş olup halen faaliyetine devam eden firma, 28, 46 ve 64 yolcu kapasiteli 12 denizaltıyı işletmektedir. Sovyetler Birliği’nde (Rusya), 1991 yılında donanma müteahhidi Sevmash, 28 m. uzunluğunda Neptün isimli bir turistik sivil denizaltı inşa etmiş ve ilk dalışını 23 Kasım 1992’de yapmıştır. Denizaltı bir müddet Karayipler’de faaliyet gösterdikten sonra, Rusya’nın Arkhangelsk Limanı’na geri dönmüş ve servis dışı bırakılmıştır (English Russia, 2017).

Gelişen sivil turistik denizaltı faaliyeti, ticari bir sektör haline gelmiş olmasına rağmen, bu gün Dünya’da az sayıda ülkede icra edilmektedir. Denizaltıların büyük çoğunluğu Finlandiya yapısı veya modelinden oluşmakta ve Dünya’da toplam 57 civarında denizaltı faaliyet göstermektedir. 1986 yılında ABD’de, 1987 yıllarında Finlandiya’da başlayan sivil denizaltı tasarımı, 2007 yılında Hollanda’da yeni nesil sivil turistik denizaltı tasarımı ile devam etmiştir. Avrupa’dan bağımsız denizaltı üreticileri, endüstriye daha az sayıda gemi ile katkıda bulunmaktadır. Turistik sivil denizaltıların işletim bölgeleri genel olarak Karayipler, Kızıldeniz, Akdeniz, Güney Pasifik, Atlantik, Güney Çin Denizi, Meksika Körfezi ve Pasifik Okyanusudur (Manualzz, 2008).

Tablo 1.2 Dünya'daki Turistik Denizaltı Operasyon Bölgeleri ve Denizaltı Sayıları

Bölge-Konum	Denizaltı sayısı	Bölge-Konum	Denizaltı sayısı
İsviçre	1	Grand Cayman	5
Bahamalar	2	Barbados	1
Rota (İspanya)	1	St.Thomas	1
St.Croix (Karayipler)	1	Aruba (Karayipler)	1
İspanya-Kananarya Adaları	6	St. Martin	1
Florida (ABD)	1	Endonezya	1
Fransa	1	Monako	1
Tayvan	1	Malta	1
Martinik Adası (Karayipler)	1	Meksika	1
İtalya	2	Clombia	1
Fiji	1	İskoçya	1
Brezilya	1	Hawai	7
Bermuda	1	Güney Kore	1
Guam	1	Japonya	1
Okinawa	1	Mısır	1
İsrail	1	*Türkiye	2
Refit-Retired	7	Toplam	57

Kaynak : Manualzz (2008). The Anatomy of a Tourist Submarine.

<https://manualzz.com/doc/44469675/the-anatomy-of-a-tourist-submarine> (Erişim Tar: 14.02.2019).

***Türkiye'de, turistik sivil denizaltı faaliyet başlangıç tarihi 2017'dir.**

Tablo 1.2'de görüldüğü üzere, denizaltı dalış sahaları ağırlıklı olarak tropikal bölgeler ile adalarda yoğunlaşmaktadır.

Finlandiya yapımı Mark tipi turistik sivil denizaltılar, Dünya'nın değişik bölgelerinde faaliyet göstermekte olup, faaliyetin yapıldığı ülkeler Resim 1.3'de gösterilmiştir. Finlandiya üretimi Mark tipi sivil denizaltıların yoğun olarak faaliyet gösterdiği ülkeler Kanarya Adaları, İtalya, Mısır, Kore, Çin ve ABD.'dir.



Resim 1.3 Mark tipi sivil denizaltıların Dünya'daki faaliyet bölgeleri.

Kaynak:(Vjengineering,2019),Mobimar,<https://www.vjengineering.com.my/touristsubmarines-malaysia-singapore-brunei.html>, (Erişim Tar: 13.04.2019).

4.1 Denizaltı İşletmesi İspanya Örneği (Lanzarote – Tenerife)

Finlandiya'nın Turku kentinde, W-Sub Oy(Mobimar) firmasının inşa ettiği Mark-II tipi turistik sivil denizaltı geliştirilmiş ve Mark-III ve Mark IV tipi yeni denizaltılar hizmete girmiştir. En son geliştirilen Mark tipi denizaltı Mark V (Jiah) olarak isimlendirildi. Söz konusu mark tipi denizaltılar, İspanya ve Kanarya Adaları başta olmak üzere, turistik sivil denizaltı faaliyeti gösteren diğer ülkelerde hizmet vermektedir (MOBİMAR, 2019).

Benzer şekilde, değişik üreticiler tarafından daha küçük boyutlarda SUB ve SM-100/26, ECO-SUB tipi turizm amaçlı sivil denizaltılar da üretilmiştir (Eijk, M. V.,2019).

İspanya/Kanarya Adaları Lanzarote ve Tenerife'de, Submarine Safaris tarafından işletilen turistik sivil denizaltılar (Mark tipi) Gelişmiş yüksek teknolojilere sahip deniz araçlarıdır. 1997 yılında bir denizaltı ile Lanzarote'de, 2007 yılında ise işletmenin genişlemesi sonucunda bir denizaltı ile de Tenerife'de faaliyete geçmiştir. Denizaltılar, özellikle denizaltı turizm endüstrisi için tasarlanmış olup her bir denizaltı, yüksek güvenlik ve konfor ön planda tutularak üretilmiştir. Kabininin geniş olması ve içerisinde normal atmosfer koşullarının muhafaza edilmesinden dolayı, hamile kadınlar ile benzeri sağlık problemi olan kişiler dalış sırasında etkilenmemektedir. İki operasyon bölgesinde, Atlantik Okyanusu'nun keşfedilmemiş sularına yaklaşık bir milyon yolcu ile 30.000'den fazla dalış gerçekleştirilmiştir. Denizaltıların, tüm sistemleri güvenlik için çoğaltılmıştır (Submarinesafaris, 2019).

Denizaltı turlarında haftanın 6 gününde, 30 m derinlikte bulunan batık gemi enkazına dalmak suretiyle günlük 5-6 sefer yapılmaktadır. Denizaltıların gece dalış kabiliyeti de bulunmakta ve istenildiğinde gece dalışları da yapılabilmektedir. Yolculara, gemiye binmeden önce ilgili personel tarafından, dalışla ilgili güvenlik brifingi verilmektedir. Dalış turuna gelen müşteriler, denizaltı ofisinde hediyelik eşya da satın alabilmektedir. Yolcu biletleri ise kişi başına 50 Euro'dur. Denizaltı işletme giderleri personel maaşları, marina ücreti, yedek parça ve bakım-onarım giderleri olarak sayılabilir (Submarinesafaris, 2019).

5. TÜRKİYE'DE DENİZ TURİZMİ

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre; 2017 yılında Türkiye'ye 37 milyon 970 bin milyon turist gelmiş olup Türkiye, Dünya'da en çok ziyaret edilen altıncı ülke konumundadır (WTO, 2019).

1923 yılında kurulan "Türkiye Seyyahin Cemiyeti", kruvaziyer gemilerle gelen turistlerin giriş çıkışlarını kolaylaştırmak için faaliyete geçmiştir. Kurumsallaşan yapı içerisinde, İktisat Bakanlığı teşkilatına bağlı olarak ilk defa Turizm Müdürlüğü ihdas

edilmiştir. 1949 yılında ise, Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü teşkilatlandırılarak hayata geçirilmiştir (Çakmak ve Dinçer, 2016: 13-16).

Bir görüşe göre, deniz turizminin (mavi yolculuk) halikarnas balıkçısı Cevat Şakir Kabaağaçlı ve arkadaşlarının küçük teknelerle başlattığı gezilerle, Bodrum'da doğup geliştide belirtilmektedir. 1960'lı yıllarda ilk turist taşıyan teknelerin Ege kıyılarına uğraması ile başlayan yat turizmi, 1970'li yıllarda Batı Avrupalı ve Amerikalı turistlerin gelmeye başlaması ve Yunanistan'dan gelen yatların da uzun süreli olarak marinalarda kalmaya başlamasıyla ortaya çıkmıştır (DTO, 2018, Kozan vd., 2014).

5.1. Türkiye'nin İlk Turizm Anlaşması

Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın, 1963 yılında kurulması ile birlikte Türk turizmi kurumsallaşmış ve alanındaki ilk çalışmayı, 1965 yılında Bakanlık ve (o tarihteki adıyla) Devlet İstatistik Enstitüsü'nün (DİE) ortak işbirliği ile yaptırdığı anketle, ilk turistik eğilim araştırmasını tamamlamıştır. Türkiye, 1960'lı yıllarda uluslararası ekonomik işbirliği ve anlaşmalar çerçevesinde ilk turizm işbirliği ikili anlaşmasını, 1964 yılının Ekim ayında Bulgaristan'la Sofya'da yapmıştır. Bu anlaşmayı, 1965 yılında Yugoslavya, 1966 yılında Ürdün ve Irak'la yapılan anlaşmalar takip etmiş, 1968 yılında ise Mısır ve Lübnan ile ikili işbirliği çerçeve anlaşması yapılmıştır. Deniz turizmindeki gelişmeler, denizden yararlanma imkânlarını artırarak çeşitlendirmiş ve turizm girdilerinde yaklaşık 1/5'lik paya sahip bir sektör haline gelmiştir (DTO, 2018, Kozan vd., 2014).

Deniz turizmi ile ilgili yasal düzenlemeler ilk defa, 04.08.1983 tarihinde yürürlüğe giren 18125 sayılı Yat Turizmi Yönetmeliği ile yapılmış ve bu yönetmelik daha sonra 24.07.2009 tarihli ve 27298 sayılı Deniz Turizmi Yönetmeliği ile yürürlükten kaldırılmıştır. Türkiye'de, turizmin ilk defa ekonomi politikaları içerisinde yer aldığı dönem, 3'üncü 5 yıllık kalkınma planı (1973-1977) dönemidir. 5'inci 5 yıllık kalkınma planı (1985-1989) döneminde ise süreç devam etmiş olup bu dönemde, Güney Antalya Projesi gibi bazı alt yapı projeleri hayata geçirilmiştir. Deniz turizmi, kavram olarak ilk defa 7'inci 5 yıllık kalkınma planında (1996-2000) yer almıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca hazırlanan, "Türkiye Turizm Stratejisi'nde" deniz turizmi eylem planına yer verilmiş olmasına rağmen, sonraki kalkınma planları ile özel ihtisas komisyonlarının raporlarında deniz turizmi ile ilgili olarak herhangi bir hedef ortaya koyulmamıştır. Onuncu kalkınma planında ise deniz turizmine dar bir çerçevede değinilerek, (2014-2018) suya bağlı turizmin geliştirilmesi konusuna yer verilmiştir (KTB,2019).

Bacasız endüstri olarak tanımlanan turizm, dış ticaret açıklarını kapatmada da önemli bir role sahiptir. Turizm gelirlerinin yıllara göre dış ticaret açığını karşılama oranları aşağıda gösterilmiştir. Tablo 1.3'te görüleceği üzere, turizm gelirlerinin dış ticaret açığını karşılama oranı 2001 ve 2002 yıllarında maksimum seviyede gerçekleşmiştir (KTB,2019)

Tablo 1.3 Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıkları Üzerindeki Etkisi

Yıl	Dış Ticaret Açığı (DTA) \$	Turizm Geliri	Turizm Gelirinin DTA
1999	14,084,047	7,069,293	50.19
2000	26,727,914	9,990,841	37.38
2001	10,064,867	13,450,127	133.63
2002	15,494,708	15,214,514	98.19
2003	22,086,856	16,302,053	73.81
2004	34,372,613	20,262,640	58.95
2005	43,297,743	24,124,501	55.72
2006	54,041,498	23,148,669	42.83
2007	62,790,965	27,214,988	43.34
2008	69,936,378	30,979,979	44.30
2009	38,785,809	32,006,149	82.52
2010	71,661,113	33,027,943	46.09
2011	105,934,807	36,151,328	34.13
2012	84,066,659	36,776,645	43.75
2013	99,858,613	32,308,991	32.35
2014	84,508,918	34,305,903	40.59
2015	63,268,398	31,464,777	49.73
2016	55,995,686	22,107,440	39.48
2017	76,736,291	26,283,656	34.25

Kaynak (KTB,2019) Kültür ve Turizm Bakanlığı. Deniz Turizmi Tesis ve Araçları İstatistiki Tablo, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/61279,deniz-turizmi-tesis-ve-araclari-istatistiki-tablo-31122-.pdf?0>, (Erişim Tar: 10.04.2019).

Tablo 1.3'te, 1999-2017 yılları arasında turizm gelirlerinin yıllara göre dış ticaret açığını kapatma oranı, 2001 yılında yüzde 133.63'le maksimum seviyeye ulaşmış, oran

zamanla değişmiş olsa da yüzde 32.35 in altına düşmemiştir. Bu nedenle, turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatmadaki rolü ve önemi büyüktür.

5.2. Türkiye'de Bakanlık Belgeli Deniz Turizmi Tesisleri ile Deniz Turizmi Araçlarına İlişkin İstatistik (2018)

Tablo 1.4 Deniz Turizmi Tesisleri

		Tesis Sayısı	Denizde	Karada	Toplam Yat Kapasitesi
Turizm İşletme Belgeli	Yat Limanları	27	8.598	3.117	11.715
	Yat Çekme Yerleri	6	-	967	967
Turizm Yatırım Belgeli	Yat Limanı ve Rıhtım/İskeleler	8	2.752	778	3.530
	Kruvaziyer Gemi Limanı	1	-	-	-
	Yat Çekme Yerleri	1	-	352	352
Genel Toplam		43	11.350	5.214	16.564

(KTB,2019) Kültür ve Turizm Bakanlığı. Deniz Turizmi Tesis ve Araçları İstatistiki Tablo, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/61279,deniz-turizmi-tesis-ve-araclari-istatistiki-tablo-31122-.pdf?0>, (Erişim Tar: 10.04.2019).

Tablo 1.5 Deniz Turizmi Araçları

		İşletme Sayısı	Yat Sayısı	Yatak Sayısı
Turizm İşletme Belgeli	Türk Bayraklı Yatlar	1.158	1.571	16.124
	Yabancı Bayraklı Yatlar	18	251	2.043
Turizm Yatırım Belgeli	Türk Bayraklı Yatlar	1	1	26
Genel Toplam		1.177	1.823	18.193

(KTB,2019) Kültür ve Turizm Bakanlığı. Deniz Turizmi Tesis ve Araçları İstatistiki Tablo, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/61279,deniz-turizmi-tesis-ve-araclari-istatistiki-tablo-31122-.pdf?0>, (Erişim Tar: 10.04.2019).

Tablo 1.6 Yüzer ve Dalabilir Deniz Turizmi Araçları

		İşletme Sayısı	Araç Sayısı	Kapasitesi Yaz / Kış
Turizm İşletme Belgeli	Yüzer Deniz Turizmi Aracı	46	46	16.618/12.094
	Dalabilir Deniz Turizmi Aracı	2	2	68/68

(KTB,2019) Kültür ve Turizm Bakanlığı. Deniz Turizmi Tesis ve Araçları İstatistiki Tablo, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/61279,deniz-turizmi-tesis-ve-araclari-istatistiki-tablo-31122-.pdf?0>, (Erişim Tar: 10.04.2019).

Tablo 1.7 Günübürlük Gezi Tekneleri

		İşletme Sayısı	Tekne Sayısı	Yolcu Sayısı
Turizm İşletme Belgeli	Günübürlük Gezi Tekneleri	1.918	2.101	126.121

Kaynak : (KTB,2019) Kültür ve Turizm Bakanlığı. Deniz Turizmi Tesis ve Araçları İstatistiki Tablo, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/61279,deniz-turizmi-tesis-ve-araclari-istatistiki-tablo-31122-.pdf?0>, (Erişim Tar: 10.04.2019).

Tablo 1.4 ve 1.6'daki verilerinden de anlaşılacağı üzere henüz gelişme aşamasında olan kruvaziyer turizmi ve turistik sivil denizaltı (dalabilir deniz aracı) faaliyeti ilgili Bakanlıkça desteklenerek teşvik edilmesi gerekmektedir.

Tablo 1.4, 1.5, 1.6, 1.7' de görüldüğü gibi, deniz turizmi kategorisinde yer alan örneğin kruvaziyer gemi ve tesis sayısı, yatırım belgeli Türk Bayraklı yat sayısı, yat çekek yerleri ile dalabilir deniz turizmi aracı (turistik sivil denizaltı) sayısı diğer turizm çeşitlerine göre çok düşüktür. Bu nedenle, bu faaliyet alanlarının mercek altına alınması, buradaki sorunların çözümlenmesi ve teşvik edici yeni düzenlemeler yapılması gerekmektedir.

5.3. Türkiye'de Turizm Amaçlı Sivil Denizaltı Faaliyeti (Nemo Primero)

Deniz turizmi içerisinde yer alan "turistik sivil denizaltı" ile ilgili olarak Türkiye'de, 2017 yılına kadar ticari veya özel amaçlı herhangi bir faaliyet gösterilmemiştir. 2016 yılında, *Yavuziğit Organizasyon Havacılık Turizm Taşımacılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi*'nin İspanya'dan ithal ettiği, Nemo Primero (Mark III tipi) denizaltısı ile 2017 yılında ilk defa Antalya'da başlamıştır. Denizaltı İthalatı, 2581 Sayılı "Deniz Ticaret Filosunun Geliştirilmesi ve Gemi İnşa Tesislerinin Teşviki Hakkındaki Kanunun Uygulanması Hakkında Yönetmelik" kapsamında gerçekleştirilmiştir. Bu yönetmelik kapsamında, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı'nın izni ile ithal edilen denizaltı, Bakanlıkça belirlenmiş özel yapılı gemiler listesinde yer almaktadır. Bu nedenle, söz konusu kanun kapsamında denizaltılar gümrük vergisi ve benzeri vergilerden muaftır (Resmi Gazete, 2015; Antalya Valiliği, 2017).

Nemo Primero denizaltısının, gümrükleme ve serbest dolaşıma giriş işlemleri Antalya Limanı'nda yapılmış ve tescil ve kayıt işlemleri ise, Türk Ticaret Kanununa göre (931-1400) Antalya Gemi Siciline tescil edilerek, Gemi Sicil Tasdiknamesi ve Uluslararası Tonilato (Tonaj 69) belgesi verilmiştir. Türk Deniz Ticaret Filosunun teşviki maksadıyla oluşturulan, Türk Uluslararası Gemi Siciline (TUGS'a kayıtlı gemiler vergi ve harçlardan muaftır), ticari ve turizm amaçlı gemi ve deniz araçları tescil edilebilirken denizaltı, 300 groston sınırı nedeniyle tescil edilememektedir (Resmi Gazete 2000, 2006, 2009d).

Faaliyet ve dalış izni ile personel yeterlilik ve donatımı, 23.06.2006 tarihli ve 26207 sayılı, "Dalabilir Deniz Araçları Hakkında Yönetmelik" ile 14.01.2008 tarihli ve 1459 sayılı "Dalabilir Deniz Araçlarında Görev Yapacak Personelin Eğitim Belgelendirme ve Bu Araçların Personel Donatımı Hakkında Yönerge" şartları yerine getirilerek sağlanmıştır.

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı ile Deniz Kuvvetleri Komutanlığı yetkililerince oluşturulan uzman heyet marifetiyle evrak ve belgeleri ile teçhizat ve malzemeleri incelenen denizaltıya, test dalışı yaptırılmış ve hazırlanan rapora göre de Bakanlıkça faaliyet izni

verilmiştir. Yönetmelik gereği, ilk defa faaliyet izni almayan veya faaliyet izni verilmeyen denizaltıların dalışına izin verilmemektedir.

Dalabilir Deniz Araçlarında Görev Yapacak Personelin Eğitimi hakkındaki yönerge gereğince, denizaltı kaptanlarının ehliyet yeterlik şartları arasında sualtı sağlık kriterlerini (hiperbarik sağlık raporu) taşıma şartı bulunmaktadır. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı'nca, "Dalabilir Deniz Aracı Ehliyeti" Türkiye'de ilk defa Nemo Primero denizaltısı kaptanlarına düzenlenmiştir (Resmi Gazete 2006, 2008).

Denizaltı, Türk Ticaret Kanunu ve ilgili diğer mevzuat gereğince hukuki ve teknik anlamda gemi statüsünde olduğundan, seyrü sefer ve dalış izni alabilmesi için, "Gemilerin Teknik Yönetmeliği ile Dalabilir Deniz Araçları Hakkında Yönetmelik" gereği, denizcilik otoritesince "Denize Elverişlilik ve Emniyet Uyum Belgesi" verilmesi gerekmektedir. Bu nedenle, yönetmelik gerekleri ile dalışa uygun olup olmadığı hususu, öncelikle denizaltının bağlı olduğu klas kuruluşu uzmanlarınca kara ve deniz sörveyleri yapıldıktan sonra, dalışa uygun olduğuna ilişkin rapor düzenlenmektedir. Rapor, denizaltının bağlı olduğu Liman Başkanlığı'na sunulmakta ve harç bedeli ödendikten sonra, Türk Ticaret Kanunu'na uygun olarak düzenlenmiş sigorta poliçesi (P&I) görülerek, Denize Elverişlilik Belgesi ile Emniyet Uyum Belgesi verilmektedir. Ayrıca, geminin telsiz haberleşme cihaz aktivasyonu, Kıyı Emniyeti Genel Müdürlüğü'nce sağlanmakta ve telsiz ruhsatı düzenlenmektedir. Klas kuruluşu uzmanı denetimi öncesinde, denizaltının yıllık kara bakım ve onarımları yapılmakta, sualtı ve su üstü seyir ve haberleşme cihazları, can kurtarma araçları ile yangın söndürme donanım ve teçhizatı denetimden geçirelerek belgelendirilmektedir (Resmi Gazete 2006, 2009b).

Denizaltı, turizm amaçlı bir deniz aracı olması nedeni ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'nca, 24.07.2019 tarihli ve 27298 sayılı Deniz Turizm Yönetmeliğe göre "Deniz Turizm Aracı İşletme Belgesi" düzenlemektedir. Bakanlıkça, söz konusu belgenin düzenlenmesi için, Deniz Turizmi Yönetmeliği'ne göre zorunlu sigorta poliçesi ve gemi belgeleri ile dalış güzergâhına ait onaylı bir deniz haritasının sunulması gerekmektedir. Ayrıca, deniz turizmi aracı işletmesine, donatanı/işleteni tarafından yönetmelikte nitelikleri yazılı işletme müdürü atanması zorunludur (Resmi Gazete, 2009e).

Denizaltıya, çalışma sahasındaki ilgili Belediye tarafından 14.7.2005 Tarihli ve 2005/9207 sayılı "İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'e" göre, "İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatı" düzenlenmektedir. Liman kayıt ve tescil belgelerinin bir suretinin ibraz edilmesi ve ruhsat harcı ödenmek suretiyle gerekli denetim yapıldıktan sonra, iş yeri açma ve çalışma ruhsatı işlemi tamamlanmaktadır (Resmi Gazete,2005).

Denizaltı, yolcularını almak için konuşlandığı Kaleiçi Yat Limanı'nda yanaşma ve bağlama yerinin tahsisi sırasında kamu kurumları nezdinde büyük çaba sarf edilmiştir. 380 volt elektrik ihtiyacı nedeni ile yat limanında söz konusu enerjiyi sağlayacak alt yapı olmamasından dolayı işletici, jeneratör temin etmek suretiyle sorunu çözmüştür (Yavuz Yiğit Organizasyon, 10.07.2019, Mülakat).

6. SONUÇ

Dünya'da, her geçen gün büyümekte olan deniz turizminden yeterli payın alınabilmesi için, sektörel açıdan bazı eksikliklerin giderilmesi ve sorunlarının çözülmesi ve bazı düzenlemelerin yapılması ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Türkiye'de, turistik sivil denizaltılara münhasır olmak üzere düzenlenmiş bir yönetmelik ve bir yönerge bulunmaktadır. Denizaltıya ilişkin iş ve işlemler bu iki mevzuat kapsamında ve denizcilik mevzuatı genel hükümlerine göre yürütülmektedir. Geçmişte bu faaliyete ilişkin bir uygulama olmaması ve mevzuat eksikliğiyle, işletme ve işleyişinin mevcut gemi ve deniz araçlarından farklı bir yapıya sahip olması nedeniyle, çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalınmasına sebep olmaktadır. Bunlar, faaliyet izinlerinin verilmesi sırasında yönetmeliğe göre izin kıstaslarının tam ve açık bir şekilde belirlenmemiş olması nedeni ile oluşan bürokratik işlemler, eğitim yönergesindeki eksiklikten dolayı sivil kaynaklardan personel temininde yaşanan güçlük, yurt dışından temin edilen yedek parça ve malzemelerin, Gümrük Tarife Pozisyonunda denizaltı aksam ve parçası olarak tanımlanmamış olması gibi benzeri birçok sorunu içermektedir.

Turistik sivil denizaltılar, diğer bir ifade ile dalabilir deniz araçları 23.08.2015 tarihli ve 29454 sayılı "Deniz Ticaret Filosunun Geliştirilmesi ve Gemi İnşa Tesislerinin Teşviki Hakkındaki Kanunun Uygulanması Hakkında Yönetmelik" kapsamına giren, özel yapılı gemiler statüsünde olmasından dolayı, bu faaliyetin teşviki ve geliştirilmesi için, Türk Uluslararası Gemi Sicil Yönetmeliği'nde (TUGS) değişiklik yapılarak, turizm amaçlı sivil denizaltıların, groston sınırına bakılmaksızın özel sicile tescili sağlanmalıdır. Denizaltı bakım ve onarımı için gerekli olan teknik malzeme ile aksam ve parçaları yurt dışından temin edildiğinden, malzemelerin ithalatı ve vergilendirilmesi aşamasında yaşanan problemlerin giderilmesi için, (GTİP) Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu'nda yedek parça ve malzemelerin denizaltı aksam ve parçası şeklinde kod açılarak tanımlanması gerekmektedir.

Kalkınma planlarında genel olarak değinilen deniz turizminin, hedef ve stratejilerinin yeniden belirlenmesi ve turistik sivil denizaltı faaliyetlerinin stratejik planlara dâhil edilerek, Bakanlık ve sektör işbirliğine gidilmesi önem arz etmektedir.

Türkiye’de, henüz yeni bir alan olan turistik sivil denizaltı faaliyeti ile ilgili olarak denizcilik idaresince eksik mevzuatın tamamlanması, mevzuattaki mevcut eksikliklerin giderilmesi ve bu alanda faaliyet gösterecek girişimcilerin desteklenmesi önem arz etmektedir. Örneğin, Türkiye’de genel bir faaliyet izni almış denizaltı için, dalış sahasının değişmesi durumunda veya yeni bir dalış sahası talebinde, genel faaliyet izninde olduğu gibi başlangıç prosedürünün uygulanmaması, yeni dalış sahasının bölgesel konjonktür dikkate alınmak suretiyle değerlendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca, turistik sivil denizaltı işletmeciliğinin teşviki için inşaat, yatırımlarının “Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararın Uygulanmasına İlişkin Tebliğ”e dâhil edilmesi ve turizmi teşvik kapsamına alınması gerektiği kanâatine varılmıştır. Son olarak, kamu kurum ve kuruluşlarınca işletilmekte olan yat limanlarının ise (Belediye, Özel idare, Kooperatif vb.) yapısal sorunlarının giderilerek modernize edilmesi ve hizmet erişiminin kolaylaştırılması sağlanmalıdır.

KAYNAKLAR

- Antalya Valiliği. (2017). Turistik Denizaltı İlk Seferini Vali Karaloğlu’nun Katılımlarıyla Yaptı, <http://www.antalya.gov.tr/turistik-denizalti-ilk-seferini-veli-karaloglunun-katilimlariyla-yapti>, (Erişim Tar: 01.11.2019).
- Bertrand Piccard. (2013). Technical Data Sheet 1 MESOSCAPHE PX-8 AUGUSTE PICCARD. https://bertrandpiccard.com/documents/FichePDF_MESOSCAPHE%20PX-8_EN.pdf (Erişim Tar: 22.08.2019).
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çakmak, T.F. ve Dinçer F.İ. (2016). *Deniz Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çoban, M. N. ve Ölmez, Ü. (2016). “Mavi Ekonomi ve Mavi Büyüme”. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 12(3): 155-166.
- (DTO, 2018). *2017 Deniz Sektör Raporu. Deniz Ticaret Odası Yayınları*, İstanbul.
- (Eijk, M. V.,2019) Tourist Submarine.<http://www.neyksubmarine.eu/pagina18.htm> , (Erişim Tar: 14.12.2019).
- (English Russia, 2017). Story of a Unique First and Only Soviet Touristic Submarine. <https://englishrussia.com/2017/01/20/first-soviet-touristic-submarine/>, (Erişim Tar: 11.11.2019).
- İncekara, B., Dördüncü, H. ve Özer, K.O. (2015). Turizm Ulaştırmasının Denizyolu Ulaştırıcılığı Yönünden Gelişimi. *İktisat Politikaları Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 1-16.
- Kan, N., ve Kuleyin, B. (2017). Kalkınma Planları Çerçevesinde Türkiye’nin Deniz Turizmi Stratejilerinin Tarihsel Gelişimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 51-64.
- Kozan, G. Y., Özdemir, S. S., ve Günlü E. (2014). Turizm Yazınında Deniz Turizmi’nin Olgusal Gelişimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 6(2):115-129.

- (KTB,2019) Deniz Turizmi Tesis ve Araçları İstatistiki Tablo, Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/61279,deniz-turizmi-tesis-ve-araclari-istatistiki-tablo-31122-.pdf?0>, (Erişim Tar: 10.04.2019).
- Manualzz (2008). The Anatomy of a Tourist Submarine. <https://manualzz.com/doc/44469675/the-anatomy-of-a-tourist-submarine> (Erişim Tar: 14.02.2019).
- (MOBİMAR, 2019). Developing The Mark Series. <http://www.mobimar.com/tourist-submarines/developing-mark-series> (Erişim Tar: 22.07.2019).
- (OECD, 2018) Tourism Trends and Policies, OECD Publish. <https://www.thinktur.org/media/TENDENCIAS.pdf> (Erişim Tar: 21.11.2019).
- (Submarinesafaris, 2019). Oursubmarines. <http://www.submarinesafaris.com/submarines.php> (Erişim Tar: 22.10.2019).
- Resmi Gazete (2000), Türk Uluslararası Gemi Sicili Yönetmeliği. 23 Haziran. sayı: 24088.
- Resmi Gazete (2005) İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik. 10 Ağustos, sayı:25902.
- Resmi Gazete (2006), Dalabilir Deniz Araçları Hakkında Yönetmelik. 23 Haziran,sayı:26207.
- Resmi Gazete (2008), Dalabilir Deniz Araçlarında Görev Yapacak Personelin Eğitim Belgelendirme ve Bu Araçların Personel Donatımı Hakkında Yönerge. 14 Ocak, sayı: 1459.
- Resmi Gazete (2009a), Seyahat Acenteleri Yönetmeliği. 10 Mayıs, sayı: 26664.
- Resmi Gazete(2009b), Gemilerin Teknik Yönetmeliği. 17 Kasım, sayı: 27409.
- Resmi Gazete(2009c), Gümrük Yönetmeliği. 7 Kasım, sayı: 27369.
- Resmi Gazete (2009d). Gemilerin Tonilatolarını Ölçme Yönetmeliği, 12 Mart, sayı: 27167.
- Resmi Gazete (2009e), Deniz Turizmi Yönetmeliği, 24 Temmuz, sayı:27298.
- Resmi Gazete (2015) Deniz Ticaret Filosunun Geliştirilmesi ve Gemi İnşa Tesislerinin Teşviki Hakkındaki Kanunun Uygulanması Hakkında Yönetmelik. 23 Ağustos, sayı: 29454.
- (Swiss Info,2014). Historic Piccard submarine restored. https://www.swissinfo.ch/eng/record-setting_historic-piccard-submarine-restored/41090542, (Erişim Tar: 20.04.2019).
- Tegar, R. D. ve Saut Gurning, R. O. (2018). Development of Marine and Coastal Tourism Based on Blue Economy. *International Journal of Marine Engineering Innovation and Research*, 2(2): 128-132.
- (TÜRSAB, 2010). Dünden Bugüne Seyahat Acentaları, http://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/dunden-bugune-seyahat-acentalari_501.html, (Erişim Tar: 25.06.2019).
- UNGA (2019) Sustainable Tourism Resolutions. <http://sdt.unwto.org/unga-sustainable-tourism-resolutions> (Erişim Tar: 25.04.2019).
- (Vjengineering,2019), Mobimar, <https://www.vjengineering.com.my/tourist-submarines-malaysia-singapore-brunei.html>, (Erişim Tar: 13.04.2019).
- (WTO, 2019) Wolrd Tourism Organization, <https://www.e-unwto> (Erişim Tar:16.05.2019).
- Yercan, F. ve Gökdeniz, N. (2004). Çekek Yerlerinin Sınıflandırılması İçin Geliştirilmiş Bir Model ve Ege Kıyılarındaki Tesislere Uygulanması, Gemi Mühendisliği ve Sanayimiz Sempozyumu.