

İİBFD

Ardahan Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi Dergisi



Cilt / Volume

Sayı / Issue

3

1

Haziran / June

2021

Editör / Edited by
Ali Kemal Çelik, Doç. Dr.

Ardahan University
Journal of the Faculty of Economics
and Administrative Sciences

JFEAS

T.C.
ARDAHAN ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
(ARÜ İİBFD)

Ardahan University
Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences (ARU JFEAS)

Cilt / Volume	Sayı / Issue	Yıl / Year
3	1	2021

İmtiyaz Sahibi / Concessionnaire

Sibel CENGİZ, Prof. Dr.

Baş Editör / Editor-in-chief

Ali Kemal ÇELİK, Doç. Dr.

Editör Yardımcıları / Assistant Editors

Şafak ALTAY, Dr. Öğr. Üyesi

Hakan CAVLAK, Dr.

Selçuk YEKE, Dr.

Cihan YILMAZ, Öğr. Gör.

Yayın Kurulu / Publication Board

Ali Kemal ÇELİK, Doç. Dr.

Sibel CENGİZ, Prof. Dr.

Cem DİŞBUDAK, Prof. Dr.

Editör Kurulu / Editorial Board

Aykut BERBER, Prof. Dr. - University of the West of England, Birleşik Krallık

Cemal ZEHİR, Prof. Dr. - Yıldız Teknik Üniversitesi, Türkiye

Elif HAYKIR HOBİKOĞLU, Prof. Dr. - İstanbul Üniversitesi, Türkiye

Germán Héctor GONZÁLEZ, Prof. Dr. - Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur, Arjantin

Hakan YILDIRIM, Prof. Dr. - Marmara Üniversitesi, Türkiye

Hardeep CHAHAL, Prof. Dr. - University of Jammu, Hindistan

Mete YILDIZ, Prof. Dr. - Hacettepe Üniversitesi, Türkiye

Mustafa SEVÜKTEKİN, Prof. Dr. - Uludağ Üniversitesi, Türkiye

José Raúl Luyando CUEVAS, Prof. Dr. - Autonomous University of Nuevo León, Meksika

Yasin ROFCANIN, Prof. Dr. - University of Bath, Birleşik Krallık

Anil KUMAR, Doç. Dr. - London Metropolitan University, Birleşik Krallık

Cem IŞIK, Doç. Dr. - Anadolu Üniversitesi, Türkiye

Harun YILDIZ, Doç. Dr. - Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Türkiye

Ieva MEİDUTĖ-KAVALIAUSKIENĖ, Doç. Dr. - Vilnius Gediminas Technical University, Litvanya

Simon GRIMA, Doç. Dr. - University of Malta, Malta

Adah-Kole Emmanuel ONJEWU, Dr. - Coventry University, Birleşik Krallık

Álvaro Arturo Hurtado RENDÓN, Dr. - Universidad EAFIT, Kolombiya

Mohamed Yacine HADDOUD, Dr. - Plymouth University, Birleşik Krallık

Siamak KAZEMZADEH, Dr. - Islamic Azad University, İran

İktisat / Economics

Sibel CENGİZ, Prof. Dr. - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

Cem DİŞBUDAK, Prof. Dr. - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye

Özlem EŞTÜRK, Dr. Öğr. Üyesi - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

İbrahim Orkun ORAL, Dr. Öğr. Üyesi - Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Türkiye

Ali SATTARY, Dr. Öğr. Üyesi - University College of Nabi Akram, İran

Nilcan MERT, Dr. Öğr. Üyesi - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

İşletme / Business Administration

Zafer AYKANAT, Doç. Dr. - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

Tayfun YILDIZ, Dr. Öğr. Üyesi - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

Seyedhadi ESLAMIAN SHIRAZ, Dr. Öğr. Üyesi - University College of Nabi Akram, İran

Bahar TÜRK, Dr. Öğr. Üyesi - Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Türkiye

Merve KIYMAZ KIVRAKLAR, Dr. Öğr. Üyesi - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

Yusuf Murat KIZILKAYA, Dr. Öğr. Üyesi - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi / Political Science and Public Administration

İhsan KURTBAŞ, Doç. Dr. - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

Kürşad Emrah YILDIRIM, Doç. Dr. - Anadolu Üniversitesi, Türkiye

Kutay ÜSTÜN, Dr. Öğr. Üyesi - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

Abdulsemet YAMAN, Dr. Öğr. Üyesi - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

Onur AKÇAKAYA, Dr. Öğr. Üyesi - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

Fesih BAYRAKTAR, Dr. Öğr. Üyesi - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

Uluslararası İlişkiler / International Relations

Füsun ÖZERDEM, Prof. Dr. - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Türkiye

Ali Haydar SOYSÜREN, Dr. Öğr. Üyesi - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

Zuhal ÇALIK TOPUZ, Dr. Öğr. Üyesi - Ardahan Üniversitesi, Türkiye

Yazım ve Dil Editörleri / Language Editors

Doğan SALTAS, Dr. Öğr. Üyesi

Necip YILDIZ, Dr. Öğr. Üyesi

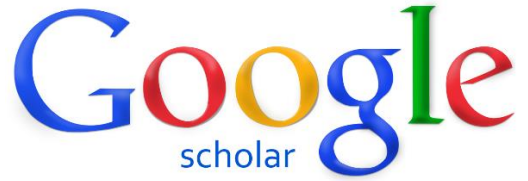
Tarandığımız Dizinler / Indexing

ARÜ İİBF Dergisi, aşağıda yer alan endeks ve dizinler tarafından taranmaktadır.

Ayrıca diğer ulusal ve uluslararası endekslere ve dizinlere başvurular yapılmış/yapılmakta olup değerlendirme süreçleri devam etmektedir.



ASOS
indeks



Yayın Türü, Yayın Periyodu / Type of Publication, Publication Period

Uluslararası, Hakemli ve Süreli Yayın, Yılda 2 sayı (Haziran ve Aralık) /
International, Peer-reviewed and Periodical Journal, biannual (June and December)

Yayın Dili / Language

Türkçe ve İngilizce / Turkish and English

Açık Erişim İlkesi / Open Access Policy

Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi makaleleri açık erişimlidir ve Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) olarak lisanslıdır.



Telif Hakkı / Copyright

ARÜ İİBF Dergisinin her türlü yayım ve telif hakkı Ardahan Üniversitesi'ne aittir. 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine göre, fotokopi, dijital ve benzeri yöntemler ile tamamı veya herhangi bir bölümü dergi sahibinin veya yayın kurulu başkanının izni olmadan basılamaz ve çoğaltılamaz. Bilimsel etik kurallarına uygun olmayan alıntı yapılamaz. Ayrıca dergide yayımlanan makalelerin fikri sorumluluğu yazarlara aittir.

İletişim Bilgileri / Contact Information

iibfdergi@ardahan.edu.tr

Bu Sayının Hakemleri / Referees of This Issue

Ad Soyad, Unvan / Name Surname, Title	Üniversite / University
Erdoğan Kaygın, Prof. Dr.	Kafkas Üniversitesi
Ester Ruben, Prof. Dr.	Yıldız Teknik Üniversitesi
Abdullah Topcuoğlu, Doç. Dr.	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Cemal Öztürk, Doç. Dr.	Bitlis Eren Üniversitesi
Ferda Dönmez Atbaşı, Doç. Dr.	Ankara Üniversitesi
Fatih Ayhan, Doç. Dr.	Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi
Merve Koçoğlu Sazkaya, Doç. Dr.	Marmara Üniversitesi
Meyrem Tuna Uysal, Doç. Dr.	Süleyman Demirel Üniversitesi
Muhlis Murat Yaşlıoğlu, Doç. Dr.	İstanbul Üniversitesi
Mukaddes Yeşilkaya, Doç. Dr.	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Murat Serçemeli, Doç. Dr.	Giresun Üniversitesi
Mustafa Karaca, Doç. Dr.	Anadolu Üniversitesi
Ramazan Erdağ, Doç. Dr.	Osmangazi Üniversitesi
Selahattin Çavuş, Doç. Dr.	Aksaray Üniversitesi
Serkan Naktiyok, Doç. Dr.	Atatürk Üniversitesi
Ahmet İlker Akbaba, Dr. Öğr. Üyesi	Erzurum Teknik Üniversitesi
Ali Haydar Soysüren, Dr. Öğr. Üyesi	Ardahan Üniversitesi
Ayhan Bilgin, Dr. Öğr. Üyesi	Artvin Çoruh Üniversitesi
Durmuş Yıldırım, Dr. Öğr. Üyesi	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Ferhat Çıtak, Dr. Öğr. Üyesi	Hitit Üniversitesi
Mehmed Zahid Çögenli, Dr. Öğr. Üyesi	Uşak Üniversitesi
Mustafa Yetim, Dr. Öğr. Üyesi	Osmangazi Üniversitesi
Necip Yıldız, Dr. Öğr. Üyesi	Ardahan Üniversitesi
Tülin Tunç, Dr. Öğr. Üyesi	Mersin Üniversitesi
Veysel Dinler, Dr. Öğr. Üyesi	Hitit Üniversitesi
Yakup Söylemez, Dr. Öğr. Üyesi	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Gürhan Çopur, Dr.	Ardahan Üniversitesi
Hüseyin Uslu, Dr.	Erciyes Üniversitesi
İlker Gülençer, Dr.	Ankara Üniversitesi
Metin Saygılı, Dr.	Sakarya Üniversitesi
Musa Ünalın, Dr.	Fırat Üniversitesi
Seda Ağgöl, Dr.	Kafkas Üniversitesi
Selçuk Yalçın, Dr.	Gümüşhane Üniversitesi

İÇİNDEKİLER / Contents

Yazar(lar) / Author(s)	Başlık / Title [Makale türü / Article type]	Sayfa / Page
Mustafa Tevfik Kartal Abdurrahman Çetin Ömer Faruk Tan	Kredi/Mevduat Oranı (KMO) gelişiminin kredi faiz oranlarına etkisi: nedensellik analizi ile Türkiye üzerine bir inceleme <i>The effects of Loan to Deposit Ratio (LDR) development on loan interest rates: an examination upon Turkey by causality analysis</i> [Araştırma makalesi / Research article]	1-8
Burak Külli	Stratejik bir pazar araştırması: Dünyada tütün, Türkiye’de pipo ve pipo tütünü <i>A strategic market research: tobacco in world, pipe and pipe tobacco in Turkey</i> [Araştırma makalesi / Research article]	9-22
İsmail Cem Toptaş Haroon Muzaffar	KOSGEB tarafından sağlanan desteklerden KOBİ’lerin yararlanma durumlarının incelenmesi: Ardahan ili örneği <i>Investigation of the benefits of SMEs from the support by KOSGEB: example of Ardahan province</i> [Araştırma makalesi / Research article]	23-33
Neşegül Parlak	Covid-19’un bağımsız denetim raporuna ve denetçinin görüşüne etkisi: BİST’te bir araştırma <i>Effect of Covid-19 on independent audit report and auditor’s opinion: a research on BIST</i> [Araştırma makalesi / Research article]	34-41
Ruhan İri	Gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşanan sorunlar ve sektörde kullanılan pazarlama iletişimi: Niğde ve yöresi gayrimenkul ve emlak işletmelerine yönelik bir araştırma <i>Problems in real estate marketing and marketing communication used in the sector: a research on real estate and property enterprises in Niğde and its region</i> [Araştırma makalesi / Research article]	42-52
Uğur Keskin İbrahim Yüksel	Kimlik inşası çabalarının kaynaklık ettiği insan hakları ihlalleri <i>Human rights violations caused by identity building efforts</i> [Derleme makale / Review article]	53-61
Kurtar Tanyılmaz Murat Karahan	Kalkınma ve inşaat sektörü: Türkiye örneği <i>Economic development and construction sector: the case of Turkey</i> [Derleme makale / Review article]	62-68
Bahattin Erden Bora Topal	Türkiye’de ve Dünyada İslami Fintek sektörünün gelişimi <i>Development of the Islamic Fintech sector in Turkey and in the World</i> [Derleme makale / Review article]	69-75
Hakkı Polat Hale Eda Akduru	Bretton Woods sonrası dönemde küreselleşme ve neoliberalizm hareketlerinin ekonomik krizlere etkisi <i>The effect of globalization and neoliberalism movements on the economic crisis in the post-Bretton Woods era</i> [Derleme makale / Review article]	76-82

SUNUŞ

Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (ARÜ İİBFD), derginin kapsamına giren alanlarda özgün içerikli ve nitelikli akademik çalışmaların (nitel, nicel, derleme, vd.) dergi politikası kapsamında gerekli süreçlerden geçerek yayınlanmasını ve ulusal/uluslararası sosyal bilimler alan yazınına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. ARÜ İİBFD, belirlediği amaç kapsamında işletme, iktisat, ekonometri, siyaset bilimi, kamu yönetimi ve uluslararası ilişkiler alanlarında daha önce yayınlanmamış veya değerlendirme sürecine girmemiş kuramsal ve uygulamalı akademik çalışmalara yer vermektedir. Ayrıca gerekli niteliklere sahip ve dergi politikasına uyan aşağıdaki alanlarla ilgili disiplinler arası, alanında klasikleşmiş makale çevirileri ile kitap tanıtımlarına da yer verilmektedir. Bu çerçevede ARÜ İİBFD’de, Türkçe ya da İngilizce olarak yazılan ve gerekli hakem sürecinden geçen bilimsel çalışmalar DergiPark sistemi içerisinde yılda iki kez (Haziran ve Aralık) yayınlanmaktadır.

2015 yılında yayın hayatına başlayan ARÜ İİBFD’nin 2021 yılı Haziran ayında yayımlanan 3. Cilt 1. sayısında hakem görüşleri doğrultusunda yayımlanmaya uygun görülen 9 nitelikli çalışmayı okuyucularımıza sunabilmenin mutluluğu içerisindeyiz. Bu süreçte dergimiz; DRJI, EuroPub, ASOS indeks, Bielefeld Academic Search Engine, Journal Factor, İdeonline, Cite Factor ve Google Akademik gibi ulusal ve uluslararası indekslerde taranarak uluslararası indeksli dergi statüsü kazanma başarısı göstermiştir. Ayrıca dergimizin mizanpaj, kapak sayfası, Editör ve Yayın Kurulları tamamen yenilenerek uluslararası indeks kurallarına uygun şekilde Editör Kurulu’nda yurtdışında görev yapan alanında öne çıkan akademisyenlerin yer alması sağlanmıştır. Dergimizin bu sayısına katkı sunan yazarlarımıza, yoğun iş yükleri arasında değerli görüşlerini bizimle paylaşan hakemlerimize ve özellikle bu sayımızın okuyucularımıza ulaşmasında yoğun emek gösteren Editör Yardımcılarımız Dr. Hakan Cavlak, Dr. Selçuk Yeke, Dr. Öğr. Üyesi Şafak Altay ve Öğr. Gör. Cihan Yılmaz’a, Yazım ve Dil Editörümüz Dr. Öğr. Üyesi Necip Yıldız’a ve tüm Alan Editörlerimize teşekkürlerimi sunarım. Dergimizin 2021 yılı Haziran sayısının tüm okuyucularımıza faydalı olabilmesini umuyorum.

Ali Kemal ÇELİK, Doç. Dr.

ARÜ İİBFD Baş Editörü



Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/aruiibfdergisi>



Kredi/Mevduat Oranı (KMO) gelişiminin kredi faiz oranlarına etkisi: nedensellik analizi ile Türkiye üzerine bir inceleme

The effects of Loan to Deposit Ratio (LDR) development on loan interest rates: an examination upon Turkey by causality analysis

Mustafa Tevfik Kartal^{a*}, Abdurrahman Çetin^b, Ömer Faruk Tan^c

^a Doç. Dr., Borsa İstanbul Finansal Raporlama ve İştirakler Direktörlüğü, İstanbul, Türkiye, mustafatevfikkartal@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8038-8241

^b Dr., BDDK Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı, İstanbul, Türkiye, acetin4734@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4464-0822

^c Arş. Gör. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İstanbul, Türkiye, omer.tan@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8875-4696

MAKALE BİLGİSİ

Makale geçmişi:

Başvuru: 14 Mart 2021

Kabul: 30 Mayıs 2021

Anahtar kelimeler:

Granger Nedensellik Analizi,

Faiz Oranları,

KMO,

Türkiye

Makale türü:

Araştırma makalesi

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 14 March 2021

Accepted: 30 May 2021

Keywords:

Granger Causality Test,

Interest Rates,

LDR,

Turkey

Article type:

Research article

ÖZET

2002 sonrasında bankacılık sektörünün büyüme sürecine girmesiyle birlikte finansal göstergelerde gelişme yaşanmaktadır. Önemli göstergelerden bazıları aktif büyüklüğü, kredi hacmi ve özkaynak kârlılığıdır. Bir diğer önemli gösterge ise KMO'dur. 2006 yılsonunda %71,18 seviyesinde olan KMO, 2012 Mart ayında ilk kez %100'ü geçerek %100,38 oranına ulaşmış, 2018 Haziran ayında %123,9 oranı ile tarihi zirve yaptıktan sonra düşüş eğilimine girerek 2019 Eylül ayında %112 olmuştur. KMO'daki artış eğiliminin faiz oranları üzerinde baskı oluşturduğu düşünülmektedir. Bu amaçla, 2006/1-2019/9 dönemindeki aylık veriler kullanılarak Türkiye'de KMO ile seçilmiş faiz türleri arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir. Çalışma sonucunda, KMO ile mevduat faiz oranı arasında nedensellik ilişkisi bulunduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla, Türkiye'de kredi faizlerindeki artışın önlenmesi için, KMO gelişiminin kontrol altında tutulmasına ve böylece temel fonlama kaynağı olan mevduat faizlerinin artışının önlenmesine yönelik tedbirler alınmalıdır.

ABSTRACT

There has been a development in financial indicators with the banking sector come up with the growth process after 2002. Some of the important indicators are asset size, loan volume, and return on equity. One of the other important indicators is LDR. LDR was at the level of 71.18% as of 2006 end, exceeding 100% for the first time in March 2012 and reached 100.38%, after peaking at the level of 123.9% in June 2018, it entered into a downward trend and became 112% in September 2019. It is thought that the increasing trend in LDR puts pressure on interest rates. For this aim, causality relationship between LDR and selected interest rate types is examined in Turkey by using monthly data for the period of 2006/1-2019/9. As a result of the study, it is defined that there is a causality relationship between LDR and deposit interest rate. Therefore, necessary precautions should be taken to keep the development of LDR under control and hence prevent the increase of deposit interest rates, which is the main source of funding, in order to prevent the increase in the loan interest rate in Turkey.

* Sorumlu yazar / Corresponding author

E-posta / E-mail: mustafatevfikkartal@gmail.com

Atıf / Citation: Kartal, M. T., Çetin, A. ve Tan, Ö. F. (2021). Kredi/Mevduat Oranı (KMO) gelişiminin kredi faiz oranlarına etkisi: nedensellik analizi ile Türkiye üzerine bir inceleme. *Ardahan Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(1), 1-8.

1. Giriş

Ülkelerin temel öncelikleri arasında vatandaşlarının refah düzeyini koruma ve artırma yer almaktadır. Bu kapsamda, ekonomik büyüme ve büyümenin sürdürülebilir kılınması kritik öneme sahiptir. Bununla birlikte, salt ekonomik büyüme yeterli değildir, aynı zamanda toplumun refah düzeyinin artırılması da önem taşımaktadır. Ek olarak, istikrarlı makroekonomik göstergeler, ekonomik gelişmişlik açısından önemli bir husustur. Söz konusu makroekonomik göstergelerden bazıları bütçe açığı/fazlası, cari açık/fazla, kamu borç yükü, borçlanma finansmanı, yabancı yatırımlar, döviz kurları ve dalgalanma, büyüme, enflasyon ve işsizlik oranlarıdır. Bir diğer temel makroekonomik gösterge ise faiz oranlarıdır. Faiz oranları hem söz konusu tüm makroekonomik göstergeleri etkilemekte hem de tüm bu göstergelerden etkilenmektedir (Kartal, 2019).

Faiz oranları ülkedeki yatırım maliyetini ve alternatif yatırım fırsatlarını etkilemek suretiyle hem yurt içindeki hem de yurt dışındaki yatırımcıların yatırım iştahını etkilemektedir. Faiz oranları aynı zamanda, yatırım yapıldığında elde edilecek getiri düzeyini de etkilemektedir. Bu nedenle, faiz oranlarının yatırımlar üzerinde önemli düzeyde etkisi bulunmaktadır. Bu etki, faiz oranları ile yatırımların ters ilişkili olmasından kaynaklanmaktadır. Nitekim düşük faiz oranlarında yatırımlar artarken yüksek faiz oranlarında ise azalmaktadır (Lin vd., 2018).

Faiz oranları yatırımlar yoluyla birçok sektörü, finansal ve makroekonomik göstergeyi etkilemektedir. Bu etki dolayısıyla, faiz oranları ekonomi yönetimleri tarafından sıkı bir şekilde izlenmekte ve düşük faiz seviyelerinin oluşması arzu edilmektedir. Ayrıca, ekonomide salt bir faiz oranından söz etmek mümkün değildir. Kredi faizlerinden mevduat faizlerine, bankalararası para piyasası faizlerinden, merkez bankası politika faizlerine, tahvil, bono ve Eurobond faizlerinden referans faizlerine kadar birçok farklı faiz türü söz konusudur. Tüm bu faiz türleri de aynı zamanda birbirleri ile ilişki içinde bulunmaktadır. Örneğin, mevduat faizleri arttığında kredi faizlerinde de artış yaşanmakta, merkez bankası politika faizleri düştüğünde kredi faizleri de düşmektedir.

Ülkelerin sürdürülebilir bir ekonomik büyüme eğilimi yakalamalarında yeterli fonlama kaynaklarına sahip olmaları önem taşımaktadır. Özellikle, finansal piyasaların banka yoğunluklu olduğu ve bankacılığın da ağırlıklı olarak mevduat bankalarından oluştuğu Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde faiz oranları, ticari faaliyetlerin temel fonlama kanalı olan krediler açısından hayati bir rol oynamaktadır (Depren vd., 2018). Dolayısıyla, finansal sistemin merkezinde yer aldığı dikkate alındığında, bankacılıktaki başta kredi faizleri olmak üzere ilgili faiz türlerinin düşük seviyelerde tutulması önem taşımaktadır (Tumwine vd., 2018).

Birçok ekonomik alanı ve aktörü etkilemesi nedeniyle faiz oranlarının, düşük seviyelerde oluşması istenmektedir. Bununla birlikte, düşük faiz oranlarına ulaşılması her zaman mümkün veya kolay olmamaktadır. Enflasyonun yüksek seyrettiği, finansal kırılganlığın arttığı, yabancı yatırımların yavaşladığı ve azaldığı dönemlerde faizlerin artırılması bir zorunluluk haline gelebilmektedir.

Türkiye’de faizlerin gelişimi incelendiğinde, son yıllarda ciddi bir artış yaşandığı görülmektedir. Örneğin, 2011 Ocak sonunda %8 seviyesinde gerçekleşen ticari kredi faizleri, 2017 yılsonunda %17 seviyesine yükselmiştir. 2018 Eylül sonunda %34 seviyesinde yükselen ticari kredi faizleri 2019 Ekim sonu itibarıyla %16 seviyesinde gerçekleşmiştir (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), 2019). Söz konusu son dönemler incelendiğinde Türkiye’de yükselen bir enflasyon eğilimi oluştuğu ve buna bağlı olarak önce merkez bankası politika faizlerinin ardından ise kredi faizlerinin yükseldiği görülmektedir. Diğer taraftan,

faizlerin yükselmesinin başta sebepleri de olabilir. Nitekim bazı kesimler artan KMO oranının faizlerin yükselmesine neden olduğunu ileri sürmektedir (Bloomberght, 2018). Bu iddianın temelinde artan kredi hacminin mevduat artışıyla desteklenemediği durumlarda, bankaların mevduat rekabeti yapması nedeniyle kaynak maliyetinin artacağı düşüncesi yatmaktadır.

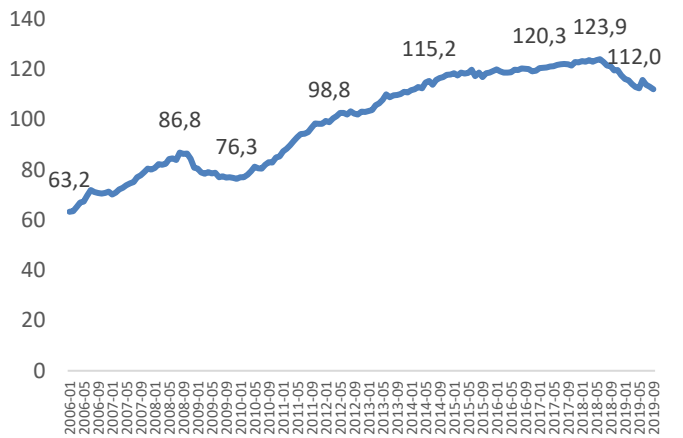
KMO’daki artışın, faiz oranları üzerinde bir baskı oluşturup oluşturmadığına ve faiz oranlarında artışa neden olup olmadığına yönelik bir inceleme yapılmasına gerek duyulmaktadır. Bu amaca yönelik olarak, Türkiye’de 2006/1-2019/9 döneminde KMO ile farklı faiz türleri arasında nedensellik ilişkisi bulunup bulunmadığının incelenmesi için bu çalışma hazırlanmıştır. Türk literatüründe KMO ile ilgili sınırlı sayıda çalışma bulunmakta, mevcut çalışmalar ise genellikle bankaların kârlılığı ve takipteki krediler açısından KMO’yu ele almaktadır. Bununla birlikte, bilindiği kadarıyla, KMO ile faiz oranları arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla, yapılan çalışmanı bu yönüyle öncü bir özellik taşıdığı düşünülmektedir.

KMO ile bazı faiz türleri arasındaki nedensellik ilişkisini incelemeyi amaçlayan bu çalışma beş bölümden oluşmaktadır. İkinci bölümde, KMO ile ilgili kavramsal altyapı ele alınmıştır. Üçüncü bölümde, literatür taraması kapsamında KMO ile ilgili literatürde yer alan çalışmalar incelenmiştir. Dördüncü bölümde, Türkiye’de KMO ile çeşitli faiz türleri arasındaki nedensellik ilişkisi araştırılmıştır. Son bölümde ise değerlendirme yapılmıştır.

2. Kavramsal Altyapı

KMO, temel olarak bankacılık sektöründe kullanılan kredilerin, bankacılık sektöründeki mevduatlara bölünmesiyle elde edilmektedir (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), 2019a). Mevduat olarak toplanan kaynakların ne kadarının kredi olarak kullanıldığını gösteren KMO, diğer finansal göstergelere ek olarak bankacılık sektörü açısından önemli göstergelerden birini oluşturmaktadır.

KMO’nun son zamanlardaki gelişimine Şekil 1’de yer verilmiştir.

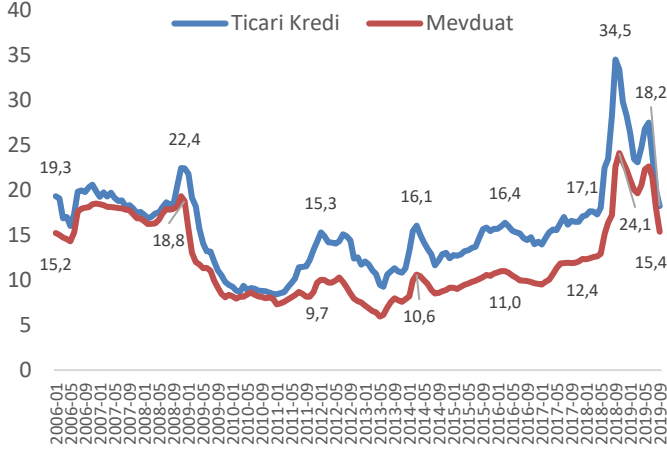


Şekil 1. Türk bankacılık sektörü KMO gelişimi (%)

Kaynak: BDDK, 2019a

Şekil 1’den görüleceği üzere, 2006 yılı başlarında %63,23 seviyesinde olan KMO, zaman içinde kademeli olarak artış göstermiştir. KMO, ilk kez 2012 Mart ayında %100’ü aşmış ve %100,38 oranına ulaşmıştır. Ek olarak, KMO 2018 Haziran ayında %123,9 ile tarihi zirveye ulaşmıştır. Ardından düşüş sürecine giren KMO, 2019 Eylül ayında %112 olmuştur.

Diğer taraftan, KMO'daki gelişimin yanı sıra, bankacılık sektöründeki temel fonlama kaynağı olan mevduatın ve temel fon kaynağı olan kredilerin faizlerinin gelişiminin incelenmesi gereklidir. Bu kapsamda, mevduat ve kredi faizlerinin gelişimine Şekil 2'de yer verilmiştir.



Şekil 2. Mevduat ve ticari kredi faizlerinin gelişimi (%)
Kaynak: TCMB, 2019

Şekil 2'den görüleceği üzere, Türkiye'de ticari kredi faizi yıllar içinde dalgalı bir seyir izlemektedir. 2006 Ocak'ta %19,3 seviyesinde olan ticari kredi faizi düşüş göstererek 2011 Ocak'ta %8 seviyesinde gerçekleşmiştir. İzleyen dönemde yavaş yavaş artış eğilimine giren ticari kredi faizi, 2017 sonunda %17,1 seviyesine yükselmiştir. Sonraki süreçte, artış eğilimini sürdüren ticari kredi faizi 2018 Eylül sonunda %34,5 ile 2004 sonrasındaki en yüksek düzeye ulaşmıştır (TCMB, 2019). Ticari kredi faizleri 2019 Eylül sonunda %18,2 seviyesine gerilemiştir.

Diğer taraftan, mevduat faizleri ele alındığında, ticari kredi faizine benzer bir tablo ortaya çıkmaktadır. 2006 Ocak'ta %15,2 seviyesinde olan mevduat faizi artış göstererek 2011 Ocak'ta %7,3 seviyesinde gerçekleşmiştir. İzleyen dönemde artış eğilimini sürdüren mevduat faizi, 2017 sonunda %12,4 seviyesine yükselmiştir. Mevduat faizi, 2018 Ekim sonunda %24,1 seviyesi ile 2004 sonrasındaki en yüksek düzeye ulaşmıştır (TCMB, 2019). Ardından kısmen düşüş göstererek 2019 Eylül sonunda %15,4 seviyesine gerilemiştir.

Türkiye'de ticari kredi faizleri ile mevduat faizleri birlikte değerlendirildiğinde birbirine paralel bir eğilime sahip oldukları görülmektedir. Ortaya çıkan bu tabloda, kredi faizlerinin mi mevduat faizlerini yoksa mevduat faizlerinin mi kredi faizlerini artırdığı net değildir. Bununla birlikte, bazı kesimler artan KMO'nun faiz oranları üzerinde baskı oluşturduğunu, bu durumun ise faiz oranlarının artmasına neden olduğu iddia etmektedirler (Bloomberght, 2018). Burada düşünülen yapı ve aktarım mekanizması aşağıdaki şekilde çalışmaktadır:

- Bankalar kârlılık, daha fazla piyasa payı kazanma gibi kendi içsel kararları nedeniyle veya bazı düzenleyici ve denetleyici yaklaşımlar nedeniyle daha fazla kredi vermek istemektedirler.
- Bu kapsamda, bankalar kullandırdıkları kredi miktarını artırmaktadırlar.
- Bu noktada hem bankaların hem bankacılık sektörünün KMO artmaya başlamaktadır.
- Artan kredi kullanımı bankaların kaynak toplama ihtiyacını artırmaktadır.
- Artan kaynak ihtiyacı bankaları mevduat yarışına itmektir.

- Artan mevduat toplama yarışı bankaların kaynak (mevduat) maliyetini artırmaktadır.
- Böylece, artan mevduat faizleri, kredi faizlerinde de artışa neden olmaktadır.

Bu işleyişten görüleceği üzere, KMO'da görülen artış, kaynak maliyetinde artışa neden olmak suretiyle kredi faiz oranlarında artışa neden olmaktadır. Diğer bir deyişle, bankacılık sektöründeki diğer koşullar sabitken, KMO'nun artışı, bankaların mevduata olan talebi kanalıyla faiz oranlarını etkilemektedir.

KMO oranının yüksek olması bankalar açısından risk oluştururken, KMO oranının düşük olması ise bankacılık sektöründe yeterli kaynak olmasına rağmen reel sektöre gerektiği kadar kredi sağlanmamasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, KMO oranının çok yüksek olduğu durumlarda bankalar aşırı risk üstlenirken KMO oranının çok düşük olduğu durumlarda ise bankaların kârlılıkları olması gereken seviyeden daha düşük seviyelerde gerçekleşmektedir (Wan den End, 2016; Aydemir vd., 2018). Bu hususlar, KMO'nun bankacılık sektörü üzerinde oluşturduğu etkileri göstererek KMO'nun birçok yönden incelemeye değer olduğunu ortaya koymaktadır.

3. Literatür Taraması

Türk literatüründe KMO ile faiz oranları arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bununla birlikte, KMO'nun farklı araştırmalarda kullanıldığı görülmektedir.

KMO, bankaların kârlılığına yönelik yapılan çalışmalarda kullanılmıştır. Ata (2009) Türkiye'de kriz sonrası (2002-2007) dönemde 25 bankayı incelediği çalışmasında, KMO'nun banka kârlılığı üzerinde pozitif etkisinin bulunduğunu belirlemiştir. Reis vd. (2016) Borsa İstanbul'da işlem gören 14 bankanın 2009-2013 dönemini panel veri analizi kullanılarak inceledikleri çalışmalarında, KMO'nun bankaların kârlılığını etkileyen faktörlerden biri olduğunu belirlemiştir. Aydemir vd. (2018) ise KMO ile bankaların kârlılık göstergeleri olan net faiz marjı, aktif kârlılığı ve özsermaye kârlılığı arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. Genelleştirilmiş momentler yöntemi kullanılarak 26 mevduat bankasının 2002-2015 dönemini ele aldıkları bu çalışmada, KMO ile kârlılık arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir. KMO ile net faiz marjı arasındaki ilişki doğrusal (sabit artarken) KMO ile aktif ve özsermaye kârlılığı arasındaki ilişki ise doğrusal değildir (azalarak artmaktadır). Çalışmanın sonuçları, KMO artışının belirli bir seviyeye ulaştıktan sonra bankacılık kârlılığını olumsuz etkilediğini, dolayısıyla, bankacılık sektörüne zarar verdiğini ortaya koymaktadır.

KMO, takipteki kredilere yönelik yapılan bazı çalışmalarda dikkate alınmıştır. Yağcılar ve Demir (2015), Türkiye'de 26 ticari bankanın 2002/4. çeyrek ve 2013/1. çeyrek dönemini kapsayan çalışmalarında, KMO'nun takipteki krediler üzerinde negatif etkisinin olduğunu belirlemiştir. Abdoğlu ve Aytekin (2016) ise Türkiye'de 2002-2014 döneminde faaliyet gösteren kamu, özel ve yabancı bankaları ele aldıkları çalışmalarında, KMO'nun takipteki krediler üzerinde pozitif etkisinin bulunduğu belirlenmiştir. Çelikkol ve Elevli (2016) yıllara göre KMO'daki değişkenliği incelemişlerdir. Batı ve Doğu Karadeniz illerinin 1993-2014 döneminin incelendiği çalışmada, ülkede yaşanan siyasi ve ekonomik krizlerin, KMO'da değişkenliğe neden olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Diğer taraftan, yurt dışı literatür incelendiğinde KMO'nun çeşitli açılardan ele alındığı görülmektedir. Örneğin, Özler (1998) KMO'yu aşırı borç verme sorunu açısından ele almış ve gelişmekte olan ülkelerde KMO'nun aşırı borç verme sorununun bir göstergesi olarak bir kredi riski açısından önemli olduğunu belirtmiştir. Van den End (2016) Avrupa

ülkelerinin KMO eğilimlerini incelediği çalışmada, kredi ve mevduat arasındaki ilişkiyi dikkate alarak KMO'nun özellikle likidite yönetimi açısından bir makro ihtiyati politika aracı olarak kullanılabileceğini belirtmiştir.

Yurt dışı literatürde de Türk literatüründeki çalışmalara benzer şekilde, KMO kârlılık açısından ele alınmıştır. Naceur (2003), Pasaribu ve Sari (2011), Raharjo vd. (2014), Rengasamy (2014), Saleh ve Winarso (2021) bu çalışmalardan bazılarıdır. Naceur (2003) Tunus'a, Pasaribu ve Sari (2011) ve Raharjo vd. (2014) Endonezya'ya, Rengasamy (2014) Malezya'ya, Saleh ve Winarso (2021) ise

Endonezya'ya yönelik olarak KMO konusu ele almıştır. Bu çalışmalarda KMO oranının bankaların kârlılığı üzerinde pozitif bir etkisi bulunduğu belirlenmiştir. Sawitri (2018) ise Endonezya'ya yönelik çalışmada takipteki kredilerin KMO üzerinde kısmen etkili olduğunu belirlemiştir.

Satria ve diğerleri (2016) ise KMO'nun rezerv yükümlülükleri ile ilişkilendirilmek suretiyle bir makro ihtiyati politika aracı olarak kullanılabileceğini belirtmişlerdir. Böylece, rezerv yükümlülüğü ile ilişkili KMO, ekonomilerin çöküş dönemlerinde büyümeyi desteklemek için daha fazla kredi kullanılmasını sağlayacaktır. Diğer taraftan ise ekonomilerin aşırı büyüme döneminde, yatırım faaliyetlerini yavaşlatma ve likidite riskini yönetmeye katkı sağlama fonksiyonları üstlenecektir.

KMO ile ilgili çalışmaların yanı sıra, KMO'nun farklı bir türü olarak değerlendirilebilecek aktif rasyosu uygulamasından da söz etmek gerekmektedir. Nitekim, Türkiye'de aktif rasyosu 1 Mayıs 2020 tarihinde yürürlüğe girmiş ve 31 Aralık 2020 tarihinde kaldırılmıştır (BDDK, 2020). Literatürde ise KMO'nun farklı bir türü olan aktif rasyosuna yönelik sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Cinskızan ve diğerleri (2020) aktif rasyosu düzenlemesine ilişkin açıklamanın banka pay senetlerinin getirisine olan etkilerini incelemişlerdir. Sonuç olarak, aktif rasyosu düzenlemesinin duyurulması, Borsa İstanbul'da işlem gören 10 bankanın pay senetleri üzerinde anormal bir getiri elde edilmesine neden olmadığı belirlenmiştir. Kartal (2020) ise aktif rasyosu düzenlemesinin mevduat bankaları üzerindeki muhtemel etkilerini değerlendirdiği çalışmada, aktif rasyosunu tutturmada çoğunlukla yabancı mevduat bankalarının geride olduğunu belirlenmiştir. Diğer taraftan, aktif rasyosu düzenlemesinin içeriğinde eksiklikler bulunduğunu belirterek aktif rasyosu düzenlemesinin süratli bir şekilde revize edilmesini önermiştir.

KMO ile ilgili literatürde yer alan çalışmalar değerlendirildiğinde, yoğun bir şekilde KMO ile takipteki krediler ve banka kârlılığı arasındaki ilişkinin araştırıldığı görülmektedir. Bu çalışmada ise KMO ve faiz oranları arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmektedir. Böylece, KMO ile ilgili literatürün genişletilmesi ve literatüre katkı yapılması amaçlanmıştır.

4. Türkiye'de KMO ve Kredi Faizleri Arasındaki Nedensellik İlişkisi

4.1. Veri Seti ve Kapsam

KMO'daki ve faiz türlerindeki gelişim birlikte değerlendirildiğinde, genel olarak KMO'nun yükseldiği dönemlerde faizlerde de artış yaşandığı görülmektedir. Söz konusu görünüm, yükselen KMO'nun faizlerin yükselmesine neden olduğunu savını destekler niteliktedir. Bununla birlikte, söz konusu iddianın doğrulanması için istatistiksel olarak test edilmesi gerekmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde, Türkiye'de KMO ile seçilmiş kredi faizi türleri (taşıt, konut, ihtiyaç, ticari kredi ve mevduat faizleri) arasında ilişki bulunup bulunmadığının belirlenmesine yönelik olarak 2006/1-2019/9

dönemindeki aylık veriler kullanılarak nedensellik analizi yapılmıştır. Analizde kullanılan kredi faizlerine ilişkin veriler TCMB'nin Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden edinilmiştir (TCMB, 2019). Yine analizde kullanılan KMO verisi BDDK'nın Bankacılık Veri Transfer Sistemi'nden alınmıştır (BDDK, 2019b).

Bilindiği üzere, kalkınma ve yatırım bankaları mevduat toplamamakta ancak kredi kullanılmaktadır. Dolayısıyla, Türk Bankacılık Sektörünün KMO ile ilgili yapılacak bir analizde, bu farklılığın göz önünde bulundurulması ve veri setinde düzeltilmesi gerekmektedir. Çünkü veri setinde düzeltme yapılmadan kullanılması halinde, KMO değeri olduğundan daha yüksek görünecek, bu hata ise yanlış analiz sonuçlarına ulaşılmasına neden olabilecektir. Bu nedenle, kalkınma ve yatırım bankalarının kredi rakamı, sektörün toplam rakamından düşülmek suretiyle KMO açısından bankacılık sektörünün gerçek durumunu daha iyi yansıtan bir KMO hesaplanmıştır.

Analizde oluşturulan veri setinde yer alan tüm değişkenlerin doğal logaritması alınarak kullanılmıştır.

4.2. Metodoloji ve Yöntem

KMO ile seçilmiş kredi faizi türleri (taşıt, konut, ihtiyaç, ticari kredi ve mevduat faizleri) arasında nedensellik ilişkisi bulunup bulunmadığının analizinde sırasıyla eşbütünleşme ve nedensellik ilişkisinin varlığı test edilmiştir. Bu kapsamda, öncelikle serilerin durağanlığı Augmented Dickey Fuller (ADF) (Dickey ve Fuller, 1981) ve Phillips-Perron (PP) (Phillips ve Perron, 1988) testleri ile analiz edilmiştir. ADF yöntemi genel kullanıma sahip olduğu için, PP testi ise trend içeren serilerin durağanlığını test etmede daha güçlü olduğu için tercih edilmiştir (Doğan vd., 2016).

Durağanlık testinin yapılmasından sonra değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki olup olmadığı test edilmiştir. Granger nedensellik testi için öncelikle kısıtlı veya kısıtsız VAR modeline karar verilmesi gerekmektedir. Serilerin aynı seviyede bütünlük olmaları halinde eşbütünleşik olup olmadığına bakılır. Eğer çalışmadaki değişkenler eşbütünleşik ise kısıtlı model olan Vektör Hata Düzeltme (VECM) modeli, değil ise kısıtsız model olan Vektör Otoregresyon (VAR) modeline göre analiz yapılır. Uzun dönemde değişkenlerin birlikte hareket etmesi literatürde eşbütünleşme olarak ifade edilmektedir. Bu kapsamda, Johansen (1988) ile Johansen ve Jeselius (1990) yöntemine göre eşbütünleşme analizi gerçekleştirilmiştir. Son olarak, eşbütünleşme testinin ardından nedensellik ilişkisi incelenmiştir. Eşbütünleşme olması durumunda en az bir yönlü nedensellik ilişkisinin olması beklenmektedir (Yaylalı ve Lebe, 2011). Analizde Eviews-9 programı kullanılmıştır.

4.3. İstatistiksel Analiz ve Bulgular

4.3.1. Betimleyici İstatistikler

Çalışmada 2006/1-2019/9 dönemindeki aylık veriler kullanılmıştır. Dolayısıyla, gözlem sayısı 165 olarak belirlenmiş olup betimleyici istatistiklere Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1. Betimleyici istatistikler

Değişkenler	n	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
KMO	165	60.84	115.79	95.06	17.04
Mevduat Faizi	165	5.95	24.11	12.22	4.46
Ticari Kredi Faizi	165	8.42	34.51	15.67	4.92
İhtiyaç Kredisi Faizi	165	11.82	38.72	18.90	5.03
Taşıt Kredisi Faizi	165	9.61	32.78	16.31	4.87
Konut Kredisi Faizi	165	8.30	28.99	14.47	4.17

Tablo 1'den görüleceği üzere, 2006/1-2019/9 dönemindeki aylık verilerden oluşan veri seti 165 gözlem içermektedir. Söz konusu dönemde KMO değeri %60,84-%115,79 aralığında değişim göstermiş, ortalama değeri ise %95,06 olmuştur. Faiz türlerine bakıldığında ise aynı dönem aralığında en düşük faiz oranı %5,95 ile mevduatlarda, en yüksek faiz oranı ise %38,72 ile ihtiyaç kredilerinde gözlemlenmiştir. Ortalama değerler açısından da benzer bir tablo ortaya çıkmaktadır. Veri setinde yer alan değişkenlere bakıldığında KMO'daki standart sapmanın oldukça yüksek olduğu, faiz türlerindeki standart sapmanın ise göreceli olarak birbirlerine yakın seviyede olduğu görülmektedir.

Analizde kullanılan veri seti, içerdiği gözlem sayısı ve tarih aralığı dikkate alındığında uzun bir veri seti olarak değerlendirilebilmektedir.

4.3.2. İstatiksel Analiz

Sahte regresyon analizini önleyebilmek için öncelikle değişkenlerin birim kök içermemesi gerekmektedir. Birim kök içeren seriler durağan değildir ve durağan olmayan seriler arasında eşbütünlüşme yoksa bu değişkenler arasında bir ekonomik ilişki den bahsetmemiz uygun değildir. Eğer ortalaması ve varyansı zaman içerisinde sabitse ve iki dönem arasındaki kovaryans değeri, bu kovaryansın hesaplandığı asıl döneme değil de sadece iki dönem arasındaki uzaklığa bağlıysa bu zaman serisi durağandır (Akyüz, 2018). Bu kapsamda, birim kök test sonuçlarına Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2. Birim kök testi sonuçları

Değişkenler	ADF		PP	
	Düzye	1. Fark	Düzye	1. Fark
KMO	-1.9043	-4.3859*	-2.7160	-10.9996*
Mevduat Faizi	-1.6224	-6.8861*	-1.4448	-5.7290*
Ticari Kredi Faizi	-2.2365	-7.7239*	-1.8716	-7.5133*
Konut Kredisi Faizi	-2.7973	-7.7754*	-2.1798	-7.4625*
İhtiyaç Kredisi Faizi	-2.5293	-7.7550*	-2.0336	-7.9885*
Taşıt Kredisi Faizi	-2.1053	-8.9617*	-16742	-8.8760*

* %1 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

Değişkenler düzey seviyesinde birim kök içerirken, Tablo 2'den görüleceği üzere, birinci farkları alındığında birim kök içermemektedir. Dolayısıyla, değişkenler hem ADF hem de PP yöntemine göre %1 düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Verilerin tamamının 1. düzeyde durağan olduğunun belirlenmesinin ardından eşbütünlüşme ilişkisi incelenmiştir. Eş bütünlüşme ilişkisinin incelenmesi için düzey değerlerde öncelikle vektör otoregresif (VAR) modelin kurulması ve uygun gecikme sayısının belirlenmesi gerekir. Bu kapsamda, uygun gecikme sayısının belirlenmesi için gerçekleştirilen Akaike Bilgi Kriterleri (AIC), Son Kestirim Hatası (FPE) ve Schwarz Bilgi Kriterleri (SIC) sonuçlarına Tablo 3'te yer verilmiştir.

Tablo 3. Gecikme uzunluğunun belirlenmesi

Gecikme Uzunluğu	FPE	AIC	SIC
0	7.92e-17	-20.0472	-19.9340
1	5.44e-23	-34.2385	-33.4209*
2	3.44e-23	-34.6998	-33.1814
3	3.05e-23*	-34.8242*	-32.6050
4	3.46e-23	-34.7080	-31.7881
5	3.22e-23	-34.7942	-31.1735
6	3.67e-23	-34.6850	-30.3634
7	3.86e-23	-34.6664	-29.6441
8	4.00e-23	-34.6759	-28.9528

* En düşük bilgi kriterini göstermektedir.

Tablo 3'ten görüleceği üzere, AIC ve FPE'ye göre gecikme uzunluğu 3, SIC'a göre ise gecikme uzunluğu 1 olarak önerilmiştir. Dolayısıyla, gecikme uzunluğunun 3 olarak alınmasının yerinde olacağı düşünülmektedir.

Tüm değişkenlerin birinci dereceden durağan çıktığı dikkate alınarak, bir sonraki adımda söz konusu değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki bulunup bulunmadığının incelenmesi gerekmektedir. Eşbütünlüşme testi sonuçlarına Tablo 4 ve Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo 4'ten görüleceği üzere, İz istatistiği için hem $r=0$ hem de $r \leq 1$ sıfır hipotezi ret edilmiştir. İz değerleri %1 ve %5 kritik değerlerine göre daha büyüktür. Bu durum, değişkenler arasında en az 2 tane eşbütünlüşme olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Tablo 5'ten görüleceği üzere, maksimum özdeğer istatistiği sonuçlarına göre hem $r=0$ hem de $r \leq 1$ sıfır hipotezi ret edilmiştir. Özdeğerler %1 ve %5 seviyesinde kritik değerlerden daha büyüktür. Dolayısıyla, değişkenler arasında en az 2 tane eşbütünlüşme bulunmaktadır.

Tablo 4. İz istatistiği eşbütünlüşme analizi

Hipotez	Özdeğer	İz (Trace) İstatistiği	0.05 Kritik Değer	Hipotez	Özdeğer	İz (Trace) İstatistiği	0.01 Kritik Değer
$r=0$	0.3421	165.4474	117.7082**	$r=0^{**}$	0.3421	165.4474	127.70
$r \leq 1^*$	0.2781	98.0305	88.8038**	$r \leq 1^{**}$	0.2781	98.0305	97.5972
$r \leq 2$	0.1336	45.5561	63.8761	$r \leq 2$	0.1336	45.5561	71.4792
$r \leq 3$	0.0633	22.4638	42.9152	$r \leq 3$	0.0633	22.4683	49.3627
$r \leq 4$	0.0520	11.9224	25.8721	$r \leq 4$	0.0520	11.9224	31.1538
$r \leq 5$	0.204	3.3192	12.5179	$r \leq 5$	0.0204	3.3192	16.5538

*, ** %5 ve %1 düzeyinde hipotezi ret etmektedir. İz (Trace) testi %1 ve %5 düzeyinde 2 tane eşbütünlüşme olduğunu gösterir.

Tablo 5. Maksimum özdeğer istatistiği eşbütünlüşme analizi

Hipotez	Özdeğer	Maksimum Özdeğer İstatistiği	0.05 Kritik Değer	Hipotez	Özdeğer	Maksimum Özdeğer İstatistiği	0.01 Kritik Değer
$r=0^*$	0.3421	67.4168	44.4972**	$r=0^{**}$	0.3421	67.4168	50.4730**
$r \leq 1^*$	0.2781	52.4743	38.3310**	$r \leq 1^{**}$	0.2781	52.743	44.0164
$r \leq 2$	0.1336	23.0923	32.1183	$r \leq 2$	0.1336	23.0923	37.4869
$r \leq 3$	0.0633	10.5413	24.8232	$r \leq 3$	0.0633	10.5413	30.8339
$r \leq 4$	0.0520	8.6032	19.3870	$r \leq 4$	0.0520	8.6032	23.9753
$r \leq 5$	0.0204	3.3192	12.5179	$r \leq 5$	0.0204	3.3192	16.5538

*, ** sırasıyla %5 ve %1 düzeyinde hipotezi ret etmektedir. Öz Değer (Max-Eigen) İstatistiği testi %1 ve %5 düzeyinde 2 tane eşbütünlüşme olduğunu gösterir.

Tablo 6. Nedensellik analizi sonuçları

Değişkenler	KMO	Mevduat Faizi	Ticari Kredi Faizi	Konut Kredisi Faizi	İhtiyaç Kredisi Faizi	Taşıtlı Kredisi Faizi
KMO	-	1.2832	1.4055	7.6967*	2.1915	0.5185
Mevduat Faizi	12.7553***	-	7.0035*	11.3684***	4.2458	4.0077
Ticari Kredi Faizi	2.7286	11.8067***	-	8.1881**	1.5281	1.5372
Konut Kredisi Faizi	1.1068	2.5829	11.3788***	-	6.0328	7.1774*
İhtiyaç Kredisi Faizi	2.5589	4.2292	6.6943*	3.8304	-	9.0754*
Taşıtlı Kredisi Faizi	1.8449	2.7812	3.4642	3.7050	2.7984	-

*, **, *** sırasıyla %10, %5 ve %1 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Gecikme değeri 3 olarak alınmıştır. Değerler ki-kare test istatistiklerini göstermektedir.

Son olarak, gerçekleştirilen nedensellik testi sonuçlarına Tablo 6'da yer verilmiştir. Tablo 6'dan görüleceği üzere, analiz sonuçlarına göre ($p < 0.05$) olduğu için, KMO mevduat faiz oranının bir nedenidir. KMO'daki değişim mevduat faiz oranlarını etkilemektedir. Ayrıca, ($p < 0.05$) olduğu için, konut kredisi faizleri de KMO'nun nedenidir. Konut kredisinde oluşan talep seviyesine göre mevduat faizleri değişiklik göstermektedir. Diğer taraftan, KMO ile diğer faiz türleri arasında bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

4.3.3. Bulgular ve Tartışma

Yapılan analiz sonucunda, KMO ile arasında nedensellik ilişkisi bulunması öngörülen 5 farklı faiz oranı türünden sadece mevduat faizindeki artışın KMO'daki artıştan kaynaklandığı belirlenmiştir. Bu durum göstermektedir ki bankacılık sektöründe KMO'nun artması mevduat faizlerinde artışa neden olmaktadır. Bunun temelinde ise, artan kredi hacmi için bankaların daha fazla kaynağa yani mevduata ihtiyaç duyması yatmaktadır. Kredilerin temel fonlama kaynağının mevduat olduğu dikkate alındığında, mevduat faizlerindeki artışın zamanla kredi faizlerinde artışa neden olması beklenmektedir. Bununla birlikte, gerçekleştirilen analiz sonuçları söz konusu bu önermeyi destekleyici kanıtlar sunmamıştır. Analiz sonuçları dikkate alındığında, Türkiye gibi gelişmekte olan ve banka temelli finansal piyasalar sahip ülkelerde ekonomik aktivitelerin temel finansman yolu olan kredilerin maliyetinin artmasının önlenmesi için mevduat faizinin artışının önlenmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Türkiye'de faizlerin artışının önlenmesi, faizlerin yeniden düşüş eğilimine girmesi ve faizlerin düşük seviyelerde istikrar kazanması için KMO'nun faizler üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılmasına yönelik tedbirler alınmalıdır. Bu kapsamda, 2019 Eylül itibarıyla %112,3 olarak gerçekleşen KMO değerinin öncelikle %100 seviyesine çekilmesine yönelik tedbir alınmalıdır. Bununla birlikte, bankaların topladıkları tüm mevduatı kredi olarak kullanmadığı ve zorunlu karşılık tesis edildiği dikkate alınarak KMO'nun %100 seviyesinin altına çekilmesi önem taşımaktadır. Bu kapsamda, bankacılık sektöründe mevduat artışı sağlanmalı ve/veya sektördeki kredi büyümesi yavaşlatılmalıdır. Böylece, KMO'nun mevduat faizlerini artırması önlenecektir. Bu durumun ise kademeli olarak kredi faizlerinde düşüş sağlanması beklenmektedir. Diğer taraftan, KMO gelişimin %100'ün altında bir seviyeye çekilmesi halinde, oluşan yeni KMO ve faiz seviyelerinde yeniden analiz yapılması faydalı olacaktır. Böylece, KMO'nun faizler üzerindeki etkisinin kalktığı nokta belirlenerek istikrarlı bir şekilde bu seviyeler sürdürülebilir olacaktır. Bu yaklaşımla birlikte, bir taraftan KMO'nun faizler üzerindeki olumsuz etkileri ortadan kaldırılacak diğer taraftan ise bankacılık sektöründeki ideal kredi/mevduat dengesi yakalanacaktır.

5. Sonuç

Ülkelerin ekonomi yönetimleri açısından makroekonomik göstergelerin iyi seviyelere sahip olması önem taşımaktadır. Enflasyon, döviz kurları, işsizlik oranları ve faiz oranları söz konusu makroekonomik göstergeler arasında yer almaktadır. Bu tip göstergeler bir yandan diğer göstergeleri etkilerden, diğer taraftan diğer göstergelerden etkilenmektedir. Faiz oranlarında oluşan başta yatırımlar ve harcamalar olmak üzere ekonomik aktörlerin birçok kararını etkilemektedir. Bu nedenle, faiz oranlarının düşük seviyelerde oluşması ve düşük seviyelerde istikrar göstermesi arzu edilmektedir.

Faiz oranlarının düşük seviyelerde olması arzu edilmesine rağmen düşük faiz seviyesine ulaşmak genellikle mümkün olmayabilmektedir.

Ayrıca, kur şokları ve yüksek enflasyon finansal kırılganlık oluşturduğu için düşük faiz seviyelerini elde etmek Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için ayrı bir zorluk oluşturmaktadır. Yine de faiz oranlarının düşürülmesine yönelik çabaların sürdürülmesi ve bu yönde aksiyon alınması önem taşımaktadır. Bu kapsamda, faizlerin düşürülmesi ve düşük faiz seviyelerinin sürdürülmesi amacıyla yönelik olarak öncelikle faizler üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir.

Literatürde faiz oranlarını etkileyen faktörlere yönelik birçok çalışma bulunmaktadır. Bununla birlikte, bu çalışmanın temel araştırmasını oluşturan KMO ile faiz oranları arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu noktadan hareketle, çalışmamızda KMO'daki artışın faiz oranlarında artışa neden olup olmadığı test edilmiştir. Bu amaçla, 2006/1-2019/9 dönemindeki aylık veriler kullanılarak, kalkınma ve yatırım bankaları hariç olarak hesaplanan KMO ile mevduat, ticari kredi, ihtiyaç kredisi, taşıt kredisi ve konut kredisi olmak üzere seçilmiş 5 farklı faiz türü arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir. Analiz sonucunda, KMO ile mevduat faiz oranı arasında nedensellik ilişkisi bulunduğu tespit edilmiştir.

KMO'nun faizler üzerindeki olumsuz etkilerinin azaltılmasına yönelik tedbirler alınmalıdır. Bu kapsamda, bankacılık sektöründe mevduat artışını sağlayacak teşvikler oluşturulması ve/veya sektördeki kredi büyümesi yavaşlatılmalıdır. Böylece, KMO'nun mevduat faizlerini artırması önlenecektir. Diğer taraftan, KMO gelişimin %100'ün altında bir seviyeye çekilmesi halinde, oluşan yeni KMO ve faiz seviyelerinde yeniden analiz yapılması faydalı olacaktır. Böylece, bir taraftan KMO'nun faizler üzerindeki olumsuz etkileri ortadan kaldırılacak diğer taraftan ise bankacılık sektöründeki ideal kredi/mevduat dengesi yakalanarak sürdürülecektir.

Bu çalışmada, Türkiye'de KMO'nun faizler üzerinde etkili olup olmadığı araştırılmış ve KMO ile mevduat faizleri arasında nedensellik ilişkisi bulunduğu belirlenerek konu hakkında öneriler paylaşılmıştır. Bununla birlikte, bu çalışmada incelemeye konu edilmeyen tahvil-bono faizleri, TCMB politika faizleri vb. farklı faiz türleri ile KMO arasındaki ilişkinin inceleneceği yeni çalışmalar yapılmasının literatürün zenginleştirilmesi açısından yararlı olacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca, yapılacak yeni çalışmalarda, KMO-faiz oranları ilişkisinde kredi büyüme hızı, mevduat büyüme hızı, bankaların sendikasyon kredileri kullanımları ve bunun KMO açısından rolü gibi hususların irdelenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Yine yapılacak yeni çalışmalarda daha güncel verilerin içerilmesi, KMO'na yönelik yeni bulguların ortaya konmasına katkı sağlayabilecektir. Ayrıca, son dönemlerin en önemli gelişmelerinden biri olarak Covid-19 salgınının yeni analizlerde dikkate alınması önerilmektedir. Dahası, yeni çalışmalarda verilerin Covid-19 öncesi dönem ve Covid-19 dönemi şeklinde iki kısma ayrılarak incelenmesi, literatüre yeni katkılar sağlayabilecektir. Böylece, KMO ile faiz oranları arasındaki ilişkinin anlaşılmasına yönelik literatür daha da derinleştirilebilecektir.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Mustafa Tevfik Kartal: Giriş, verilerin toplanması, politika önerilerinin geliştirilmesi ve sonuçların yorumlanması. Abdurrahman Çetin: Literatür taraması, verilerin toplanması, politika önerilerin geliştirilmesi ve sonuçların yorumlanması. Ömer Faruk Tan: Verilerin düzenlenmesi, analiz yönteminin belirlenmesi, analizin uygulanması ve sonuçların raporlanması. Tüm yazarlar makalenin son halini okuyup onaylamıştır.

Çatışma Beyanı

Çalışmada yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Destek Beyanı

Bu çalışma için herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Kaynaklar

- Abdioglu, N. ve Aytekin, S. (2016). Takipteki kredi oranını etkileyen faktörlerin belirlenmesi: mevduat bankaları üzerinde bir dinamik panel veri uygulaması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 538-555.
- Akyüz, H. E. (2018). Vektör Otoregresyon (VAR) modeli ile iklimsel değişkenlerin istatistiksel analizi. *Uluslararası Mühendislik Araştırma ve Geliştirme Dergisi*, 10(2), 183-192.
- Ata, H. A. (2009). Kriz sonrası Türkiye’de mevduat bankaları kârlılığına etki eden faktörler, *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(2), 137-151.
- Aydemir, R., Övenç, G. ve Koyuncu, A. (2018). Türk bankacılık sektöründe kredi mevduat oranı. Çekirdek dışı yükümlülükler ve kârlılık: Dinamik panel modelinden bulgular. *Ege Akademik Bakış*, 18(3), 495-506.
- BDDK. (2019a). TBS temel göstergeler raporu 2019 Mart. https://www.bddk.org.tr/ContentBddk/dokuman/veri_0014_40.pdf.
- BDDK. (2019b, 20 Ekim). Bankacılık veri transfer sistemi.
- BDDK. (2020). 18.04.2020 tarihli ve 9000 Sayılı, 30.04.2020 tarihli ve 9003 sayılı, 10.08.2020 tarihli ve 9125 Sayılı, 28.09.2020 tarihli ve 9170 sayılı, 26.10.2020 Tarihli ve 9238 sayılı kurul kararları.
- Bloomberght. (2018). Karadağ: Yılsonuna Kadar Önemli Halka Arzlar Gerçekleşecek, Erişim adresi: <https://www.bloomberght.com/haberler/haber/2094780-karadag-yil-sonuna-kadar-onemli-halka-arzlar-gerceklesecek>.
- Cinskızan, K., Babuşcu, Ş. ve Hazar, A. (2020). Aktif rasyosu açıklamasının bankaların hisse senedi getirisine etkisi: Borsa İstanbul’da işlem gören bankalar üzerine bir analiz. *Ekonomi ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 126-143.
- Çelikkol, M. M. ve Elevli, S. (2016). Karadeniz bölgesinde yıllara göre Kredi/Mevduat oranlarındaki değişkenliğin incelenmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, ICEBSS Özel Sayısı, 183-194.
- Depren, Ö., Kartal, M. T. ve Kılıç Depren, S. (2018). Borsalarda oynaklık üzerine yayınlanmış akademik çalışmaların bibliyometrik analizi. *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi*, 2(6), 1-15.
- Dickey, D. A. ve Fuller, W. A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root, *Econometrica*, 49(4), 1057-1072.
- Doğan, B., Eroğlu, Ö. ve Değer, O. (2016). Enflasyon ve faiz oranı arasındaki nedensellik ilişkisi: Türkiye örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 405-425.
- Granger, C. W. J. (1988). Some recent developments in a concept of causality. *Journal of Econometrics*, 39 (1-2), 199-211.
- Johansen, S. (1988). Statistical analysis of cointegration vectors, *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12 (2-3), 231-254.
- Johansen, S. ve Juselius, K. (1990). Maximum likelihood estimation and inference on cointegration with applications to the demand for Money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52, 169-210.
- Kartal, M. T. (2019). Türkiye’de kredi faizlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: MARS yöntemiyle bir analiz. *Bankacılar Dergisi*, 108, 24-41.
- Kartal, M. T. (2020). Türk bankacılık sektöründe Covid-19 döneminde alınan tedbirler bağlamında aktif rasyosu düzenlemesinin muhtemel etkileri: mevduat bankaları üzerine bir inceleme. *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi*, 4(10), 1-18.
- Lin, X., Wang, C., Wang, N. ve Yang J. (2018). Investment, Tobin’s Q, and interest rates. *Journal of Financial Economics*, 130(3), 620-640.
- Naceur, S. B. (2003). The determinants of the Tunisian banking industry profitability: panel evidence. *Universite Libre de Tunis Working Papers*, 2003/10.
- Özler, S. (1988). *Commercial bank lending to developing countries: the question of overlending*. Department of Economics, University of California.
- Pasaribu, H. ve Sari, R. L. (2011). Analisis tingkat kecukupan modal dan loan to deposit ratio terhadap profitabilitas. *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, 4(2), 114-125.
- Phillips, P. C. B. ve Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346.
- Raharjo, P. G., Hakim, D. B., Manurung, A. H. ve Maulana, T. N. (2014). The determinant of commercial banks' interest margin in Indonesia: an analysis of fixed effect panel regression. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 4(2), 295-308.
- Reis, Ş. G., Kılıç, Y. ve Buğan, M. F. (2016). Banka karlılığını etkileyen faktörler: Türkiye örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (72), 21-36.
- Rengasamy, D. (2014). Impact of Loan Deposit Ratio (LDR) on profitability: panel evidence from commercial banks in Malaysia. In International Conference on Global Economics, Finance and Social Sciences.
- Saleh, D. S. ve Winarso, E. (2021). Analysis of non-performing loans (NPL) and loan to deposit ratio (LDR) towards profitability. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(1), 423-436.
- Satria, D. M., Harun, C. A. ve Taruna, A. A. (2016). The macro-prudential aspects of loan-to-deposit-ratio-linked reserve requirement. *Applied Economics*, 48(1), 24-34.
- Sawitri, N. N. (2018). The prediction of third party funds, interest rates, and non-performing loans toward loan to deposit ratios and its Impact on return on assets on commercial banks in Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 22(3), 409-420.
- TCMB. (2019). Elektronik Veri Dağıtım Sistemi. Erişim adresi: <https://evds2.tcmb.gov.tr>
- Tumwine, S., Seijjaaka, S., Bbaale E. ve Kamukama, N. (2018). Determinants of interest rate in emerging markets: a study of banking financial institutions in Uganda. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 14(3), 267-290.
- Van den End, J. W. (2016). A macroprudential approach to address liquidity risk with the loan-to-deposit ratio. *The European Journal of Finance*, 22(3), 237-253.
- Yağcılar, G. G. ve Demir, S. (2015). Türk bankacılık sektöründe takipteki kredi oranları üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(1), 221-229.
- Yaylalı, M. ve Lebe, F. (2011). Beşeri sermaye ile iktisadi büyüme arasındaki ilişkinin ampirik analizi. *Marmara Üniversitesi İİB Dergisi*, 30(1), 23-51.



Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/aruiibfdergisi>



Stratejik bir pazar araştırması: Dünyada tütün, Türkiye’de pipo ve pipo tütünü

A strategic market research: tobacco in world, pipe and pipe tobacco in Turkey

Burak Külli^{a*}

^a Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İstanbul, Türkiye, burak.kulli@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7367-9788

MAKALE BİLGİSİ

Makale geçmişi:

Başvuru: 20 Nisan 2021

Kabul: 4 Mayıs 2021

Anahtar kelimeler:

Pazar Araştırması,
Rekabet Çevresi,
Stratejik Yönetim,
Tütün Sektörü,
Pipo

Makale türü:

Araştırma makalesi

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 20 April 2021

Accepted: 4 May 2021

Keywords:

Market Research,
Competition Environment,
Strategic Management,
Tobacco Sector,
Pipe

Article type:

Research article

ÖZET

Bu çalışmada, tütün pazarının genel/dış çevre ve iş/rekabet çevresinin analiz edilmesi; Türkiye’de pipo ve pipo tütünü pazarının durumunun ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Dünyada ve Türkiye’deki tütün ve tütün ürünleri üreticileri için genel çevre unsurlarını PEST Analiziyle irdelenmiştir. Sonrasında, Türkiye’de pipo ve pipo tütününün durumu derinlemesine görüşmeler ile ortaya konmuştur. Tütünün dünyada ve Türkiye’deki durumu farklı tarafların bakış açısından ortaya koyulmuştur. İkinci kısımda çalışmaya katılan paydaşlar, Türkiye’de pipo tütünü üretilmemesinin sektör bazında büyük bir problem olduğunu ifade etmiştir. Bu nedenle, Türkiye’deki küçük üreticilerin, yurtdışındaki büyük üreticiler karşısında üretim yapma ve satış yapma şansının da son derece az olduğu vurgulanmıştır. Özellikle döviz kurunun artmasıyla üreticiler, dışarıdan temin ettikleri malzemelere ulaşmakta zorlanmaktadırlar. Buna karşın, pipo dernek ve kulüpleri, Türkiye’de üretici ve tüketiciyi bir araya getiren bir platform görevi üstlenmektedir. Sağlık otoriteleri, hükümetler ve uluslararası örgütler, diğer tarafta büyük tütün üreticilerinin yarattığı monopolcü piyasa koşulları Türkiye’deki pipo üreticilerini açısından zorlayıcı rekabet şartları oluşturmaktadır. Türkiye’de ve dünyada niş bir pazar olan pipo sektörü, zorlayıcı rekabete rağmen varlığını sürdürmektedir.

ABSTRACT

This research aims to analyze the world tobacco industry’s external environment and its competitive environment and determine the pipe and pipe tobacco market in Turkey. External environment factors have been analyzed with PEST analysis for the tobacco industry worldwide and in Turkey. In the next phase, Turkey’s pipe and pipe tobacco markets have been examined utilizing in-depth interviews. The tobacco industry in the world and Turkey have been examined from different perspectives. The interview participants, Turkey’s pipe tobacco industry seniors, have pointed out that the manufacturing of pipe tobacco is one of the most significant problems in the market. Moreover, the micro manufacturers of Turkey face weak production and sale chance toward top producers in the industry, and the pipe tobacco sector has full of holes in Turkey. The frame of the external environment of the world tobacco sector has been drawn and then discussed the impact of health authorities, governments, and international organizations on it. Coercive conditions of monopolistic competition and giant tobacco producers’ effects in the Turkish tobacco sector have been discussed. Findings show that the pipe industry, a niche market in the world and Turkey continues to exist despite the challenging competition conditions.

* Sorumlu yazar / Corresponding author

E-posta / E-mail: burak.kulli@istanbul.edu.tr

Atıf / Citation: Külli, B. (2021). Stratejik bir pazar araştırması: Dünyada tütün, Türkiye’de pipo ve pipo tütünü. *Ardahan Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(1), 9-22.

1. Giriş

Tütün ve tütün endüstrisi dünyada ve ülkemizde dev işletmelerin elindedir. Aynı zamanda çok fazla dış çevresel etken de tütün endüstrisi üzerinde etkili olmaktadır. Bu çalışmada tütün endüstrisinin çevresel faktörlerinin irdelenmesi ve bu doğrultuda daha niş bir pazar olan pipo ve pipo tütününü pazarının Türkiye’deki durumunun ortaya koyulması amaçlanmıştır. Araştırma hep çevresel değişkenlerin tütün endüstrisi üzerindeki etkisini incelemesi hem de pipo ve pipo tütününün Türkiye’deki durumunu analiz eden ilk araştırma olmasından ötürü son derece önemlidir. Bu çalışmayla Türkiye’deki pipo pazarının durumu ilgililer için açık bir şekilde ortaya koyulabilir.

Dünya’da tütün tüketimi 2010-2017 yılları arasında %2 azalmıştır. Bu gidişata paralel olarak 2031 yılına kadar dünyada genelinde %21 ile %38 arasında bir azalma beklenmektedir (Genov, 2019). Türkiye’de tütün ve türevlerinin tüketimi önceki yıllara göre azalmaktadır. Yasal düzenlemeler, karşıt reklamlar ve üreticilerin tütün ekim alanlarına farklı ürünler dikme yönünde teşvik edilmesiyle tütün mamulleri tüketiminde kişi bazında azalma yaşanırken, 2008 ile 2016 yılları arasında tütün mamulleri tüketimi %31,3’ten %26,5’e düşmüştür (TÜİK, 2016). Buna karşın, ülkemizde 2020 yılında tütün üretimi %12,2 artış göstererek 76.540 ton olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2020).

Türkiye’de, Eskişehir bölgesindeki maden yataklardan çıkarılan lületaşında (meerscham) ve ithal gül ağacı kökünden pipo üretimi yapan işletmeler bulunmaktadır. Bu işletmelerden bazıları zanaatkarların atölyeleri bazıları da seri üretim yapan işletmelerdir. Bunun dışında, evde pipo üretimi yapıp satan (putting out) ustalar da bulunmaktadır. Bu ustaların ürettiği pipolar “Usta Pipo” (Master Pipe) olarak adlandırılmaktadır. Ülkemizde pipo üretimi yapan şirketler çoğunlukla yabancı ülke pazarlarına yönelik çalışmaktadır. Avrupa pazarı, Türkiye’nin pipo ihracatının en yoğun olduğu pazardır. İhracatçı işletmelerin yanında az sayıda olmakla beraber ithalat yapan işletmeler de bulunmaktadır. Bu işletmeler özellikle, Avrupa’dan gül ağacı kökü (briar) ve Amerika’dan mısır koçanı (corn cob) pipoların yoğunlukla olarak ithalatını yapmaktadırlar.

Dünyada iyi bilinen yaklaşık 200 kadar firma olmakla birlikte, bunların büyük çoğunluğu Avrupa kökenlidir. Bu üreticilerden 50’ye yakını makine üretimi pipolar yapmaktadırlar. Türkiye’de ise gül kökü ağacını kullanarak üretim yapan Şahin Pipo ve Pipsan olmak üzere iki firma vardır. Şahin Pipo, birçok segmentte el işi, makine üretimi ve karma yöntem kullanarak pipo üretimi ve ihracatı yapmaktadır. Pipsan ise, üretimini İtalyan Dapper firmasıyla ortak gerçekleştirmektedir. Daha çok alt ve orta segmentte makine üretimi ağırlıklı üretim yapmaktadır. Türkiye’de pipo ustalarının sayısı ise son derece fazladır. Bunun nedeni, Türkiye’nin doğal zenginliği olan lüle taşının yüksek el işçiliği gerektirmesidir. Eskişehir Odunpazarı çevresinde konumlanan çok sayıda üretici hem tütün tüketimi için hem de süs objesi olarak kullanılmak üzere lüle taşı pipo üretimi yapmaktadır. Eskişehir’de lüle taşı yataklarının bolluğu nedeniyle 16. Yüzyıla tarihlenen pipolar olduğu görülmektedir. Günümüzde Altınay Meerscham Pipes ve Yunar Pipe uluslararası arenada en bilinen üreticilerdir. Bu üreticiler dışında Eskişehir’de daha çok butik üretim yapan 30 dolayında atölye bulunmaktadır. Ustalar arasında kendilerinden sonra 10-15 yıl içinde lüle taşı pipo ustalığı zanaatının ortadan kaybolacağı ortak görüşü hakimdir (Acar, 2019)

Türkiye’de kısıtlı sayıda oyuncunun bulunduğu pipo üretimi pazarı çevresel belirsizliklerin yoğun ve tüketici tercihlerinin de öngörülmesi zor olduğu bir pazardır. Buna ek, pipoluk tütün imalatında da karmaşık ve belirsizlikler vardır. Türkiye’de pipoluk tütün olarak kullanılan Virginia,

Burley ve Oryantal tütünleri üretilmektedir. Hatta tüm dünya genelinde 0,18 milyon ton üretim hacmine sahip Oryantal tütünlerin %26’sı Türkiye sınırları içerisinde başta İzmir olmak üzere, Samsun ve Antakya’da üretilmektedir. Buna karşın, Türkiye’de 2017 yılından iki farklı pipo tütününü üreticisi bulunuyorken, günümüzde pipo tütününü üretimi yapılmamaktadır (Tanrıverdi ve Seydioğulları, 2017). İç piyasaya yönelik olarak üretim yapan işletmeler bulunmamaktadır. Buna ek, yabancı üreticiler de Türkiye’den tütün ithal etmekte ancak Türkiye’de işlenmiş pipo tütününü üretim yapmamaktadırlar.

Türkiye’de tütün üretiminin önündeki en önemli kısıtlar yasal sınırlamalar ve kuruluş maliyetleridir. Yabancı pipo tütününü üreticilerinin, tütünün uzun süre dayanması için kullandıkları kimyasalların Türkiye’de kullanımında sınırlama bulunmaktadır. Bu nedenle, yabancı üreticiler bu pazarın dışında kalmaktadır. Tütün üretiminin yapılamaması, pipo üreticilerinin iç pazardaki paylarında ciddi bir daralmaya neden olmaktadır. Bu nedenle pipo kullananlar, pipo tütünlerini yurtdışından, kendi çabalarıyla elde etmektedirler. Ticaret Bakanlığı’nın kısıtlamaları gereği ise tüketiciler her yurtdışı seyahatlerinde beraberlerinde 250 gram ile kısıtlı olmak üzere pipo tütününü getirebilmektedirler (Dışişleri Bakanlığı, 2020). Buna ek, Türkiye’de tütün ve tütün ürünleri başta olmak üzere, bunları tüketmekte kullanılan araçların reklamının yapılmasında yasaklama ve sınırlamalar bulunmaktadır. Tütün Kontrolü Çerçevesi Sözleşmesi gereği, sırasıyla 13. ve 16. maddelerde belirtilen tütün reklamı, promosyonu ve sponsorluğu; çocuklara ve çocuklar aracılığıyla satış yapılması ile doğrudan, sırasıyla 11. ve 12. maddelerde belirtildiği üzere tütün ürünlerinin paketlenmesi ve etiketlenmesi; öğretim, iletişim, eğitim ve toplumsal bilinç ile dolaylı olarak tütün ürünlerinin reklamının yapılması engellenmiştir (Ergüder, 2008).

2. Araştırma

2.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmada, tütün pazarının genel/dış çevre ve iş/rekabet çevresinin analiz edilmesi; Türkiye’de pipo ve pipo tütününü pazarının durumunun ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, genelden özele dünyada ve Türkiye’de tütün ve tütün mamulleri sektörü ve pipo pazarı üzerinden genel çevre özellikleri ortaya konulmuştur; Türkiye’deki pipo ve pipo tütününü sektörüne ilişkin durumun detaylıca irdelenmiştir.

Türkiye, lüle taşı pipo üretimi açısından ve briar ağacından üretim yapan ihracatçılarıyla dünyada önemli bir konumdadır. Bir diğer önemli etken ise Türkiye’nin pipoluk tütün olarak tercih edilen oryantal tütünde dünyada lider konumda olmasıdır. Her iki özelliğine rağmen Türkiye’nin tütün ve pipo tütününü pazarındaki etken olamamıştır.

Araştırma kapsamında dünyada tütünün dış çevre koşulları ve Türkiye’de pipo tütününün durumu ele alınmıştır. Araştırmada ortaya koyulan sonuçlar uluslararası ve ulusal derneklerin analizleri, raporları, bilimsel etkinlik sunumları ve mülakat katılımcılarının verdikleri bilgilerle sınırlıdır. Araştırma kapsamında incelenen makaleler, bildirimler, haber metinleri doğruluğu teyit edilmiş bilgilerden oluşmaktadır. Türkiye’de pipo ve pipo tütününe yönelik iş/rekabet çevresi analizinde pazarın aktörleri ile yapılan görüşmelere sektörün bütününe mâl edilemez; ancak sektör hakkında araştırmacılar açısından yol gösterici niteliktedir.

2.2. Araştırma Yöntemi

Araştırmada, tütün endüstrisi genel çevresinin analizinde PEST analizinden yararlanılmıştır. PEST analizi, stratejik yönetim yazınında

politik, ekonomik, sosyal ve teknolojik dış çevresel faktörlerin pazar analizi çerçevesinde gözden geçirilmesini sağlayan bir analiz yöntemidir (Carr ve Nanni, 2009). Politik çevre faktörü; yasal düzenlemeler, dış ticaret düzenlemeleri, uluslararası ilişkiler gibi konuları incelemektedir. Ekonomik çevre faktörü; ekonomik durumu, ticari ilişkileri ve bu ilişkilerin boyutunu, uluslararası ekonomik ilişkileri, ekonomide etkili olan büyük aktörleri ve uluslararası sektör raporlarını ele alır. PEST analizinde sosyokültürel alt faktörler; çevreye karşı duyarlılık, tüketici alışkanlıkları ve eğilimleri, demografik özelliklere bağlı değişimleri ve toplumsal eğilimleri ele almaktadır. Teknolojik faktörler çerçevesinde; yenilikler, girdi kaynak maliyetleri, altyapı ve gelişmişlik düzeyi gibi özellikler ele alınmaktadır (Daft ve Marcic, 2016). Bu incelemede; ulusal ve uluslararası örgütlerin raporları, yasal uygulamalar, sosyokültürel tüketim alışkanlıklarına yönelik çıktılar, ticaret ve ziraat odaklı derneklerin raporlarına yer verilmiştir.

Tütün endüstrisi dünya ekonomisinde önemli bir bölümü oluşturmaktadır. Buna karşın, ülkeler ve ulusal-uluslararası örgütler tarafından eleştiri oklarının hedefinde olan bir endüstridir. Bu büyük endüstri içinde pipo tütününü %0,086'lık payıyla niş bir alandır. Türkiye ise pipoluk tütün olarak tercih edilen oryantal tütün ve pipo üretiminde kullanılan lületaşında dünyada ilk sıralarda yer almaktadır. Bu durum Türkiye'nin pipo ve pipo tütününü üretiminde ilk sıralarda yer alabileceği gibi bir algı oluşturabilir. Buna karşın, Türkiye'de pipo üreticilerinin sayısı son derece kısıtlıdır. İronik bir şekilde bandrollü pipo tütününü satışı da 2018 yılından bu yana yapılmamaktadır. Türkiye'de üretimi 16. yüzyıla dayanan pisonun ve pipo tütününün dünyadaki durumu ve Türkiye'de etkin olamaması araştırma problemini oluşturmaktadır (Cresswell, 2007).

İkinci aşamada, Türkiye'de pipo ve pipo tütününe yönelik rekabet çevresi analizi yapılmıştır. Rekabet analizi çerçevesinde pazarın yapısı ve sınırları incelenerek pazarın çevresi hakkında detaylı bir anlayış oluşturulması sağlanmıştır (Porter, 1980; Ülgen ve Mirze, 2013). Az sayıda pipo üreticisi hem iç pazarın hem de dış pazarın ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde üretim yapmaktadır. Pipo tütününü ise iç piyasada satışı yapılmadan ihraç edilmekte; yurtdışında üretilenler ise yasal düzenlemeler nedeniyle ve pazarın darlığından ithal edilememektedir. Buna karşın, faal pipo derneği ve pipo kulüpleri bulunmaktadır. Bu tezatlara karşın, pipo kültürünün ayakta tutan ve iç pazarda pipo üretimini devam ettiren koşullar ve altında yatan sebepler bir diğer araştırma problemini göstermektedir. (Cresswell, 2007).

Rekabet çevresi analizinde, nitel araştırma veri toplama yöntemlerinden doküman incelemesi yönteminden ve derinlemesine mülakat yönteminden yararlanılmıştır. Doküman incelemesi yöntemiyle; ulusal çapta kanunlar, tüzükler, tebliğler ve KHK'lar irdelenmiştir. Yine ulusal ve uluslararası haber ajanslarının belgelerine ve akademik yayınlara başvurulmuştur. Elde edilen iş/rekabet çevresi raporu kapsamında Türkiye'deki pipo pazarındaki aktörlerin karşılaştıkları sorunlar ve bunların nasıl üstesinden geldiklerine yönelik bir örnek olay (durum) analizi yapılmıştır.

Bu analiz türü; sorunun çevredeki gerçek aktörlerle iç içe geçtiği, olgu ve çevre arasında keskin bir ayrımın yer almadığı, çoklu bakış açısının, kanıtın ve/veya veri kaynağının olduğu durumlarda kullanılan bir nitel araştırma yöntemidir (Yin, 1984). Örnek olay çalışması kapsamında çok sayıda verinin elde edildiği dış çevre ve iç çevre analizlerinden faydalanılarak Türkiye'de pipo ve pipo tütününün durumunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya katılacak bireyler, yine bu pazarın aktörleri arasından kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir (Güler vd., 2015). Pipo dernek ve kulüpleriyle iletişime geçilmiştir. Pazardaki diğer aktörler tespit edilerek, bu aktörler ve temsilcilerine ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında, bir pipo derneği yöneticisi, bir pipo koleksiyoneri, iki farklı

pipo üreticisi ve bir pipo ticareti yapan esnaf ile 20 Şubat-1 Mart 2020 tarihleri arasında görüşülmüştür. Görüşmelerde pazarın tanımlanmasına ilişkin Ülgen ve Mirze tarafından oluşturulan Pazar tanımı formundan yararlanılmıştır. Sonrasında yapılan yüz-yüze görüşmelerde ise nitel araştırma veri toplama yöntemlerinden derinlemesine mülakat yöntemi tercih edilmiştir (Cresswell, 2007).

PEST analizi ve rekabet analiziyle tespit edilen sorunlar soru formatına getirilerek yarı yapılandırılmış bir formatta katılımcılara sorulmuştur. 20 Şubat 2020 günü katılımcılar ile özel görüşme öncesinde sorunlar stratejik analizlerin sonuçlarına yönelik bulgular kendilerine aktarılmıştır. Derinlemesine mülakatlarla tarafların bir aradayken dile getiremedikleri sorunları dile getirilmeleri sağlanmıştır. Araştırmaya katılan katılımcılara buldukları çevrede temsil ettikleri özelliklerine yönelik soruların sorulması tercih edilmiştir. Bu çerçevede araştırmaya katılanlara 5 farklı soru yöneltilmiştir.

Örnek olay araştırmalarında, kişilerin öznelliğe yatkın olma ve genele mâl edilememe gibi sorunlar olduğu düşüncesiyle bu nitel araştırma yöntemine önyargı ile yaklaşılmaktadır (Yin, 1984). Buna karşın, araştırmanın tutarlı ve teyit edilebilir olması araştırmayı güvenilirlik ve geçerlilik açısından destekleyecektir (Heale ve Forbes, 2013; Sığı, 2018). Sorunlara ilişkin bulgular daha önceden yapılan genel çevre ve rekabet çevresi analizleriyle belirlenmiştir. Araştırmada veri çeşitlemesi yöntemiyle aynı duruma yönelik hem doküman incelemesi ve mülakatlarla ile veri toplanmış ve bunlar karşılaştırılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Yapılan stratejik analizler katılımcılarla paylaşarak görüşlerini desteklenmesi sağlanmıştır. Son olarak süreç, stratejik yönetim alanında araştırma yapan akademisyenlerle paylaşarak tarihsel akış için ve neden-sonuç akışı içinde mantıksal hataların olup olmadığı irdelenmiştir (Merriam, 1990). Bu sayede hem içsel geçerlilik hem de mantıksal tutarlılık sağlanmıştır.

3. Dünya'da ve Türkiye'de Tütün ve Tütün Mamulleri Pazarının Genel Çevre Unsurları

Küresel tütün ve tütün mamulleri sektörü, politik ve yasal unsurların sıkı denetimi altında olan önemli bir ekonomidir. Düzenlemeler ve caydırıcı yaptırımların bulunduğu sektördeki gelişmeler, ülkeler ve çokuluslu tütün ve tütün mamulleri ticareti yapan işletmeler tarafından küresel boyutta izlenmektedir. Uluslararası kuruluşlar, uluslararası iş birlikleri ve hükümetler tütün üretimini sürekli kayıt altında tutmayı hedeflemektedir. Tütün ve tütün üretiminin ülke ekonomilerine, sosyal ve çevresel gelişmelere olan etkisi bu nedenle küresel ve ulusal çaptaki aktörlerce etkilenmektedir.

Genel çevre unsurları, işletmelerin doğrudan ve/veya işletmenin rekabet çevresinin durumu üzerinden dolaylı olarak faaliyetlerini etkileyen unsurlardır. Modern stratejik yönetim yaklaşımı, sistem yaklaşımı çerçevesinde işletme, rekabet çevresi ve genel çevreyi ele almaktadır (Ülgen ve Mirze, 2020). İşletmelerin rekabet içinde olduğu ana pazar bir sistem olarak ele alınırsa, işletmeler bu pazarın içerisinde yer alan alt sistemlerdir. Sistem yaklaşımı olarak ele alındığında her bir pazarı oluşturan ve pazardaki rekabet koşullarını bağlayıcı genel çevresel unsurlar da yer almaktadır. Genel unsurların yer aldığı çevre, genel/dış çevre olarak adlandırılır. Genel/dış çevre, sistem yaklaşımı çerçevesinde işletmeleri doğrudan etkileyebileceği gibi, işletmelerin rekabet çevresindeki faaliyetleri üzerinde de etkili olabilir (Yaşoğlu, 2015).

Tütün ve tütün mamulleri sektöründe de paydaşları etkileyecek, ulusal ve uluslararası genel çevre unsurları bulunmaktadır. Bu unsurlar,

paydaşların üretim, tüketim, satış ve pazarlama gibi faaliyetleri üzerinde doğrudan etkiye sahiptir.

3.1. Tütün ve Tütün Mamulleri Endüstrisinde PEST Analizi

Araştırma çerçevesinde ilk olarak nitel araştırma veri toplama yöntemlerinden doküman incelemesi yöntemiyle küresel tütün ve tütün mamulleri sektöründeki genel çevre unsurları incelenmiştir. Bu çerçevede uluslararası kurumların raporları, ülkelerin ulusal raporları, Türkiye'deki bakanlıkların raporları, yerli ve yabancı gazete haberleri ve akademik makaleler incelenmiştir. Elde edilen veriler ışığında PEST Analizi unsurları olan politik, yasal, ekonomik, sosyokültürel ve demografik, teknolojik çevre unsurları ile ilişkilendirilerek tütün ve tütün mamulleri sektörüne yönelik dış çevresel özellikler karşılaştırmalı olarak ortaya koyulmuştur.

3.1.1. Tütün ve Tütün Mamulleri Endüstrisinin Politik Çerçevesi

Dünya üzerinde 1,1 milyar kişinin tütün ve tütün ürünleri tükettiği düşünülmektedir. 356 milyon kişinin ise tütünü çiğnemek ve enfiye (snuff) yöntemiyle kullandığı tahmin edilmektedir (NCI, 2020). Tütün bitkisi yukarıdaki ifade edilen özelliklerinin dışında ilaç (başta AIDS tedavisi olmak üzere), ecza, parfüm, yakıt (uçak yakıtı olarak) sanayilerinde ve tarımda zirai ilaç (insektisit) ve gübreleme amaçlı kullanılmaktadır (Richard Dawkins Foundation, 2014). Ülkeler, tütün ürünlerinin iç piyasalarda satışından ve ithalatından yüksek vergi gelirleri elde etmektedir. Türkiye'nin de aralarında yer aldığı üreticiler tütün ürünlerinin satışından önemli gelir elde etmektedir. Buna karşın, tütün ve tütün ürünlerinin tüketilmesinin insan sağlığı açısından kanıtlanmış ciddi zararları vardır. Ülkeler ve uluslararası kuruluşlar, tütün ürünlerinin kısıtlanması yönünde sert politikalar uygulamaktadır. Bu açıdan hem uluslararası kuruluşların uygulamaları hem de çeşitli ülkelerin uygulamaları incelenmiştir.

3.1.1.1. Uluslararası Kuruluşların Uygulamaları

Tütün tüketimine yönelik kısıtlamalarda, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) yaptığı kampanyalarla başı çekmektedir. Tütün ve tütün mamulleri kullanımının dünyadaki en büyük önlenebilir ölüm nedeni olduğuna dikkat çeken dünya sağlık örgütü ayrıca tütün tüketimi ve pasif içiciliğe maruz kalmak nedeniyle ülkelerin yüksek sağlık harcamalarına katlandığını ifade etmektedir. Bununla birlikte, tütün ürünleri kullanımı ve pasif içicilik nedeniyle ülkelerde yaşanan iş gücü kaybının 1 trilyon dolara yaklaşan bir verimlilik kaybına yol açtığı da ifade edilmektedir (NCI, 2020).

WHO'nun araştırması istinaden, dünyada tütün kullanımını, pasif içiciliği azaltmak ve geleceğe yönelik sağlık, çevre, ekonomi ve sosyal alanlarda bireylerin insan hakları evrensel beyannameyi çerçevesinde sahip oldukları en yüksek sağlık standartlarına ulaşması yönünde harekete geçmek adına WHO çatısı altındaki ülkeler için 2003 yılı itibarıyla Tütün Kontrolü Çerçevesi Sözleşmesi (The WHO Framework Convention on Tobacco Control/ TKÇS) çağrısını yapmıştır. Türkiye, 2004 yılında sözleşmeyi imzalayarak 2005'ten itibaren TKÇS'ye taraf olmuştur. Dünya'da 2017 yılı itibarıyla sözleşmeye taraf 180 ülke bulunmaktadır. Sözleşme 5.3'üncü maddesi çerçevesinde taraf ülkeler: "*Taraflar, tütün kontrolü ile ilgili halk sağlığı politikaları geliştirilmesinde ve uygulanmasında, ulusal kanunlar doğrultusunda, bu politikaları tütün endüstrisinin ticari ve diğer çıkar çevrelerinden korur.*" fikrini benimsemekte ve uygulamaktadır (Ergüder, 2008).

2008 yılında itibaren üye ülkeler ülkedeki tütün tüketim oranlarının yaş ve cinsiyete bağlı değişimini gösteren "küresel yetişkin tütün araştırması" ve "küresel genç tütün araştırması" araştırmalarını gerçekleştirmektedir. Bu araştırmalar çerçevesinde WHO ve üye ülkeler kendi tütün tüketim eğilimlerini görebek için sağlık, ekonomi, çevre ve sosyal değişkenler üzerinde öngörüci hareketlerde bulunabilmektedir.

3.1.1.2. Bazı Ülkelerin Öncü Uygulamaları

WHO'nun 2016 yılı rakamlarına göre ülkeler 2013-2014 yılları arasında tütün ürünlerinin vergilendirmesinden 269 milyar \$ gelir elde etmiştir. Ülkeler her ne kadar TKÇS çerçevesinde tütün tüketiminin azaltılmasının sağlık, ekonomi ve sosyal açıdan ülke refahına katkıda bulunduğunu beyan etmiş olsalar da yine bu ülkeler elde ettikleri vergi gelirinin yalnızca 1 milyar \$'a yaklaşan kısmını tütün ve tütün mamullerinin kontrolünde kullanmışlardır.

Butan Krallığı, ülke genelinde tütün ve tütün mamulleri tüketimini yasaklayan ilk ülke olmuştur (Smoking Ban, 2008). 2004 yılında İrlanda bazı kamusal alanlarda ve işyerlerinde tütün kullanımını yasaklayan ilk ülke olmuştur. Hollanda, Norveç, Yeni Zelanda, İsveç, Estonya, İtalya, İspanya, Uruguay, Almanya, İngiltere, Fransa, Danimarka, Türkiye, Portekiz, Sırbistan, Slovenya'da kamusal alanlarda tütün ve tütün mamulleri kullanımını kısıtlayan ülkeler olmuştur (WHO, 2016).

Bazı ülkeler kendi hazırladıkları raporlar ve TKÇS raporları sonuçları doğrultusunda geleceğe yönelik tütün ve tütün ürünleri tüketimine ilişkin hareketler yapmaktadırlar. Örneğin; Danimarka ve Finlandiya ülkede 2030 yılına kadar tütün tüketimini sıfıra indirmeyi planlamaktadır. Rusya ise, 2015 yılından sonra doğan vatandaşlarına tütün satmamayı planlamaktadır (Seyidoğulları, 2010).

Latin ve Orta Amerika ülkelerinde ise tütün üretimini destekleyen ve kısıtlayan uygulamalar yer almaktadır. Örneğin Küba, 2000 yılından 2019 yılına kadar tütün üretimini %43 oranında azaltmıştır. Hükümet adına çalışan tek ihracatçı konumundaki Habanos, ülke çapındaki üretimin ciddi oranda düşeceğini ifade etmektedir (Jones, 2019). Buna karşın, hükümetin dış piyasaya tütün satışından elde edecekleri geliri devam eden yıllarda %20 oranında artırma hedefi vardır (Mickle, 2016).

3.1.2. Tütün ve Tütün Mamulleri Endüstrisinin Yasal Çerçevesi

Türkiye'de WHO, AB, Sağlık Bakanlığı ve Tarım Bakanlığı uygulamaları çerçevesinde tütün tüketimini ve üretimini sınırlandırıcı uygulamalar bulunmaktadır. WHO'nun TKÇS'si kapsamında 2005 yılından bu yana halk sağlığı ve tütün tarımı uygulamalarında kısıtlamalara gitmiştir. Türkiye'de ilk olarak, 1996 yılında çıkarılan 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun ile sağlık çalışmalarına yönelik uygulamalar gerçekleştirilmiştir (Resmi Gazete, 1996). Bu kanunu, 2008 yılında 5727 sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanunda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun (Resmi Gazete, 2008a) ve 5752 ...Tütün ve Tütün Mamullerinin Üretimine, İç ve Dış Alım ve Satımına...Kanun (Resmi Gazete, 2008b) sırasıyla takip etmiştir. 2008 yılında itibaren yürürlüğe giren kanunlar hem 4207 sayılı kanunu revize etmiş hem de güçlendirmiştir. Bu kanunlarla birlikte kamusal alan olarak belirtilen her türlü eğitim, sağlık, üretim, ticaret, sosyal, kültürel, spor, eğlence ve benzeri amaçlı binaların kapalı ortamlarında ve toplu ulaşım ve ticari taksilerde de dahil olmak üzere tüm toplu taşıma araçlarında tütün kullanımı yasaklanmıştır.

2008 yasalarının tütün ve tütün ürünleri tüketimini kısıtlayıcı özelliklerinin yanında tütün ürünlerinin üretimini kısıtlayıcı özellikleri de

bulunmaktadır. Örneğin; tütün yetiştiriciliği için belirlenen alanlarda toplam üretimin sınırlandırılması ve tütün ekim alanlarında alternatif ürünlerin dikimine yönelik teşvikler buna örnektir. Bununla birlikte tütün ürünlerinin üretim tesislerinin uygunluk belge bedellerindeki artış, her yeni tesis için sıfır makine kullanımı gibi zorlayıcı çerçeveler Türkiye'deki tütün üretimini kısıtlamaktadır.

3.1.3. Tütün ve Tütün Mamulleri Endüstrisinin Ekonomik Çerçevesi

Tüm Dünya'da tütün ve tütün mamullerinin üretiminde 2018 yılı itibarıyla 823 milyar \$'lık bir pazar oluşmuştur. Tütün mamullerinde en yüksek payı %86,7 ile sigara üretimi almaktadır. Pipoluk tütün üretimin dünya tütün pazarındaki payı %0,085'te kalmıştır ve bu pazarın hacmi 6,1 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir (Tanrıverdi ve Seydioğulları, 2017).

Tütünlerin tasnifinde, tütünlerin kurtulması sırasından uygulanan yöntemlerden yararlanılmaktadır. Buna göre en yaygın ve bilinen tütün çeşitleri Virginia tütünü (Flue-cured), Burley tütünü (Air-cured), Oryantal tütün (Sun-cured) ve ateşte kurutulmuş tütün (Fire-cured) gelmektedir (Tanrıverdi ve Seydioğulları, 2017). 2018 yılında dünyada kayıtlı olarak üretilen tütün miktarı 5,13 milyon tondur. Bu tütünlerin 3,62 milyon tonluk kısmını Virginia tütünleri, 0,58 milyon tonluk kısmını Burley tütünleri ve 0,18 milyon tonluk kısmını ise Oryantal tütünler oluşturmuştur (Abrunhosa, 2019). 0,75 milyon tonluk kısım ise diğer tütün ise genellikle puro ve sigarello üretiminde kullanılan, ya da bu üç ana tütün türüyle karışım olarak kullanılan tütün türlerinden oluşmuştur. Virginia tütünlerinin üretiminde Çin %47 ile Pazar payına hakimdir. Onu sırasıyla, %19 ile Güney Amerika, %15 ile Asya-Okyanusya ve %12 ile Afrika-Ortadoğu takip etmektedir. Burley tütünlerinin üretiminde ise Çin %50 ile pazar lideridir. Sırasıyla %23 ile Afrika-Ortadoğu, Güney Amerika %9 ve Asya-Okyanusya %8 ile takip etmektedir (Abrunhosa, 2019).

Türkiye, Oryantal/Şark tipi tütünlerin üretiminde dünyada pazar lideridir. 2015 yılında Türkiye, 0,06 milyar ton Şark tipi güneşte kurutulmuş tütün üreterek %32,3 ile pazar lideri olmuştur. Türkiye'yi %11,8 ile Yunanistan, %11,3 ile Makedonya ve %10 ile Çin takip etmiştir (Şişik, 2019). Türkiye'de ve diğer Balkan ülkelerinde Oryantal, Şark ya da Balkan ismi verilen tütünler güneşte kurutma yöntemi ile yetiştirilmektedirler. Daha kurak şartlarda yetişen bu tütün türü, daha az sulamayla verimlilik sağlayan bir yapıya sahiptir.

1930-1940 Büyük Buhran (Great Depression) ve savaş dönemindeki Avrupa'da bütün tüketilen tütün ve tütün mamullerinin %90'lık kısmı Türkiye çıkışlı olmuştur. Yine bu yıllarda, Avrupa'daki en büyük tütün alıcısı ve imalatçısı olan Almanya ve Avusturya'da üretilen tütün mamullerine Şark tipi tütün katma oranları %95 ile %97 oranları arasında değişmiştir. Buna karşın, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Marshall yardımları altında Amerikan Virginia ve Burley tipi tütünlerden üretilen blend sigaraların yaygınlaşması ile Avrupa ve diğer birçok ülkede Amerikan tütünleri pazarlarda hâkim olmaya başlamıştır (Tanrıverdi ve Seydioğulları, 2017).

2007 yılında yalnızca Türkiye'de üretilen tütün mamullerinin pazar payı %10'larda olmuştur. Buna karşın 2008 yılından 2011 yılına kadar uzanan süreçte Türk Milli TEKEL'inin özelleştirilmesi ile sadece bir yılda Türk tütünü içeren mamullerin pazar payı %1'in altına inmiştir (Tekel Genel Müdürlüğü, 2008).

Türkiye 2018 yılına gelindiğinde tütün ithalatında 10. sırada ve tütün ihracatında 6. Sırada yer almaktadır. Tüm dünyada tütün üretiminde Türkiye'nin payı %1,23 olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılında Türkiye, 69799 ton tütün ihracatı yapmıştır. Bu ihracatın 21709 tonu Amerika

(%34,56), 11982 tonu Belçika (%17,16), 4507 tonu Endonezya (%6,45), 2253 tonu Rusya (%3,22), 2210 tonu Romanya (%3,16), 2123 tonu Polonya (%3,04) ve 2064 tonu (%2,95) Almanya'ya yapılmıştır. Buna karşın Türkiye'de ihracata konu olan tütünün yıllara göre oranı ve dolar bazında rakamları azalmıştır. Buna göre 2012 yılında 428 milyon dolara ulaşan pazar, 2018 yılında 391 milyon dolara kadar gerilemiştir (OKA, 2019).

Tütün ve tütün ürünleri üretiminin ülke ekonomilerindeki azalmalarının altında yatan en önemli sebeplerden biri de hiç şüphesiz ülkelerin tütün ve tütün mamulleri üzerindeki tekellerinin ortadan kalkmasıdır. Milli tekellerin ortadan kalkması ile pazarda uluslararası şirketler az oyunculu piyasa yapıları oluşturmaya başlamıştır. Örneğin; 2008 yılında Türkiye'deki özelleştirme faaliyetleri çerçevesinde TEKEL'in tütün ve tütün üretimi lisanslarına 1,72 milyar \$'a sahip olan British American Tobacco şirketi başka bir Amerikan şirketi olan ve hisse sahibi de olduğu Reynold's American şirketini de 49,4 milyar \$'a satın almıştır. Bu şekilde Türkiye'deki %30'luk tütün ve tütün mamulleri pazar payına sahip olan TEKEL'in faaliyetleri sonlandırılmıştır.

Tütün ve tütün mamulleri kaçakçılığı ise ekonomik çevrenin bir başka unsurudur. Türkiye'de 2017 yılında tüketilen tütünlerin %15'lik kısmının ülkeye kaçak yollarla sokulan ürünler olduğu belirtilmektedir. Bu ürünlerin ülke ekonomisi üzerinde yarattığı açığın 1,23 milyar \$ olduğu ifade edilmektedir (Yardımcı, 2017).

3.1.4. Tütün ve Tütün Mamulleri Endüstrisinin Sosyokültürel ve Demografik Çevre Unsurları

Türkiye'de tütün ve tütün ürünlerinin üretimi çok eski yıllara kadar uzanmaktadır. Osmanlı İmparatorluğu zamanında tütün bitkisinin ekimi ilk olarak bugünkü Makedonya, Yenice ve Kırcaali'de başlamış ardından Anadolu'da Bursa, Balıkesir, Çanakkale, Aydın, İzmir ve Manisa'da devam etmiştir (Mercimek, 1999). Tütünün, Osmanlı'da Anadolu halkı ile tam olarak buluşması ise 16. yüzyılın başlarında olmuştur. Tütün, Osmanlı topraklarında üretilmesinin dışında birçok Avrupa ülkesine de ihraç edilmiştir. Özellikle bu dönemde Şark/Oryantal tütünün ismini alan tütün halen Balkan ülkelerinde üretilen tütünleri ifade etmek için de kullanılmaktadır (Seydioğulları, 2010).

Osmanlı'da kıraathane kültürüyle tütünün kullanılması yaygınlaşmıştır. Kimi zaman tütün kullanımı yasaklanmış ve daraltılmış olsa da tütün kullanım alışkanlıkları günümüze kadar gelmiştir. Amerikan yardımları öncesinde kahvehane ve kıraathane kültürünün etkisiyle bir erkek tüketim ürünü olan tütün, 1948-1952 yılları arasında Amerikan yardımları ve dönemin popülist reklamların -ki bunların arasında tütün kullanımının sağlığa yararlarını ifade eden reklamlar da bulunmaktadır- etkisiyle kadınlar için de bir tüketim aracına dönüşmüştür (Seydioğulları, 2010).

Türk tütünü tüm dünyada şark tütünü ya da balkan tipi tütün olarak lanse edilip genelde Virginia ve Burley tipi tütünlerle harmanlanarak üretilip satılmaktadır. Buna karşın, Türkiye'deki yerli üretim tütünün tutundurma faaliyetlerinin engellenmiş olması, tüketici ve üreticilerin yerli tütünden vazgeçmesine neden olmuştur. Bu çerçevede, yasak olmasına karşın dolaylı reklamlar aracılığıyla yabancı tip Türk üretimi tütünler, kimyasal maddeler ile harmanlanarak Türkiye'de satılmakta ve yüksek sayıda kullanıcıya ulaşmaktadır (Özdemir, 2010).

Türkiye'nin 2004 yılından bu yana taraf olduğu TKÇS anlaşması çerçevesinde Türkiye'de her 4 yılda bir "küresel yetişkin tütün araştırması" rakamları TÜİK tarafından açıklanmaktadır. Bu araştırmada cinsiyet ve yaş temelli tütün ve tütün mamulleri tüketim rakamları bildirilmektedir. Türkiye'de nüfusun %26,5'lik kesiminin günlük tütün ve tütün mamulleri tükettiği bilinmektedir. Bu oran kadınlarda %13,3 iken erkeklerde %40,4'e

kadar ulaşmaktadır. Yaş bazında 35-44 yaş arasındaki kesimde günlük tütün ve tütün mamulleri tüketim oranı %35,2'dir. Bu yaş grubunda kadınların %19,6'sı ve erkeklerin %50,6'sı tütün ve tütün mamulleri tüketmektedir. Küresel yetişkin tütün araştırmasının yanında Türkiye'de "küresel genç tütün araştırması" da gerçekleştirilmektedir. Bu istatistiklere göre, 13-15 yaş arasındaki gençlerde 2017 yılı istatistiklerine göre tütün tüketim oranı toplamda %7,7'dir. Bu oran erkeklerde %9,9 ve genç kızlarda %5,3 olarak gerçekleşmiştir (Küresel Gençlik Tütün Araştırması, 2017).

Türkiye'de 18 yaş altı tütün ve tütün mamulleri satışının yasak olması ve yüksek caydırıcılıkta cezaları olmasına karşın, genç tütün tüketicilerin sayılarının yüksek oluşu ve örneklemin öğrenim gören bireylerden seçilmesi geleceğe yönelik tütün tüketiminde artış yaşanabileceğinin bir göstergesi ve bir uyarısıdır.

3.1.5. Tütün ve Tütün Mamulleri Endüstrisinin Teknolojik Çevre Unsurları

Tütün ve tütün mamulleri üretimi Türkiye'de ve diğer birçok ülkede sıkı regülasyonlar altında gerçekleştirilmektedir. Buna karşın, tütün ve tütün mamullerinin kullanımında inovasyon olarak ortaya atılan ve daha az zararlı olduğunun altı çizilen ürünlerin varlığı da dikkat çekmektedir. Ayrıca tütün ürünlerine ikame olarak; nikotin tuzları, bitkisel karışımlar ve fırınlama yöntemi gibi yeni yöntemler gün ve gün ortaya çıkmaktadır (OKA, 2019). Bu açıdan bu ürünlerin gelecekte pazar paylarını büyük oranda arttıracığı ifade edilmektedir.

Türkiye'de her yeni kurulan tütün ve tütün mamulü üretim tesisinde yeni makine teçhizatı kullanılması kanun ile zorunlu tutulmuştur. Bunun yanında tütün üreticisi ve satıcılarının tütün işletme tesisi kurma uygunluk belgesi, tütün işleme tesisi faaliyet uygunluk belgesi, tütün ticareti yetkinlik belgesini Tarım ve Orman Bakanlığı nezdinde edinmiş olması gerekmektedir. Ayrıca kullanılacak makine teçhizatının da Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan onaylı makineler olması gerekmektedir (Resmi Gazete, 2020).

Türkiye'de, fırınlanmış tütün kullanımı sağlayan makinenin, elektronik sigara ve buhar makinelerinin ve bunlarda kullanılan bitkisel ürünler ile nikotin tuzlarının kullanımı yasalarla engellenmiştir. Buna karşın; internet siteleri, sosyal medya hesapları ve işyerlerinde karaborsa olarak bu ürünlerin satışı yapılmaktadır. Bu durum kanunlar nezdinde alınan sağlık önlemlerini ve kampanyalarını, özendirici uygulamalarla sosyal alışkanlıkları ve kayıt dışı uygulamalarla vergi kaçırma ve ülkenin ekonomik gelir kaybına neden olmaktadır.

Tütün ve tütün ürünleri pazarındaki genel çevre unsurları uluslararası genel unsurlar ve ulusal genel unsurlar çerçevesinde ele alınmıştır. Bu çerçevede tütün ve tütün mamullerindeki politik, yasal, ekonomik, sosyokültürel, demografik ve teknolojik gelişmeler irdelenmiştir. Bu genel çerçeve dahilinde, tüm dünyadaki tütün ve tütün mamulü sektörünün %0,085'ini oluşturan ancak en eski tütün tüketim yöntemlerinden biri olan pipo pazarının Türkiye'deki rekabet durumu iş/rekabet analizi çerçevesinde yukarıda ele alınan genel çevre unsurları kapsamında ele alınmıştır.

3.2. Tütün ve Tütün Mamulleri Endüstrisine Yönelik Bulgular

Dünyada ve Türkiye'de tütün ve tütün mamulleri endüstrisine yönelik politik, yasal, ekonomik, sosyokültürel-demografik ve teknolojik unsurlar incelenmiş olup en büyük etkinin ekonomik ve politik-yasal çevresel unsurlar bağlamında gerçekleştiği görülmüştür.

PEST analizi sonucunda her bir unsurun altında belirlenen ifadeler, daha sonra yönetim ve strateji alanında çalışmalar yürüten 4 uzmana

gösterilmiş ve uzmanlardan ifadelerin önemliden daha az önemliye olacak şekilde ordinal sıralanması istenmiştir. Uzmanların sıralamalarının ortalaması alınarak aşağıdaki çevresel unsurlara ait bulgular tablosu oluşturulmuştur (Tablo 1).

Tablo 1. Tütün ve tütün mamulleri sektörünün çevresel unsurlarına ait bulgular tablosu

Politik-Yasal Unsurlar		Ekonomik Unsurlar	
Politik Unsurlar		1.1,23 milyar \$ kaçak tütün pazarının ekonomiye vurduğu ağır darbe	2,25
1.Ulüstü Örgütlerin hükümetler ve tütün üreticileri üzerindeki baskıları	1,25	2.Türkiye'nin oryantal tütün üretiminde Pazar liderliğini elinde bulundurması	2,5
2.Hükümetlerin vergilendirmeyi bir gelir elde etme aracı olarak kullanması	1,75	3.Türkiye'nin tütün ihracatında 6. sırada olmasına rağmen hala ithalatta ilk 10 içinde yer alamaması	2,75
3.Dolaylı işgücü kaybı	3	4.Türkiye'de tütün kontrolünün devlet monopolünde üretimden çok uluslu dev şirketlerin eline geçmiş olması	2,75
Yasal unsurlar		5.Tütün üretimi pazarında Türkiye'nin istenen düzeye ulaşamaması	4,75
1.Tütün mamulleri üretimi ve tüketiminde ulusal ve ulusüstü kısıtlamalar	1	Teknolojik Unsurlar	
2.Kaçaklığı önlemek için yapılan yatırımlar	2,25	1.Yurt dışına kıyasla halen geleneksel teknolojiler ile tütün tarımının gerçekleştirilmesi	1
3.Tütün ekim alanlarının sınırlandırılması ve ikame ürün ekiminin desteklenmesi	2,75	2.Tütün üretimi gerçekleştirecek yeni fabrikalar için son teknoloji ve yeni makine-teçhizatın zorunlu tutulması	2,25
Sosyo-kültürel Unsurlar		3.Tütüne alternatif teknolojik ve elektronik nihai tüketici ürünlerinin piyasaya sunulması	2,75
1.Türkiye'de geçmişten günümüze tütün ekim alanlarının varlığı	1,75		
2.Tütünün Türkiye'de kültürel bir olgu olarak varlığı	1,75		
3.Avrupa'da oryantal tütün ismiyle Türk tütününün bilinirliği	2,5		
4.Avrupa ortalamasının üzerinde tütün tüketimi	4,25		
5.Genç tütün tüketicileri sayısının Avrupa ortalamalarının üzerinde olması	4,75		

Politik unsurlar arasında en önemli ulusüstü örgütlerin hükümetler ve tütün üreticileri üzerindeki baskıları olmuştur (\bar{x} :1.25). WHO başta olmak üzere, ülke hükümetlerinin baskıları tütün üretimi ve tüketimi üzerinde ciddi oranda azaltıcı etkilere sebep olması en önemli neden olarak gösterilebilir. Hükümetlerin vergilendirmeyi bir gelir elde etme aracı olarak kullanması (\bar{x} : 1,75) ve dolaylı işgücü kaybı (\bar{x} : 3) sırasıyla takip etmiştir. Sağlık vurgusu üzerinden yapılan kısıtlamalar, azalan tütün üretimiyle işgücü kaybına neden olmuştur. Hükümetler ise tütün tüketimini azaltmada vergilendirmeyi bir kontrol aracı olarak kullanmışlardır. Her ne kadar dünyada tütün tüketimi oranları azaltıcı bir çeldirici güç olsa da özellikle Avrupa ülkelerinde tütün ürünleri üzerindeki vergiler bir gelir aracı olarak kullanılmıştır. Türkiye'de 2020'nin ilk 9 ayında tütün ve tütün ürünlerine ödenen vergi 46,1 Milyar TL olmuştur.

Yasal unsurlarda ise tütün mamullerinin üretimi ve tüketiminde ulusal ve ulusüstü kısıtlamaların son derece önemli bir rolü bulunmaktadır (\bar{x} : 1). WHO'nun başı çektiği ve ülkemizde de 1996 yılından bu yana 4207 ve 5727 sayılı kanunların güncellenmesiyle birlikte tütün üretimine ciddi kısıtlamalar getirilmiştir. Türkiye'de dumansız hava sahası kampanyasıyla birlikte kapalı alanlar ve bazı sosyal alanlarda tütün tüketimine sınırlama getirilmiştir. Özellikle ülkemizde kaçakçılığı önlemek için yapılan yatırımlar ise ikinci sırada yer almaktadır. (\bar{x} : 2,25). Tütün ekim alanlarının sınırlandırılması ve ikame ürün ekiminin desteklenmesi ise son sırada yer almıştır (\bar{x} : 2,75). Devlet güçleri, tütün üretimini de tütün ekim alanlarını sınırlandırarak ve tütün yerine ikame ürünler ekilmesi yönünde teşvikler sunarak Türkiye'deki tütün üretiminin ciddi oranda düşmesini sağlamışlardır.

Ekonomik unsurlarda ise uzmanlar tarafından 1,23 milyar \$ kaçak tütün pazarının ekonomiye vurduğu ağır darbe en önemli unsur olarak gösterilmiştir (\bar{x} : 2,25). Son dönemde sınır bölgelerinden Türkiye'ye sokulan kaçak tütün satışlarında ise artış oranı daha önce hiç olmadığı kadar artmıştır. Türkiye'nin oryantal tütün üretiminde Pazar liderliğini elinde bulundurması ikinci sırada yer almaktadır (\bar{x} : 2,5). Kısıtlamalara rağmen, Türkiye'nin oryantal tütün üretiminde dünyadaki liderliğini koruması ise artı bir yön olarak değerlendirilebilir. Türkiye'nin tütün ihracatında 6. sırada olmasına rağmen hala ithalatta ilk 10 içinde yer alamaması (\bar{x} : 2,75) ve Türkiye'de tütün kontrolünün devlet monopolünde üretimden çok uluslu dev şirketlerin eline geçmiş olması (\bar{x} : 2,75) üçüncü ve dördüncü sırada yer alan unsurlar olarak değerlendirilmiştir. İhracatta ilk sıralarda yer alamamasına rağmen, çok uluslu işletmelerin elindeki tütün pazarı ithalat bakımından dünyada ilk 10 içinde yer almıştır. Uzmanlar son sıraya ise Tütün üretimi pazarında Türkiye'nin istenen düzeye ulaşamamasını koymuşlardır (\bar{x} : 4,75). Tütün üzerindeki politik ve yasal çevre üzerindeki kısıtlamalar ekonomik çevrede de kendisini göstermiştir. Tütün üretiminde Türkiye'nin üretimi istenen düzeye ulaşamamıştır.

Türkiye'de geçmişten günümüze tütün ekim alanlarının varlığı (\bar{x} : 1,75) ve tütünün Türkiye'de kültürel bir olgu olarak varlığı (\bar{x} : 1,75) sosyokültürel unsurlar bakımından ilk iki sırayı paylaşmaktadır. Tütün tüketiminin geçmişle güçlü kültürel bağları olduğu görülmektedir. Osmanlı döneminde tütün ekim alanı olarak kullanılan bazı bağlar günümüzde de halen aktif olarak kullanılmaktadır. Avrupa'da oryantal tütün ismiyle Türk tütününün bilinirliği ise üçüncü önemli unsur olarak sıralanmıştır (\bar{x} : 2,50). Türkiye'de Avrupa ortalamasının üzerinde tütün tüketimi bulunmaktadır (\bar{x} : 4,25). Kiraathane kültürü, tütün tüketim kültürünün önemli bir yayıcısı olsa da 1950'ler Amerikan yardımlarıyla kadın nüfusta da tütün tüketimi artmıştır. Demografik açıdan bakacak olursak Türkiye'de genel tütün tüketimi yukarıda açıklandığı gibi Avrupa ortalamasının oldukça üzerindedir. Genç tütün tüketicileri sayısının Avrupa ortalamalarının üzerinde olması ise bir diğer önemli unsurdur (\bar{x} : 4,75). BM araştırmalarına göre Türkiye'de genç nüfusun tütün tüketimi Avrupa ortalamasının çok daha üzerinde olduğu görülmektedir.

Son olarak ise teknolojik unsurlar değerlendirilmiştir. Yurt dışına kıyasla halen geleneksel teknolojiler ile tütün tarımının gerçekleştirilmesi en önemli unsur olarak gösterilmiştir (\bar{x} : 1). Türkiye'de halen tütün tarımının konvansiyonel yöntemlerle gerçekleştirilmesi ise tarımda makineleşememenin bir göstergesidir. Tütün üretimi gerçekleştirecek yeni fabrikalar için son teknoloji ve yeni makine-teçhizatın zorunlu tutulması ikinci sıradadır (\bar{x} : 2,25). Bir tütün üretimi tesisi kurmak için yeni teçhizat ve son teknoloji teçhizat kullanımı kısıtlamaları da makineleşmeye geçişi hızlandırıcı bir unsur olarak kullanılmaktadır. Buna karşın, yeni makine ve teçhizatın yüksek maliyetleri üreticiler için bir çeldirici de olabilir. Son unsur olarak ise tütüne alternatif teknolojik ve elektronik nihai tüketici

ürünlerinin piyasaya sunulması sıralanmıştır (\bar{x} : 2,75). Teknolojik çevredeki gelişmeler tütün ürünleri üzerinde kısıtlayıcı ya da azaltıcı dolaylı etkiler yaratmışlardır. Tütün ürünlerine ikame nikotin tuzu bazlı ürünlerin piyasaya sürülmesi tütün ürünleri tüketimi üzerinde azaltıcı bir etki yaratmıştır.

PEST analizinde elde edilen bulgular genel anlamda tütün tüketimi üzerinde doğrudan ve dolaylı sınırlayıcı ve baskılayıcı unsurlar olduğunu göstermektedir. Pipo ve pipo tütününden oluşan pipo pazarı ise doğrudan tütün ile ilişkili bir sektördür. Pipo ile tütün tamamlayıcı ürünlerdir. Pipo pazarının niş bir alan olması, bu anlamda tütün pazarındaki herhangi bir değişikliğin pipo pazarında daha sert hissedilmesine neden olabilir. Bu çerçevede, Türkiye'de pipo pazarı bir sonraki başlık altında detaylı olarak irdelenmiştir.

4. Türkiye'de Pipo Pazarının Rekabet Çevresi Unsurları

Küresel çapta, tütün ve tütün ürünleri piyasasında pipo tütünü 6,1 milyar \$'lık Pazar payı ile %0,086 gibi çok küçük bir pazar payına sahiptir (OKA, 2020). Bununla birlikte, bilinen en eski tütün tüketme yöntemlerinde biri olan pipo içmek (pipe smoking) başlı başına bir toplumlar için bir kültür ögesidir. Pipo tütünü, çeşitlilik bakımından en çok çeşitliliğe sahip olan tütün ürünlerinin başında yer almaktadır. Pipo üretimi (pipe making), ülkeden ülkeye farklılık gösteren metotların yer aldığı ve çok eski tarihlere dayanan bir gelenektir.

Türkiye'de yetiştirilen tütün çeşitleri pipo tütünü için son derece uygundur. Ancak, özellikle tütünün uzun süre dayanması için eklenen kimyasallar, 2018 yılı itibarıyla pipo pazarındaki son üretici Hatay Yayladağ Türk Pipo Tütünü'nün piyasadan çekilmesi ile Türkiye'de tütün üreticisi bulunmasına karşın, Türkiye'de pipo tütünü üretimi ve satışı yapan bir işletme kalmamıştır. Pipo tütünü ulaşımın zorlukları paydaşlara nasıl yansıtıldığı önemli bir sorunu teşkil etmektedir.

Türkiye'de gül kökü ağacı, lüle taşı, zeytin, kehrir gibi Türkiye'ye özgü hammaddeleri kullanarak üretim yapan az sayıda üretici bulunmaktadır. Bu niş pazardaki üreticilerin büyük kısmı ürünlerini ihraç etmekle birlikte, Türkiye pazarında da tercih edilmektedirler. Pipo tütününe ulaşımın azalması ve pipo üretim maliyetlerindeki artışın paydaşlar açısından nasıl karşılandığı ise bir diğer önemli sorunsal teşkil etmektedir. Bu çerçevede, Türkiye'deki pipo pazarının rekabet çevresi ulusal ve uluslararası düzenlemeler çerçevesinde paydaşlarla yapılan görüşmeler doğrultusunda irdelenmiştir.

4.1. Pipo Pazarı Rekabet Çevresi Unsurları Analizi

İş/rekabet çevresi analizi kapsamında pazarın iki önemli tarafını oluşturan pipo tütünü ve pipo üretimi göz önünde bulundurularak Türkiye'deki pipo kültürü, pipo üreticileri, tüketicilerin eğilimleri, pipo dernekleri ve kulüpleri, ikinci el ve takas pipo alım satımı yapan aktörlerin sorunları ele alınmıştır.

Araştırma yönteminde ifade edildiği başlığı altında belirtildiği üzere, iş/rekabet çevresi analizi kapsamında nitel araştırma veri toplama yöntemlerinden doküman incelemesi metodu ve derinlemesine mülakat yöntemlerinden yararlanılarak veriler toplanmıştır. Yurtiçindeki pipo derneklerinin kayıtları, ulusal çapta kamu ve özel kuruluşların rapor ve yayınlarından, kanun, tüzük, tebliğ ve KHK'lardan yararlanılmıştır. Mülakatlarda ise Türkiye'deki pipo derneği yöneticisi, pipo koleksiyonerleri, pipo üreticileri ve satıcılarından oluşan 5 kişilik ekip ile görüşülerek mevcut durumun belirlenmesinde Örnek Olay Analizi yönteminden yararlanılmıştır (Yin, 1984).

Araştırma sürecinde, araştırma yöntemi bölümünde de vurgulandığı üzere tarihsel süreç içerisinde oluş, neden-sonuç ilişkisi gibi mantıksal düzenin sınanması sağlanmıştır. İlk olarak iş/rekabet çevresi analizi kapsamında Türkiye’de Pipo pazarının yapısı, sınırları ve çevresi incelenmiş; sonrasında ise örnek olay analizinin sonuçlarına bulgular başlığı altında yer verilmiştir.

4.2. Türkiye’de Pipo Pazarının Yapısı ve Sınırları

Pipo ve pipo tütününü üretimi için Türkiye son derece önemli kaynaklara sahiptir. Pipo tütününde aroma verici olarak kullanılan ve diğer tütün türlerine nazaran daha hızlı yanan oryantal tütün üretiminde Türkiye dünyada birinci sıradadır (Şişik, 2020). 2018 yılına kadar uzun süreler boyunca işletilmekte olan Türk Pipo Tütününü (1933) ve Yayladağ Pipo Tütününü (1955) markaları üretimlerine devam etmiştir. Özellikle Türk Pipo Tütününü, 1933 yılından itibaren ambalaj ve logosunda değişiklik yapmadan üretimini sürdürmüş ve üretim tekniği olarak da dünyada örneğine çok az rastlanır şekilde yıllanmış ahşap preslerde dökme şekilde üretilmiştir (Pipo Geleneği, 2020). Bu bakımdan sadece Türkiye’de değil yurtdışında da rağbet görmüş ve beğenilmiştir (Türk Pipo Tütününü, 2020). Ancak özelleştirme sonrası tütün üretimi yapan firmanın el değiştirmesi, artan üretim maliyetleri ve yasal düzenlemelerin etkisinde getirilen kısıtlamalarla birlikte firma tarafından Türk Pipo Tütününü ve Yayladağ Pipo Tütününü’nün üretimi ve firmanın faaliyetleri durmuştur.

Günümüzde Türkiye pipo tütününü için en önemli tütünlerden biri olan oryantal tütünde pazar lideri olmasına karşın, ülkede üretim yapan resmi bir kuruluş bulunmamaktadır. Buna karşın tüketiciler yurtdışından gelirken her girişlerinde azami 250 grama kadar pipo tütününü getirerek vergi muafiyetinden faydalanabilmektedir (Resmi Gazete, 2009).

Türkiye’deki pipo tütününün azlığı nedeniyle kimi pipo tütününü tüketicileri taleplerini karşılamak için yurtdışına giden tanıdıklarına başvururken, pipo derneklerinde ise üyeler arasında pipo tütününü değiş-tokuşu gerçekleştirdikleri belirtilmiştir.

Türkiye’de sayıları ona yaklaşan pipo derneği bulunmaktadır. Bu pipo dernekleri başta İstanbul olmak üzere Ankara, Eskişehir, İzmir ve Gaziantep’te bulunmaktadır. Derneklerin konumu gereği bakıldığında hem İzmir, Antep gibi tütün üreticilerine yakın yerlerde kurulu oldukları ve diğerlerinin ise Eskişehir, İstanbul gibi pipo üretiminin yaygın olarak yapıldığı yerlerde oldukları görülmektedir. Derneklerin çoğu, belirli bir alanda dayanışma derneği statüsünde olup, üyeler üreticiler, tüketiciler ve ustalardan oluşmaktadır (İstanbul Pipo Derneği, 2020a). Ayrıca derneklerde toplumun önemli kesimlerinden kişiler de bulunmaktadır. Pipo ve pipo tütününü hakkında bilgi alışverişi yapıp, üyelerin birbirlerini destekledikleri bir platformdur. Ayrıca dernek üyeleri düzenlenen yerel, ulusal ve uluslararası etkinliklerle birbirlerini desteklemektedirler (İstanbul Pipo Derneği, 2020b).

Türkiye’de şüphesiz pipo pazarını ayakta tutan tütünden ziyade üretilen pipolardır. Pipo üreticileri makine üretimi ve el ile usta üretimi yapanlar olmak üzere ikiye ayrılır. Türkiye’den pipo deyince ilk olarak akla Eskişehir odun pazarı çevresine konumlanmış lüle taşından yontma el işi üretim yapan firmalar gelmektedir. Özellikle başta üçüncü kuşağa uzanmış Altınay Pipe (Altınay Pipe, 2020) olmak üzere, Odun pazarında irili ufaklı birçok firma bulunmaktadır. Bu firmaların ürettikleri pipolar yurtdışında başta Asya ve Avrupa pazarı olmak üzere birçok ülkeye ihraç edilmektedir. İç pazara yönelik üretim ise genellikle az sayıda pipo tutkunu ile sınırlı olup, ekseriyetle süs eşyası olarak kullanılmaktadır.

Gül ağacı kökünden pipo üretimi yapan Türkiye’de iki önemli firma bulunmaktadır. Bu niş pazarda bulunan iki firmadan biri kökleri 1970’lere

uzanan ve 1982 tarihinde üç kardeş tarafından kurulan Şahin Pipo (Şahin Pipo, 2020) ve yine 1970’lerde kurulan Pipsan’dır (Pipsan, 2020). Şahin Pipo, Avrupa ağırlıklı ihracat yapmaktadır. 12 kategoriye ayırıldığı pipolarıyla beraber her gelir grubuna uygun pipolar üretmektedirler. Makine ağırlıklı üretim yapan Şahin markası, Collection, Exclusive ve Diamond kategorisindeki ürünlerinde usta işi pipo üretimine de yer vermektedir. Bununla birlikte Pipsan, daha düşük bütçeye uygun pipolar üretmektedir. Buna karşın geniş yelpazede ürün çeşitliliği bulunmaktadır. 2005 yılında İtalyan bir firma ile anlaşarak orta gelir grubuna uygun Dapper pipoların da üretimine başlamışlardır. Türkiye’deki bu iki kuruluş üretim yapmakla beraber usta işi pipolar da son dönemde rağbet görmektedir. Genelde el ile yontma tekniği ile üretilen teknikler uzun zamandan beri pipo kültürünün içinde olan kimselerce üretilmektedir. Türkiye’de başta Birol Salman Pipes, Prof. Pipes, Arya Pipes, Hakan Çolakoğlu Pipes, Dirican Pipo gibi ustalar tarafından gül kökü ağacından pipolar üretilmekte ve yoğun rağbet görmektedir.

Ülkemizde satışı yapılan pipolar sadece Türkiye’de üretilen pipolar ile sınırlı değildir. Özellikle Şahin Pipo, Pipsan, Pipo Market, Pipsan, Altınay, Pipo Dünyası gibi distribütörlüğü bulunan mağazalarda Avrupa ve Amerikan menşeli gül ağacı kökü, mısır koçanı, demir ağırlıklı pipoların iç piyasaya satışı gerçekleştirilmektedir. Ayrıca daha düşük kalitede Çin menşeli pipoların da online alışveriş sitelerinde satışı yapılmaktadır.

Birçok pipo koleksiyoneri için yıllanmış ve özel zamanlar için sınırlı üretilmiş pipoları makbul bulmaktadır. Bu nedenlerden biri, pipo tutkunları zamanla birlikte piponun belli bir karakteristiğe sahip olacağı düşüncesidir. Bir diğer fikir ise, her piponun bir eşinin benzerinin daha gelmeyeceği ve kıymetinin artacağı düşüncesidir (Hopkins, 2015). Bu bakımdan her iki açıdan da piponun geleceğe iyi bir yatırım olduğu düşüncesi yaygındır. Türkiye’de de ikinci el pipo (estate pipe) alım satımı online alışveriş siteleri ve pipo kulüpleri aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Alım-satım ya da takas yoluyla satıcılar yurtdışında bit pazarlarından topladıkları nadir pipoların bakımını yaparak, elden çıkarmak istedikleri pipoların değerini artırarak ya da daha üst kalitesini almak için satış yapmaktadırlar.

4.3. Türkiye’de Pipo Pazarının Rekabet Çevresi

Türkiye’de pipo pazarı paydaş olan her bir taraf için çeşitli avantajlar ve dezavantajlar bulunmaktadır. Bu çerçevede, rekabete konu olan taraflar Porter’ın rekabet analizi çerçevesinde ele alınacaktır. Porter’ın rekabet analizinde olası rakiplerin oluşturduğu tehdit, ikame malların tehdidi, tedarikçilerin pazarlık gücü, müşterilerin pazarlık gücü ve pazardaki rakipler arasında rekabetin şiddeti son derece belirleyicidir (Ülgen ve Mirze, 2020). Bu kapsamda sırasıyla bu unsurlar ele alınacaktır.

Türkiye’de pipo üretimi açısından bakıldığında makine üretimi ve usta tipi pipo üretimi yapan firmalar mevcuttur. Bu firmalar her ne kadar Türkiye’deki lüle taşından üretim yapabilese de (Acar, 2019) ağırlık kısmındaki akrilik, ebonit ve gövdedeki gül ağacında Türkiye dışı bağımlıdır. Pipo üretimi için akrilik ve ebonit Almanya’dan tercih edilirken, gül ağacı kökü ise İtalya’dan temin edilmektedir. Tedarikçilerin ve aynı zamanda yurt dışında üretim yapanların bu nedenle rekabet gücü son derece yüksektir. Türkiye’de pipo üreticileri açısından, değişen kur ve gümrük vergileriyle birlikte Türkiye’de üretim yapmak, dışarıda kitle üretimi yapan firmalara kıyasla çok daha zor ve maliyetli hale gelmektedir.

Pipo tütününü son derece niş bir pazar olup, ikame malların tehdidi neredeyse yok gibidir. Tüketicilerin odağında “pipo içmek” olması nedeniyle diğer tütün ve tütün mamullerine kıyasla birbirlerini ikame etme durumu bulunmamaktadır.

Pipo pazarı niş bir yapıya sahip olsa da son kullanıcılar açısından pazarda müşteriler için pazarda son derece yüksek çeşitlilik mevcuttur. Bununla birlikte, kişi için en iyi pipo deneyimleyerek ortaya koyulabilir. Bu açıdan müşteriler için gelir odaklı segmentasyon, ürün çeşitlendirme ve ağaç kalitesi son derece önemlidir. Bu üç kalemi de göz önünde bulundurmak pipo sektöründeki bir üretici açısından gözden geçirilmelidir. Türkiye’de üretilen pipolarda geniş çeşitlilik ve segmentasyon bulunmaktadır. Örneğin; Türkiye’de bir markanın 12 farklı segmentte üretimi bulunmaktadır; bir diğeri de 6 farklı segmentte üretim gerçekleştirilmektedir. Bu segmentasyon çeşitliliği içerisinde pipoların fiyatları da geniş bir yelpazede farklılık göstermektedir. Değişen ekonomik değerlere karşın tüketiciler için Türk malı bir pipo almak diğer pipolara nazaran daha uygun fiyatlı bir seçim olacaktır.

Pipo üretimi pazarı birçok açıdan dünyada olduğu gibi Türkiye’de de altın çağını yaşayıp yaşamadığı söz konusudur (Logs, 2020). Ürün çeşitliliği, fiyat ve kalite gibi çeşitli unsurlar ve her bir kullanıcı için özel üretim yapabileceği gibi fırsatlar üreticiler ve tüketiciler açısından bu niş pazarı cazibeli hale getirmektedir. Buna karşın diğer tütün türleri ve muadiller piponun tütün ve tütün mamulleri pazarındaki payını giderek azaltmaktadır (OKA, 2019). Pipo üretimi dünyada makineleşirken ve pipo üreticisi sayısı azalırken, ülkemizde de lüle taşı ustalığı zanaatının ilerleyen 10-15 yıllık süreçte ortadan kalkacağı inancı hakimdir (Acar, 2019).

4.3.1. Türkiye’de Pipo Pazarının Tanımlanmasına Yönelik Bulgular

Türkiye’de rekabet pazarının yapısı ve çevresi yukarıda detaylıca irdelenmiştir. Bu aşamada, uzman görüşünden yararlanılarak pazarın tanımlanması sağlanacaktır. Pipo pazarının tanımlanmasında Hayri Ülgen ve Kadri Mirze’nin geliştirmiş olduğu pazar ve sektör analizi formundan pazar tanımı ölçeğinden yararlanılmıştır (Ülgen ve Mirze, 2004). Formun pazarın tanımlanması adına pazardaki ajanlar, çevresel unsurlar ve yapı hakkında bilgi vermektedir (bkz. Ek 1).

Tablo 2. Pipo pazarının tanımlanmasına yönelik elde edilen bulgular tablosu

Sıra	Pipo Pazarının Tanımlanmasına Yönelik İfadeler	Ortalamalar	Görüşler
1	Pazarın müşteri açısından tanımı	4,2	Pipo sektörü son derece niş bir alan olduğu için müşteriler de belirli bir grubu temsil etmektedir.
2	Pazarın dönen/duran varlıklar açısından tanımı	1,2	Sektördeki tüm varlıklar dönen varlık ağırlıklı kıymet ürünleridir.
3	Pazarın değişken/sabit gider açısından tanımı	1,4	Yüksek oranda değişken gideri vardır. Malzemeler her bir ürün için farklılık gösterir.
4	Pazarın kurumsal davranış biçimleri açısından tanımı	1,2	Pazarda ortaklaşa ve kestirilebilir bir hareketlilik vardır.
5	Pazarın rekabet durumu açısından tanımı	4,4	Buna karşın pazardaki rekabet düzeyi son derece yüksektir.
6	Pazarın giriş zorluğu açısından tanımı	4,2	Pazara giriş yüksek düzeyde bilgi gerektirmektedir. Özellikle bu durum üreticiler açısından fark yaratır.
7	Pazarın kar/satışlar açısından çekicilik derecesi	1,2	Karlılık oranı son derece yüksektir.
8	Pazarın kar/öz varlık açısından çekicilik derecesi	1,2	Yatırımlardan elde edilen kar da yüksektir.
9	Pazarın yıllar itibarı ile	3,4	Karlılığın dengesi

	dengeli karlılık açısından tanımı		dönemler itibarıyla değişiklik gösterebilmektedir.
10	Pazarın yıllar itibarı ile dengeli talep açısından tanımı	2,4	Pazarda talep nispeten dengelidir.
11	Pazarın talebin fiyat elastikliği açısından tanımı	1,8	Talebin fiyat esnekliği son derece düşüktür.
12	Pazarın sorun/olay karmaşıklık derecesi açısından tanımı	2,2	Karmaşıklık derecesi nispeten dengeli bir haldedir.
13	Pazara devlet/resmi makam müdahalesi	1,6	Bir süs eşyası olarak geçen pipo üzerinde devlet müdahalesi düşüktür.
14	Pazarı etkileyen çevresel faktör sayısı	3,4	Çevresel faktörlerin etkisi görece yüksektir. Hammade tamamen dışa bağlıdır.
15	Çevresel faktörlerin büyük çoğunluğunun değişim hızı	2,4	Buna karşın çevresel faktörlerin büyük çoğunluğunun değişim hızı yavaştır.
16	Pazarın belirsizlik derecesi	2,4	Pazarın belirsizliği son derece düşüktür.
17	Pazarın gelişme hızı	1,4	Kestirilebilir bir yapıda ve çerçevededir.
18	Pazarın yaşam evresi	4,2	Pazarın gelişme hızı buna rağmen çok yavaştır.
19	Pazarın gelişim hızının gelecek yıllardaki durumu	2,2	Tütün ile tamamlayıcı ürünler olması bunda etkilidir.

Pipo pazarında faaliyet gösteren 5 uzmandan formda yer alan unsurları, pazarın durumunu göz önünde bulundurarak doldurmaları istenmiştir. Elde edilen bulguların ortalaması alınarak, pazardaki yönelim hakkında bir tablo oluşturulmuştur (Tablo 2).

Pipo pazarının tanımlarken uzmanlar, sektörün belli bir kitleye hitap ettiğini vurgulamışlardır (\bar{x} : 4,2). Pipo pazarında kullanılan ürünler daha likit yapıdadır. Bu anlamda dönen varlıkların çok baskın olduğu bir sektörü göstermektedir (\bar{x} : 1,2). Buna karşın üretimde kullanılan hammadde hem dış ülkelere temin edilmektedir hem de doğal ürünler olduğu için her bir piponun üretiminde makine bile kullanılmış olsa farklı değişkenler vardır (\bar{x} : 1,4). Bu nedenle değişken maliyetli ürünlerin üretildiği bir pazardır. Pazarda rekabet düzeyi yüksek (\bar{x} : 4,4), pazara giriş ise son derece zordur (\bar{x} : 4,2). Buna karşın pazarda daha yüksek bir ortaklık kültürü vardır (\bar{x} : 1,2). Maliyetlerden kaynaklı karlılık yüksektir (\bar{x} : 1,2), yatırımlardan geri dönüş de nispeten yüksektir (\bar{x} : 1,2). Pipo uzun dönemli saklanabilen ve stoklanabilen bir üründür. Bu da talebin zaman içinde değişimine karşı sektördeki karlılığı orta dönemde belirsizliğe götürebilmektedir. Buna karşın, karmaşıklık derecesi uzmanlar tarafından nispeten dengeli olarak belirlenmiştir (\bar{x} : 2,2). Pipo pazarında, pipo bir süs eşyası kategorisinde olduğu için devlet müdahalesi nispeten düşüktür (\bar{x} : 1,6). Ancak, çevresel faktörlerin etkisi ortalamanın üzerindedir (\bar{x} : 3,4). Bu durumun ardında, hammadde ve satışların doğrudan yurtdışı ile bağlantılı olması vardır.

Pipo pazarı artık doygunluğa erişmiş bir pazardır (Logs, 2020). Pazarın gelişme hızı son derece düşüktür (\bar{x} : 1,4). Uzmanlara göre Pazar artık olgunluk evresini yaşamaktadır (\bar{x} : 4,2). Gelecek yıllarda uzmanlar, pazarın gelişme hızında büyük bir farklılık beklenmemektedir (\bar{x} : 2,2).

Bu aşamada uzmanlardan pazarın tanımına ilişkin elde edilen bilgiler, pazarı daha net bir şekilde tanımlamayı sağlamıştır. Elde edilen bu bulgular

ışığında pipo sektörüne ilişkin uzmanlarla derinlemesine görüşmeler yapılarak sektörün sorunlarına ilişkin detaylı bilgi toplanmaya çalışılmıştır.

4.3.2. Uzmanlarla Yapılan Görüşmelerin Karşılaştırılması

Türkiye'deki pipo pazarındaki sorunlar üzerine pazarın aktörleri ile gerçekleştirilen mülakatlarda, katılımcılara yöneltilen sorular yukarıdaki ele alınan konularda ortaya çıkan sorunlar göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur. Bu çerçevede katılımcılara Türkiye'de pazarın değişim (Acar, 2019; Resmi Gazete 2008a; Resmi Gazete 2008b), kalitenin ve beklentilerin tercihler üzerindeki beklentisi (Altan, 2012; Özdemir, 2010), farklı açılardan sorunları olan pazarın geleceğine ilişkin görüşleri (Seyidoğulları, 2010), ekonomik parametrelerdeki değişimlerin aktörlere etkisi (OKA, 2019; Seyidoğulları, 2010) ve son olarak da kaçak ürünlerin piyasa üzerindeki etkisi (Yıldırım, 2017) ve beklentilerine yönelik sorunlar yöneltilmiştir. Bu bulgular ışığında soru cevap şeklinde farklı zamanlarda görüşmeler gerçekleştirilen kişilerin görüşleri irdelenmiştir.

Yöneltilen sorular, araştırmadaki kişilerin etkinlik alanları ile aynı doğrultuda olacak şekilde yukarıdan aşağıya doğru sıralanmıştır. Her bir sorunun sonunda soruya ilişkin mevcut durum karşılaştırmalarına yer verilmiştir.

Soru-1: Türkiye'de pipo ve pipo tütünü üretimindeki meydana gelen değişim konusunda ne düşünüyorsunuz?

Pipo Derneği Yöneticisi: *“Türkiye’de pipo üretimi, hem geleneksel el sanatlarının bir ürünü hem de bir zanaat olması nedeniyle kültürel bir parçadır. Bu nedenle, tütün üretiminde olduğu gibi katı kısıtlamalar yoktur. Ancak, tütün ve tütün mamullerini kullanımına özendirmek başlığı altında reklamının yapılması kanunen engellenmiştir. Buna karşın pipo tütünü 2018 yılı itibarıyla hem TPT [Türk Pipo Tütünü] hem de Yayladağ Pipo Tütünü’nü üreten işletmenin çekilmesi nedeniyle sıfırlanmıştır. Ülkemiz, pipo için gerekli tütünleri üretebilen bir ülkedir. Güneşte kurutma yöntemiyle kurutulan tütünler özellikle daha lezzetli ve şekerli bir yapıdadırlar. Buna karşın üretim tamamen durmuştur.*

...Ülkemizde son derece başarılı Avrupa ile yarışır pipolar üretilmektedir. Buna ek dışarıdaki büyük markaların da distribütörleri bulunmaktadır. Buna karşın pipo tütüne ulaşmak son derece zordur. Bu nedenle değiş tokuş, yurtdışı seyahatleri ve kulüpler içinde kendi pipo tütününü üretmek yolları izlenmiştir. Bu da istenen çeşitliliği sağlamamaktadır.”

2018 yılından beri ülkemizde yerli ya da yabancı pipo tütününün resmi satışı yapılmamaktadır. Buna karşın, Türk işletmelerinin ürettiği pipolar başta Avrupa olmak üzere dünyanın birçok bölgesine gönderilmektedir (Şahin Pipo, 2020). Pipo üretiminde, lüle taşı pipo üretimi yapan ustaların sayısı azalmakla birlikte son yıllarda artan talep gül kökü ağacından üretim yapan ustaların sayısı artmıştır. Tütün üreticilerinin desteklenmesiyle yerli pipo tütününün üretimi ile ilgili çalışmalar da başlamıştır.

Soru-2: Türkiye'de üretilen pipoları mı yoksa ithal pipoları mı tercih ediyorsunuz? Sizin için bir kalite farkı bulunmakta mıdır?

Pipo Koleksiyoneri: *“Benim yaklaşık 400 kadar pipom var. ...Bunların çoğu briar dediğimiz gül ağacı kökünden üretilmiştir. Pipo kültürü bana dedemden miras olmakla beraber, 30 yıla yaygın bir sürede tüm bunları topladım. Halen, elimdeki pipoları online siteler üzerinden soğuk satış yöntemiyle ya da dernekteki arkadaşlarımla takas ederek ya da satarak kendi koleksiyonumu geliştirmeye çalışıyorum. ...Pipoda kalite yerli olup olmaması değil, ihtiyaçları en iyi şekilde karşılamasıdır. Örneğin; kurum içim sağlamak, hazne genişliği, ağacın yaşı, üretimin serisi benim için son derece önemli unsurları ifade etmektedir. Bu bakımdan yerli ya da yabancı*

diye ayırt etmem. Ama Türkiye’de üretilen pipoların çok hoşuma gittiğini ve yaklaşık pipolarımın yarısını oluşturduğunu söyleyebilirim.”

Türkiye’de üretilen yerli pipoların büyük çoğunluğu üretim için İtalyan menşeli gül kökü ağacını tercih etmektedir. Bununla birlikte gül kökü ağacının fırınlanma ve yaşlandırma süreçleri pipo kalitesi üzerinde etkilidir. Tüm süreçleri bir arada geçirse ve aynı ağaç kütüğünden yapılmış olsa dahi her pipo birbirinden farklıdır. Bu nedenle tüketiciler, ürünün yerli olup olmasından ziyade kendileri açısından ne derece önemli olduğuna göre bir ayırım yapmaktadır. Lüle taşı pipolar açısından ise ülkemizde üretilen pipolar en üst seviyeyi oluşturmaktadır. İşlenmemiş lüle taşının ihracatının yasak olması nedeniyle ve ülkemizde önemli üreticiler olması nedeniyle Türk malı lüle taşı pipolar yurtdışında sıklıkla tercih edilmektedir (Acar, 2019).

Soru-3: Pipo üreticileri olarak pipo pazarı ile ilgili öngörünüz nedir? Sizin üretiminizi etkileyecek en büyük unsurlar nelerdir?

Pipo Üreticisi I: *“...Bizim pipolarımızın büyük bir kısmı makine üretimi olup sadece belli kategorilerde ve kişilerin talepleri doğrultusunda el üretimi yapıyoruz. Gül ağacı köklerini İtalya’dan anlaşmalı olduğunuz yerlerden ham bir şekilde alıyoruz. Kökleri üretimden önce en az 3 yıl kuruması için bırakıyoruz. Kaldı ki bazı pipolarımızda 40-50 yıllık bekletilmiş kökler de kullandığımız oluyor. ...Toptan aldığımız ve beklettiğimiz için belki ekonomik krizlere karşı üretim açısından daha avantajlı olduğumu söyleyebiliriz. Ancak hem satışlar noktasında yabancı döviz kurlarının yükselmesi hem de ülkemizdeki engeller üretimimizi olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle çoğu zaman elimizdeki stokları eritmekte zorluk da yaşayabiliyoruz. Şu an halen elimizde 1990’lı yıllardan kalma pipolar bulunmaktadır. Ancak ben her şeye rağmen pipo üretiminin altın çağını yaşadığımızı düşününlerdenim. Ürettiğimiz pipoların gelecekte çok değerleneceğini düşünüyorum [gülüyor]. Bu anlamda en büyük sorun ekonomik açıdan karımızı arttırmak olacaktır.”*

Pipo Üreticisi II: *“Bizim ürettiğimiz pipolar lüle taşından. Eskişehir’de 1958 yılından bu yana Odun Pazarı’nda üretim yapıyoruz. Lüle taşı işlemede çok hassas olması nedeniyle makine kullanımımız minimum seviyede. Buna karşın, ürettiğimiz tüm ürünler el üretimi ve yüksek kalitededir. Ürettiğimiz pipoların satışını genelde başta Çin olmak üzere Asya ve Avrupa’ya yapıyoruz. Butik bir işletme olduğumuz için bizim karşılaştığımız en büyük problem hammadde fiyatından ziyade yurtdışı kargo ve ödeme sistemlerinde yaşadığımız sorunlar oluyor. İç pazarda 45-50 dolar seviyesinde satacağımız bir pipo vergiler ve nakliye bedelleri nedeniyle 200 dolara kadar yükselebiliyor. Ancak gelişen dijital dünya ile birlikte çok daha uygun fiyatlara taşımacılık yapılacağını ve ödeme sistemlerinin gelişeceğini düşünüyorum.”*

Pipoların yurtdışında satışa çıkarılması, gelişen bilgi ve haberleşme teknolojileri sayesinde daha kolay hale gelmektedir. Bununla birlikte ülkemize pipoların gelmesi de aynı şekilde kolaylaşmıştır. Ancak kur farkları burada ciddi bir sorun oluşturmaktadır. Böyle olunca tüketiciler, ikinci el pipolara ya da daha uygun fiyatlılarına yönelmektedir. Bunun sonucunda da üreticilerin elinde 1990 yılından kalma üst segment pipolar kalmaktadır.

Soru-4: Sizden önce pipo üreticileri ve tüketicileri ile görüşme fırsatım oldu. Siz de hem yurtiçindeki firmaların ürünlerini hem de yurtdışındaki firmaların ürünlerini yurtdışına ve iç piyasaya satıyorsunuz. Hem kur farklılıkları hem de yasal kısıtlamalar sizi nasıl etkiledi?

Pipo Ticareti Yapan Esnaf: *“Yabancı pipolarda her zaman belli bir teminat ödemesi yapılması gerekiyor. Bunun üzerine vergi ve kâr payı da eklenince fiyatlar dışarıya göre dolar bazında artıyor. Bir de dolar yükselirse ürün elimizde bile kalabilir. Bu açıdan yerli ürün satmak çoğu zaman daha karlı oluyor. Evet yerli pipo da çok çeşit olabilir. Ama tüm*

yerli pipoların hepsini yurtdışına satamıyoruz. Bunda özellikle ön plana çıkan etmen kalite oluyor. Ürün ne kadar kaliteli ise satma şansımız da o derece yüksek. Ancak, yine de en önemli etkenin kalite olduğunu söyleyebilirim.”

Soru-5: Bildiğiniz üzere Türkiye’de pipo tütününün iç piyasada üretimi yapılmıyor. Piyasada olanların da çoğunun kaçak ve sahte pipo tütünlerinden oluştuğu ifade ediliyor. Siz pipo tütününe ulaşmakta zorluk çekiyor musunuz?

Pipo Üreticisi I: “Ben pipo tütünlerimi yurtdışından gelen arkadaşlarımdan temin ediyorum. Çoğu yakın arkadaşım bunu bildiği için gelirken mutlaka farklı tıp tütünler getiriyorlar. ...Ancak Türkiye’deki çoğu insan bir pipo ve tütün üreticisi ülke olmamıza rağmen ve pipo tütününe ulaşmakta zorluk yaşıyor. ...Ayrıca tütünün üretimine yönelik ciddi kanuni sınırlamalar var. Bu da küçük üretici için son derece sınırlı bir çerçeveye oluşturuyor. Buna karşın piyasadaki devler de karsız ve niş bir iş olduğu için üretimden kaçınıyor. Hal böyle olunca ulaşmak son derece zor.”

Pipo Koleksiyoneri: “Aslında çok makbul bir pipo tütünü vardı, Türk Pipo Tütünü. Ancak 2000’lerde itibaren hem üretimi hem de tadı son derece bozuldu. Sonrasında da yanlış hatırlıyorsam 2016’da [2018 yılında gerçekleşiyor] piyasadaki çekildi. ...Ben tütünlerimi genelde bir arkadaşarımdan satın alıyorum. Sık uçuş yaptığı için yurtdışına her gidişinde bana sorar mutlaka. ...Türkiye’de güzel bir kültürü öldürmek üzere. Birkaç kişinin çabalarıyla pipo sektörünün ayakta kaldığı söyleyebilirim. Pipolarımız kaliteli ama tütünsüz hiçbir olgunluğu yok maalesef.”

Tüketiciler, tütüne ulaşmakta zorlanmaktadır. Yerli pipo tütününün satıldığı dönemlerde de satıcılar son derece az getirisi olması nedeniyle yerli tütün satan çok az yer olduğu bilinmektedir (Özseyhan, 2016). Buna karşın, Avrupa ve dünya pazarında çok çeşitli pipo tütünleri satışı var. Bu durum üreticileri; kendi aralarında değiş tokuş, kendi tütünlerini üretme ve yurtdışından pipo tütünü getirtmek yönünde yönlendirmektedir. Pipo tütünün, bireysel yolcular için 250 gram ile sınırlı olduğu göz önüne alındığında (Resmi Gazete, 2009) tüketicilerin pipo tütününe ulaşmasının son derece zor ve zahmetli olduğu görülebilir.

Araştırma kapsamında yapılan mülakatlarda pipo sektörünün aktörleri olan katılımcılara alanlarına yönelik beş kategoride sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu Türkiye’de pipo tütünü üretilmemesinin, sektör bazında büyük bir problem olduğunu tekrarlamıştır. Küçük üreticinin, büyük karşısında üretim şansının da son derece az olduğu vurgulanmıştır.

Pipo pazarını üretici, satıcı ve tüketiciler açısından bağlayan en önemli nokta kurdaki dalgalanmalar olmuştur. Özellikle döviz kurunun artmasıyla üreticiler, dışarıdan temin ettikleri malzemelere ulaşmakta zorlanmaktadır. Ayrıca dövizdeki artışla birlikte yükselen fiyatlar talebi azaltmaktadır. Birçok firmada arz fazlası ürün de oluşmuştur. Ancak piponun stoklama maliyetinin düşük olması firmaların üzerinde bir baskı oluşturmadığını göstermektedir.

Pipo kulüpleri, Türkiye’de üretici ve tüketiciyi en çok bir araya getiren platform olmuştur. Düzenlenen ulusal ve uluslararası müsabakalara sponsorluk veren üreticiler ve katılım sağlayan tüketiciler bir anlamda bu küçük pazarda bütünleşmeyi sağlamıştır. Ayrıca pipo içenler için tütün bulmanın en kolay yollarından biri de yine kulüp üyelikleri olmuştur.

5. Sonuç ve Öneriler

Tütün ve tütün mamulleri tüketimi miktarı yıllara göre ciddi oranda azalma göstermektedir. Buna karşın demografik açıdan genç tütün tüketicilerinin sayısı artış göstermektedir. Tüm tütün ürünleri üretiminin %0,085’ini oluşturan pipo tütünü pazarı ise bu sosyoekonomik ve demografik gelişmelerden ziyade ekonomik dalgalanmalardan

etkilenmiştir. Uluslararası sağlık kuruluşlarının raporları doğrultusunda yapılan iş birlikleri ve yasal uygulamalarla tütün tüketimini azaltmada Türkiye başarılı bir grafik çizmektedir (Altan vd., 2012). Ancak, büyük üreticilerin tekelinde olan tütün sektöründe Türkiye’nin rolü son zaman içinde hızla azalmıştır. Özellikle pipo pazarında hem pipo üretiminin hammaddelerinde olan lüle taşına sahip olan hem de en çok aranan tütünlerden oryantal tütününe dünya birincisi olan Türkiye’nin bu 6,1 milyar dolarlık pipo tütünü pazarından payı son derece kısıtlı kalmıştır. Bununla beraber, ülkeye kaçak yollardan sokulan tütünlerin ekonomiye etkisinin 1,23 milyar dolar olduğu ifade edilmektedir. Bu bakımdan sağlıklı bir toplum oluşturma hedeflerinden vazgeçmeden tütün üreticisini uluslararası alanda desteklemek son derece faydalı olacaktır. Rol-model olarak alınabilecek ülkelerin başında ise Danimarka gelmektedir. Danimarka, kendi tütününü üretmeyecek bir coğrafyadadır. Buna karşın, dünyada önde gelen birçok tütün ve tütün mamulleri markasının da ana ülkesi konumundadır. Danimarka’da dokuz büyük ve uluslararası tütün üreticisi firmanın yanı sıra, sayıları yüze yaklaşan küçük ve orta büyüklükteki firmalar bulunmaktadır. Aynı zamanda Danimarka, tütün ürünlerinden kaynaklanan hastalıkların önlenmesinde Avrupa’da en yüksek başarı gösteren ülke de olmuştur. Ülkemiz için de küçük üreticilerin desteklenmesi ve kooperatifler altında toplandığı bir sistem ile toplumsal sağlığın dengede tutulduğu bir modelin benimsenmesi son derece yerinde olacaktır.

Teknolojik ürünlerin artması ve değişen sosyokültürel çevre karşısında pipo kültürü varlığını korumaya devam etmiştir. Bilinen en eski tütün kullanım yöntemlerinden biri olan piponun Türkiye’de varlığını sürdürmesinde üreticilerin, pipo ustalarının ve pipo dernek ve kulüplerinin etkisi son derece büyüktür. Benzininin satışının yasak olduğu ülkede araba üretmek şeklinde tabir edebileceğimiz tütün pazarında üretici olmak ve üretim yapmak son derece zor ve meşakkatlidir. Ancak, Türkiye’de üretilen pipolar hem süs objesi hem de tütün tüketim aracı olarak yurtdışında ve Türkiye’de yoğun talep görmektedir. Küçük bir pazar olmasına karşın bunun çok üstünde bir ihracat hacmine sahip olan pipo pazarı tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de altın dönemini yaşamaktadır. Gelecek yıllarda azalacağı tahmin edilen tütün tüketimi ve hızlı tüketime yönelme alışkanlığı ile pipo pazarının daha da küçüleceği öngörülmektedir. Dünya çapında azalan tütün tüketimine karşın, tütün ürünleri çeşitliliği artmaktadır. Özellikle ülkemizde üretilen tütün hem pipo hem de diğer tütün ürünleri açısından son derece kıymetlidir. Büyük üreticilerin olmadığı pipo tütünü pazarında, yeni girişimcilere rahat hareket etme fırsatı sağlayabilir.

Dernekler ve kulüpler altında birleşen üretici, tüketici ve satıcılar pazarın canlılığını korumasındaki en önemli aktörler olduğu görülmüştür. Dernekler, pipo koleksiyonerleri için pipo değiş-tokuşu ve ulaşılamayan çok yıllık ya da nadir tütünlere ulaşmanın bir yolu ve deneyimlerini meşru bir platforma taşımalarının yolu olmuştur. Buna ek, üreticiler de dernekler sayesinde geri-dönüşler olarak ürettikleri ürünleri geliştirme şansı elde edebilmektedir. Dernek üyelerinin ortak vurgusu ise bandrollü pipo tütünün eksikliği olmuştur. Birçok üye, yurtdışından getirilmesinden önce yurtiçinde üretilen pipo tütünü tercih edeceklerini vurgulamıştır. Türkiye’nin üretiminde pazar lideri olduğu oryantal tütün, pipo tütünü üretiminde en çok tercih edilen tütün tiplerinden biridir. Dernek üyelerinin yerli bir pipo tütününe duydukları ihtiyacı bu durum açıklamaktadır.

Bu çalışma daha önce hiç ele alınmamış pipo ve pipo tütünü pazarının hem dış hem de iç faktörlerden nasıl etkilendiğini farklı açılardan yansıtmaktadır. Pipo tütünü ve pipo üreticilerinin durumlarını açıklaması bakımından altın çağını yaşayan ve zaman içinde yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalabilecek bir kültüre de ışık tutmaktadır. Bu haliyle, kendisinden sonra gelecek çalışmalara temel oluşturmaktadır.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Tüm süreç sorumlu yazar / Burak Külli tarafından yürütülmüştür.

Çatışma Beyanı

Çalışmada yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Destek Beyanı

Bu çalışma için herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Teşekkür Beyanı

Bu çalışmada pipo sektörüne ilişkin verilerini bizim ile paylaştığı için Ahmet Ceceli'ye teşekkür ederim.

Kaynaklar

- 4458 Sayılı Gümrük Kanunu'nun Bazı Maddelerinin Uygulanması Hakkında Karar (2009, 7 Ekim). Resmi Gazete (Sayı: 27369 (Mükerrer)). Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2009/10/20091007-2.htm>
- Abrunhosa, A. (2019, Ağustos). Tütün Üretimine Bakış. II. Uluslararası Tütün Çalıştayı Bildiri, On Dokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun. Erişim Adresi: <https://www.oka.org.tr/assets/upload/dosyalar/ii-uluslararasi-tutun-calistayi-sonuc-raporu-38-90.pdf>
- Acar, Ş. M. (2019). Osmanlı'dan Cumhuriyet'e lületaşının geçmişi. *Eskişehir Ticaret Odası, KAPAK*, 52-56.
- Algan, E. (2015). Eskişehir'de lületaşı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(8), 1-31. doi: 10.20488/www-std-adolu-edu-tr.220235
- Altan, P., Kılınç, E. A., Aygül, F., İltar, H. ve Öztürk, M. (2012). Türkiye'de Tütün Kontrolünün Başarı Öyküsü. *Türkiye Klinikleri. Pulmonary Medicine-Special Topics*, 5(2), 16-20. Erişim Adresi: <https://www.turkiyeklinikleri.com/article/tr-turkiyede-tutun-kontrolunun-basari-oykusu-63202.html>
- Altınay P. (2020, 21 Nisan). *Altınay Pipe içinde* [Tanıtım Yazısı]. Erişim Adresi: <https://www.altinaypipes.com/about-us/>
- Bryman, A. (2004). *Social research methods*. Oxford University Press: New York.
- Carr, L. P. ve Nanni Jr, A. J. (2009). *Delivering results: managing what matters*. Springer Science & Business Media.
- Carsillo, R. (2014, 23 Ekim). Tobacco pipes history: Looking back. Erişim Adresi: <https://www.tobaccopipes.com/blog/tobacco-pipes-history-looking-back/>
- Chris H. (2015). Cellaring tobacco: The do's and don'ts. Erişim Adresi: <https://www.tobaccopipes.com/blog/cellaring-tobacco-the-dos-and-donts/>
- Cresswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Daft, R. L. ve Marcic, D. (2016). *Understanding management*. Nelson Education.
- Ergüder, T. (2008). *Tütün kontrolü çerçeve sözleşmesi küresel sağlık için, küresel eylem*. Sağlık Bakanlığı- Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Genov, Ivan. (2019). *Tütün Tüketimi, Gelişen Mevzuat ve Yeni Ürün Gelişmeleri*. II. Uluslararası Tütün Çalıştayı Sunulan Bildiri, On Dokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun. Erişim Adresi: <https://www.oka.org.tr/assets/upload/dosyalar/ii-uluslararasi-tutun-calistayi-sonuc-raporu-38-90.pdf>
- Güler A., Halıcıoğlu M. B. ve Taşşın S. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma* (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Heale, R. ve Forbes, D. (2013). Understanding triangulation in research. *Evidence-Based Nursing*, 16(4), 98-98.
- İstanbul Pipo Derneği (2020). *Balkan Pipe Cup*. Balkan Pipe Clubs Association içinde. Erişim Adresi: <http://www.istanbulpipodernegi.org/?pnun=106&pt=BALKAN+PIPE+CUP+2020>
- İstanbul Pipo Derneği (2020, 19 Nisan). Erişim adresi: <https://bilgece.net/istanbul-ili-istanbul-pipo-dernegi>

- Jones, K. (2019). Cuba, the centrally planned cigar, and its rivals. *The World Economy*, 42(10), 2900-2923.
- Küresel Gençlik Tütün Araştırması (2020, Nisan 21). *Küresel Genç Tütün Araştırması 2017 Raporu*. Erişim Adresi: https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/tutun-mucadele-bagimlilik-db/duyurular/KGTA-2017_pdf.pdf
- Logs (2020, 19 Şubat). 2020: *The Golden Age?* [Forum Gönderisi]. Erişim Adresi: <https://pipesmokersdens.com/threads/2020-the-golden-age.7398/>
- Mercimek, V., (1999). Tarihi süreç içerisinde Türkiye'de yetiştirilen tütün miktarı ve değişim sebepleri, *Tütün Ekspertler Derneği Bülteni*, s.42, Mart-Nisan 1999.
- Merriam, S. B. (1990). *Case study research in education*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Mickle, T. (2016). Smoked: Cuba's cigar industry isn't ready for its American moment. *The Wall Street Journal*. Erişim Adresi: <https://www.wsj.com/articles/smoked-cubas-cigar-industry-isnt-ready-for-its-american-moment-1463767535>
- NCI (National Cancer Institute). (2020, Eylül 24). *The economics of tobacco and tobacco control*. Erişim Adresi: <https://cancercontrol.cancer.gov/brp/trcb/monographs/monograph-21>
- OKA (Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı). (2019). *II. Uluslararası Tütün Çalıştayı Sonuç Raporu*. Bafra, Samsun.
- Özdemir, M. (2010). *Türkiye'de tütün sektörünün tarihi ve ekonomik yapısı* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.
- Özseyhan, S. (2016). *Pipoculuk önce kültür sonra disiplin ve en son ritüel. pipo dünyası içinde*. Erişim adresi: <http://www.pipodunyasi.com/omer-parlarin-yorumlarından-derlemeler.html>
- Pipo Geleneği. Türk Pipo Tütünü (2020, 21 Nisan). Hakkında içinde. Erişim adresi: <http://www.tabacturc.com/pipo.html>
- Pipsan (2020, 22 Nisan). *Pipsan hakkında içinde*. Erişim adresi: <http://www.pipsan.com/profil.asp>
- Porter, M. E. (1980). *Competative strategy*. Free Press, New York.
- Resmi Gazete. (2020, 22 Ocak). Tütün Mamullerinin Üretim ve Ticaretine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 23 Üncü Maddesine ve Diğer Maddelelere Yönelik Tebliğ. Tebliğ No: 2019/71.
- Richard Dawkins Foundation. (2014) *Ebola and tobacco: a teachable moment. national center for science education (NCSE)*. Erişim adresi: <https://ncse.ngo/ebola-and-tobacco-teachable-moment>
- Rogers, K. (2020, 4 Nisan). *Jean Nicot*. Brittainca. Encyclopedia Britannica içinde. Erişim adresi: <https://www.britannica.com/biography/Jean-Nicot>
- Seydiogulları, M. (2010). Dünyada ve Türkiye'de tütünün tarihçesi, üretimi, ticareti ve temel politikaları. *Türk Toraks Derneği Yayını içinde, Tütün ve Tütün Kontrolü (s.3-20)*. İstanbul: Aves Yayıncılık.
- Smoking Ban. (2008, 01 Ağustos). Vikipedi içinde. Erişim Adresi: http://en.wikipedia.org/wiki/Smoking_ban
- Şahin Pipo. (2020, 22 Nisan). *Şahin pipo hakkında içinde*. Erişim Adresi: <https://www.sahinpipo.com.tr/hakkimizda/>
- Siğrı, Ü. (2018). *Nitel araştırma yöntemleri*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Şişik, H. (2019). Dünya'da ve Türkiye'de Oryantal Tütün Pazarı. II. Uluslararası Tütün Çalıştayı Sunulan Bildiri, On Dokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun. Erişim adresi: <https://www.oka.org.tr/assets/upload/dosyalar/ii-uluslararasi-tutun-calistayi-sonuc-raporu-3890.pdf>
- Tanrıverdi, H. ve Seydiogulları, M. (2017). Tütün ekspertleri ve tütün teknolojisi mühendislerinin; tütüncülük ve değişimi ile iktisat, sağlık, kültür ve turizm konularıyla ilişkisine ait görüşlerinin incelenmesi. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 11-39.
- Taşlıgil, N. ve Şahin, G. (2011). Doğal ve kültürel özellikleriyle lületaşı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 4(16), 436-452.
- Tekel Genel Müdürlüğü. (2008). *TEKEL faaliyet raporu-2007*. İstanbul: TEKEL Yayınları, 66-69.
- TÜİK. (2016). *Bireylerin tütün mamülü kullanma durumunun cinsiyet ve yaş grubuna göre dağılımı, Türkiye sağlık araştırması*. Erişim adresi: http://untobaccocontrol.org/impldb/wp-content/uploads/reports/turkey_annex2_turkish_health_survey_2010.pdf
- TÜİK. (2020). *Bitkisel üretim istatistikleri- bitkisel üretim bir önceki yıla göre arttı*. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bitkisel-Uretim-Istatistikleri-2020-3373>

- Türk Pipo Tütünü (2020, 21 Nisan). Tobacco reviews içinde. Erişim adresi: <https://www.tobaccoreviews.com/blend/3445/tabac-turc-turk-pipo-tutunu-turkish-pipe-tobacco>.
- Tütün Mamullerinin Üretim ve Ticaretine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 23 Üncü Maddesinin, Puro ve Sigarillo İthalatı, Fiyatının Belirlenmesi ve Yurt İçinde Pazarlanmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Kararın 6. Maddesinin, Makaron Üretimi Ve Ticaretine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 23 Üncü Maddesinin, Yaprak Sigara Kağıdı Üretimi ve Ticaretine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliğin 23 Üncü Maddesinin Uygulanması ile İlgili Tebliğ (2019, 9 Ocak). Resmi Gazete (Sayı: 30650 (Mükerrer)). Erişim Adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/01/20190109-12.htm>.
- Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanunda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun (2008, 19 Ocak). Resmi Gazete (Sayı: 26761 (Mükerrer)). Erişim Adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2008/01/20080119-1.htm>.
- Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun (1996, 7 Kasım). Resmi Gazete (Sayı: 7533 (Mükerrer)). Erişim Adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4207.pdf>
- Tütün, Tütün Mamulleri, Tuz ve Alkol İşletmeleri Genel Müdürlüğünün Yeniden Yapılandırılması ile Tütün ve Tütün Mamullerinin Üretimine, İç ve Dış Alım ve Satımına, 4046 Sayılı Kanun'da ve 233 Sayılı Kanun Hükmünde Kararıyla Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun (2008, 15 Nisan). Resmi Gazete (Sayı: 26848 (Mükerrer)). Erişim Adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2008/04/20080415-1.htm>.
- Ülgen, H. ve Mirze, K. (2004). *İşletmelerde stratejik yönetim*. Öğretim Üyesi El Kitabı.
- Ülgen, H. ve Mirze, K. (2020). *İşletmelerde stratejik yönetim* (10. Baskı). Beta Yayıncılık: İstanbul.
- World Health Organization (WHO), (2020). *Tobacco free initiative. protection from exposure to second-hand tobacco smoke. policy recommendations*. Erişim Adresi: https://www.who.int/tobacco/resources/publications/wntd/2007/PR_on_SHS.pdf
- Yaşlıoğlu, M. M. (2015). *Rekabet avantajı ve strateji & yöneticinin el kitabı*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Yıldırım, T. (2017, 22 Ocak). *İçişleri Bakanı Soylu: Bizim için terör ne ise uyuşturucu odur*. Anadolu Ajansı. Erişim Adresi: <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/icisleri-bakani-soylu-bizim-icin-teror-ne-ise-uyusturucu-odur/732634>.
- Yıldırım, A. ve Şimşek H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: desing and methods*. (Vol 5). Sage Publications.

Ekler**Ek 1.** Türkiye’de pipo pazarının tanımlanması

Sıra	Pipo Pazarının Tanımlanması	Değerlendirme Ölçütleri	Ortalamalar	
1	Pazarın müşteri açısından tanımı	1-Müşterilerin Hiçbir Belirgin Özelliği Yok	2 3 4 5-Müşteriler Çok Belirli Bir Grup	4,2
2	Pazarın dönen/duran varlıklar açısından tanımı	1-Dönen Varlık Ağırlıklı Bir Sektör	2 3 4 5-Sabit Varlık Ağırlıklı Bir Sektör	1,2
3	Pazarın değişken/sabit gider açısından tanımı	1-Değişken Gideri Yüksek Bir Sektör	2 3 4 5-Sabit Gideri Yüksek Bir Sektör	1,4
4	Pazarın kurumsal davranış biçimleri açısından tanımı	1-Klup/Collegial Davranış	2 3 4 5-Kendini Bilmez Davranış	1,2
5	Pazarın rekabet durumu açısından tanımı	1-Monopol	2 3 4 5-Tam Rekabet	4,4
6	Pazarın giriş zorluğu açısından tanımı	1-Girişi Kolay Pazar	2 3 4 5-Giriş Zor Pazar	4,2
7	Pazarın kar/satışlar açısından çekicilik derecesi	1-Tatmin Edici	2 3 4 5-Tatmin Edici Değil	1,2
8	Pazarın kar/özvarlık açısından çekicilik derecesi	1-Tatmin Edici	2 3 4 5-Tatmin Edici Değil	1,2
9	Pazarın yıllar itibarı ile dengeli karlılık açısından tanımı	1-Karlılık Dengelidir	2 3 4 5-Karlılık Dengesizdir	3,4
10	Pazarın yıllar itibarı ile dengeli talep açısından tanımı	1-Talep Dengelidir	2 3 4 5-Talep Dengesizdir	2,4
11	Pazarın talebin fiyat elastikliği açısından tanımı	1-Talebin Fiyat Esnekliği Düşük	2 3 4 5-Talebin Fiyat Esnekliği Yüksek	1,8
12	Pazarın sorun/olay karmaşıklık derecesi açısından tanımı	1-Karmaşıklık Derecesi Düşük	2 3 4 5-Karmaşıklık Derecesi Yüksek	2,2
13	Pazara devlet/resmi makam müdahalesi	1-Çok Düşük Devlet Müdahalesi	2 3 4 5-Çok Yüksek Devlet Müdahalesi	1,6
14	Pazarı etkileyen çevresel faktör sayısı	1-Az Sayıda	2 3 4 5-Çok Sayıda	3,4
15	Çevresel faktörlerin büyük çoğunluğunun değişim hızı	1-Düşük	2 3 4 5-Yüksek	2,4
16	Pazarın belirsizlik derecesi	1-Düşük Belirsizlik	2 3 4 5-Yüksek Belirsizlik	2,4
17	Pazarın gelişme hızı	1-Düşük Gelişme Hızı	2 3 4 5-Yüksek Gelişme Hızı	1,4
18	Pazarın yaşam evresi	1-Başlangıç	2 3 4 5-Bitiş	4,2
19	Pazarın gelişim hızının gelecek yıllardaki durumu	1-Düşük Gelişim Hızı	2 3 4 5-Yüksek Gelişim Hızı	2,2



Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/aruiibfdergisi>



KOSGEB tarafından sağlanan desteklerden KOBİ'lerin yararlanma durumlarının incelenmesi: Ardahan ili örneği*

Investigation of the benefits of SMEs from the support by KOSGEB: example of Ardahan province

*İsmail Cem Toptaş^{a**}, Haroon Muzaffar^b*

^a Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Ankara, Türkiye, i.cemtoptas75@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1964-1196

^b Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Ankara, Türkiye, haroonbuttar@gmail.com, ORCID: 0000-0002-6268-5020

MAKALE BİLGİSİ

Makale geçmişi:

Başvuru: 16 Mart 2021

Kabul: 19 Nisan 2021

Anahtar kelimeler:

KOBİ,
KOSGEB Destek Programları,
Ardahan,
Finansman

Makale türü:

Araştırma makalesi

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 16 March 2021

Accepted: 19 April 2021

Keywords:

SMEs,
KOSGEB Support Programmes,
Ardahan,
Financing

Article type:

Research article

ÖZET

Türkiye’de KOBİ’lerin geliştirilmesi ve kendilerinden beklenen ekonomik faydayı oluşturabilmeleri için görevli kurum KOSGEB, oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmada sosyo-ekonomik gelişmişlik bakımından alt sıralarda yer alan Ardahan ilinde faaliyet gösteren KOBİ niteliğinde işletmelerin KOSGEB desteklerinden yararlanabilme durumu araştırılmıştır. Araştırma neticesinde; KOBİ’lerin desteklenmesinde bürokratik engellerin ve süreçlerin azaltılması, destek tahsislerinin kolaylaştırılması, verilen desteklerin uzun vadeli sonuçlara göre planlaması, bölgenin gereksinimlerine göre düzenlemesi, daha şeffaf davranılması ve verimliliği artıracak şekilde geliştirilmesi gerektiği tespit edilmiştir. Ayrıca Ardahan ilindeki KOBİ’lerin yurt içi ve yurt dışı pazarlara erişimini sağlayabilecek hem finansal hem de eğitimsel olarak özel tedbir ve politikalara ihtiyaç olduğu anlaşılmıştır.

ABSTRACT

KOSGEB is the most important and active government institution for the development of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Turkey. This study, examined the status of KOSGEB support programmes to SMEs that are active in the province of Ardahan, which is one of the less developed cities of Turkey. Results of the study revealed that in order to support SMEs, KOSGEB shall take into account following measures and actions; bureaucratic obstacles and processes should be reduced, financial and other supports shall be given according to long-term results, support programmes shall be arranged according to the needs of the region, there is a need to be more transparent in application and approval of KOSGEB support to SMEs that may lead to enhanced effectiveness and efficiency of KOSGEB support programmes. In addition, it was understood that there is a need for special measures and policies both financially and in terms of education, which will enable SMEs in Ardahan to have access to domestic and international markets.

* İlgili çalışma, İsmail Cem Toptaş’ın 2019 yılındaki yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Sorumlu yazar / Corresponding author

E-posta / E-mail: i.cemtoptas75@gmail.com

Atıf / Citation: Toptaş, İ. C. ve Muzaffar, H. (2021). KOSGEB tarafından sağlanan desteklerden KOBİ’lerin yararlanma durumlarının incelenmesi: Ardahan ili örneği. *Ardahan Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(1), 23-33.

1. Giriş

Günümüzün değişen ekonomik şartlarına, tüketici tercihlerine ve yeniliklere hızlı uyum sağlayabilme yeteneği bulunan KOBİ'ler, toplumun üretim ve istihdam oluşturma potansiyelinin ortaya çıkarılmasında hem yerel hem de ulusal anlamda önemli rol oynamaktadır (Başçı ve Durucan, 2017). KOBİ'lerin taşıdıkları önem; istihdama milli gelire yaptıkları katkılar, verimliliği artırmaları, girişimciliği özendirilmeleri ve rekabet taşıyıcısı olması özelliklerinden ileri gelmektedir. KOBİ'ler buldukları ülkelerin ekonomileri için oldukça önemli bir rol oynamaktadır (Erdin ve Ozkaya, 2020).

Dünyadaki diğer pek çok ülkede de olduğu gibi, Türkiye'de de KOBİ'lerin toplam işletme sayıları içerisindeki yeri ile ekonomik göstergelerdeki payı oldukça yüksektir. KOBİ'ler ekonomik ve sosyal yaşamın pek çok noktasında önemli işlev ve role sahip olduklarından özel bir yerde değerlendirilmesi gereken işletme türüdür. Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomilerde katma değer, istihdam, bölgesel gelişmiş farkı, istihdam, mülkiyetin tabana yayılması, üretim ve teknoloji bakımından üstlendikleri rol ve işlevlerle birlikte KOBİ'ler ekonominin önemli bir ayağı durumundadırlar.

Türkiye ve dünyada son yıllarda ekonomik yaşama olan katkıları daha fazla anlaşılan, bilinçli bir şekilde ele alınan ve taşıdıkları önemle ekonomilerin odak noktasına yerleşen KOBİ'lerin geliştirilmesi ve durumlarının iyileştirilmesi yönündeki girişimler, artan oranlarda hız kazanmıştır (Bilginer, 2017). Kamu desteklerinin, teşviklerin, KOBİ'lere yönelik hizmet vermek üzere hayata geçirilen kurum ve kuruluşların çalışmalarının yanı sıra, bu süreçte yer alan kurumların KOBİ'lerin özellikle finansal sorunlarının çözülmesi için çalışmalarını artırdıkları gözlenmektedir (Mecek, 2019).

KOBİ'lere yönelik çalışmalarla KOBİ'lerin sorunlarının giderilmeye çalışıldığı görülmekle birlikte, en önemli sorunları olan finansman sorunlarının azalmadığı dikkati çekmektedir. Finansman sorunları yaşayan KOBİ'lerin verimliliklerinin düşük olduğu ve rekabet güçlerinin çok zayıf olduğu ya da hiç olmadığı görülmektedir. Küreselleşmenin giderek arttığı dünyada, ülkelerin rekabet güçleri çok önemli olmaktadır. Ekonomi içindeki payları ve katkılarıyla hiç şüphesiz KOBİ'ler bu doğrultudaki en önemli birimlerdir (KOSGEB, 2018).

KOBİ'lerin verimliliklerinin yükseltilmesi ve yüksek rekabete sahip olmak için ise profesyonel işletmecilik yöntemlerini kullanmaları, stratejik bilince sahip olmaları, rekabetçi başarı faktörlerini devreye alabilmeleri, inovasyon yapabilmeleri, uluslararası pazarlara açabilmeleri, kullandıkları teknolojiyi güncel tutabilmeleri ve hem küresel hem de yerel ekonomik koşullara göre pozisyon alabilmeleri gerekmektedir (Rehman ve Anwar, 2019). Bunun için KOBİ'lerin gereksinim duydukları pek çok unsur bulunmakta olup öncelikli ihtiyaçları arasında ekonomik, teknik ve bilgi tabanlı destekler sayılabilir. KOBİ'ler yapıları itibarıyla üretim süreçlerinde oldukça dinamik ve esnek olmakla birlikte onlara bu özellikler kazandırılmadığında basit, emek yoğun ve düşük profilli işletmeler olarak kalmaktadırlar. Bu gerekçeler altında KOBİ'ler için sağlanacak desteklerin, finansal olanaklar kadar diğer faktörlere de hitap edebilen bir nitelikte olması gerekmektedir (KTO, 2016).

Destekler boyutunda ise Türkiye'de geleneksel yaklaşımla yakın zamana kadar ucuz kredi, vergi ve prim avantajı, arsa-arazi tahsis gibi daha çok mali ve fiziki araçlara önem verilmekte iken günümüz itibarıyla bu destekler çok yönlü hale gelmiştir (Kaygın ve Yılmaz, 2019). Türkiye'de KOBİ'leri merkeze alan çok çeşitli destek grupları halen hem yasal hem de idari olarak arz edilmekle birlikte pek çok kurum kuruluş bu destek programlarında doğrudan veya dolaylı olarak sorumluluk üstlenmiş

durumdadır. Türkiye'de verilen KOBİ destekleri genel hatları ile sınıflandırıldığında ilk grupta mali/finansal destekler olduğu görülmektedir. Bunların içerisinde kredi faizi, hibe, yatırım, makine/ekipman, yatırım, girişim sermayesi, dış ticaret, istihdam vb. gibi destekler yer almaktadır. İkinci grupta mali/finansal olmayan ancak bunlar kadar etkili olan dış ticarete kazandırma, eğitim, pazar araştırması, profesyonel yönetim teknikleri vb. gibi destekler sayılabilir. Üçüncü grupta ise bölgesel kalkınmışlık farkını gidermek, yerel düzeyde ekonomik gelişmeyi sağlamak, göç alma/verme durumunu değiştirmek, istihdam yaratılarak milli gelirden kişi başına düşen payı artırmak vb. gibi desteklerden söz edilebilir (KOSGEB, 2018).

Görüldüğü gibi Türkiye'de KOBİ'lere verilen destekler çok boyutlu ve çok amaçlı olarak tahsis edilmektedir. Ancak bahsi geçen desteklemelere erişim konusunda bir takım bürokratik zorlukların olması, denetleme mekanizmalarına yöneltilen eleştirilerin iler sürülmesi, geri ödeme planının uygunluğu, destek verilenlerin seçim kriterlerinde objektif davranılması, destek ile amaç arasındaki uyum düzeyi vb. gibi hususlarda daha özenli sistemlerin kurulması gerekmektedir. Türkiye'de KOBİ desteklerinde politika yapıcı merci ve kurumların sahadaki operatif aktörü olarak görev yapan Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı'na (KOSGEB) önemli görevler düşmektedir.

Ancak belirtilmesi yarar olan husus, KOBİ'lere verilen destekler yapıları itibarıyla sürekli ve standardize değildir. Söz konusu destekler ulusal ekonomi politikaları ile mali kaynaklar başta olmak üzere pek çok faktöre göre değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin hali hazırda verilen bir destek veya destek grubu daha sonraki zamanlarda verilmeyebilmektedir. Diğer yandan desteklerin içeriği, verileceği KOBİ grupları/sektörleri, bölgesi, miktarı, hedefi ve adı değişebilmektedir.

Bu çalışmanın amacı KOSGEB tarafından sağlanan desteklerden KOBİ'lerin yararlanması durumlarının Ardahan ili örneği ile incelenmesidir. Ardahan ilinin tercih edilmesinin öncelikli nedeni bu ilin, ekonomik ve sosyal göstergeler bakımından Türkiye'de diğer illere göre alt sıralarda yer almasıdır (Özkubat ve Selim, 2019). Bu özelliğinden dolayı Ardahan ilindeki KOBİ'lerin desteklenmek sureti ile bölgesel gelişmişlik farkının azaltılmasında neler yapılabileceği hakkında işletme görüşleri önemli görülmüştür.

Ayrıca Ardahan ilindeki KOBİ niteliğindeki işletmelerin KOSGEB tarafından verilen destek setlerini kullanımının mevcut durumu (sorunlar, finansman gereksinimleri vb.) hakkında tespitlerde bulunabilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda KOBİ'lerin desteklere erişim ve kullanım durumları, destekler hakkında KOBİ'lerin tutumları, destek alınmışsa bunun işletmeye katkısı, destek sürecine dair süreçler vb. konular hakkında tespitlerde bulunması amaçlanmıştır.

2. KOBİ Kavramına Bakış

Girişimciliğin merkezi durumunda olan KOBİ'ler, sağlıklı, güçlü, geleceğe dönük sağlam temelleri bulunan, gelişen ve bu özelliğini her gün biraz daha artırarak sürdüren, istikrarlı bir ekonomik ve sosyal yapı oluşturmak isteyen ülkeler için son derece hayati bir öneme sahip hale gelmiştir. Bununla birlikte dünya ekonomilerindeki son gelişmeler, büyük işletmelerden pazgeçerim üretimde "ölçek ekonomisi"ne ulaşmak istediğinden vazgeçerek sahip olduğu büyüklük içerisinde küçük ölçekli firmalar oluşturmaya ve yerelleşmeye çalıştığı görülmektedir (Tekin, 2012).

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecinin en belirgin sonucu dünyanın küreselleşmesi veya bir anlamda küçülmesidir. Bu süreçte birlikte, rekabetçi başarının ve etkinliğin, pazarlara uyumun sağlanmasında

küçük işletmelere özel bir rol atfedilmektedir. Nitekim “küçük güzeldir” sözü yaygınlaşmış ve pek çok büyük firma üretimde ölçek ekonomisi veya yığın üretim kullanmak yerine küçük işletme refleksi ile hareket etmeye başlamıştır (İslambay, 2018).

“Küçük” ile rekabet ve gelişme anlayışı 1980’li yıllarda ileri sürülen bir yaklaşım olmakla birlikte günümüzde oldukça kullanış bir yöntem haline gelmiştir denilebilir. Nitekim 1980’li yıllardan itibaren 1980’lerde Neoklasik iktisat teorisinde de ileri sürülen, ülkenin ekonomik kalkınmanın serbest piyasa, özelleştirme, açık ekonomi ve ihracat artışı ile sağlanabileceği önermesinde “piyasa dostu” KOBİ tarzı işletmecilik anlayışının önemine yer verilmiştir (Dang ve Pheng, 2015).

Bununla birlikte 1930’lu yıllardan itibaren kalkınma konusunda girişimcilğe vurgu yapan Schumpeter gibi iktisatçılara göre yenileşme, yenilik, esneklik, hızlı tepki, kolay uyum gibi özellikleri bakımından küçük ancak etkili işletmeciliğin öneminden söz etmektedirler. Nitekim Schumpeter (1934)’in Yeni Kombinasyon Teorisi’nde, ihtiyaç duyulan ekonomik büyümenin, yeni üretim yöntemleri kullanılması, yeni/yenilikçi ürünler ortaya konulması, yeni pazarlara açılması, yeni üretim yöntemi geliştirmek için yeni bir anlayışla üretim sürecinin kurulması gibi oluşan beş unsurdan söz edilmektedir (İlçke, 2016). Bu şekilde arz kaynağı ile yeni örgütlenme biçimleri daha etkili optimize edilerek piyasaya yeni tip oyuncular kazandırılabilir. Buna göre KOBİ’ler bahsi geçen unsurları karşılamaya en yetkin ve en ideal aday olmaktadır.

Piyasa koşulları itibarıyla, müşteri ihtiyaçlarının hızla değiştiği günümüzde işletmelerin başarısının en önemli şartı yüksek esneklik ile yüksek verimliliğin aynı anda yakalanabilmesidir. Bu nedenle klasik üretim sistemlerinin yapısında bazı değişikliklerin yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Yatırım büyüklüğü bakımından yüksek ölçekli tesisleri bulunan ve teknolojik olarak gelişmiş sistemler kullanan büyük ölçekli işletmelerin tersine KOBİ’ler için bu tür değişimlerin daha kolay olacağı düşünülmelidir. Mevcut makine parkı korunarak veya minimum düzeyde yapılabilecek değişiklikler ile özellikle KOBİ’ler için daha esnek üretim yapılarına geçişi sağlayan hücresel ve spesifik üretim uygulamaları büyük işletmeler karşısında rekabette bir çözüm yolu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda KOBİ’lerin genel özellikleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Uslu ve Uygun, 2002; Ay ve Talaşlı, 2007):

- Görece küçük yatırımla etkili üretim yapılabilme ve ürün çeşitliliği sorunu esnek çözümler ile sağlamaktadır.
- Düşük yatırım maliyetleri ve ortalama teknolojiler kullanarak istihdam imkânı oluşturabilmektedirler.
- Yapıları itibarıyla genel ekonomik ve lokal sektörel dalgalanmalardan daha az etkilenmekte veya daha hızlı bu dalgalanmalardan daha hızlı çıkabilmektedirler.
- Talep değişikliği, çeşitlenme ve tüketici beklentilerini daha kolay karşılayabildikleri gibi bu süreçlere sine kolay uyum gösterebilmektedirler.
- Teknolojik, inovatif ve yönetsel yenilik ve uygulamalara daha yatkın olduklarından uyum sağlama konusunda başarılıdırlar.
- Girişimciliği tabana yaydıklarından kentler veya bölgeler arasındaki dengeli kalkınma konularında başarılı sonuçlar ortaya konulabilmesinde politika yapıcılar için çözüm ortağı niteliği taşırlar.
- Bireysel tasarrufların atıl kalmasının önüne geçerek, bunları hareketlendirir, üretime dahil eder, girişimcileri özendirir ve teşvik eder.
- Kalkınma plan ve programlarında merkezde yer alarak gelir dağılımı, istihdam, sosyal ve ekonomik gelişmişlik gibi konularda etkili bir rol üstlenir.
- Emek ve sermayenin demokratikleşmesinde önemli rolleri olduğundan gelişmeleri için özel önlemler alınır.

Günümüzün değişen ekonomik şartlarına, tüketici tercihlerine ve yeniliklere hızlı uyum sağlayabilme yeteneği bulunan KOBİ’ler, toplumun üretim ve istihdam oluşturma potansiyelinin ortaya çıkarılmasında hem yerel hem de ulusal anlamda önemli rol oynamaktadır. KOBİ’lerin taşıdıkları önem; istihdama milli gelire yaptıkları katkılar, verimliliği artırmaları, girişimciliği özendirme ve rekabet taşıyıcısı olması özelliklerinden ileri gelmektedir. Buldukları ülkelerin ekonomileri için oldukça önemli bir yeri bulunan KOBİ’lerin üzerinde uzlaşmış genel bir tanımı bulunmamaktadır. Bu nedenle farklı yaklaşımlara ve ülkelere göre KOBİ’lerin tanımlanmasına dair açıklamalar aktarılmıştır.

KOBİ’lerin tanımlanmasında ülkeler ve kuruluşlar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Ortak bir tanımlamayı zorlaştıran pek çok neden bulunmaktadır. Öncelikle ülkenin ekonomik gelişmişlik düzeyi bu tür bir sınıflamayı engellemektedir. Ayrıca sınıflamada ortak bir kriterin olması gerekmektedir. Yine işletmeler, kapasite kapsam ve çeşitleri bakımında çok çeşitlilik arz etmektedir. Öte yandan dünyanın değişik yerlerinde ve hatta bir ülkenin değişik sektör ve kesimlerinde de farklı büyüklük ve ölçeklere göre tanım ve sınıflama yapılabilmektedir. Küçük işletmeler genellikle görece düşük sermaye kullanımının yanı sıra ağırlıklı olarak emek yoğun faaliyette bulunan, düşük düzeyde yönetim gideri ile çalışan, hızlı karar verme imkanına sahip ve düşük maliyetli üretim gerçekleştiren ekonomik teşebbüsler şeklinde kavramsallaştırılmaktadır (Öztürk, 2007).

2.1. KOBİ’lerin Tanımlanması

KOBİ’lerin tanımlanmasında ülkeler ve kuruluşlar arasında farklılıklar bulunmaktadır. Ortak bir tanımlamayı zorlaştıran pek çok neden bulunmaktadır. Öncelikle ülkenin ekonomik gelişmişlik düzeyi bu tür bir sınıflamayı engellemektedir. Ayrıca sınıflamada ortak bir kriterin olması gerekmektedir. Yine işletmeler, kapasite kapsam ve çeşitleri bakımında çok çeşitlilik arz etmektedir. Öte yandan dünyanın değişik yerlerinde ve hatta bir ülkenin değişik sektör ve kesimlerinde de farklı büyüklük ve ölçeklere göre tanım ve sınıflama yapılabilmektedir. Küçük işletmeler genellikle görece düşük sermaye kullanımının yanı sıra ağırlıklı olarak emek yoğun faaliyette bulunan, düşük düzeyde yönetim gideri ile çalışan, hızlı karar verme imkanına sahip ve düşük maliyetli üretim gerçekleştiren ekonomik teşebbüsler şeklinde kavramsallaştırılmaktadır (Öztürk, 2007).

Avrupa Birliği’nde sanayi, “küçük-orta-büyük” olarak üçe ayrılmaktadır. Bu ölçekler ülkenin ekonomik ve sosyal yapısı ile sektörlere göre değişmektedir. Kobileri desteklemek ve korumak amacıyla birtakım önlemler alma ve düzenlemeler yapma açısından KOBİ’lere bir tanım getirilmesi doğrultusunda AB’de 1996 yılında birtakım çalışmalar yapılmış ve 2005 yılında Birlik içinde geçerli bir tanım yapılmıştır. Avrupa Birliği’nde 2003/361/EC Sayılı Tüzük çerçevesinde geliştirilen ve 1 Ocak 2005’ten itibaren kullanılmaya başlanan KOBİ tanımına göre yıllık ciro, çalışan kişi sayısı ve bilanço büyüklüğü ölçütleri kullanılmaktadır. AB, nicel kriterleri temel olarak kullanırken nitel kriterlere yer verilmektedir. AB genelinde de KOBİ’lerin tanımlanması sorunu yaşandığından 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren ortak bir tanım yapılmıştır. Tanımlama KOBİ’lerin çalışan sayısı ve ciroları üzerinden yapılmış olmakla birlikte aşağıda Tablo 1’de gösterilmiştir (Çelik, 2007). Tablo 1’de görüldüğü üzere AB’de KOBİ tanımları nicel ölçütler üzerinde yapılmıştır.

Türkiye’de KOBİ tanımları konusunda, kurumların kendi görev alanları veya çalışma alanlarına göre yaptıkları oldukça geniş ve çeşitlilik arz tanımlamalar vardır. Örneğin, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Hazine Müsteşarlığı, Devlet İstatistik Enstitüsü (TÜİK), Devlet Planlama Teşkilatına (DPT), KOSGEB, Eximbank, Halkbank, Vakıfbank ve Ziraat Bankası KOBİ’lere dair kendi çalışma alanlarına göre tanımlamalar

getirmiştir. Bu tanım çeşitliliğinin meydana getirdiği karmaşıklığın giderilmesi ve uygulama da yeknesaklığın sağlanabilmesi için yapılan ilk çalışma 2005 yılındadır.

Tablo 1. Avrupa Birliği'nde KOBİ tanımı ölçütleri

KOBİ Tanımı	Yıllık Çalışan Personel Sayısı	Ciro (yıllık net satış hasılatı veya yıllık mali bilanço)	Yıllık Mali Bilanço Toplamı	Bağımsızlık Ölçütü
Mikro Ölçekli İşletmeler	1 – 9	≤ 2 Milyon Euro	≤ 2 Milyon Euro	
Küçük Ölçekli İşletmeler	10 – 49	≤ 10 Milyon Euro	≤ 10 Milyon Euro	Bir veya birkaç şirkete %25'in üstünde ait olmaması
Orta Ölçekli İşletmeler	50 –249	≤ 50 Milyon Euro	≤ 43 Milyon Euro	

Kaynak: Koç, 2008

KOBİ'lerin tanımlanması amacıyla Bakanlar Kurulu Kararı ile 19.10.2005 tarihli ve 2005/9617 sayılı "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik" çıkarılmıştır. Daha sonra görülen ihtiyaç üzerine 24.06.2018 tarihinde 2018/11828 sayılı karar ile söz konusu Yönetmelik revize edilmiştir. Bu yönetmelik Türkiye'deki KOBİ'leri nicel ölçütlere göre tanımlamış olup aşağıda Tablo 2'de gösterilmiştir. Bu çalışmada bahsi geçen yönetmelikteki tanım kabul edilmiştir.

Tablo 2. Türkiye'de KOBİ tanımı

KOBİ Tanımı	Yıllık Çalışan Personel Sayısı	Ciro (yıllık net satış hasılatı veya yıllık mali bilanço)	Yıllık Mali Bilanço Toplamı
Mikro Ölçekli İşletmeler	1 – 9	≤ 3 Milyon TL	≤ 3 Milyon TL
Küçük Ölçekli İşletmeler	10 – 49	≤ 25 Milyon TL	≤ 25 Milyon TL
Orta Ölçekli İşletmeler	50 –249	≤ 125 Milyon TL	≤ 125 Milyon TL

Kaynak: KOBİ Sınıfları, 11828 numaralı yönetmelik, 24 Haziran 2018

Tablo 2'de görüldüğü üzere Türkiye'de KOBİ'leri istihdam edilen çalışan sayısı bakımından 9 ve daha kişi çalışanlar mikro işletmeler 49 ve daha kişi çalışanlar küçük ölçekli işletmeler 249 ve daha kişi çalışanlar ise orta ölçekli işletmeler olarak değerlendirilmektedir. Diğer yandan KOBİ'lerin sınıflanmasında istihdam edilen çalışan sayısının tek başına bir ölçü olarak alınması yeterli değildir. Çünkü işletmede kullanılan teknolojinin emek yoğun veya sermaye yoğun olması, çalıştırılan kişi sayısını önemli ölçüde etkilemektedir. Bu sebeple yapılan tanımlarda, makina parkı değerinin nicel kriter olarak kullanılması ya da başkaca değerlendirme ölçütleri bakımından da ele alınması gerekebilmektedir. Örneğin, ileri teknoloji üreten ve 9 kişi çalışan bir işletme ciro kriteri bakımından bir üst sınıftaki statüde olabilir; 9 kişi çalışmakta ciro 25 milyon TL ise istihdam yapısı bakımından mikro ciro bakımından orta ölçekli olabilmektedir. Bu nedenle yapılan tanımlama kriteri daha çok ilkesel niteliktedir.

Özellikle 2005 yılından sonra ve 2018 yılındaki yeni revizeden sonra KOBİ tanımının yürürlüğe girmesi ile Türkiye'de ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan tüm KOBİ tanımları uygulamadan kaldırılmış ve yönetmelik de belirtilen ortak tanımın kullanılması ile Türkiye'deki tanım kargaşası son bulmuştur. Tanımlama yapılırken esas alınan kriterlere

bakıldığında yapılan tanımın AB standartlarına uygun olduğu anlaşılmaktadır. AB ile uyumlu hale gelen olan KOBİ tanımı ile aşağıda sıralanan yararlar sağlanmış veya sağlanacaktır. Buna göre AB standartlarında KOBİ tanımına giren işletmeler, topluluk fonları ve projelere katılmaya hak kazanacak, KOBİ'ler, bire indirilmiş tanım nedeniyle her ilgili kurumdan aynı yaklaşımla destek alabilecek, AB ülkeleri ile aynı uygulamalardan yararlanabilecektir. KOBİ'lerin mevzuat engelleri ve maliyet yükleri ortadan kaldırılacak, AB ile eşit şartlarda rekabet etme imkanına kavuşacaklardır (ATS, 2018).

2.2. KOBİ'lerin Sorunları

KOBİ işletmeler ekonomilerin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır, ancak, KOBİ'ler birçok sorunları yaşamaktadır. KOBİ'lerin sahip oldukları özelliklerden, zayıf taraflarını oluşturan veya dezavantajlı duruma neden olan özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Başaran ve Acılar, 2008; Önem, 2010):

- Finansman erişim ve kredi maliyetlerinin yüksek olması ya da koşulların kredi girdisi ise çıktısı arasında makul olmaması,
- Yatırım, büyüme ve gelişme yolunda teşvik imkânlarına erişimde zorlukları yaşamaları ve yetersiz özkaynak yapısı ile büyüyememe sorunları yaşamaları,
- Uluslararası pazarlara açılma, sürdürülebilir rekabet edebilmesi, dış ticaret vb. hususlarda teknik ve alt yapı sorunları yaşamaları,
- Uluslararası pazarlara açılma ve rekabette özgüven sorunları yaşamaları,
- Özellikle hammadde temininde ölçek ekonomilerinden yararlanamadıkları ve girdi alımlarında vade opsiyonları kısa kaldığı için maliyet avantajı faktöründen yeterince yararlanamamaları,
- Yatırım alanlarının seçiminde, dağıtım noktalarına yakınlıkta ve lojistik avantajları değerlendirme çok az ya da yetersiz analiz yapmaları,
- Zayıf yönetim yeteneğine sahip oldukları gibi kurumsallaşma yolunda genellikle başarısız olmaları,
- Ömürlerini genellikle kurucu ile sınırlı olması ve sonraki kuşağa geçiş sürecinin çoğunlukla dağılma ile neticelenmesi,
- Stok bulundurma-bulundurmama ve yığın üretim gibi imalat stratejilerinden yararlanabilecek kapasiteye erişememeleri,
- Ekonomik ve teknolojik yenilikleri genelde sahip oldukları gelenekçi yapıları nedeniyle takip etmekte zorlanmaları veya geride kalmaları,
- İşletmeler için en değerli sermaye olan nitelikli insan kaynağını yeterince çekemezler veya bu kaynaklardan yeterince yararlanamazlar.

Yukarıda da belirttiği gibi KOBİ'lerin başlıca sorunları denildiğinde öncelikle sermaye piyasası gibi fon temininde yararlanabilecekleri finansman sistemlerinden yararlanamadıkları gibi pazarlama de banka ve diğer kredi sağlayan kurum ve kuruluşlardan da fon temin edebilme konusunda yaşadıkları güçlüklerin ilk sıralarda olduğunu ifade etmek mümkündür.

3. KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Türkiye'deki Uygulamalar ve Destekleri

KOBİ'ler, faaliyetleri süresince pek çok sorun yaşamakla birlikte bu sorunların en başında finansman meselesi gelmektedir. KOBİ'lerin finansman sorunları, girişimcilik aşamasından başlayıp faaliyetleri boyunca da devam etmektedir. KOBİ'lerin pazarlama, üretim, ihracat sorunlarının altında yatan temel neden finansman sıkıntısıdır. Bu durum KOBİ'lerin rekabet gücünü ve büyüme kapasitesini azaltmaktadır (Kocatepe, 2007; Atay, 2012).

Türkiye’de gelişmiş ülkelere göre sermaye maliyetinin yüksek olması ve kişi başına düşen gelirin düşük olması gibi nedenlerle sermaye birikimi yeterince sağlanamamaktadır. Dolayısıyla Türkiye’de KOBİ’leri hem nicel hem de nitel açıdan finanse edecek yeterince finanse edilememektedir. Bununla birlikte Türkiye’de geçmişte yaşanan krizler, ekonomik dalgalanmalar, ithalata aşırı bağımlılık, döviz kurlarındaki dalgalanmalar, istikrar kazanmayan enflasyon oranları, yüksek borçlanma maliyetleri, teminat sorunları gibi nedenler KOBİ’lerin gelişmesi, büyümesi ve rekabet edebilmesinde engeller oluşturmaktadır. Dolayısıyla her ne kadar birtakım önlemler alınmaktaysa da KOBİ’ler için Türkiye’de uygun finansman kaynaklarına erişim temel sorunlar arasındadır (Berk, 2005; Gülşen ve Ülkütaş, 2012).

Türkiye’de KOBİ’lerin uluslararası alanda rekabet gücünü azaltan önemli faktör olan finansman sorunlarını; özkaynak yetersizliği, kısıtlı kredi imkanları, kredi faiz oranlarının yüksek olması, teminat sorunu ve finansal araçlar konusunda yeterince bilgiye sahip olunmaması şeklinde özetlemek mümkündür. KOBİ’lerin finansman kaynakları genel olarak, öz kaynaklar ve yabancı kaynaklardır. KOBİ’ler bireysel tasarruflardan, ortak fonlarından ya da hisse senedi ihracından fon sağlayabilmektedirler. KOBİ’ler kuruluş aşamasında işletmeyi faiz yükümlülüğüne sokmayan özkaynakla finansman yolunu seçerler. Kuruluş aşamasının tamamlanmasının ardından işletmeler, banka kredileri, ticari borç ve diğer finansman araçlarına yönelebilmektedirler (Gülaç, 2014).

Türkiye’de KOBİ’lerin desteklenmesi için pek çok kurum ve kuruluş stratejik görevler ve sorumluluk dağıtılmış olmakla birlikte asli görev kısa adı KOSGEB olan “Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi” ne verilmiştir. KOSGEB, büyüme amacıyla olan her KOBİ için ihtiyaca göre destek setleri sunmaktadır. Örneğin eğitim faaliyetleri, yurt dışı fuarlara katılma, ihracat yaparken vergi ve mevzuat, ihracat potansiyeli olanlara pazar bilgi sağlama, istihdam oluşturacaklara kolaylıklar getirme, yeni teknoloji ve inovasyon yapanlara teknik destek sunma gibi konularda doğrudan veya dolaylı olarak KOSGEB rol almaktadır.

KOSGEB Destekleri

Türkiye’de KOBİ’lerin finansman sorunlarına yönelik birçok teşvik ve destekleme sistemleri yürütülmektedir. Ancak, KOBİ’lere yönelik olarak ekonomik kalkınma, istihdam oluşturma, dış pazarlara açılma vb. pek çok alanda ekonomik ve danışmanlık desteklerinin en önemli kurumlarından biri olan KOSGEB’dir. KOSGEB, 2002 yılında “Küçük İşletmelere Yönelik Avrupa Şartı” bağlamında küçük ve orta ölçekli işletmelere destek veren temel kuruluştur. KOSGEB’in başlıca görevi KOBİ’lerin gelişmesine yardımcı olmaktır. Bu kapsamda kurumun başlıca performans hedefleri bilim ve teknoloji odaklı inovatif buluş ve fikir sahip KOBİ’lerin ve girişimcilerin desteklenmesi, tekno-girişimciliğin geliştirilmesi, Ar-Ge bilinci ve kapasitenin derinleştirilmesi, ihracatın özendirilmesi, yurt dışında markaların geliştirilmesi ve rekabet edebilirlik düzeyinin artırılmasıdır.

Ayrıca, ulusal ve yerel kalkınmanın önemli aktörlerinden olan KOBİ’lerin çok yönlü olarak desteklenebilmesi KOSGEB’in temel misyonudur. KOSGEB tarafından KOBİ’lere danışmanlıktan fuar katılımlarına ve istihdamdan eğitime kadar geniş bir yelpazede destekler sağlanmaktadır. KOSGEB, sanayici, imalatçı, ara mal üreticisi, ihracata yönelik imalat yapan vb. işletmelere kısa adı SPDP olan “Sözleşmeli Paket Destek Programı” ile destekler sunmaktadır. Bu desteklerin makro düzeydeki amacı ülke ekonomisini canlandırmak, yurt pazarlarda KOBİ’lerin rekabet edebilmesine yardımcı olmak, istihdamı artırmak vb. şekilde özetlenebilir (KOSGEB, 2018).

SPDP kapsamında KOSGEB kendi sunduğu destekleri tahsis etmek üzere önce desteklenecek işletme ile genel bir sözleşme yapmaktadır. Bu sözleşme ile KOSGEB destek talebinde bulunan işletmenin mali performansını, üretim yapısını, kapasitesini, pazar yapısını ve yönetim süreçlerini izlemeye alır ve analiz eder. Yani işletme ile KOSGEB arasında birlikte bir süreci başlatır. Yapılan firma analizini geçebilen işletmeler SPDP kapsamına dolayısı ile destek programları kapsamına alınır. Bu şekilde bir KOBİ kendisi için gerekli olan desteklerden bir set halinde faydalanarak daha etkili sonuçlara ulaşabilir. KOSGEB tarafından sağlanan desteklerinin kaynakları kamu ve yabancı kaynak şeklinde iki ana kaynak ile oluşturulmaktadır. Kamu kaynakları, ülkenin stratejik ekonomi politikalarına göre (Sektörel, istihdam, yurt dışı pazarlara açılma vb.) belirlenmektedir. Diğer yandan çerçeve programlar ile Avrupa Birliği (AB) ve uluslararası finansman kurumlarından temin edilen kaynaklar ile oluşturulmaktadır. KOSGEB tarafından verilen bazı destekleri aşağıdaki gibidir:

- **Ortak Kullanım Amaçlı Makine ve Teçhizat Desteği:** Bu destek kapsamında, işletmelere ve meslek kuruluşlarına faizsiz geri ödemesiz makine ve teçhizat desteği verilerek; Ortak Kullanım Atölyeleri (ORTKA) Ortak Kullanım Laboratuvarları (ORTLAB) ve Ortak Kullanım Eğitim Merkezleri (ORTEM) kurulması amaçlanmaktadır. Destek oranı tahsis edilen limitlere bağlı olmak üzere tüm yöreler için yerli makine-teçhizat alımında %80, ithal makine-teçhizat alımında %60 oranındadır.
- **Nitelikli Eleman İstihdamı Desteği:** İşletmelerin fakülte ve dört yıllık yüksekökol mezunu ve iki yıllık yüksek kul mezunu eleman istihdamına geri ödemesiz destek verilmektedir. Desteğin üst limiti iki yıllık yüksek kul mezunları için brüt asgari ücretin dört katı, fakülte ve dört yıllık yüksekökol mezunları için brüt asgari ücretin altı katını geçmemektedir. Bölgelere göre KOSGEB destek oranları gelişmiş yörelerde %70, normal yörelerde %80 ve kalkınmada öncelikli yörelerde %90 oranındadır. Desteğin azami süresi ise 18 aydır.
- **Alt Yapı ve Üst Yapı Proje Desteği:** Bu destek ile organize sanayi bölgeleri, endüstri bölgeleri ve teknoloji geliştirme bölgeleri içinde yer alacak meslek kuruluşu/işletme ve girişimcilerin yapacağı üretim ve AR-GE binaları için üst yapı uygulama projelerinin yapılmasına geri ödemesiz destek verilmektedir.
- **Bilgi Ağları ve E-İş Desteği:** İşletmelerin internet kültürünü geliştirmeleri, e-ticarete geçilmesi amacıyla donanım, iletişim, servis, sunum, yazılım, yazılım geliştirme danışmanlık ve tanıtım konularında geri ödemesiz destek sağlanmaktadır.
- **Yurt Dışı Pazar Araştırma Desteği:** Programdan yararlanan işletmelere yurt dışı pazar araştırma giderlerinin %60’ı oranında ve en fazla 5 bin Euro ile sınırlı olmak üzere destek sağlanmaktadır. Bu destek kapsamında %50 oranında olmak üzere ihracat amaçlı yurt dışı iş gezisi katılım desteği de verilmektedir.

Yukarıda bahsi geçen destekler dışında da KOSGEB farklı alanlarda KOBİ’lere destek vermektedir. Ancak KOSGEB tarafından sağlanan finansal desteklerinin KOBİ’lerin yararlanma durumlarının incelenmesi araştırmaya ihtiyaç duymaktadır. Çünkü, böyle bir araştırma hem KOBİ’lere hem de KOSGEB’e desteklere daha etkin bir şekilde kullanmakta fayda sağlanabilmektedir.

4. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklemi

Araştırma kapsamında Ardahan ilinde KOBİ niteliğinde faaliyet gösteren 97 işletmeler örneklem seçilmiştir. T.C. Kalkınma Bakanlığı’na hazırlanan “İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması

Araştırması”na göre “genel gelişmişlik bakımından Kars ili 67, Ardahan 74, Iğdır 69 ve Ağrı 80. sırada yer almaktadır. 2011 yılında güncellenen çalışmaya göre Kars 68, Ardahan 71, Iğdır 69 ve Ağrı ili 79. sıradadır. Bu durum bölgenin durumunda dikkate değer olumlu değişikliklerin oluşmadığı, bilakis ülke geneline kıyaslandığında olumsuz bir tablo ortaya çıktığını göstermektedir. Söz konusu çalışmalar TRA2 bölgesinin temel kamu hizmetleri konusunda Türkiye'nin en geri kalmış bölgelerinden birisini oluşturduğunu ve dolayısıyla kamu hizmetinin nitelik ve nicelik olarak artırılmasının bölge açısından hayati önem taşıdığını göstermektedir.

Araştırmanın kapsamı ve örnekleme Ardahan ilindeki KOBİ niteliğine sahip, çeşitli sektör veya iş kollarında faaliyet gösteren işletmelerden oluşmaktadır. Kapsam dahilinde 103 adet işletmeye erişilmiş ve bunlardan 97 tanesinin aktif katılımı sağlanmıştır. Her işletmeden bir kişi ile görüşme yapılmıştır. İşletmelere erişimde bilgi kaynağı olarak Ardahan Ticaret ve Sanayi Odasının yönlendirme ve yardımlarından faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında öncelikle kendilerine ulaşılan KOBİ'lerinde nitel ve nicel veriler yüzde analizleri ile oluşturulmuş ardından bunların işletme özelliklerine göre kamu destekleri hakkında bilgi sahibi olma, desteklerden yararlanabilme durumları, destek teminindeki süreçle ilgili durumlar, erişim kolaylık/zorlukları vb. hususlara bakılmıştır. Örneklem seçiminde kendileri ile görüşülen KOBİ'ler için iş kolu, sektör, desteklerden yararlanma/yararlanmama gibi hususlara bakılmadan erişim sağlanmıştır. Böylece araştırmaya mümkün olan en üst seviyede katılım sağlanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Verilerinin Elde Edilmesi ve Yöntemi

Araştırmanın amacına uygun bir şekilde hazırlanabilmesi için gerekli olan verilerin temin edilmesinde tarama modeli kullanılmıştır. Karasar'a (2011) göre tarama modeli, şimdi veya geçmişte var olanı olduğu gibi belirlemeye çalışan, bunun yanında araştırmaya konu olan olayı, kişi veya nesnenin bulunduğu koşullar içinde olduğu gibi belirlemeye çalışan araştırma modelidir. Tarama modelleri, genel ve ilişkisel tarama modelleri olmak üzere iki başlıkta toplanabilmektedir. Bunlardan ilki olan genel tarama modelleridir. Buna göre çok sayıda elemandan bir evren hakkında genel bir yargıya ulaşmak için evrenin tamamı veya evrenden üzerinden alınacak bir grup örnek ya da örneklem üzerinde yapılan taramalardır. Genel tarama modelleri de kendi arasında tekil ve ilişkisel tarama modelleri olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Tekil tarama modelinde, araştırmaya konu olan her ne ise ona ait olan alt değişkenler de tek tek betimlenmeye çalışılmaktadır (Karasar 2011).

Erkuş (2009) ve Karasar (2011), araştırmaların hem tekil hem de ilişkisel taramalara imkân sağlayacak şekilde yapılabileceğini belirtmiştir. Bu çalışmanın araştırma modeli bir tarama niteliğinin yanında genel tarama modellerinden tekil tarama modelinin özelliklerini de taşımaktadır. Bunun nedeni, araştırmanın kapsamında yanıtlanmaya çalışılacak araştırma soruları ile Ardahan ilindeki KOBİ'lerin KOSGEB desteklerinden yararlanma durumlarının etkileri betimlenmeye çalışılacak olunmasıdır.

Tarama yöntemi kullanılarak hazırlanan bu araştırmada örneklem kapsamında erişilen KOBİ niteliğindeki işletmelerden bilgileri anket formu kullanılarak toplanmıştır. Araştırma kapsamında verilerin elde edilmesinde kullanılan anket formu ve yöntemin tayininde Türkan ve Değirmenci (2017), Çetinkaya ve Ay (2017), Solmaz (2014) ve Arıkan (2017) çalışmalarından yararlanılmıştır.

Anket formlarının doldurulması amacıyla katılımcı işletmeler ziyaret edilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde nitel ve nicel tanımlayıcı bilgiler yer almakta ayrıca işletmenin ihracat/ithalat

durumları, sektör bilgisi, başlıca sorunları vb. gibi bilgiler yer almaktadır. Bu bilgiler alınırken katılımcılara anket formundaki ilgili kutucuğu işaretlemeleri bilgisi verilmiştir.

Anket formunun ikinci bölümü KOBİ'lere verilen destekler hakkında bilgi ve görüşler kısmından oluşmaktadır. Bu bölümde desteklere erişimde bürokratik işlemlerin durumu, desteklerin bölge ekonomisine katkısı, destekler girişimcilik faaliyetlerine etkisi, destek sürecinin nasıl işlediği hakkında bilgi sahibi olma durumu vb. gibi sorular almaktadır. Katılımcıların kendilerine yöneltilen sorulara Katılıyorum, Kısmen Katılıyorum, Kararsızım, Kısmen Katılmıyorum, Katılmıyorum seçeneklerinden birini işaretleyerek cevap vermeleri belirtilmiştir. Anket formundaki sorular yöneltilen katılımcılara gerektiğinde açıklama yapılmış ve anlaşılmayan yerler olduğunda yardım olunmuştur.

Bir anket formunun doldurulması ortalama 10 dakika sürmüştür, uygulama sonucunda elde edilen 97 adet kullanılabilir durumdaki anket formu, bilgisayar ortamında tasnif edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde frekans ve yüzde oranı gibi betimleyici istatistikler kullanılmıştır. Bu şekilde yapılmasındaki tercih nedeni çalışmalarından yararlanan Türkan ve Değirmenci (2017), Çetinkaya ve Ay (2017), Solmaz (2014) ve Arıkan'ın (2017) benzer şekilde kendi araştırmalarını yapmış olmalarıdır.

5. Araştırmanın Bulguları

Katılımcılar ilişkin demografik veriler aşağıdaki Tablo 3'te verilmiştir. Tablo 3'te görüldüğü katılımcıların 58'i (%60) erkeklerden 39'u (%40) kadınlardan oluşmakta olup toplam 97 katılımcı ile görüşme yapılmıştır. Yaşa göre 25-30 yaş aralığında kişilerin en küçük grubu (%5,2) oluşturduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların demografik özellikleri

Demografik Özellikler	N	%	
Cinsiyet	Erkek	58	60
	Kadın	39	40
Yaş	25-30 yaş	5	5,2
	31-35 yaş	15	15,5
	36-40 yaş	23	23,7
	41-45 yaş	28	28,9
	46 yaş ve üzeri	26	26,8
Eğitim Durumu	İlk-Orta öğretim	4	4,1
	Lise	31	32,0
	Ön Lisans	41	42,3
	Lisans	21	21,6

Katılımcı işletmelerin statülerine göre, ihracat-ithalat yapıp yapmama durumlarına ile faaliyet süreleri ve çalışan sayıları aşağıda Tablo 4'te sunulmaktadır. Katılımcı işletmelerin çoğu limited (%48,5) ve şahıs şirketi (%39,2) şeklinde faaliyet göstermektedir. Katılımcı işletmelerin faaliyet sürelerine bakıldığında 6-10 yıl arasında faaliyet gösteren işletme sayısı en fazladır (%40,2). Bununla birlikte, katılan işletmelerin çalışan sayılarına bakıldığında 10-49 kişi arasında çalışanı bulunan işletmeler örnekleminin %62,9'unu oluşturmaktadır.

Tablo 4. Katılımcı işletmelere dair tanımlayıcı bulgular (N=97)

		N	%
İşletmelerin Statüleri	Limited şirket	47	48,5
	Anonim şirket	12	12,4
	Şahıs şirketi	38	39,2
İşletmelerin Faaliyet Süreleri	0-2 yıl arası	01	
	3-5 yıl arası	17	
	6-10 yıl arası	39	
	11-15 yıl arası	20	
	16+	20	
Çalışan Sayıları	1-6 kişi arası çalışan	31	32,0
	10-49 kişi arası çalışan	61	62,9
	50-99 kişi arası çalışan	05	5,2
Satış Sahası	İl içi satış	60	61,9
	İl dışı satış	03	3,1
	Hem il içine hem il dışına satış	34	35,1

KOSGEB Destekleri Hakkında Görüşler

Anket formunun ikinci kısmında katılımcı işletmelere KOSGEB destekleri hakkında görüşleri sorulmuştur (Tablo 5).

Birinci soruda katılımcı işletmelere “KOSGEB tarafından verilen destekler hakkında işletmemizin bilgi düzeyi yeterlidir” ifadesi hakkındaki görüşleri sorulmuştur. Buna göre 19 işletme (%19,6) katılıyorum, 54 işletme de kısmen katılıyorum demiştir. Kararsız olanların sayısı ise 23 (%23,7) olup bu ifade hakkında tüm işletmelerin KOSGEB destekleri hakkında bilgi sahibi olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcı işletmelere “KOSGEB Tarafından Verilen Destekler İçin Yapılan Tanıtım ve Bilgilendirme Faaliyetleri Yeterli Olma Durumu” hakkında görüşleri sorulduğunda 40 işletme (%41,2) Kısmen Katılıyorum, 32 işletme (%33,0) Kararsızım, 7 işletme (%7,2) Kısmen Katılmıyorum ve 17 işletme (%17,5) Katılmıyorum cevabını vermiştir. Kısmen Katılanlar ile Kararsızlar birlikte değerlendirildiğinde 72 işletmenin (%74,2) KOSGEB destekleri hakkında yapılan tanıtım faaliyetlerinin yeterli olmadığı konusunda görüş belirtmektedir.

Katılımcı işletmeler “KOSGEB tarafından verilen desteklerin bölge ekonomisine katkısı” hakkındaki görüşleri sorulmuş ve hemen hemen hepsi KOSGEB desteklerinin ekonomik kalkınmada etkili bir rol üstlendiğini ifade etmiştir. Ayrıca, işletmelere “KOSGEB Tarafından Verilen Desteklerde Bürokratik İşlemlerin Fazlalığı Durumu” hakkındaki düşünceleri sorulduğunda Katılıyorum cevabı veren 67 işletme (%69,11) ve Kısmen Katılıyorum cevabı veren 25 işletme (%25,8) olduğu görülmüştür. Her iki veri birlikte değerlendirildiğinde toplamda 93 işletmenin (%94,9) bürokratik işlemlerin fazla olduğu görüşünde birleştikleri tespit edilmiştir.

Araştırmanın önemli ifadelerinden biri olan “KOSGEB Tarafından Verilen Desteklerde Objektif Değerlendirme Yapılma Durumu” hakkında görüşleri sorulduğunda; 32 işletmenin (%33,0) Kısmen Katılıyorum, 50 işletmenin (%51,5) Kararsızım ifadesi kullandığı tespit edilmiştir. Buna göre katılımcı işletmelerinde destekler konusunda objektif değerlendirme yapıldığı konusunda kısmen ve kararsızlık cevapları etrafında toplandıkları görülmüştür.

Araştırmaya katılan işletmeler “KOSGEB tarafından verilen desteklerin girişimcilik faaliyetlerini teşvik etme” ifadesi hakkındaki görüşleri sorulmuştur. Buna göre katılımcı işletmeler söz konusu desteklerin

girişimcilik faaliyetlerini desteklediği konusunda büyük oranda hem fikirdirler. Nitekim 93 işletme (%94,0) Katılıyorum ve 3 işletme (%3,1) Kısmen Katılıyorum cevabı vermiştir.

İşletmelerin hemen hemen tümü KOSGEB desteklerinin Ar-Ge çalışmalarını teşvik ettiği konusunda görüş birliği içerisinde dirler. Katılımcı işletmelerin hemen hemen tümü KOSGEB desteklerinin ürün ve hizmet kalitesinin artırdığı konusunda görüş birliği içerisinde dirler. Nitekim 95 işletme (%97,9) bu konuda Katılıyorum cevabı vermiştir. Araştırmanın önemli görülen ifadelerinden bir diğeri “KOSGEB tarafından verilen destekler konusunda iyi bir danışmanlık hizmeti bulunmamaktadır” ifadesidir. İşlemlerden alınan cevaplara bakıldığında 30 işletme (%30,9) Kararsızım, 30 işletme (%30,9) Kısmen Katılmıyorum ve 28 işletme (%28,9) Katılmıyorum cevabı vermiştir. Buna göre KOSGEB destekleri konusunda nitelikli bir danışmanlık hizmeti verilmediği ya da yetersiz görüşünün ağırlıkta olduğu tespit edilmiştir.

Bir önceki ifadeyle bağlantılı olarak yöneltilen “KOSGEB tarafından verilen desteklere başvuruda kamu birimleri yeterince ilgili ve yardımcıdır” ifadesine katılımcı işletmelerden 62 tanesi (%63,9) Kararsızım, 19 tanesi (%19,6) Kısmen Katılıyorum, 6 tanesi (%6,2) Kısmen Katılmıyorum, 6 tanesi (%6,2) Katılıyorum cevabı vermiştir. Buna göre katılımcı işletmelerin ağırlıklı olarak kamu kurumlarının destekler konusunda yeterince ilgili ve yardımcı davranıp davranmadığı konusunda kararsız kaldıkları görülmüştür.

Katılımcı işletmeler KOSGEB’in destekler hakkında tanıtım faaliyetleri yeterlidir” ifade hakkındaki görüşleri sorulmuştur. Buna göre 40 işletme (%41,2) Kısmen Katılıyorum, 25 işletme (%25,8), Kararsızım, 17 işletme (%17,5) Katılmıyorum ve 12 işletme (%12,4) Kısmen Katılmıyorum cevabı vermiştir. Alınan görüşler genel olarak değerlendirildiğinde tanıtım faaliyetlerinin geliştirilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Araştırma anketinde işletmelere “KOSGEB Desteklerinin Bölge Ekonomisine Katkısı vardır” ifadesi hakkındaki görüşleri sorulmuştur. Alınan cevaplara göre 95 işletme (%97,9) bu ifadeye katıldığını ve 2 işletme (%2,1) de kısmen katıldığını belirtmiştir. İşletmelere “KOSGEB desteklerine Erişimde bürokratik işlemler kolay ve basittir” ifadesi hakkındaki görüşleri sorulmuştur. Buna göre katılımcı işletmelerin 10 tanesi (%10,3)’ü Katılıyorum, 10 tanesi (%10,3)’ü Kısmen Katılıyorum, 11 tanesi (%11,3) Kısmen Katılıyorum, 16 tanesi (%16,5) Kısmen Katılmıyorum ve 50 tanesi (%51,5) Katılmıyorum şeklinde cevap vermiştir.

Finansman destekler hakkında katılımcı işletmelere “KOSGEB’in finansman destek oranı yeterlidir” ifadesi hakkındaki görüşleri sorulmuştur. Alınan cevaplara göre 2 işletme (%2,1) Katılıyorum, 7 firma (%7,2) Kararsızım, 6 firma (%6,2) ve 82 işletme (%84,5) Katılmıyorum şeklinde cevap vermiştir. Bununla birlikte, işletmelere “KOSGEB desteklerinin rekabet gücüne olumlu etkisi vardır” ifadesi hakkındaki görüşleri sorulduğundan 94 işletme (%96,9) Katılıyorum ve 3 işletme (%3,1) Kısmen Katılıyorum cevabı vermiştir. Katılımcı işletmeler “KOSGEB’in Destek Alanları genişletilmelidir” ifadesi hakkında görüşleri sorulduğunda 92 işletme (%94,8) Katılıyorum, 3 işletme (%3,1) Kısmen Katılıyorum ve 2 işletme (%2,1) Kararsızım cevabını vermiştir.

Tablo 5. Katılımcılara sorulan görüşler ve cevaplar

Görüşler	Cevaplar (%)				
	Katılıyorum	Kısmen Katılıyorum	Kararsızım	Kısmen Katılmıyorum	Katılmıyorum
1. KOSGEB tarafından verilen destekler hakkında işletmemizin bilgi düzeyi yeterlidir	19,7	56,7	23,7	1,0	0,0
2. KOSGEB tarafından verilen destekler için yapılan tanıtım ve bilgilendirme faaliyetleri yeterlidir	1,0	41,2	33,0	7,2	17,5
3. KOSGEB tarafından verilen desteklerin bölge ekonomisine katkısı' yeterliliği hakkında bilgi düzeyi yeterlidir	96,9	2,1	1,0	0,0	0,0
4.KOSGEB Tarafından verilen desteklerde bürokratik işlemlerin fazlalığı yeterlidir	69,1	25,8	0,0	5,2	0,0
5. KOSGEB Tarafından verilen desteklerde objektif değerlendirme yapılma durumu yeterlidir	4,1	33,0	51,5	6,2	5,2
6.KOSGEB Tarafından Verilen Desteklerin girişimcilik faaliyetlerini teşvik etme durumu yeterlidir	96,9	3,1	0,0	0,0	0,0
7.KOSGEB Tarafından verilen desteklerin Ar-Ge çalışmalarını teşvik etme durumu yeterlidir	94,8	5,2	0,0	0,0	0,0
8.KOSGEB Tarafından verilen desteklerin ürün ve hizmet kalitesini artırması durumu yeterlidir	97,9	2,1	0,0	0,0	0,0
9.KOSGEB Tarafından verilen destekler konusunda iyi bir danışmanlık hizmeti verilmesi durumu yeterlidir	4,1	5,2	30,9	30,9	28,9
10.KOSGEB Tarafından verilen desteklere başvuruda kamu birimlerinin ilgili ve yardımcı olmaları durumu yeterlidir	6,2	19,6	63,9	6,2	4,1
11.KOSGEB Tarafından verilen destekler hakkında tanıtım faaliyetleri yeterlidir	3,1	41,2	25,8	12,4	17,5
12.KOSGEB Tarafından verilen desteklerin bölge ekonomisine katkısı yeterli olma durumu yeterlidir	97,9	2,1	0,0	0,0	0,0
13.KOSGEB Tarafından verilen Desteklerine Erişimde bürokratik işlemlerin basitliği durumu yeterlidir	10,3	10,3	11,3	16,5	51,5
14.KOSGEB tarafından verilen desteklerde finansman destek oranı yeterli olma durumu yeterlidir	2,1	0,0	7,2	6,2	84,5
15.KOSGEB tarafından verilen desteklerin rekabet gücüne etkisi yeterlidir	96,9	3,1	0,0	0,0	0,0
16.KOSGEB tarafından verilen destek alanlarının genişletilmesi yeterlidir	94,8	3,1	2,1	0,0	0,0
17.KOSGEB tarafından verilen desteklerin geri ödeme periyotları yeterlidir	3,1	15,5	15,5	0,0	66,0
18.KOSGEB tarafından verilen desteklerin geri ödeme güçlükleri yeterlidir	29,9	67,0	3,1	0,0	0,0
19.KOSGEB tarafından verilen desteklerin Pazarlama Faaliyetlerine Etkisi yeterlidir	97,9	2,1	0,0	0,0	0,0

Araştırmanın önemli görülen ifadelerinden bir diğeri “KOSGEB desteklerinin geri ödeme periyotları uygundur” ifadesidir. İşlemlerden alınan cevaplara bakıldığında 3 işletme (%3,1) Katılıyorum, 15 işletme (%15,5) Kısmen Katılıyorum, 15 işletme (%15,5) Kararsızım ve 64 işletme (%65,9) Katılmıyorum cevabı vermişlerdir.

Katılımcı işletmeler aldıkları veya almayı düşündükleri desteklerin geri ödenmesinde güçlük yaşama durumları hakkında “KOSGEB desteklerinin geri ödeme güçlük yaşanmaktadır” ifadesine dair görüşleri sorulmuştur. Buna göre 29 işletme (%29,9) Katılıyorum, 65 işletme (%67) Kısmen Katılıyorum ve 3 işletme (%3,1) Kararsızım cevabını vermiştir. Bu ifadelerle göre katılımcı işletmelerin destekleri geri ödeme konusunda güçlük yaşadıklarını ileri sürmek mümkündür.

6. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

KOSGEB desteklerinin amaçlarından biri de bölgesel gelişmişlik düzeyleri arasındaki farkın giderilmesidir. Bu bakımından değerlendirildiğinde Türkiye'nin doğusundaki illerden biri olan Ardahan ilindeki ekonomik ve sosyal gelişmeyi desteklemek için KOSGEB'in bölgesel dinamiklere uygun destek programları geliştirmesi gerektiği ifade edilebilir. Zira Ardahan ili hem sosyal hem de ekonomik yoksunluk ve zorlukların yaşandığı bir kent olup bundan dolayı da yoğun bir şekilde dışarıya göç vermektedir.

Araştırma kapsamında anket soruları üzerinden görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre katılımcı işletmelerin hemen hepsinin KOSGEB desteklerinden haberdar oldukları anlaşılmış ve bu işletmelerin KOSGEB başta olmak üzere kendi işiğal alanları kapsamında destek temin etme üzere ilgili kurumlara müracaat ettikleri anlaşılmıştır. İl genelinde verilen destekler dönemsel planlara ve kaynak durumuna göre değişim gösterebilmektedir. Ayrıca bir destek türünden faydalanan işletme başka bir işiğal alanına diğeri bir destekten yararlanabilmekte ya da başvuruda bulunabilmektedir. Dolayısı ile net bir nicel veri üretebilmek güç olmakla birlikte örneğin KOSGEB Ardahan İl Müdürlüğü'nden temin edilen bilgiye göre veri tabanında kayıtlı olan yaklaşık bin adet talepte bulunabilecek kişi/işletme için 2017 yılında muhtelif gruplarda ve KOSGEB kaynaklı olmak üzere toplam 517 başvuru destek kapsamına alınmış veya kabul edilmiştir. Söz edilen yaklaşık bin kişilik grup içerisinde aynı aile veya işletmeden belge sahibi (iştiğal konusuna ait resmi belge) sahibi olanlar kastedilmektedir.

Katılımcı işletmeler KOSGEB desteklerinden genel olarak bilgi sahibi olmakla birlikte bu desteklerin kullanım şekli, içeriği, kapsamı, ödeme planı, zamanlar vb. gibi konularda yeterince bilgilendirilmedikleri konusunda ağırlıklı görüş ifade etmişlerdir. Nitekim katılımcı işletmelere KOSGEB tarafından verilen destekler için yapılan tanıtım ve bilgilendirme faaliyetleri yeterli olma durumu hakkında görüşleri kısmen katılanlar ile kararsızlar birlikte değerlendirildiğinde 72 işletmenin (%74,2) KOSGEB destekleri hakkında yapılan tanıtım faaliyetlerinin yeterli olmadığı konusunda genel bir kanaat vardır. Bu nedenle KOSGEB ve ilgili diğeri kurumların daha fazla bilgilendirici etkinlikler düzenlemesinde yarar vardır.

Katılımcı işletmelerin KOSGEB destekleri konusunda öne çıkan iki temel konu hakkındaki görüşleri dikkat çekici bulunmuştur. Bunlardan ilki desteklerin tahsis ve kullandırımındaki bürokratik işletmeler kolaylığı ikincisi de desteklerin tahsis ve kullandırımındaki objektiflik ölçütlerine uygun durumudur. Birinci husus hakkında Katılıyorum cevabı veren 67 işletme (%69,11) ve Kısmen Katılıyorum cevabı veren 25 işletme (%25,8) olduğu görülmüştür. Her iki veri birlikte değerlendirildiğinde toplamda 93

işletmenin (%94,9) bürokratik işlemlerin fazla olduğu görüşünde birleştikleri tespit edilmiştir. İkinci duruma bakıldığında katılımcı 32 işletmenin (%33,0) Kısmen Katılıyorum, 50 işletmenin (%51,5) Kararsızım ifadesi kullandığı tespit edilmiştir. Buna göre katılımcı işletmelerin destekler konusunda objektif değerlendirme yapıldığı konusunda kısmen ve kararsızlık cevapları etrafında toplandıkları görülmüştür. Beyanlar birlikte değerlendirildiğinde asıl amacı kolaylaştırmak ve desteklemek olan KOSGEB'in kurum olarak bürokratik süreçleri basitleştirmesi gerektiği ifade edilebilir. Diğeri yandan önemli bir durum olan objektiflik ölçütünde katılımcı işletmelerin hem anket formuna verdikleri yanıtlar üzerinden yapılan görüşmelerden anlaşıldığı üzere genel kanaat olarak KOSGEB desteklerinin tahsis ve kullanımında objektif davranılmadığı görüşünde olmalarıdır. Bu kanaat oldukça önemli olup düzeltilmesi gerekmektedir.

7. Sonuç

Araştırmanın amacı Ardahan ilinde faaliyet gösteren KOBİ niteliğindeki işletmelerin KOSGEB desteklerinden haberdar olma, yararlanabilme ve bu destekler konusundaki görüşlerinin tespit edilmesidir. Ayrıca araştırma konusunda Ardahan ilindeki KOBİ'lerin finansman sorunları ile bu sorunların nedenlerinin tespit edilebilmesidir.

Araştırma sonuçları göstermektedir ki işletmeler KOSGEB tarafından verilen desteklerin yapıları, içerikleri ve kullanım prosedürleri konularında yeterince bilgi sahip değil ya da eksik bilgiye sahip oldukları anlaşılmıştır. Nitekim katılımcı işletmelerin tamamına yakını KOSGEB desteklerinin bölge ekonomisine olumlu katkı yapacağı konusunda görüş birliği içerisinde olmalarına rağmen, bu desteklere erişimde birtakım sorunlar yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Erişim sorunlarının başında ise bürokratik engeller olduğu ve daha sonra objektif değerlendirme yapılmadığı ifade edilmiştir.

İşletmeler, girişimcilik konusunda yaşadıkları finansman sorunlarının başında girişim, başlangıç sermayesi yetersizliği meselesinden söz etmişlerdir. Bununla birlikte katılımcı işletmeler ekonomik faaliyetlerde daha başarılı olabilmek hem kent dışına hem de yurtdışına açılabilme üzere KOSGEB desteklerine oldukça fazla gereksinim duyduklarını ifade etmişlerdir. İhtiyaç duyulan desteklerin başında ise öncelik finansman gelmekle birlikte pazarlama, üretim, makine ekipman, hammadde, eğitim vb. destekler konusunda KOSGEB tarafından daha fazla adım atılmasını beklemektedirler. Nitekim katılımcı işletmeler, KOSGEB tarafından kendilerine verilen danışmanlık hizmetlerinin genel olarak yetersiz veya eksik olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca aynı kapsamda KOSGEB desteklerine başvurabilmek üzere kamu birimlerinin kendilerine yeterince yardımcı olmadıklarını ve bazı eksikliklerin yaşandığını ifade etmişlerdir. Örneğin destek talebinde bulunacak bir işletmenin resmi makamlardan belge temini, teyit, denetim vb. gibi hizmetlerde gecikmeler ve sorunlar olduğu ifade edilmiştir.

Araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır ki KOSGEB destek oranları, koşulları, vadeleri, ödeme planları vb. gibi konular hakkında genel olarak yetersiz veya ihtiyacı tam olarak karşılamadığını ifade etmişlerdir. Ayrıca destek alanlarının genişletilmesi, bölgenin gereksinimlerin daha nitelikli çalışmalarda ortaya konularak bölgeye göre desteklerin geliştirilmesini beklemektedirler. Örneğin geri ödeme periyotlarının kendilerine uygun olmadığını ifade eden işletme sayısı %66'dır. Bu durum nedeni ile destek kullanan işletmelerin geri ödeme zorluk çektikleri tespit edilmiştir. Nitekim geri ödemede zorluk yaşandığı ifade edenlerin oranı %96'dır.

Araştırmada katılımcı işletmelerin finansman sorunları ile birlikte ifade ettikleri diğeri bir sorun pazarlama ve dağıtımdır. Katılımcılar yerel ürün ve

üretimlerinin iç piyasada dağıtımını konusunda KOSGEB öncülüğünde birtakım iş birliklerinin geliştirilmesini beklemektedirler.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular kapsamında Ardahan ilindeki KOBİ'lerin desteklenmesinde şu önerileri ifade etmek mümkündür:

- Destek denildiğinde ilk araç olarak finansal destekler söz konusu edilmemelidir. İşletme yönetimi ve finansal yönetim gibi konularda kazanımları eksik olan KOBİ'lerin öncelikle modern işletmecilik kavram ve yöntemlerine uygun olarak bilgilendirilmesi gerekmektedir. Zira girişimcilik konusunda istekli olmakla birlikte işletmecilik bağlamında eksiklikleri bulunan KOBİ'lere gerekli finansman onların şartlarına uygun olarak temin edilse bile doğru kullanım sağlanamayabilir, verimlilik ve etkinlik sorunları yaşanabilir. Bu nedenle KOBİ'ler için öncelikle işletmecilik ve finansman konularında daha etkili eğitimlerin verilmesi önerilebilir. Bu konuda Türkiye'de girişimcilik eğitimleri söz konusu olmakla birlikte, faal durumdaki KOBİ'ler için daha özel programlar geliştirilebilir.
- Araştırma sonuçlarında da tespit edildiği üzere KOBİ'lerin başlıca sorunu finansmandır. Bu sorunun aşılmasında dünyada etkili örnekleri bulunan KOBİ Borsası modelinin Türkiye'deki uygulama alanlarının genişletilmesi gerekmektedir. Özellikle ekonomik etkinlikler bakımından geri kalmış bölgeler için iş birliklerinin oluşturulması, gerektiğinde bunların KOSGEB tarafından yakından izlenmesi ve denetlemesi yapılarak KOBİ'leri için çıkış yolları geliştirilebilir. KOSGEB'in lokal çalışmaları arasında "güç birliği ve iş birliği" projeleri olmakla birlikte bu projelerin geri kalmış bölgeler için daha etkili hale getirilmesinde yarar olduğu düşünülmektedir. Örneğin KOBİ'lerin dış pazarlar ve pazar araştırma konusunda eğitilmesi ve rekabetçi ürün grupları hakkında bilgilendirilmesi daha sonra finansal açıdan desteklenmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu şekilde KOBİ'ler özellikle yüksek katma değer yaratan ve rekabet edebilir ürün ve fırsatları kullanabilecek, eş zamanlı olarak finansal açıdan da desteklendiklerinde makro seviye başarı sağlanabilecektir. Aksi halde, pek çok araştırma ve çalışmada da ifade edildiği üzere KOBİ'lerin desteklenmesinde finansman konusu merkeze alındığında, sağlanan finansmanı KOBİ cari borçlarında veya kısa vadeli işlerinde kullanmak zorunda kalarak beklenen amaçtan uzaklaşabilmektedirler.
- Diğer yandan hali hazırda KOSGEB ve diğer ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından sağlanan doğrudan finansal destekler ile birlikte vergi, SGK primi, yer tahsisi, enerji vb. pek çok destek bulunmaktadır. Ancak bu desteklerin KOBİ'lere kullandırılmasında amaca göre ve KOBİ'nin yapısına uygunluk kriterleri daha hassas bir şekilde gözetilerek tahsis edilmelidir. Örneğin verilen desteğin nasıl, hangi yöntem ve amaçla kullanılacağı konusunda etkinlik ve verimlilik gösteremeyen bir KOBİ kendisine verilen destekten beklenen faydayı üretemeyebilecektir. Bu durumda hem destek israf edilmiş olacak hem de kullanıcı olan KOBİ geri ödeme sorunu yaşayabilecektir. Sonuç olarak daha güçlü olması beklenen KOBİ verimsizlik ve geri ödeme yükümlülüğü neticesinde tam tersine daha da zayıflayabilecektir.
- KOBİ'lerin ilk sırada gelen finansman yetersizliği konusunda kamu kaynaklı desteklerle birlikte banka ve diğer finans kurumlarının kredi tahsislerinde kullanılan Kredi Garanti Fonu gibi yapıların daha işlevsel hale getirilmesi gerekmektedir. Diğer yandan halen uygulanmakta olan bölgesel kalkınma programlarının bürokratik zorluklardan arındırılarak daha etkili hale getirilmesinde fayda vardır. Nitekim hem bu çalışma neticesinde hem de literatürde incelemesinde rastlanılan diğer araştırma sonuçlarında görüldüğü üzere destek tahsislerinde bürokratik zorlukların bir engel oluşturduğu anlaşılmıştır. Bu nedenle süreçlerin yumuşatılması ve

destekler konusunda daha fazla bilgilendirici faaliyetlerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Veri, İsmail Cem Toptaş tarafından toplanmıştır. Analiz, İsmail Cem Toptaş tarafından gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması, İsmail Cem Toptaş tarafından yapılmıştır. Sonuç ve tartışma bölümü yazarlar tarafından ortak olarak yazılmıştır.

Çatışma Beyanı

Çalışmada yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Destek Beyanı

Bu çalışma için herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Kaynaklar

- Arıkan, E. (2017). *KOSGEB desteklerinin KOBİ'ler üzerindeki etkisinin araştırılması: Batman ili örneği*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.
- Atay, S. (2012). KOBİ'lerin Türkiye'de bankalarla yaşadığı finansal sorunlar ve çözüm önerileri. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 3(6), 1-7.
- ATS (2018). *Antalya Ticaret ve Sanayi Odası stratejik plan 2017-2020*. Antalya. Erişim adresi: <http://www.atso.org.tr/yukleme/dosya/3e65c4579d145866ddb55244ca3674e2.pdf>
- Ay, H. M. ve Talaşlı, E. (2007). Türkiye'de KOBİ'lerin ihracattaki yeri ve karşılaştıkları sorunlar. *Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi-Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*, 174-184.
- Başaran, B. ve Acılar, A. (2008). KOBİ'lerde stokların etkin yönetimini belirleyen etmenlerin incelenmesi: görgül bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 79-98.
- Başçı, S. ve Durucan, A. (2017). A review of small and medium sized enterprises (SMEs) in Turkey. *Yıldız Social Science Review*, 3(1), 59-79.
- Berk, N. (2005). *Finansal Yönetim (9. Baskı)*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Bilginer, F. G. (2017). Küresel girişimcilik endeksi çerçevesinde Türkiye'de küresel girişimciliğin gelişimi: küresel girişimciliğe teorik bir bakış açısı. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 29-46.
- Çelik, İ. (2007). *Basel İki Bağlamında KOBİ'lerin Finansman Sorunları: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi SBE, Isparta.
- Çetinkaya, A. Ş. ve Ay, K. (2017). KOSGEB girişimcilik desteklerinin amacına ulaşma düzeyi: Konya ili araştırması, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17, 30. Yıl Özel Sayısı, 19-34.
- Dang, G. ve Pheng, L. S. (2015). Infrastructure investments in developing economies. *Springer Science Business Media Singapore*.
- Erdin, C. ve Ozkaya, G. (2020). Contribution of small and medium enterprises to economic development and quality of life in Turkey. *Heliyon*, 6 (2), e03215.
- Erkuş, A. (2009). *Davranış Bilimleri için Bilimsel Araştırma Süreci* (İkinci Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Gülaç, H. (2014). *İşletmelerin yatırım kararları ile finansman kararları arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi: Türkiye imalat sektörü işletmeleri üzerine bir dinamik panel veri analizi*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Gülşen, A. Z. ve Ülkütaş, Ö. (2012). Sermaye yapısının belirlenmesinde finansman hiyerarşisi teorisi ve ödünleşme teorisi: İMKB sanayi endeksinde yer alan firmalar üzerine bir uygulama, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15), 49-59.
- Kaygin, C. Y. ve Yılmaz, T. (2019). KOBİ'lerin finansal sorunları üzerine bir araştırma: Kars ili örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(4), 3314-3336.

- İçke, M. A. (2016). Schumpeter ve yeniliklerin finansmanı, *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 11, 17-38.
- İslambay, T. (2018). *Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat sorunları: Konya imalat sektöründe bir araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi), KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Karasar, N. (2011). *Araştırmalarda Rapor Hazırlama*. Ankara: Nobel Yay.
- Kocatepe, H. (2007). *Devlet yardımlarının firmaların rekabet gücü üzerine etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Koç, İ. O. (2008). *Türk KOBİ'lerin bugünü ve geleceği*. İstanbul: Arıkan Basım Yayım.
- KOSGEB (2018). *KOSGEB 2018 Yılı Performans Programı*. Erişim adresi: https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/Performans%20Programi/KOSGEB_2018_Yılı_Performans_Programi.pdf.
- Meccek, G. (2019). KOBİ'lerin finansal yönetim tekniklerini kullanma düzeyi ve finansal sorunları arasındaki ilişki: Afyonkarahisar örneği. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3(1), 61-91.
- Önem, H. B. (2010). *KOBİ'lerin finansal risk algı düzeyine yönelik bir araştırma: Isparta ve Burdur illerine yönelik bir anket çalışması*, (Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Özkubat, G. ve Selim, S. (2019). Türkiye'de illerin sosyo-ekonomik gelişmişliği: Bir mekânsal ekonometrik analiz. *Alphanumeric Journal*, 7(2), 449-470.
- Öztürk, Ö. (2007). İstihdam konusunda KOBİ'lerin önemi ve KOBİ alanında eğitim istihdam ilişkisi açısından kamu istihdam kurumunun rolü, Ankara: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı.
- Rehman, A. U. ve Anwar, M. (2019). Mediating role of enterprise risk management practices between business strategy and SME performance. *Small Enterprise Research*, 26(2), 207-227.
- Schumpeter, J. A. (1982). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle (1912/1934)*. Transaction Publishers.
- Solmaz, H. (2014). *Küçük ve orta büyüklükteki işletmelere sağlanan kamu desteklerinin etkinliği ve KOSGEB Diyarbakır uygulaması*, (Yüksek Lisans Tezi), Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Diyarbakır.
- Tekin, M. (2012). *Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği*. Konya: Günay Ofset.
- TOBB, (2012, 15 Ocak). Türkiye'deki KOBİ tanımı, KOBİ araştırma ve danışmanlık merkezi müdürlüğü. Erişim adresi: http://www.kobi.org.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=133&Itemid=233.
- Türkan, Y. ve Değirmenci, Ö. (2017). KOSGEB desteklerinin, destekleri kullanan işletmeler açısından değerlendirilmesi ve Bingöl ili uygulaması, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, İktisat Özel Sayısı, 159-175.
- Uslu, Ş. ve Uygun, M. (2002). "Yeni rekabet koşullarında KOBİ'lerin Değişen Pazarlama Stratejileri ve Pazarlama Sorunları" (s.3-4). 21. *Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Kıbrıs.



Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

<https://dergipark.org.tr/pub/aruibfdergisi>



Covid-19'un bağımsız denetim raporuna ve denetçinin görüşüne etkisi: BİST'te bir araştırma

Effect of Covid-19 on independent audit report and auditor's opinion: a research on BIST

Neşegül Parlak^{a*}

^a Öğr. Gör. Dr., Ordu Üniversitesi, Fatsa MYO, Muhasebe ve Vergi Bölümü, Ordu, Türkiye, nparlak@odu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1669-7389

MAKALE BİLGİSİ

Makale geçmişi:

Başvuru: 27 Mart 2021

Kabul: 9 Mayıs 2021

Anahtar kelimeler:

Covid-19,
BİST,
Bağımsız Denetim

Makale türü:

Araştırma makalesi

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 27 March 2021

Accepted: 9 May 2021

Keywords:

Covid-19,
BİST,
Independent Audit

Article type:

Research article

ÖZET

İşletmelerin finansal tabloları ile ilgilenen taraflar işletmelerden kaliteli, olağandışı durumları ele alan, şeffaf ve güvenilir bilgi talep etmektedirler. Bağımsız denetimin temel amacı, işletmenin finansal tablolarının, işletmenin finansal durumunu ve faaliyet sonuçlarına ilişkin tüm önemli yönlerini doğru ve gerçeğe uygun olarak yansıtıp yansıtmadığı hususunda, uygun ve yeterli sayıda denetim kanıtı elde etmek ve bu kanıtlar ışığında güvenilir bir denetim görüşü sunmaktır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından, 11 Mart 2020 tarihinde pandemi olarak ilan edilen Covid-19'un yarattığı belirsizlik ortamı küresel ekonomiyi olduğu gibi ülkemiz ekonomisinin de zor bir dönem yaşamasına neden olmuştur. Covid-19'un oluşturduğu bu belirsizlik süreci birçok meslek dalını olduğu gibi bağımsız denetim mesleğini de etkilemiştir. Bu çalışma, Covid-19'un bağımsız denetçinin görüş ve denetim raporuna etkisini araştırmayı amaçlamaktadır. Çalışmada, BİST Toptan ve Perakende Ticaret, Lokantalar ve Oteller Sektöründe faaliyet gösteren 31 şirketin 2017-2020 yılları arasında yayımlanan denetim raporları www.kap.org.tr internet sitesinden çekilerek incelenmiştir. Yapılan çalışma sonucunda, denetçilerin denetim raporlarında Covid-19'a ilişkin değerlendirmelerde buldukları ve denetim raporlarında diğer husus ve dikkat çeken husus paragrafında açıklamalara yer verdikleri görülmüştür. Ancak, bağımsız denetim raporlarında Covid-19'un işletmenin sürekliliğine ve olumlu görüş dışında bir görüş bildirme durumuna yönelik önemli etkisinin bulunmadığı gözlemlenmiştir.

ABSTRACT

The parties dealing with the financial statements of the enterprises demand high quality, transparent and reliable information addressing extraordinary situations. The main purpose of the independent audit is to obtain sufficient and appropriate audit evidence on whether the financial statements of the enterprise represent the financial situation and operating results of the enterprise in all material respects in a true and accurate manner, and to present a reliable audit opinion in the light of these evidence. The uncertainty created by Covid-19, which was declared as a pandemic by the World Health Organization (WHO) on March 11, 2020, caused the global economy as well as our country's economy to experience a difficult period. This uncertainty process created by Covid-19 has affected the independent audit profession as well as many professions. This study aims to investigate the effect of Covid-19 on the opinion and audit report of the independent auditor. In the study, the audit reports published between 2017-2020 of 31 companies operating in the BIST Wholesale and Retail Trade, Restaurants and Hotels Sector were taken from the website www.kap.org.tr and analyzed. As a result of the study, it was seen that the auditors made evaluations about Covid-19 in their audit reports and included explanations in the other Issues and remarkable points paragraph in the audit reports. However, it has been observed in the independent audit reports that Covid-19 does not have a significant effect on the continuity of the business and the situation of expressing an opinion other than a positive opinion.

* Sorumlu yazar / Corresponding author

E-posta / E-mail: nparlak@odu.edu.tr

Atf / Citation: Parlak, N. (2021). Covid-19'un bağımsız denetim raporuna ve denetçinin görüşüne etkisi: BİST'te bir araştırma. *Ardahan Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(1), 34-41.

1. Giriş

Bağımsız denetim, işletmelerin finansal tablolarının doğruluğu ve muhasebe ilke ve standartlarına uygunluğu konusunda, genel kabul görmüş bağımsız denetim standartları çerçevesinde bağımsız denetim teknikleri uygulayarak, uygun ve yeterli sayıda bağımsız denetim kanıtlarının elde edilmesi ve değerlendirmesinin yapılarak, işletme bilgi kullanıcılarına makul düzeyde güvence sağlayacak şekilde raporlanmasını ifade eder. Bağımsız denetimin temel amacı, şirketlerin finansal tablolarına ilişkin olarak ilgili taraflara güvenilir doğru bilginin sağlanması ve sürdürülebilirliğin sağlanmasında, değişen koşullara göre artan güvenilirlik ihtiyacını karşılayacak düzeyde makul bir güvence vermektir.

COVID-19'un ortaya çıkışı ile artan ekonomik belirsizlik durumu, işletmelerin bazıları için ekonomik koşulların önemli oranda bozulmasına neden olmuştur (Köse ve Ağdeniz, 2020). Covid-19'un neden olduğu belirsizlik ortamında, raporlanan bilgilerin güvenilirliğini sağlamak en önemli konu olmaktadır. İlgili taraflara doğru, dengeli, şeffaf ve eksiksiz güvenilir bilgi verilmelidir. Koşulların değişmesine paralel olarak, tarafların gereksinimleri de değişiklik gösterebilmektedir. COVID-19'un devam ettiği bu belirsizlik ortamında şirketler açısından sürekliliğin sağlanması ve kriz ve risklere karşı tedbirli olabilmesi gerekir.

Covid-19 nedeni ile ortaya çıkan küresel gelişmeler denetçilerin çalışmalarını da etkilemiştir. Covid-19'un neden olduğu belirsizlik ve öngörülemezlik koşullarında, denetimi gerçekleştirecek olan denetçiler bu faaliyetlerini yerine getirirken birçok bilinmeyenle uğraşmak zorunda kalmışlardır. Aynı zamanda, yeni ve mevcut teknoloji kaynaklarını etkin şekilde kullanmak ve denetimde dijitalleşme konusunda daha hızlı geçiş yapma fırsatı elde etmişlerdir.

Bu çalışma, Covid-19'un bağımsız denetim raporu ve bağımsız denetçi görüşü üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Covid-19'un bağımsız denetim raporu ve denetçi görüşüne olan etkileri, çalışmaya dahil edilen sektör şirketleri tarafından yayımlanan bağımsız denetim raporları özelinde yaptığımız değerlendirmede, bağımsız denetim sürecine olan önemli etkileri bulunmaktadır. Ancak denetçi görüşü üzerinde önemli bir etkisinin bulunmadığı görülmektedir.

2. Covid-19'un Bağımsız Denetim Raporuna ve Denetçi Görüşüne Muhtemel Etkileri

Covid-19 döneminde, denetçilerin, Bağımsız Denetim Standartları (BDS) ile uyum içerisinde denetim faaliyetini gerçekleştirmesi büyük önem arz etmektedir. Covid-19'un şirketler ve raporlama süreci için yol açacağı denetim sorunlarına cevap vermek için geçmişte incelemeli, cari durum ve geleceğe yönelik daha fazla değerlendirme yapılmalıdır. (TÜRMOB, 2020). Denetim raporlarının, yalnızca işletmelerin önceki ve cari durumları ile ilgili değil, gelecek dönemler de oluşması muhtemel durumlarının da dikkate alınmak suretiyle hazırlanması önemlidir (Karakaya, 2020). Ayrıca, Covid-19'un yayılmasını önlemek amacıyla alınan tedbirler çerçevesinde, denetçilerin işlerini nasıl ve nerede üstlendiklerinde meydana gelen değişiklikler nedeni ile kalite kontrol politikalarını ve prosedürlerini dikkate alarak görev ekiplerinin değişen denetim ortamı yönlendirilmesi ve denetim çalışmalarının titizlikle gözden geçirilmesi gerekliliği bulunmaktadır. Mevcut Covid-19 koşullarında, uygun ve yeterli sayıda denetim kanıtı elde etmek ve raporlamak için denetim prosedürlerinin tasarlanması ve uygulanması gerekir.

Covid-19'un bağımsız denetçi görüşü ve bağımsız denetim raporu üzerindeki muhtemel etkileri (KGK, 2020) şunlardır:

- Kilit denetim konuları (Yeni kilit denetim konuları eklenmesi veya hali hazırda V olan kilit denetim konularında tanımlamaların güncellenmesi),
- İşletmenin sürekliliği (İşletmenin sürekliliğini devam ettirebilmesi hususunda önemli belirsizlik durumunun rapora eklenmesi),
- Dikkat çeken hususlar/Diğer hususlar paragrafı (Denetimin, denetçinin raporunun veya denetçi sorumluluklarının anlaşılması konusunda ve finansal tablolarda sunulan ve açıklananların dışında husus veya hususlara ilgili tarafların dikkatini çekmek),
- Olumlu görüş dışında görüş bildirmek (Kapsam sınırlaması nedeni ile şartlı görüş, görüş bildirmekten kaçınma veya olumsuz görüş bildirme).

2.1. Kilit Denetim Konuları

Denetimin şeffaflığını ve güvenilirliğini arttırmak amacıyla denetim raporunda yer verilen kilit denetim konuları denetim sürecinin en önemli konularından biri olma özelliğine sahiptir. Denetçinin sorumluluklarını düzenleyen BDS 701 "Kilit Denetim Konularının Bağımsız Denetçi Raporunda Bildirilmesi" standardı, belirlenen kilit denetim konusunun belirlenme nedenini ve nasıl ele alındığını açıklamaktadır (BDS 701, 2019).

Denetçinin mesleki yargısını da göz önünde bulundurarak; kilit denetim konusu olarak Covid-19'un etkisini belirleyerek, bu sürece ilişkin durumu raporunda yer vermesi gerekebilir (KGK, 2020). Denetçinin raporunda yer verdiği kilit denetim konularının, denetlenen şirkete ilişkin olarak raporlanmasını uygun ve gerekli gördüğü konular olmalıdır.

Denetçinin, Covid-19'u kilit denetim konusu olarak belirlenmesi veya uygun ve yeterli sayıda bağımsız denetim kanıtı sağlama konusunda, Covid-19'un yayılmasını önleyici tedbirler nedeni ile yaşaması muhtemel zorlukların sonucunda Covid-19'un finansal tablolara etkilerine ilişkin yeterli değerlendirme yapamaması durumunda denetimi sınırlandırması söz konusu olabilir (TÜRMOB, 2020).

2.2. İşletmenin Sürekliliği ile İlgili Belirsizlik

Denetçinin işletmenin sürekliliği hususundaki sorumlulukları BDS 570 "İşletmenin Sürekliliği standardı" da düzenlenmiştir. Denetçilerin, finansal tabloların tarihinden itibaren on iki aylık dönemde, işletmenin sürekliliğini devam ettirme hususunda oluşan/oluşabilecek sorunlar karşısında yönetimin kabiliyetine ilişkin değerlendirme yapması gerekir (Carson vd., 2013). Denetçinin, yönetimin işletmenin sürekliliğini devam ettirmesi hususunda önemli bir belirsizliğin bulunup bulunmadığına ilişkin uygun ve yeterli sayıda denetim kanıtı elde etmesi ve bir kanaate varması gerekir.

Covid-19'un ortaya çıkardığı belirsizlik ortamında, yayılmanın önlenmesi amacıyla alınan tedbirler çerçevesinde hayatın her alanda yaşanan kısıtlamalar, ekonomik ve ticari hayatı durma noktasına getiren sıkıntılara neden olmuş ve işletmelerin sürekliliği önemli bir konu haline getirmiştir. Bu süreçte işletmelerin sürekliliğine devam edip edemeyeceği hususunda tahmin yapmak son derece zorlaşmıştır.

COVID-19'un ortaya çıkardığı kriz ve belirsizlik ortamında denetlenen işletmenin faaliyetini devam ettirmesi hususu önemli ve muhtemel bir durum olarak değerlendirilebilir. BDS 570 uyarınca, denetçiler öncelikle, elde ettiği yeterli ve uygun denetim kanıtları çerçevesinde, işletmenin sürekliliğini devam ettirme hususunda önemli bir belirsizliğin bulunup bulunmadığını değerlendirmeli ve raporuna yansıtmalıdır (Bircan, 2020). Ayrıca, sürecin etkileri hususunda, denetçinin, işletmenin; kârlılık durumu, borç ödeme takvimleri ve yenilenmesi gereken borçları için başvurabileceği potansiyel finansman kaynakları gibi birçok faktörün işletmenin sürekliliği esasına göre değerlendirilmesi gerekir (Grant Thornton, 2020). Bu süreçte,

yönetimin, işletmenin sürekliliği ile ilgili bir değerlendirmede bulunmaması durumunda, denetçinin, değerlendirme talep etme veya yapılan değerlendirmenin değişen koşullara göre yeniden değerlendirilip güncellenerek istemesi gibi ek denetim prosedürlerine başvurabilir (Adana ve Özbirecikli, 2020).

Denetçinin, işletmenin sürekliliğini devam ettirme kabiliyetini değerlendirmesi ve bu hususa ilişkin raporlarında belirttiği dipnot açıklamaları önemlidir. Denetçi tarafından, işletmenin finansal tablolarını, sürekliliğini devam ettirme kabiliyeti yönü ile incelenmeli, Covid-19'un, işletmenin sürekliliği esasına etkisi değerlendirilmeli, önemli bir etkinin olup olmadığı uygun ve yeterli sayıda denetim kanıtı elde etmek suretiyle tespit edilmeli ve bu husus dipnotlarda kapsamlı olarak açıklanmalıdır (Demir, 2020).

2.3. Dikkat Çeken Hususlar ve Diğer Hususlar Paragrafı

Denetçinin, Covid-19'un işletmeye olan etkilerini, belirsizlik ve öngörülemesizlik durumlarını belirtmek için BDS 706 "Dikkat Çekilen Hususlar ve Diğer Hususlar" paragraflarını eklemesi gerekebilir. İşletmelerin, finansal bilgileri ve finansal tabloları ile ilgilenen kullanıcıların kararlarını etkileyebilecek düzeyde önemli olan ve finansal tablolarda yer almayan konuların, işletmenin finansal durumuna ilişkin dikkat çekilmesi gereken hususların, denetçinin sorumluluklarının ve denetim raporunun kullanıcılar tarafından doğru anlaşılması ile ilgili olan hususların bu paragraflarda yer verilmesi uygun olabilir (BDS 706, 2017).

2.4. Denetçinin Olumlu Görüş Dışında Görüş Belirtmesi

BDS 705 "Bağımsız Denetçi Raporunda Olumlu Görüş Dışında Bir Görüş Verilmesi" standardı, denetçinin bağımsız denetim sürecinde elde ettiği kanıtlar ve muhakemesi ile yaptığı değerlendirme neticesinde, mevcut duruma uygun rapor hazırlama ve görüş verme sorumluluğunu ve olumlu görüş dışında bir görüş vermesi durumlarında da denetim raporunun şekil ve içerik bakımından nasıl etkilendiğini ele almıştır (BDS 705, 2017).

Covid-19 nedeni ile yaşanan belirsizlik ortamında, denetçilerin yeterli sayıda ve uygun denetim kanıtı elde edememesi durumu görüş bildirmeleri de zorlaşmaktadır. Bu süreçte, denetçiler BDS 705 standardı ışığında olumlu görüş dışında (şartlı görüş, olumsuz görüş, görüş vermekten kaçınma) başka bir görüş vermesi gerekebilir. Yaşanan bu kriz ve belirsizlik ortamında denetçilerin olumlu görüş verme oranını da azalma olacağı söylenebilir (Bircan, 2020).

3. Araştırma

3.1. Araştırmanın Amacı

Covid-19'un yaşandığı zorlu süreçte bağımsız denetim yapan denetçilerin görüşlerinin değerlendirilmesi ve bağımsız denetim raporlarını nasıl etkilediğinin tespit edilmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu amaçla, BİST Toptan ve Perakende Ticaret, Lokantalar ve Oteller sektöründe yer alan şirketlerin 2017-2020 yılı arası bağımsız denetim raporları incelenmiş ve Covid-19 öncesi ve Covid-19 süreci denetim raporları karşılaştırılmak suretiyle Covid-19'un denetçi görüşü ve denetim raporuna etkisi incelenmiştir. Araştırma, Covid-19'un bağımsız denetim raporları üzerindeki etkisinin önceki dönemlerle karşılaştırılmak suretiyle görülebileceği ilk çalışma olması nedeni ile alana katkı sağlaması yönü ile önemlidir. Araştırmada, BİST Toptan ve Perakende Ticaret, Lokantalar ve Oteller sektöründe yer alan tüm şirketlerin (31) 2017-2020

yılları yayımlanan yıllık (sürekli) bağımsız denetim raporları incelemeye tabi tutulmuştur. 2020 yılında bir şirkete ait bağımsız denetim raporu henüz yayımlanmadığından araştırmaya dahil edilmemiştir. Bu sektörün seçimin nedeni, Covid-19'dan en çok etkilenen sektörlerden birisi olması nedeni ile temsil gücü yüksek bir örneklem grubu olduğu kanaatidir.

3.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma kapsamında, BİST Toptan ve Perakende Ticaret, Lokantalar ve Oteller sektöründe faaliyet gösteren 31 şirketin 2017-2020 arasındaki yıllık bağımsız denetim raporları incelenmiş ve karşılaştırılmıştır. Araştırma için gerekli veriler, Kamuyu Aydınlatma Platformu'nun (KAP) internet sitesi (www.kap.gov.tr)'den şirketlerin kamuoyuna sundukları bağımsız denetim raporlarından sağlanmıştır. Araştırmada, içerik analizi yöntemi kullanılarak bağımsız denetçi görüşüne ve bağımsız denetim raporunda Covid-19'un etkisi değerlendirilmiştir.

3.3. Araştırmanın Bulguları

3.3.1. Yeni Bağımsız Denetim Sözleşmesinin Kabulü

Covid-19 döneminde salgının yayılmasını önlemek amacıyla alınan tedbirler bağımsız denetçilerin yeni sözleşme kabul ederken uygulamak durumunda olduğu prosedürlerin gerçekleştirilmesini zorlaştırmaktadır (Adana ve Özbirecikli, 2020). Denetçinin bu dönemde sözleşmenin kabulüne yönelik araştırmaları ve görüşmeleri ilgili tedbirler çerçevesinde yürütmesi gerekecektir.

Tablo 1. 2017-2020 yılları arasında şirketleri denetleyen bağımsız denetim firmaları

Sayı	Şirket	Denetim Firması			
		2017	2018	2019	2020
1	ADESE	Arılar Bağımsız Denetim ve YMM A.Ş.	Arılar Bağımsız Denetim ve YMM A.Ş.	Arılar Bağımsız Denetim ve YMM A.Ş.	Arılar Bağımsız Denetim ve YMM A.Ş.
2	AYCES	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.
3	ARZUM	-	-	-	Güney Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.
4	AVTUR	Ata Uluslararası Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	Reform Bağımsız Denetim A.Ş.	Reform Bağımsız Denetim A.Ş.	Reform Bağımsız Denetim A.Ş.
5	BIMAS	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.
6	BIZIM	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.
7	CRFSA	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.
8	CASA	Arkan Ergin Uluslararası	Arkan Ergin Uluslararası	Ulusal Bağımsız	Ulusal Bağımsız

		Bağımsız Denetim A.Ş.	Bağımsız Denetim A.Ş.	Denetim ve YMM A.Ş.	Denetim ve YMM A.Ş.			Arkan Ergin Uluslararası Bağımsız Denetim A.Ş.	Arkan Ergin Uluslararası Bağımsız Denetim A.Ş.	Arkan Ergin Uluslararası Bağımsız Denetim A.Ş.	BDO Denet Bağımsız Denetim ve Danışmanlık A.Ş.
9	DOAS	Güney Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	Güney Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	23	SELEC				
10	ETILR	Arkan Ergin Uluslararası Bağımsız Denetim A.Ş.	Arkan Ergin Uluslararası Bağımsız Denetim A.Ş.	Arkan Ergin Uluslararası Bağımsız Denetim A.Ş.	Arkan Ergin Uluslararası Bağımsız Denetim A.Ş.	24	SOKM	-	DRT Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.
11	INTEM	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	25	TEKTU	Gürel YMM ve Bağımsız Denetim Hizmetleri A.Ş.	Gürel YMM ve Bağımsız Denetim Hizmetleri A.Ş.	Gürel YMM ve Bağımsız Denetim Hizmetleri A.Ş.	Gürel YMM ve Bağımsız Denetim Hizmetleri A.Ş.
12	KSTUR	Kavram Bağımsız Denetim ve Danışmanlık A.Ş.	Kavram Bağımsız Denetim ve Danışmanlık A.Ş.	Kavram Bağımsız Denetim ve Danışmanlık A.Ş.	Ser-Berker Bağımsız Denetim A.Ş.	26	TKNSA	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.
13	MAALT	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	27	TGSAS	HSY Danışmanlık ve Bağımsız Denetim A.Ş.	HSY Danışmanlık ve Bağımsız Denetim A.Ş.	HSY Danışmanlık ve Bağımsız Denetim A.Ş.	Karar Bağımsız Denetim ve Danışmanlık A.Ş.
14	MARTI	Gürel YMM ve Bağımsız Denetim Hizmetleri A.Ş.	Gürel YMM ve Bağımsız Denetim Hizmetleri A.Ş.	Gürel YMM ve Bağımsız Denetim Hizmetleri A.Ş.		28	ULAS	Akademik Bağımsız Denetim A.Ş.	Ban-Den Bağımsız Denetim Hizmetleri A.Ş.	Ban-Den Bağımsız Denetim Hizmetleri A.Ş.	Ban-Den Bağımsız Denetim Hizmetleri A.Ş.
15	MAVI	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	DRT Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	29	UTPYA	Köker YMM ve Bağımsız Denetim A.Ş.	Köker YMM ve Bağımsız Denetim A.Ş.	Köker YMM ve Bağımsız Denetim A.Ş.	YKY Bağımsız Denetim ve YMM A.Ş.
16	MEPET	Ata Uluslararası Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	Reform Bağımsız Denetim A.Ş.	Reform Bağımsız Denetim A.Ş.	Reform Bağımsız Denetim A.Ş.	30	UZERB	Engin SMMM A.Ş.	Engin SMMM A.Ş.	Engin SMMM A.Ş.	Eren Bağımsız Denetim A.Ş.
17	MERIT	Ata Uluslararası Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	Ata Uluslararası Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	Ata Uluslararası Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	Ata Uluslararası Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	31	VAKKO	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.
18	MGROS	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	DRT Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	DRT Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.						
19	MIPAZ	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	PwC Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.						
20	PSDTC	Aren Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	Aren Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	Aren Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	Aren Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.						
21	PKENT	YKY Bağımsız Denetim ve YMM A.Ş.	AAC Bağımsız Denetim Danışmanlık ve YMM A.Ş.	AAC Bağımsız Denetim Danışmanlık ve YMM A.Ş.	C&Ç Bağımsız Denetim ve Yönetim Danışmanlığı A.Ş.						
22	SANKO	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.	KPMG Bağımsız Denetim ve SMMM A.Ş.						

Tablo 1’de şirketlerin 2017-2020 yılları arası bağımsız denetim firmaları yer almaktadır. Sektörde faaliyet gösteren 31 şirket 2017-2020 yılları arasında 23 farklı denetim şirketi tarafından denetlenmiştir. Şirketlerin denetçi değiştirme sıklığına baktığımızda 2018 yılında 4 şirket, 2019 yılında 4 şirket, 2020 yılında ise 8 şirket denetçi değişikliğine gitmiştir. Covid-19’un etkisini 2020 yılının finansal tablolarında ve denetim sürecinin tamamının hissedildiğini düşündüğümüzden bu süreçte şirketlerin çeşitli sebeplerden denetçi değişikliğine gittiğini söyleyebiliriz.

Tablo 2’de sektörde faaliyet gösteren 2017-2020 yılları arası bağımsız denetim raporlarında açıkladıkları kilit denetim konularına yer verilmiştir. Kilit denetim konularının bu yıllar arasında denetim firmalarında tarafından güncellendiği görülmektedir. 2020 yılı bağımsız denetim raporlarında yer alan kilit denetim konuları incelendiğinde ise sadece bir bağımsız denetim raporunda, haslatın muhasebeleştirilmesinde Covid-19’un etkisine ilişkin kilit denetim konusuna yer verildiği görülmektedir. Denetçi ilgili denetim raporunda, “Covid-19’un, Şirket’in üst yönetimi tarafından yapılan değerlendirmeye istinaden raporlama tarihi itibarıyla önemli derecede olumsuz bir etkisi olmadığı değerlendirilmiştir.” şeklinde açıklama yapmıştır.

Tablo 2. 2017-2020 yılları arası kilit denetim konuları

Sayı	Şirket	Kilit Denetim Konuları			
		2017	2018	2019	2020
1	ADESE	1.Maddi duran varlıklar ve yatırım amaçlı gayrimenkuller 2.Finansal yükümlülükler	1.Maddi duran varlıklar ve yatırım amaçlı gayrimenkuller 2.Finansal yükümlülükler	1.Maddi duran varlıklar ve yatırım amaçlı gayrimenkuller 2.Uzun ve kısa vadeli borçlanmalar	1.Maddi duran varlıklar ve yatırım amaçlı gayrimenkuller 2.Uzun ve kısa vadeli borçlanmalar
2	AYCES	1.Arazi ve arsalar, yeraltı yerüstü düzenleri	1.Arazi ve arsalar, yeraltı yerüstü düzenleri	1.Arazi ve arsalar, yeraltı yerüstü düzenleri	1.Arazi, binalar ve yerüstü düzenleri
3	ARZUM				Ticari alacaklar değer düşüklüğü
4	AVTUR	1.Ticari alacaklar 2.Maddi duran varlıklar	Belirtilmemiş	1.İlişkili taraf işlemleri 2.Yatırım amaçlı gayrimenkuller	1.İlişkili taraf işlemleri 2.Yatırım amaçlı gayrimenkuller
5	BIMAS	1.Hasılatın denetimi 2.Arsa ve binaların gerçeğe uygun değeri	1.Hasılatın denetimi	1.Hasılatın denetimi 2.TFRS16, Kiralamalar Standardı	1.TFRS 16, Kiralamalar Standardı 2.Hasılatın muhasebeleştirilmesi
6	BIZIM	1.Maddi olmayan duran varlıklar	1.Maddi olmayan duran varlıklar	1.TFRS 16, Kiralamalar Standardı 1.Hasılat ve tedarikçilerden elde edilen gelirler	1.Hasılatın denetimi 1.Hasılat ve tedarikçilerden elde edilen gelirler
7	CRFSA	1.Hasılat 2.Ertelemiş vergi varlığı 3.Şerefiye değer düşüklüğü 4.Maddi ve diğer maddi duran varlığı 5. Finansal durum	1.Hasılat ve TFRS 15 Standardı 2. Ertelemiş vergi varlığı 3.Şerefiye değer düşüklüğü 4.Finansal durum	1.Ertelemiş vergi varlığı 2.Ertelemiş vergi varlığı 3.Şerefiye değer düşüklüğü 4. Finansal durum 5.TFRS 16, Kiralamalar Standardı	1.Hasılat ve tedarikçilerden elde edilen gelirler 2.Ertelemiş vergi varlığı 3.TFRS 16, Kiralamalar Standardı 4. Şerefiye değer düşüklüğü
8	CASA	1.Maddi duran varlıklarda değer düşüklüğü	Belirtilmemiş	Belirtilmemiş	1.Hasılatın muhasebeleştirilmesi (COVID-19 ETKİSİ)
9	DOAS	1.Garanti karşılığı	1.Garanti karşılığı	1.Garanti gider karşılığı 2.TFRS 16, Kiralamalar Standardı	1.Garanti gider karşılığı
10	ETILR	1.Hasılat	1.Hasılat	1.Hasılat	1.Hasılat
11	INTEM	1.İşletmenin sürekliliği 2. EYAP hisse senetleri 3.Ticari alacaklar	1.İşletmenin sürekliliği 2.Ticari alacaklar	1.İşletmenin sürekliliği 2.Ticari alacaklar 3.TFRS 16, Kiralamalar Standardı	1.Yeniden yapılandırma çalışmaları
12	KSTUR	1.Maddi Duran varlıklar 2.Hasılat	1.Maddi Duran varlıklar 2.Hasılat	1.Maddi Duran varlıklar 2.Hasılat	1.Hasılat 2.Maddi duran varlıklar
13	MAALT	1.Maddi duran varlıklar	1.Maddi duran varlıklar	1.Maddi duran varlıklar	1.Maddi duran varlıklar
14	MARTI	1.Maddi duran varlıklar 2.Finansal borçlar	1.Maddi duran varlıklar 2.Finansal borçlar	Belirtilmemiş	-
15	MAVI	1.Hasılat 2.Stok değer düşüklüğü 3.Şerefiye değer düşüklüğü	1.Hasılat 2.Stok değer düşüklüğü 3.Şerefiye değer düşüklüğü	1.Hasılat 2. Stok değer düşüklüğü 3. Şerefiye değer düşüklüğü 3.TFRS 16, Kiralamalar Standardı	1.TFRS 16, Kiralamalar standardı 2.Stok değer düşüklüğü
16	MEPET	1.Ticari Alacaklar 2.Maddi duran varlıklar ve yatırım amaçlı gayrimenkuller 3.Ortak kontrole tabi işletmeler	1.Ticari Alacaklar 2. Maddi duran varlıklar ve yatırım amaçlı gayrimenkuller	1.Ticari Alacaklar 2. Maddi duran varlıklar ve yatırım amaçlı gayrimenkuller	1.Ticari Alacaklar 2. Maddi duran varlıklar ve yatırım amaçlı gayrimenkuller
17	MERIT	1.Ticari alacaklar	1.Ticari alacaklar 2.Finansal varlıklar	1.Ticari alacaklar 2. Finansal varlıklar	1.Ticari alacaklar 2. Finansal varlıklar
18	MGROS	1.Maddi olmayan duran varlıklar 2.İşletme Birleşmesi 3.Arazi ve arsalar, binalar ile yatırım amaçlı gayrimenkuller	1.Maddi olmayan duran varlıklar 2. Arazi ve arsalar, binalar ile yatırım amaçlı gayrimenkuller	1.TFRS 16, Kiralamalar standardı 2.Şerefiye değer düşüklüğü	1.TFRS 16, Kiralamalar standardı 2.Şerefiye değer düşüklüğü
19	MİPAZ	1.Yatırım amaçlı gayrimenkuller	1.Yatırım amaçlı gayrimenkuller	1.Yatırım amaçlı gayrimenkuller	1.Yatırım amaçlı gayrimenkuller
20	PSDTC	1.Exim Bank Reeskont Kredileri	1.Exim Bank Reeskont Kredileri	1.Nakit ve nakit benzerleri	1.Nakit ve nakit benzerleri
21	PKENT	Belirtilmemiş	1.Maddi duran varlıklar	1.Ticari Alacaklar	1.Ticari Alacaklar
22	SANKO	1.Ticari alacaklar 2.Gayrimenkuller	1.Ticari alacaklar 2. Gayrimenkuller	1.Ticari alacaklar 2. Gayrimenkuller	1.Ticari alacaklar
23	SELEC	1.Ticari Alacaklar	1.Ticari Alacaklar 1.Aliş indirimleri	1.Ticari Alacaklar	1.Ticari alacaklar
24	SOKM	Belirtilmemiş	2.Maddi olmayan duran varlıklar 3.Şerefiye değer düşüklüğü 4. Ertelemiş vergi varlığı	1.Şerefiye değer düşüklüğü 2.TFRS 16 Kiralamalar standardı	1.Şerefiye değer düşüklüğü, 2. Hasılatın denetimi
25	TEKTU	1.Denetçi geçişi 2.Yatırım amaçlı gayrimenkuller 3. Maddi duran varlıklar 4.İlişkili taraf alacakları 5.Finansal borçlar	1.İşletme birleşmeleri 2.Yatırım amaçlı gayrimenkuller 3.Finansal borçlar 4.Maddi duran varlıklar	1.Yatırım amaçlı gayrimenkuller 2.Finansal borçlar 3.Maddi duran varlıklar	1.Yatırım amaçlı gayrimenkuller 2. Finansal borçlar 3.Maddi duran varlıklar
26	TKNSA	1.Hasılat 2.Finansal durum	1.Hasılat ve TFRS 15 Standardı 2. Ertelemiş vergi varlığı 3.Finansal durum	1.Hasılat 2.Ertelemiş vergi varlığı 3. Finansal durum 4.TFRS 16, Kiralamalar Standardı	1.Hasılat 2.Ertelemiş vergi varlığı 3.TFRS 16, Kiralamalar Standardı 4.Finansal durum
27	TGSAS	1.Dış ticaret işlemleri 1.Yatırım amaçlı gayrimenkuller	1.Dış ticaret işlemleri	1.Dış ticaret işlemleri	1.Dış ticaret işlemleri
28	ULAS	2.Proje amaçlı yatırım amaçlı gayrimenkuller	1.Gayrimenkul satışı 2.Yatırım amaçlı gayrimenkuller	1.Gayrimenkul satışı	1.Yatırım amaçlı gayrimenkuller
29	UTPYA	1.Maddi duran varlıklar 2.Hasılat	1.Maddi duran varlıklar 2. Hasılat	1.Satış amaçlı duran varlıklar	1.TFRS 5 Standardı
30	UZERB	1.Yatırım amaçlı gayrimenkuller 2. Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımlar	1.Yatırım amaçlı gayrimenkuller 2.Özkaynak yöntemiyle değerlendirilen yatırımlar	1.Yatırım amaçlı gayrimenkuller	1.Yatırım amaçlı gayrimenkuller
31	VAKKO	1.Stok değer düşüklüğü 2.Hasılatın denetimi	1.Stok değer düşüklüğü 2.Hasılatın denetimi	1.Stok değer düşüklüğü 2. Hasılatın denetimi 3.TFRS 16, Kiralamalar Standardı	1.Stok değer düşüklüğü 2.Hasılatın denetimi

Tablo 3. 2017-2020 yılları arası bağımsız denetim raporlarında süreklilik ile ilgili önemli belirsizlik durumu

Sayı	Şirket	Süreklilik ile İlgili Önemli Belirsizlik			
		2017	2018	2019	2020
1	ADESE	Y	Y	Y	Y
2	AYCES	ÖBD	Y	Y	Y
3	ARZUM	-	-	-	Y
4	AVTUR	Y	Y	Y	Y
5	BIMAS	Y	Y	Y	Y
6	BIZIM	Y	Y	Y	Y
7	CRFSA	Y	Y	Y	Y
8	CASA	ÖBD	ÖBD	ÖBD	Y
9	DOAS	Y	Y	Y	Y
10	ETILR	B	ÖBD	ÖBD	Y
11	INTEM	Y	Y	Y	Y
12	KSTUR	Y	Y	Y	Y
13	MAALT	Y	Y	Y	Y
14	MARTI	Y	B	ÖBD	-
15	MAVI	Y	Y	Y	Y
16	MEPET	Y	Y	Y	Y
17	MERIT	Y	Y	Y	Y
18	MGROS	Y	Y	Y	Y
19	MIPAZ	Y	Y	Y	Y
20	PSDTC	Y	Y	Y	Y
21	PKENT	Y	Y	Y	Y
22	SANKO	Y	Y	Y	Y
23	SELEC	Y	Y	Y	Y
24	SOKM	-	Y	Y	Y
25	TEKTU	Y	Y	Y	-
26	TKNSA	Y	Y	Y	Y
27	TGSAS	Y	Y	Y	Y
28	ULAS	Y	Y	Y	Y
29	UTPYA	Y	Y	Y	Y
30	UZERB	Y	Y	Y	Y
31	VAKKO	Y	Y	Y	Y

*Y=Yok, B=Belirsizlik, ÖBD=Önemli Belirsizlik Durumu

Covid-19 sürecinde, küresel piyasalarda yaşanan dalgalanmalar ve alınan tedbirlerin şirketlerin ekonomik durumunun belirsizliğini arttırmaktadır. Bu yönü ile denetim sürecinin önemli konularında birisi, şirketin sürekliliğine ilişkin değerlendirme yapılması olmuştur. Ancak, şirketlerin sürekliliğini devam ettirmesi kendine özgü şartlara bağlı olduğundan süreklilik ile ilgili önemli bir belirsizliğin V olacağı anlamına gelmemektedir.

Tablo 3'te sektörde faaliyet gösteren şirketlerin 2017-2020 yılları arasında bağımsız denetim raporlarında belirtilen, sürekliliğini devam ettirmelerine ilişkin önemli bir belirsizliğin var olup olmadığı incelenmiştir. Şirketlerin bağımsız denetim raporlarında, 2017 yılında 2 şirket, 2018 yılında 3 şirket (1 şirket (belirsizlik)), 2019 yılında 3 şirket ve 2020 yılında ise şirketlerin hiçbirinde süreklilik ile ilgili önemli bir belirsizlik durumu raporlanmamıştır. Buna göre, Covid-19'un mevcut durumdaki etkisini

gösterdiğini düşündüğümüz 2020 yılında sektörde faaliyet gösteren şirketlerin süreklilik ile ilgili önemli belirsizlik durumu bulunmamaktadır.

Tablo 4. 2017-2020 dikkat çeken hususlar/diğer hususlar paragrafı olma durumu

Sayı	Şirket	Dikkat Çeken Hususlar				Diğer Hususlar			
		2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020
1	ADESE	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
2	AYCES	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
3	ARZUM	-	-	-	Y	-	-	-	Y
4	AVTUR	V	V	V	V	Y	Y	Y	Y
5	BIMAS	Y	Y	Y	V	Y	Y	Y	Y
6	BIZIM	V	V	Y	Y	Y	Y	Y	Y
7	CRFSA	V	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
8	CASA	Y	Y	V	Y	V	V	V	Y
9	DOAS	V	V	V	Y	Y	Y	Y	Y
10	ETILR	Y	Y	Y	Y	V	Y	Y	Y
11	INTEM	V	V	V	Y	Y	Y	Y	Y
12	KSTUR	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
13	MAALT	Y	Y	Y	Y	V	V	V	V
14	MARTI	Y	Y	Y	-	V	Y	(Covid-19)	-
15	MAVI	Y	Y	Y	V	Y	Y	Y	Y
16	MEPET	V	V	V	Y	Y	Y	Y	(Covid-19)
17	MERIT	V	V	V	(Covid-19)	Y	Y	Y	Y
18	MGROS	Y	V	V	Y	Y	Y	Y	Y
19	MIPAZ	V	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
20	PSDTC	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
21	PKENT	Y	Y	Y	(Covid-19)	Y	Y	Y	Y
22	SANKO	V	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
23	SELEC	Y	Y	Y	V	Y	Y	Y	Y
24	SOKM	-	V	V	Y	-	Y	Y	Y
25	TEKTU	V	Y	Y	-	Y	Y	Y	(Covid-19)
26	TKNSA	V	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
27	TGSAS	Y	Y	Y	V	Y	Y	Y	-
28	ULAS	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
29	UTPYA	Y	Y	Y	V	Y	Y	Y	V
30	UZERB	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	(Covid-19)
31	VAKKO	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y

*V=Var, Y=Yok

Tablo 4'te sektörde faaliyet gösteren şirketlerin 2017-2020 yılları arasında bağımsız denetim raporlarında dikkat çeken husus paragrafı olma durumu incelenmiştir. Tabloya göre, bağımsız denetim raporlarında; 2017 yılında 4 şirket, 2018 yılında 4 şirket, 2019 yılında 3 şirket (1 tane Covid-19) ve 2020 yılında 5 şirket (3 tane Covid-19) dikkat çeken husus

paragrafına yer vermiştir. Buna göre, Covid-19 etkisi bağımsız denetim raporlarında, dikkat çeken husus paragrafında yer ver verilmiştir.

Tablo 4'te 2017-2020 yılları arasında yayımlanan bağımsız denetim raporlarında diğer husus paragrafının olma durumunu da görmekteyiz. Buna göre, 2017 yılında diğer husus paragrafına yer veren 11 raporda, 2018 yılında 8 raporda, 2019 yılında 8 raporda ve 2020 yılında ise 8 raporda yer verilmiştir. 2020 yılında diğer husus paragrafına yer veren 8 rapordan 2 tanesinde Covid-19 yer almaktadır. Diğer raporlarda, yer alan diğer husus paragrafında çoğunlukla denetim firması değişikliği konusu yer almaktadır.

Tablo 5. 2017-2020 yılları arasında şirketlerin bağımsız denetim raporunda sunulan denetçi görüşü

Sayı	Şirket	Görüş			
		2017	2018	2019	2020
1	ADESE	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
2	AYCES	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
3	ARZUM	-	-	-	Olumlu
4	AVTUR	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
5	BIMAS	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
6	BIZIM	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
7	CRFSA	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
8	CASA	Şartlı	Şartlı	Şartlı	Olumlu
9	DOAS	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
10	ETILR	Olumlu	Şartlı	Şartlı	Olumlu
11	İNTEM	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
12	KSTUR	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
13	MAALT	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
14	MARTI	Olumlu	Olumlu	Şartlı	-
15	MAVI	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
16	MEPET	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
17	MERIT	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
18	MGROS	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
19	MIPAZ	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
20	PSDTC	Olumlu	Olumlu	Şartlı	Şartlı
21	PKENT	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
22	SANKO	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
23	SELEC	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
24	SOKM	-	Olumlu	Olumlu	Olumlu
25	TEKTU	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Şartlı
26	TKNSA	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
27	TGSAS	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
28	ULAS	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
29	UTPYA	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
30	UZERB	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu
31	VAKKO	Olumlu	Olumlu	Olumlu	Olumlu

Tablo 5'te sektördeki şirketlerin bağımsız denetim raporlarında bildirdikleri denetçi görüşleri incelenmiştir. Buna göre, olumlu görüş dışında görüş bildiren denetim raporlarına baktığımızda; 2017 yılında 1

şartlı görüş, 2018 yılında 2 şartlı görüş, 2019 yılında 4 şartlı görüş ve 2020 yılında ise 2 şartlı görüş bildirilmiştir. Bu görüşlere ilişkin olarak denetim raporları incelendiğinde görüşün dayanağının Covid-19'un etkisinden kaynaklanan bir durum olmadığı görülmektedir. Covid-19'un bağımsız denetçilerin olumlu görüş dışında görüş bildirme durumuna etkisinin bulunmadığı görülmektedir.

4. Sonuç

Bağımsız denetimin, kriz ve belirsizlik dönemlerinde değişen koşullar ve zaman baskısı altında yaşanan zorluk durumlarında dahi BDS'ye uygun olarak tam ve güvenilirlik düzeyinde şüpheye yer vermeden devam edilmesi gerektiği bir gerçektir. Bu gerçekten hareketle bağımsız denetçilerin Covid-19 döneminin getirdiği faaliyetin yürütülmesi ve raporlanması sürecindeki zorluklar ile birlikte BDS'ye uygun olarak hazırlanmış denetim raporlarını ilgili tarafların kullanımına sunmaları gerekir.

Covid-19'un bağımsız denetim raporu ve bağımsız denetçi görüşüne etkisini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, BİST Toptan ve Perakende Ticaret, Lokantalar ve Oteller Sektöründe faaliyet gösteren 31 şirketin, 2017-2020 yılları arasında yayımlanan bağımsız denetim raporları incelenmiştir. Öncelikle, Covid-19 sürecinin bağımsız denetim raporuna potansiyel etkilerinin neler olabileceği ve bu süreçten en çok etkilenen sektörlerin tespitine yönelik bir çalışma yapılmıştır. Daha sonra bu potansiyel etkiler çerçevesinde, söz konusu sektörde faaliyet gösteren şirketlerin bağımsız denetim raporları, bağımsız denetçi değişikliği, kilit denetim konuları, dikkat çeken husus /diğer husus paragrafı, süreklilik ile ilgili önemli belirsizlik durumu ve denetçinin olumlu görüş dışında görüş bildirme durumu incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Yapılan inceleme sonucunda, Covid-19 döneminde yeni denetim sözleşmesi yapılarak şirketlerin denetçi değişikliğine gittikleri, dikkat çeken husus/diğer husus paragrafında Covid-19'un şirkete etkilerine yönelik açıklamalara yer verildiği tespit edilmiştir. Söz konusu sektörde faaliyet yürüten şirketlerin 2020 yılına ait denetim raporlarında süreklilik ile ilgili önemli bir belirsizlik durumuna rastlanmamıştır. Denetçilerin 2 tanesi şartlı görüş bildirmiş diğerlerinde ise olumlu görüş bildirmiştir. Denetçiler, çoğunlukla, bağımsız denetim raporu dipnotlarında, Covid-19'un şirketlerin ekonomik durumuna raporlama tarihi itibarıyla önemli derecede olumsuz bir etkisinin bulunmadığı yönünde açıklama yapmışlardır.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Tüm süreç sorumlu yazar / Neşegül Parlak tarafından yürütülmüştür.

Çatışma Beyanı

Çalışmada yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Destek Beyanı

Bu çalışma için herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Kaynaklar

- Adana, B. A. ve Özbirecikli, M. (2020). Bağımsız denetim sürecinin covid-19 salgınının etkileri açısından değerlendirilmesi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 2080-2093.
- Bircan, N. G. (2020). Belirsizlik ve kriz durumlarında çevik denetim anlayışı ve denetim mesleği üzerine etkileri: Covid-19 vakası üzerine bir değerlendirme, *Mali Çözüm*, 30(161), 245-258.
- Kamu Gözetim Kurumu (KGK), (2020, 11 Mart). [Yazı] Erişim adresi: <https://www.kgk.gov.tr/ContentAssignmentDetail/4657/COVID19Salg%C4%B1n%C4%B1n%C4%B1n-Yu%CC%88ru%CC%88tu%CC%88len-Bag%CC%86%C4%B1ms%C4%B1z-Denetimlere-Etkisi>.
- BDS 540 Muhasebe Tahminlerinin ve İlgili Açıklamaların Bağımsız Denetimi Standardı. (2019, 26 Aralık). Resmi Gazete (Sayı: 30995 (4.Mükerrer)). Erişim adresi: https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/BDS/BDS%20540_%20kurum%20sitesi.pdf.
- BDS 560 Bilanço Tarihten Sonraki Olaylar Standardı. (2017, 13 Aralık). Resmi Gazete (Sayı: 30269). Erişim adresi: https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/BDS/BDSyeni11092019/BDS_560.pdf.
- BDS 570 İşletmenin Sürekliliği Standardı. (2017, 24 Mart). Resmi Gazete (Sayı: 30017 (Mükerrer)). Erişim adresi: https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/uyurular/v2/BDS/BDSyeni11092019/BDS_570.pdf.
- BDS 701 Kilit Denetim Konularının Bağımsız Denetçi Raporunda Bildirilmesi Standardı. (2019, 31 Aralık). Resmi Gazete (Sayı: 30995 (4.Mükerrer)). Erişim adresi: [https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/BDS/BDS%20701\(2\).pdf](https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/BDS/BDS%20701(2).pdf).
- BDS 705 Bağımsız Denetçi Raporunda Olumlu Görüş Dışında Bir Görüş Verilmesi Standardı. (2017, 24 Mart). Resmi Gazete (Sayı: 30017 (M)). Erişim adresi: [https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/BDS/BDS%20701\(2\).pdf](https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/BDS/BDS%20701(2).pdf).
- Carson, E., Fargher, N. L., Geiger, M. A., Lennox, C. S., Raghunandan, K. ve Willekens, M. (2013). Audit reporting for going-concern uncertainty: a research synthesis. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 32(sp1), 353-384.
- Demir, Z. (2020). Covid-19'un TFRS kapsamındaki finansal raporlamaya olan etkileri ve TMS kapsamında denetçinin dikkate alması gereken hususların değerlendirilmesi, *Muhasebe ve Denetim Bakış Dergisi*, 20(61), 255-278.
- Grant Thornton, (2020). Covid-19 Salgınının Finansal Raporlama Etkileri. Erişim adresi (21 Mart 2021). https://www.grantthornton.com.tr/globalassets/1.-member-firms/turkey/ifrs-yaynlar/covid-19_sfretkileri.pdf
- Karakaya, G. (2020). Covid-19 gündeminde işletme sürekliliği ve bağımsız denetim ilişkisi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37),14-29.
- Köse, T. ve Ağdeniz, Ş. (2020). Covid-19 Salgınının BDS 570 işletmenin sürekliliği standardının uygulama sürecine etkileri, *Mali Çözüm*, 30(161), 69-94.
- TÜRMOB, (2020). Koronavirüs krizi: finansal raporlama ve denetim üzerindeki sonuçları, Erişim adresi (19 Mart 2021): <https://www.turmob.org.tr/ebulten/TURMOBHaber/52/files/assets/common/downloads/52.pdf>.



Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

<https://dergipark.org.tr/pub/aruibfdergisi>



Gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşanan sorunlar ve sektörde kullanılan pazarlama iletişimi: Niğde ve yöresi gayrimenkul ve emlak işletmelerine yönelik bir araştırma

Problems in real estate marketing and marketing communication used in the sector: a research on real estate and property enterprises in Niğde and its region

Ruhan İri^{a*}

^a Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde Sosyal Bilimler MYO, Niğde, Türkiye, ruhaniri@ohu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5981-9673

MAKALE BİLGİSİ

Makale geçmişi:

Başvuru: 3 Mart 2021

Kabul: 24 Mayıs 2021

Anahtar kelimeler:

Gayrimenkul,

Emlak,

Pazarlama,

Niğde

Makale türü:

Araştırma makalesi

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 3 March 2021

Accepted: 24 May 2021

Keywords:

Immovables,

Real Estate,

Marketing,

Niğde

Article type:

Research article

ÖZET

Araştırma, gayrimenkul ve emlak sektöründe kayıtlı olarak faaliyet gösteren işletmelerin pazarlama açısından yaşadıkları sorunları tespit etmekle birlikte, pazarlama faaliyetleri kapsamında sektörde kullanılan pazarlama iletişimini belirlemeye yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma, 01-28 Şubat 2021 tarihleri arasında, araştırmanın örneklemini oluşturan Niğde ve yöresindeki gayrimenkul/emlak sektöründe faaliyet gösteren ve her gayrimenkul ya da emlak işletmesinden en az bir işyeri sahibi, yönetici, gayrimenkul danışmanı, aracı veya satış temsilcisi olmak şartıyla toplam 62 pazarlamacıyla yapılan yüz yüze görüşmeler neticesinde uygulanan anketlerden elde edilen bilgiler doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen çalışma, keşifsel bir araştırma olup, araştırma mevcut durumu belirlemeye yönelik durum tespiti yapmak amacıyla yapılmıştır. Araştırma sonucunda, gayrimenkul ve emlak işletmelerinin uzman bir pazarlamacı veya pazarlama danışmanından destek almadıkları ortaya çıkmış olup, gayrimenkul ve emlak pazarlamasında sektörde yaşanan en büyük sorunun, kayıt dışı çalışan veya ayakçı/korsan olarak bilinen emlakçıların sayısının artması olduğu belirlenmiştir. Ayrıca pandemi sürecinin sektörü olumsuz etkilediği, gayrimenkul ve emlak işletmesi işyeri sahibi, yönetici, gayrimenkul danışmanı, aracı veya satış bölümü çalışanlarının eğitim ve bilgi açısından donanımlı olmadıkları tespit edilmiştir. Yine Niğde ve yöresinde faaliyet gösteren gayrimenkul ve emlak pazarlaması gerçekleştiren işletmelerin pazarlama iletişiminde www.sahibinden.com, internet sitesi ile whatsapp ve www.facebook.com sosyal medya araçlarını pazarlama faaliyetlerinde yoğun olarak kullandıkları sonucu ortaya çıkmıştır.

ABSTRACT

The research was carried out to determine the marketing communication used in the sector that they can find, as well as the departments of the businesses registered in the real estate and real estate sector. The research was carried out between 01-28 February 2021, in order to examine the sample of the study, provided that there is at least one workplace owner, manager, real estate consultant, broker or sales department employee after each real estate or real estate business. As a result of face-to-face interviews with 62 marketers, the information obtained from the surveys was obtained. The study carried out is an exploratory research and the research aims to make a descriptive situation determination to determine the current situation. The research revealed that real estate and real estate businesses do not get support from a specialist marketer or marketing consultant, and the major problem in real estate and real estate marketing is the growing number of real estate agents known as unregistered or outlaws. In addition, it was found out that the pandemic had a negative impact on the real sector, and that real estate and real estate business owners, managers, real estate consultants, brokers or sales department employees were not written outside of education and knowledge. Again, www.sahibinden.com in the marketing communication of real estate marketing companies operating in Niğde and its region with the website of whatsapp and www.facebook.com. It has been revealed that they use social media tools extensively in their activities.

* Sorumlu yazar / Corresponding author

E-posta / E-mail: ruhaniri@ohu.edu.tr

Atf / Citation: İri, R. (2021). Gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşanan sorunlar ve sektörde kullanılan pazarlama iletişimi: Niğde ve yöresi gayrimenkul ve emlak işletmelerine yönelik bir araştırma. *Ardahan Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(1), 42-52.

1. Giriş

Tüm iş alanlarında olduğu gibi, gayrimenkul ve emlak sektöründe de sürekli artan rekabet ve yaşanan sosyo-ekonomik, çevresel, teknolojik ve politik gelişmeler, tüketici-işletme arasındaki ilişkileri sürekli ve hızlı bir şekilde değiştirmektedir ve her geçen gün daha da güçlenen ve bilinçlenen müşterilere yönelik işletme pazarlama faaliyetlerini zorlaştırmaktadır. Ticaret hayatında oluşan şartların sürekli ve hızlı değişimiyle birlikte, yenilikçiliğin getirdiği rekabet, pazarlama açısından işletmelerin eski yöntem ve stratejilerle iş yapma şekillerinin terk edilerek bazı klasik pazarlama alışkanlıklarından vazgeçildiği bir döneme girilmesiyle birlikte, küresel ve yerel düzeyde gayrimenkul ve emlak sektöründe pek çok büyük örnek proje geliştirilmesine neden olmaktadır. Dünya ve ülke ekonomilerine pozitif katkı sağlayan gayrimenkul ve emlak sektöründe yaşanan gelişmelerin diğer sektörleri de olumlu etkilemesi sonucunda gayrimenkul ve emlak işletmelerinin gerçekleştirdikleri pazarlama faaliyetleri kamuoyunun dikkatini çekmektedir. Dünyada ve Türkiye’de gayrimenkul ve emlak sektörü oldukça geniş bir kapsamda değerlendirilmekte, sektörün büyüklüğü ve başta inşaat sektörü olmak üzere diğer sektörleri proaktif bir biçimde etkilemesi, sürdürülebilirliğin önemli olduğu gayrimenkul ve emlak sektöründe yaşanan sorunların ve gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerinin önemini artırmaktadır.

Son zamanlarda konut inşaat işletmelerinin pazara sundukları mimari projelere olan tüketici talebi sebebiyle, gayrimenkul ve emlak sektöründe çok fazla pazarlama araştırmalarının yapıldığı bilinmektedir. Gayrimenkul ve emlak ürünlerinin insanların hayatı boyunca sürekli satın alınmadığı ve satın alınmasında ise çok yüksek ücretler ödenmesi göz önüne alındığında, yapılan pazarlama araştırmalarının önemi ile gayrimenkul ve emlak ürünlerinin tüketiciler üzerinde etkili olabilecek özelliklerinin araştırılması ve bu araştırmalara göre pazarlama faaliyetlerinin uygulanması ve geliştirilmesi hem tüketiciler hem de tedarikçi işletmeler açısından önem taşımaktadır. Araştırmada yapısal açıdan gayrimenkul ve emlak sektöründe yaşanan sorunlarla birlikte, gayrimenkul ve emlak işletmeleri tarafından uygulanan pazarlama iletişimi ile iletişimin pazarlama faaliyetleri üzerindeki rolü araştırılmaktadır. Araştırma kapsamında gayrimenkul ve emlak pazarlama faaliyetleri ile gayrimenkul ve emlak pazarlama iletişimi kavramlarının teorik çerçevesinin yanı sıra, gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşanan sorunlar, Niğde ve yöresindeki gayrimenkul ve emlak işletmelerinde yapılan araştırmayla değerlendirilmektedir.

1.1. Gayrimenkul ve Emlak Kavramı

Gayrimenkul ve emlak kelimeleri Arapça kökenli olup, her iki kavram Türkçe’de eş anlamlı sözcüklerdir ve sıklıkla çoğu alanda birbirlerinin yerine kullanılabilirlerdir. Gayrimenkul Arapça olumsuzluk ön ekiyle, taşınması mümkün olmayan, taşınmaz anlamına gelmektedir ve Türk Dil Kurumu arazi, tarla, arsa, bağ, bahçe, bina, apartman, konut, ev, daire, villa, devre mülk, fabrika, dükkân, ofis, işyeri vb. taşınamayan mal ve mülklerin ortak adı şeklinde tanımlanmaktadır. Yine genel tanımı itibarıyla değeri ve niteliği değişime uğramaksızın, bir yerden başka bir yere nakli mümkün olmayan mal veya mülklere gayrimenkul adı verilmektedir ve 4721 sayılı Medeni Kanunu’nun 704. maddesinde gayrimenkul ve emlak kütük kaydına göre tanımlanmaktadır. Kanuna göre ekonomik değeri bulunan ve nakde çevrilebilen emlak ve gayrimenkul malların tapu siciline kayıtlı olması ve taşınmaz mülkiyeti kapsamında yer alan arazi, tarla, arsa, bağ, bahçe, çiftlik, mandıra, bina, apartman, konut, ev, daire, villa, devre mülk, fabrika, mağaza, dükkân, ofis, işyeri, turistik işletmeler (konaklama, seyahat ve yeme-içme işletmeleri) vb. tapu siciline kayıt edilmiş olması

sebebiyle sahibinin çeşitli haklar elde etmesine neden olmaktadır. Daha çok halk arasında kullanılan emlak kelimesi ise, tüketicilerin barınma ihtiyacını karşılayan taşınamayan malların ortak adı olup, güvenli bir yatırım ya da tasarruf aracı olarak değerlendirilmektedir. Emlak kavramı, arazi, tarla, arsa, bağ, bahçe, çiftlik, mandıra, bina, apartman, konut, ev, daire, villa, devre mülk, fabrika, turistik tesis, dükkân, ofis, işyeri vb. gibi gayrimenkullerin ortak adı olup, tanım olarak mülk kelimesinin çoğulunu ifade etmektedir (Dörtgöz, 2007). Gayrimenkul ve emlak, toplum yararına geliştirilen kısıtlamalar dışında sahiplerine kullanım hakkı veren toprağa dayalı inşaat temelli gayrimenkul veya mülk olarak adlandırılan bir dizi taşınmaz ürün olarak ifade edilmektedir (Çengel vd., 2013) Gayrimenkul ve emlak kavramı, insanların barınma ihtiyaçlarını karşılayan, yasalarla güvence altına alınan ve vergilendirilen, fiziksel çevre koşullarına karşı dayanıklı olan taşınmaz, uzun ömürlü sabit varlıklar biçiminde açıklanabilmektedir. Gayrimenkul ve emlak yasal bir varlıktır ve tüketicilere kullanım hakkı/sahipliği bir takım yasal hakları beraberinde getirmektedir.

Gayrimenkul ve emlak işletmeleri ile emlak müşavirleri, 5174 Sayılı “Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar” Kanunu hükümleri gereği kurulan Ticaret, Sanayi ve Ticaret Odaları bünyelerinde teşkil olunan ilgili meslek komitelerine bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Sektörde emlakçıların alım, satım, kiralama gibi çeşitli aracılık işlemlerinden oluşan iş süreçlerini yerine getiren ve komisyon usulü ile ticari kazanç sağlayan kişiler ise emlakçı olarak adlandırılmaktadır. Bir gayrimenkulün satış, kiralama, pazarlama sürecini yöneten ve bununla birlikte satış, kiralama sözleşmesi yapmaya, emlak beyannamesi düzenleme bilgisine ve yetkisine sahip olarak, portföy oluşturan, pazarlama teknikleriyle gayrimenkulün sunumunu yapan kişiye ise gayrimenkul danışmanı denmektedir. Gayrimenkul danışmanlığı ve emlakçılık ise; gerçek veya tüzel kişiliğe sahip olarak belirli bir zaman içinde mevcut yasal mevzuatlara göre, kişi ve kurumlara tesis ettiği bir iş yerinde alıcı ve satıcıları bir araya getirerek belirli bir komisyon karşılığında düzenlenen süreli veya süresiz iş sözleşmesine dayanarak, gayrimenkul alım-satım, takas, kiralama, ekspertizlik, danışmanlık vb. konularında aracılık eden ve hizmet veren, alıcı ve satıcı problemleri çözümüne yardımcı olma bilgi ve becerisine sahip uzman pazarlamacıdır. Gayrimenkul danışmanları ve emlakçılar, taşınmaz ürünü kiralama, takas veya satış faaliyetlerini gerçekleştiren ve müşteriye ürünü satan bir pazarlamacı olmasının yanı sıra, aynı zamanda müşteriyi bilgilendiren, öğretici, profesyonel, temsilci, psikolog, diplomat, iyi bir aktör, müşteri ilişkileri uzmanı, araştırmacı ve iyi bir planlamacıdır. Ayrıca kendini, zamanını, kaynaklarını, pazarlama ve satış programını, pazarlama iletişim araçlarını, müşterilerini, bölgesini ve ilişki kalitesini yöneten, güven verici bir işletmecidir. Gayrimenkul danışmanlığı ve emlakçılık işi yapan pazarlamacılar, alıcı ve satıcı isteklerini tam belirlemek, pazarlamadaki gelişmeleri mülk sahibine bildirmek, müşteriye tapu, imar, apartman yönetim planı, genel giderler hakkında bilgi vermek, kira, alım, satım sözleşmesi yapılmasına yardımcı olmak, gayrimenkulün satış değerinin beyan edilmesini sağlamak, tapu sicil müdürlüklerinde alım-satım işlemlerini takip etmek, gayrimenkulün tasarrufu konusunda alıcıyı yönlendirmek, taraflara satış sonrası vergi işlemleri konusunda bilgi vermek gibi danışmanlık hizmetlerini yerine getirmekle yükümlüdür.

1.2. Gayrimenkul ve Emlak Pazarlaması

Gayrimenkul ve emlak pazarlaması bir takas veya değişim süreci olup, taşınmazlar olarak adlandırılan ürünlerin gayrimenkul ve emlak işletmeleri tarafından müşteri istek ve ihtiyaçlarının karşılayıcı pazardaki değişimlerin

gerçekleşmesine yardımcı olan veya kolaylaştıran tüketicilere, yer, zaman ve mülkiyet faydası sağlayacak biçimde fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtılması faaliyetlerinden oluşmaktadır (Sözer, 2016). Gayrimenkul ve emlak sektörünün ürünleri genellikle oldukça yüksek fiyatlı veya pahalı ürünler olması sebebiyle, yüksek fiyatlı ürünlerin en etkin, en yaygın ve en hızlı şekilde pazarlanması gerekmektedir (Basmacı ve Çengel, 2018). Gayrimenkul ve emlak pazarlaması, gayrimenkul veya emlak ürününün ya da bu ürünle ilgili her türlü pazarlama hizmetlerinin belirli bir fiyatla takas edildiği bir mekanizma şeklinde ortaya çıkmaktadır (Ficek, 1987). Gayrimenkul ve emlak sektörü ve pazarlama faaliyetleri, tarihsel süreç içerisindeki gelişiminde bulunduğu çevredeki sosyal, ekonomik, kültürel, teknolojik, finansal birçok faktörden etkilenmektedir (Çengel ve Özbek, 2014). Gayrimenkul ve emlak pazarlaması, aracı veya komisyoncuların amacını gerçekleştirmek üzere gayrimenkul ya da mülk sahipleri ile emlak tüketicilerini bir araya getirerek emlak alımı, satımı, kiraya verilmesi veya başka bir ürünle takas edilmesi konusunda müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak sunulan hizmetlerdir (Mazlum ve Demirci, 1999). Gayrimenkul ve emlak pazarlaması, yer (alan) pazarlaması içerisinde yer almakta olup, kiralanana, satılan veya takas edilen ürün bir bölge, alan veya yerdir ve pazardaki satın alma, takas ya da kiralama eylemini yapan tüketiciler, bu “yer” ile ilgili yatırım amaçlı elde tutmak, kiraya vermek, üretim amacıyla kullanmak isteyebilir. (Öztürk vd., 2009). Gayrimenkul ve emlak pazarlaması, nakde dönüştürülebilir veya başka ürünle takas edilebilir emlak ve gayrimenkul malların tapu siciline kayıtlı olan ve taşınmaz mülkiyeti kapsamında yer alan arazi, tarla, arsa, bağ, bahçe, çiftlik, mandıra, bina, apartman, konut, ev, daire, villa, devre mülk, fabrika, mağaza, dükkân, ofis, işyeri, turistik işletmeler (konaklama, seyahat ve yeme-içme işletmeleri) gibi taşınmaz malların kiralanması, her türlü pazarlama ve satış faaliyetlerinin yapıldığı süreç veya tapuda gerçekleşen takas işlemleri olarak gerçekleştirilebilir. Gayrimenkul ve emlak işletmeleri, gayrimenkul ve emlak pazarlaması çerçevesinde müşterilerine gayrimenkul ve emlak ürünü, fiyatı hakkında bilgi (enfomasyon), alıcı ile satıcıyı bir araya getirme, pazarlık ve tapu işlemlerinin gerçekleştirilmesi hizmetini sunmaktadır.

Tüketicilerin çoğu bir gayrimenkul veya emlak satın almak ya da kiralamak için, internet üzerinden araştırma yapmakta ve çoğunlukla bir gayrimenkul danışmanı ve emlakçı işletme aracılığıyla kiralama ve satın alma yoluna gitmektedir (Santmyer, 2013). Emlak ve gayrimenkul pazarlamasını diğer sektörlerden ayıran temel bazı özellikler arasında fiziksel olma, yasal olma ve ekonomik bir değer sunma özelliği bulunmaktadır. Fiziksel özellikleri arasında emlak ve gayrimenkulün hareket etmeyen (taşınmaz), uzun ömürlü, taşınmaz ve sabit bir varlık olması, önceden projelendirilerek taklit edilemeyen, benzersiz bir yapı olması ile fiziksel çevre koşullarına karşı dayanıklı olması ile beklenmeyen ya da istenmeyen durumlara/şartlara karşı direnç göstermesi yer almaktadır (Acar, 2010). Emlak ve gayrimenkulün fiziksel özellikleriyle ilişkili ekonomik özellikleri arasında ise, kıt olması, ekonomik ömrünün uzun olması, yatırım getirisinin uzun dönemli olması, arazi kullanımında karşılıklı bağımlılık hem yatırım hem de tüketim malı olması, işlem hacminin büyüklüğü, uzun üretim süreci gerektirmesi yer almaktadır (Öztürk, 2003). Gayrimenkul ve emlak pazarları, arz talep uyumsuzluğunun olduğu, devlet müdahalelerinin bulunduğu, hareketin genelde yerel olduğu pazarlardır. Hem arz hem de talep konuma ve türe özgü olması sebebiyle, gayrimenkul ve emlak pazarları çeşitli bölümlere ayrılmıştır (Geltner vd., 2001). Devlet, gayrimenkul ve emlak pazarlarını vergilendirme, teşvikler, emlak kullanımı ve kullanım hakkının transferini yöneten yasal düzenlemeleri gerçekleştirme, finansal pazarlara ait yasal düzenlemeler yoluyla pazarı proaktif bir biçimde yönlendirmektedir/

etkilemektedir. Gayrimenkul sahipleri vergi dairelerine ve belediyeye beyanname vermeleri zorunludur (Küçükaslan, 2015). Gayrimenkul ve emlak pazarı, emlak sahipleriyle, alıcıların, aracılardan ya da kiracıların bir araya geldiği pazarlardır. Gayrimenkul ve emlak pazarında ekonomik, sosyal, psikolojik, faktörler ile mevsimsel, konjonktürel, uzun vadeli ve tesadüfi dalgalanmalar gayrimenkul ve emlak ürünlerinin alınması, satılması veya kiralanmasında bir yıl içerisinde az çok düzenli olarak ortaya çıkan değişimleri göstermektedir (Turan vd., 2013).

Gayrimenkul ve emlak pazarlaması, arazi, tarla, arsa, bağ, bahçe, bina, apartman, konut, ev, daire, villa, devre mülk, fabrika, dükkân, ofis, işyeri vb. taşınmaz mülklerin kurumlar ya da aracı kuruluşlar tarafından fiyatlandırma, tutundurma ve dağıtım yöntemiyle tüketicilere alım-satım veya kiralama hizmetlerini kapsamaktadır (Gül, 2012). Gayrimenkul ve emlak pazarlaması sonlandığında, taraflar arasında ödeme anlaşması olan peşin, vadeli, mortgage veya klasik konut kredi sistemi ile ödeme yapılmaktadır (Aşıkoğlu, 2009). Hizmet sektörü olarak algılanan gayrimenkul ve emlak sektöründe, hedef kitleyi doğru bir şekilde belirleyen ve ulaşan, daha sonra hedef kitlenin değişen taleplerini inceleyen ve takip eden işletmeler pazarlama açısından başarılı olmaktadır. Gayrimenkul ve emlak pazarlamasında ürün, konum (yer), fiyat, tanıtım (pazarlama iletişimi), fiziki satış ortamı (satış ofisi planlama-tarz, dizayn, işlevsellik, görsellik, görselleştirme-teknoloji, görsel imajlar, maket, örnek ev veya projeler, donatı- dekorasyon, teknik altyapı-iklimlendirme, IT, elektrik, Call Center, internet, arşiv ve doküman sistemi, ağırlama-ikramlar, hafta sonu aktiviteleri, çocuk ağırlama) ve süreç yönetimi önemlidir. Gayrimenkul veya emlak pazarlaması yer (mekân) pazarlamasının bir çeşidi olup, özellikle spekülasyon amacıyla taşınmaz mülklerin satılmasına veya kiralanmasına ilişkin pazarlama faaliyetlerinden oluşmaktadır. Gayrimenkul ve emlak pazarlamasına konu olan yer pazarlaması, tüketicilerde mekâna karşı tutum, ilgi veya davranışlar oluşturmak, var olanı sürdürmek ya da değiştirmek aracılığı ile yürütülen faaliyetleri kapsamaktadır ve yerler bir ülke, bir bölge, bir arazi, bir yapı olabilir. Gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yer ve konum önemli olması sebebiyle, ürün lokasyonu, ulaşım imkanları, imar durumu, sosyal çevre, altyapı, fiziki şartlar (zemin, eğim, iklim, kirlenme) ekonomik çevre, politik çevre (belediye ve kamu hizmeti) ile prestij (algı yönetimi) önemlidir.

Gayrimenkul ve emlak pazarlama işlemleri, mülk sahibi veya üretimi yapan inşaat firması, alıcılar, (ihtiyaç halinde) kredi veren kurumlar ya da bankalar ile gayrimenkul danışmanlık ve emlak şirketleri arasında gerçekleşmektedir (Uğur ve Özdemir, 2010). Gayrimenkul ve emlak sektöründe yaşanan teknolojik, çevresel ve politik gelişmelerin yanı sıra rekabetin artması ve müşterilerin bilinçlenmesiyle, satılabilir ürünler geliştirilip tüketicilere sunulmakta olup, geleneksel pazarlama anlayışı olan ürün odaklı yönetim anlayışı, yerini müşteri odaklı modern pazarlama yönetimi anlayışına bırakmıştır. (Ünlü, 2014). Müşteri odaklı pazarlama anlayışı benimseyerek müşteri ihtiyaçlarını esas alarak, müşteriye saygı duyan, güven veren, müşteri beklentilerini karşılayan ve rakiplerinden üstün kalite ve fiyat sağlayan, yerinde, zamanında hizmet sunan gayrimenkul ve emlak işletmeleri gayrimenkul veya emlak satın almak veya kiralamak isteyen müşteriler tarafından tercih edilmektedir. Günümüz gayrimenkul ve emlak müşterileri arasında hayallerindeki bir “yaşamı” satın almakta ve daha önce sahip oldukları yerlerden daha lüks mekânlarda yaşamak istemektedir. Gayrimenkul ve emlak sektöründe coğrafi bölümlendirme olarak en temel değişken ise kentsel ve kırsal bölge ayrımıdır. Dünya genelinde ve Türkiye’de kentsel dönüşüm projelerinin yanı sıra kırsal dönüşüm projeleri de hayata geçirilmekte, özellikle bahçe ve şehir projeleri ile başlayan yükselen trend doğa ile iç içe yaşamayı amaçlayan, şehirden uzak yaşamak isteyenleri hedefleyen projelerde,

şehrin biraz dışında gayrimenkul hedef kitlesi oluşturulmaktadır. Gayrimenkul ve emlak pazarlama sürecinde konumlandırma ve ürün seçimi, müşterilere gayrimenkul yerine tüm hayatlarını etkileyen bir hizmet sunumu, reklam ve tanıtımın önemi, satış elamanı ve satış ekipleri oluşturulması, en yüksek performans sergilenmesi öne çıkan evrimleşme konularının yanı sıra, küreselleşme, markalaşma, kredi ve mortgage sistemi, kentsel dönüşüm ve bölgesel hareketler önemli faktörlerdir. Gayrimenkul ve emlak sektöründe markalaşma konusunda dünyada ve Türkiye’de uluslararası marka sayısının azlığı dikkat çekmekte olup, daha çok pazarda standartların olmadığı ve uygulanmadığı yerel işletme sayılarının fazlalığı fark edilmektedir.

Gayrimenkul ve emlak sektörü, başta inşaat ve konut sektörü olmak üzere boya, seramik, mobilya, beyaz eşya vb. sektörü doğrudan veya dolaylı pozitif katkı sağlamakta/ desteklemekte, gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşanan olumlu veya olumsuz tüm gelişmeler, proaktif bir biçimde diğer sektörleri ve sektörlerdeki pazarlama faaliyetlerini de etkiler niteliktedir. Pazarda pek çok tehditlere ve fırsatlara açık olan gayrimenkul ve emlak sektörü hedef kitlesini, barınma ihtiyacını gidermek isteyen evli veya evlilik hazırlığı yapan, orta gelir düzeyi ve üstü, belirli bir mesleği ve geliri olan, orta yaş ve üçüncü yaş grubu tüketiciler temel hedef kitle oluşturmaktadır (Heşşen, 2014). Her dönem karlı ve dinamik bir pazar olan gayrimenkul ve emlak sektöründe müşteri odaklı pazarlama teknikleri geliştirebilen, dijital ve veri tabanlı pazarlamayı etkili kullanan, markalaşmayı başarabilen, imaj ve prestiji yüksek gayrimenkul danışmanlık kuruluşları veya emlak işletmeleri tüketiciler tarafından daha fazla tercih edilmektedir (Basmacı ve Çengel, 2018). Türkiye’de gayrimenkul ve emlak sektörü son yıllarda hızla gelişmekte olup, bu gelişmeye etki eden faktörler arasında, başta tüketicilerin şahsi ve ailevi ihtiyaçları sebebiyle konut sahibi olmak istemeleri, ülkedeki yapılaşma ve inşaat sektörünün hızlı ilerlemesi, tüketicilerin hep daha iyi ve daha lüks bir mülke sahip olmak istemeleri, ülkenin deprem bölgesinde yer alması, sektörün karlılık oranının her geçen gün artması ve buna paralel olarak gayrimenkul ürünlerinin bir yatırım aracı olarak görülmesi yer almaktadır.

1.3. Gayrimenkul ve Emlak Sektöründe Yaşanan Sorunlar

Genellikle şehirlerin sosyo-ekonomik hayatını gayrimenkul ve emlak pazarlaması tamamen farklı bir ürün olarak yönlendirmektedir ve sektörde yaşanan sorunlar şehirde yaşayanlarla birlikte ülke ekonomisini de etkilemektedir (DiPasquale ve Wheaton, 1996). Gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de gayrimenkul ve emlak sektöründe kurumsal bir yapının oluşturulması için merkezi yönetim tarafından gerçekleştirilecek yasal düzenleme, sektörde yaşanan sorunların azalmasında veya ortadan kaldırılmasına katkı sağlayabilecektir (Tosun, 2016). Gayrimenkul ve emlak sektörü, dinamik bir yapıda olup, yöresel, çevresel ve küresel pek çok farklı faktörden, kısa ve uzun vadeli beklentilerden ciddi olarak etkilenmektedir. Yine gayrimenkul ve emlak sektörü teknolojik gelişmeler, toplum ihtiyaçlarının değişmesi deprem, savaş, ekonomik şartlarda oluşan değişimler sonucunda sürekli bir evrimleşme ve ilerleme dönemi yaşamaktadır. Gayrimenkul ve emlak pazarlaması hizmet sektöründe yer alması ve üretimden önce başlayan, takas, satış/ kiralamanın gerçekleşmesi ve sonrasında da devam eden bir süreç olması sebebiyle, sektörde çok çeşitli sorunlar oluşabilmektedir. Gayrimenkul ve emlak sektöründe ortaya çıkan sorunları, pazarlama faaliyetleri açısından tüketicinin yaşadığı sorunlar ile gayrimenkul ve emlak işletmelerinin yaşadığı sorunlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Tüketicilerin emlak ve gayrimenkul satın alınmasında ve kiralanmasında özellikle ev, konut, daire, villa ve devre mülk sözleşmelerinde ortaya çıkan cayma hakkı, yanlış bilgilendirilme,

dolandırıcılık ve haksız kazanç elde etme konularında yaşanan etik sorunlar şeklinde ortaya çıkmaktadır. Pazardaki gayrimenkul ve emlak işletmelerin birçoğunun profesyonellikten uzak küçük işletmelerden oluşması, sektörde yer alan bazı işletme sahiplerinin, bu işi bir meslek olarak görmemesi veya ek bir iş olarak değerlendirmesi ile sektörde kayıtsız olarak birçok eğitimsiz veya tecrübesiz araçların bulunması gayrimenkul ve emlak işletmelerinin yaşadığı sorunlar arasında yer almaktadır. Ayrıca gayrimenkul ve emlak müşavirliği mesleğini tam anlamıyla düzenleyen herhangi bir yasa veya düzenlemenin, Türk Hukuk sisteminde mevcut olmaması gayrimenkul ve emlak sektöründeki mesleki temel sorunlar olarak görülmektedir. Yine gayrimenkul ve emlak pazarlaması konusunda eğitim, bilgi ve tecrübe eksikliği, kayıtsız gayrimenkullerin alım satım zorluğu, sabit ücret tarifesine uyulmaması sonucu farklı komisyon tutarlarının ortaya çıkması, işletmelerin markalaşamaması ve ayakta ya da korsan emlakçı sayısının artması diğer sorunlar arasında yer almaktadır. Gayrimenkul danışmanlığı ve emlak işletmeleri dünya genelinde bir gayrimenkulün, projelendirilmesinden kredisine, sigorta işlemlerinden vergilendirilmesine, inşaat faaliyetlerinden profesyonel satış ve pazarlamasına kadar birçok işin bir arada ve koordineli yürütülmesi gerekliliği olan önemli bir meslek olmasına rağmen, kayıtlı işletme sayısının azlığı, kaçak emlakçı sayısının fazlalığı, gayrimenkul satışlarında gerçek değerinin beyan edilmemesi veya fiyatın düşük tutulması sektördeki diğer sorunlar arasında yer almaktadır. Bununla birlikte dünyada ve Türkiye’de yapılaşma, iskân, kat irtifakı ve tapu işlemlerinde yaşanan çeşitli sorunların yanı sıra, gayrimenkul ve emlak bedellerinin değerinden düşük gösterilmesi sonucu ülkelerin ciddi vergi kayıpları yaşamaması, dünya genelindeki ekonomik, siyasi ve hukuki istikrarsızlıkların neden olduğu kredi faizleri oynaklığı gayrimenkul ve emlak pazarlamasında hem tüketicileri hem de gayrimenkul ve emlak işletmelerini olumsuz etkilemekte ve pazarlama faaliyetlerini zorlaştırmaktadır.

1.4. Gayrimenkul ve Emlak Sektöründe Pazarlama İletişimi

Son zamanlarda tüketicilerin kiralık veya satılık gayrimenkul veya emlak araştırmalarında ilk başvurdukları kaynak e-ticareti kullanan işletmeler ya da internet siteleridir ve bireysel tüketiciler ile emlak komisyoncularına hizmet veren bu internet siteleri, müşterilerinin beklentilerini karşılayabilmeleri, müşteri memnuniyeti ve müşteri bağlılığı bakımından büyük önem taşımaktadır (Gedik ve Etlüoğlu, 2017). Gayrimenkul ve emlak sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, aracılık, bilgi ve danışmanlık hizmetleri ile mevcut gayrimenkul ürünlerinin reklamını aralıksız olarak internet siteleri ve sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirmektedir (Barrell ve Nash, 2010). Gayrimenkul ve emlak pazarı küresel ve yerel anlamda her geçen gün gelişmekte, gayrimenkul fiyatları sürekli yükselmekte, yeni tip gayrimenkul ve emlak türleri ortaya çıkmakta ve bu durumu iyi takip eden yerel ve uluslararası işletmeler de işletme karlılıklarını arttırmak ve pazardan daha fazla pay almaya çalışmaktadır. Gayrimenkul ve emlak işletmeleri pazarda önemli bir yer edinmek ve pazardan daha çok verim elde edebilmek amacıyla daha fazla pazarlama faaliyetlerine ve özellikle pazarlama iletişimine önem vermektedir. Pazarlama iletişiminde son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler, tüketiciler tarafından artan sosyal medya ve internet kullanımı pazarlama karması elemanlarından klasik tutundurma faaliyetlerinde bir değişim yaşanmasına sebep olmaktadır. Gayrimenkul ve emlak pazarlamasında gazete, dergi, radyo, televizyon reklam ve tanıtımları, tabela kullanımı (gayrimenkul üzerine, ofis üzerine asma, yönlendirme tabelaları), e-posta, broşür küresel anlamdan ziyade daha çok yerel düzeyde pazarlama iletişim faaliyetleri olarak gerçekleştirilmektedir. İnternet kullanımı, Twitter,

Facebook, Instagram, WhatsApp gibi sosyal medya araçlarının gayrimenkul ve emlak reklam ile tanıtımda kullanımı ise, yerelden ziyade daha çok ulusal ve küresel düzeyde pazarlama iletişim faaliyetleri olarak tercih edilmektedir. Yine pazarlama iletişim araçlarından olan kişisel satış, promosyon, halkla ilişkiler, ağızdan ağza pazarlama, doğrudan pazarlama, aktivite bazlı pazarlama (sponsorluk), veri tabanlı pazarlama gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yerel ve küresel düzeyde gerçekleştirilmektedir.

Gayrimenkul müşterileri henüz internetten emlak siparişi vermese de kiralık ya da satılık ilanlar ararken veya boş zamanlarında ilanlara bakarken başvurdukları ilk araç veya kaynak tercihi internet ve sosyal medya araçları olmaktadır. Tüketicilerin bu şekilde davranmalarının sebebi ise, gayrimenkul ve emlak alanında aradıklarını zaman ve ekonomik tasarruf sağlamanın yanı sıra, pratik olması bakımından düşündükleri özelliklere en yakın gayrimenkul danışmanlık işletmesini veya emlakçıyı bularak hareket etme isteğidir. Günümüzde gayrimenkul danışmanları ve emlak işletmelerinin tercih ettikleri pazarlama iletişim enstrümanları arasında dijital pazarlama, web pazarlama, online pazarlama, e-pazarlama veya internet pazarlaması yer almaktadır. Gayrimenkul ve emlak sektöründe dijital pazarlama kullanımı Türkiye’de ilk olarak Aksoy Group bünyesinde 2000 yılında 2700 ilanla hayata geçirilerek başlayan www.sahibinden.com, ardından www.milliyetemlak.com gibi emlak ilanlarına yer veren dijital mecraların yayına başlamasıyla gayrimenkul ve emlak sektörü için yeni bir dönemin başlangıcı ve yaygınlaşması oldu. İlk zamanlarda gayrimenkul ve emlak ilan sitelerini kullanmakta zorluk çeken, kullanmak istemeyen birçok tüketici veya emlak işletmeleri, ilan sitelerini kullanan rakiplerinin başarısının ortaya çıkması veya eş, dost, akrabalarının tavsiyesiyle bu sitelere üye olarak kullanmaya başlamışlardır. Gayrimenkul danışmanları ve emlak işletmeleri için dijital pazarlama araçları arasında, firma ve kişisel web sitesi, blog yazıları, arama motoru optimizasyonu, emlak ilan portalları, sosyal medya (Facebook, LinkedIn, Google+, Twitter, Tumblr, Youtube), google ve facebook reklamları, e-mail pazarlaması ve dijital video yer almaktadır. Gayrimenkul danışmanlık ve emlak işletmeleri tüm büyük emlak portallarına üye olmakta, ilanlarını yayınlamakta ve aradıkları diğer gayrimenkulleri internet üzerinden bulmakta veya diğer emlakçılarla da iletişimi veya paylaşımı internet üzerinden gerçekleştirmektedir. Gayrimenkul ve emlak sektöründe pazarlama iletişiminin genel amacı, hedef müşterilere satılık veya kiralık olan ürünü hızlıca duyurmak, ürüne, markaya, işletmeye karşı müşterilerde olumlu bir eğilim oluşturmayı sağlamak ve en kısa sürede gayrimenkulün satılmasını ya da kiralanmasını gerçekleştirmektir. Buna göre pazarlama iletişimi çerçevesinde internet ve sosyal medya araçları kullanılarak yapılan gayrimenkul ve emlak reklamları, hedef tüketiciyi, reklamı yapılan gayrimenkule ilişkin farkında olmaya, reklam mesajını anlamaya, önerilen satış vaadini kabul etmeye, satın alma arzusu oluşturarak hedef tüketicileri satın alma davranışına yönleltmeyi amaçlamaktadır.

2. Literatür Taraması

Gayrimenkul ve emlak pazarlaması konusunda daha önceden yapılan çok sayıda çalışma olmakla birlikte, literatürde gayrimenkul ve emlak pazarlamasında sorunlar ile sektörde kullanılan pazarlama iletişim faaliyetleri alanında çok fazla araştırmaya rastlanmamaktadır. Literatürde, gayrimenkul ve emlak pazarlamasına yönelik olarak gerçekleştirilen farklı çalışmalar incelendiğinde, Üçdoğru (2001), İzmir ve yöresinde gayrimenkulün özellikleri ve bulunduğu bölgenin (şehir merkezine yakın veya uzak olması) emlak fiyatlarına etki eden faktörler arasında yer aldığını belirtmiştir. Çengel (2006), müşteri odaklı stratejiler geliştirebilmesi, sektörel açıdan bir imaj ve prestij oluşturabilmesi gayrimenkul ve emlak

işletmeler, aynı zamanda markalaşmayı başarabilmesi yoğun pazarlama faaliyetleri uygulamayı gerektirdiğini belirtmektedir. Çikler (2008), gayrimenkul ve emlak sektöründe başarılı pazarlama faaliyetleri gerçekleştirilmesinde, pazar araştırması ve pazarlama planı yapılması gerektiğini belirtmiştir. Karadağ (2008), Türkiye’den en fazla gayrimenkul ve emlak satın alan yabancıların ülkelerinin, Almanya, İngiltere, Yunanistan, Hollanda, İrlanda, Danimarka, Avusturya, Norveç, Amerika Birleşik Devletleri ve İtalya olduğunu, en fazla taşınmaz satın alınan iller arasında ise, Antalya, İstanbul, Muğla, Aydın, İzmir, Bursa, Hatay, Mersin, Ankara ve Gaziantep olduğunu ortaya koymuştur. Yirmibeşoğlu. (2009), İstanbul’un eski ve merkez olma özelliği gösteren ilçelerinde emlak işletmelerinin fazla olduğu, nüfus ve hane halkı sayısı arttıkça gayrimenkul ve emlak şirketlerinin sayılarının arttığı, ilçelerin yüz ölçümü ile emlak işletmeleri sayısının ters korelasyon gösterdiğini, ilçe tarihi yenileştikçe ve merkezden uzaklaştıkça emlak şirketlerinin sayılarının azalma gösterdiğini belirlemiştir. Çabuk ve Zeren (2009), emlak pazarlaması gerçekleştiren satış temsilcilerinin etik değer yargıları ile etik davranma eğilimleri arasında olumlu bir ilişki olmasına karşın satışçıların zihinsel etik gelişmişlik düzeyleri ile etik davranma eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığını tespit etmişlerdir. Akbaş (2010) Alanya’da gayrimenkul ve emlak satın alan yabancıların taşınmaz değerleri, inşaat ve emlak sektörüne etkilerini incelemiştir. Hurma, Kubaş ve İnan (2012), pazar değerini olumlu yönden en fazla etkileyen değişken gayrimenkulün verimi olduğunu, bunu gayrimenkul kirasının izlediğini, gayrimenkul büyüklüğünün ise emlak değerini olumsuz etkileyen bir diğer değişken olduğunu ve gayrimenkulün şehir merkezine olan uzaklığının erişebilirlik faktöründe önemli olduğunu ortaya koymuştur. Çengel ve Öztekin (2014), Türk gayrimenkul sektöründe uygulamada olan rekabetçi pazarlama stratejilerini açıklamaktadır ve sahada yapılan araştırmadan gelen sonuçlara göre bir özgün araştırma modeli önermektedir. Atasoy ve Apaydın (2015), Türkiye’de yabancıların taşınmaz ediniminde sınırlandırma türlerine ilişkin taşınmaz düzeyinde bir sınırlamanın getirilmesi, bağımsız bölüm düzeyinde bir sınırlamanın getirilmesine göre istatistiksel olarak farklı olduğunu ortaya koymuştur. Arslan (2015), emlak sektöründe faaliyet gösteren imtiyaz sözleşmeli (Franchise) ve bağımsız emlak işletmelerinin kaçınılmaz düzenleyici odaklara sahip olanların daha çok imtiyaz sözleşmeli girişimciliği tercih ederken, yönelimci düzenleyici odaklara sahip olan işletmelerin ise bağımsız girişimciliği tercih ettiğini belirtmişlerdir. Turan (2017), emlak ve satış temsilcilerinin hem müşteri odaklılık hem de satış odaklılık algılarına sahip olduklarını, ancak müşteri odaklılık algılarının daha fazla olduğunu ortaya koymuşlardır. Deniz ve Demir (2017), gayrimenkul ve emlak pazarlama karması stratejilerinin hedonik tüketim unsurlarına göre belirlenmesi, Folkart Towers konseptinin marka değerini ve imajını arttırmasına aynı zamanda gayrimenkul pazarında sürekli ilk, kaliteli, estetik, pahalı, yenilikçi projeler üreten güçlü ve güvenilir bir işletme olarak başarılı bir biçimde var olmasını sağlamadığını ortaya koymuşlardır. Özdemir (2018), Türkiye’de gayrimenkul ve emlak satın alan yabancı uyruklu vatandaşların ilk olarak önem verdikleri faktörün yasal sınırlamalar olduğunu tespit etmiştir. Öztürk ve Bacaksız (2019), tutum bileşenlerine bağlı elde edilen faktör gruplarına göre internette emlak reklamlarına yönelik tüketici güveni oluştuğunu ve internette emlak reklamlarına yönelik tüketici güveni yaklaşık yüzde kırk değiştiğini belirlemişlerdir. Güneş ve Özgüner (2021), gayrimenkul ve emlak sektörünün, satış temsilcilerinin kadın tüketicilere erkek tüketicilerden daha az güven verdikleri sonucuna ulaşmıştır.

3. Yöntem

Araştırma, Niğde ve yöresinde kayıtlı olarak faaliyet gösteren gayrimenkul danışmanları dahil gayrimenkul ve emlak sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yaşadıkları sorunlar ile uyguladıkları pazarlama faaliyetleri kapsamında kullandıkları pazarlama iletişim faaliyetlerini/ araçlarını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla, Niğde ve yöresindeki gayrimenkul/ emlak sektöründe faaliyet gösteren işletme sahibi, pazarlama elemanı, aracı veya emlak satış temsilcileriyle Niğde ve yöresindeki gayrimenkul ve emlak işletmelerinin yaşadıkları pazarlama sorunları da ölçülmeye çalışılmıştır. Yine, gayrimenkul ve emlak işletmelerinin pazarlama faaliyetlerinin yanı sıra pazarlama sorunlarını ve pazarlama iletişim faaliyetlerini anlamak, bu alanda daha önce yapılmış olan çalışmalara ve literatüre katkıda bulunmak açısından önemlidir. Çalışma gayrimenkul ve emlak işletmeleri özelinde hazırlanmış olup, diğer pazarlama işletmeleri geliştirme alanlarına da uygulanabilir niteliktedir. Gerçekleştirilen çalışma, keşifsel bir araştırma olup, araştırma mevcut durumu belirlemeye yönelik durum tespiti yapmak amaçladır. Niğde ve yöresindeki gayrimenkul ve emlak sektöründe faaliyet gösteren işletme sahibi, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcilerinin gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşadıkları sorunlar ile ve pazarlama iletişim faaliyetlerine yönelik hazırlanan anket formları tamsayım yöntemiyle katılımcılarla gerçekleştirilen yüz yüze görüşmeler neticesinde yapılan anketlerden elde edilen veriler SPSS 24.0 paket programında değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında gayrimenkul ve emlak sektöründe faaliyet gösteren işletme sahibi, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcilerinin gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşadıkları sorunlar ile pazarlama iletişim faaliyetlerine yönelik algısal ifadeler yazar tarafından oluşturulmuştur. Ayrıca, Tablo 16'da yer alan algısal ifadeler yazar tarafından oluşturulmuş, algısal ifade ölçeğinin güvenilirliğine ilişkin bulgular için Cronbach Alfa katsayıları hesaplanmış, .760 katsayısına ulaşılmıştır. Tezbaşaran (1997), Likert tipi bir derecelendirmede yeterli sayılabilecek bir güvenilirlik katsayısının olabildiğince 1'e yakın olması gerektiğini ifade etmektedir. Bu sonuca göre ölçeğin güvenilirliğinin yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

Örneklem ve Veri Toplama

Araştırmanın ana kütlelerini Niğde ve yöresinde faaliyet gösteren toplam 62 gayrimenkul danışmanı ve emlakçı işletmesi ve bu işletmelerde, işyeri sahibi, pazarlama elemanı, aracı veya satıcı olarak çalışan iş görenler oluşturmaktadır. Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak sektöründe faaliyet gösteren her gayrimenkul ve emlak işletmesinden en az bir işyeri sahibi, yönetici, pazarlamacı, aracı veya satış temsilcisi çalışanı toplam 62 pazarlamacı örneklem alınmıştır. Gayrimenkul ve emlak pazarlaması ve kullanılan pazarlama iletişim araçları ile ilgili bilgi ve verilerin toplanması için düzenlenen oluşturulan anket formu oluşturulmuştur. Niğde ve yöresinde şehrin Sanayi ve Ticaret Odası 2021 yılı ocak ayı itibarıyla Niğde merkezde 51, Bor ilçesinde 4, Ulukışla ilçesinde 5, Çamardı ilçesinde 2, Çiftlik ilçesinde 2 olmak üzere toplam 62 gayrimenkul ve emlak ofisi bulunmaktadır. 5 kişilik küçük bir grup üzerinde yapılan ön araştırma sonucunda elde edilen bilgiler kullanılarak örneklem hacmi saptanmıştır. Örneklem yöntemi olarak, tam sayım örnekleme yönteminden yararlanılmış ve anketler yüz yüze görüşme yoluyla uygulanmıştır. Araştırmada demografik özellikler ve pazarlama faaliyetleri ile ilgili seçeneğe sorularda tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır.

Araştırma, 01-28 Şubat 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiş olup, Niğde ve yöresindeki gayrimenkul ve emlak işletmelerini kapsamaktadır.

Araştırma kapsamında Niğde ve yöresinde faaliyet gösteren toplam 62 gayrimenkul danışmanı ve emlak işletmesi veya bu işletmelerde, işyeri sahibi, yönetici, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcileri ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada, Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak işletmelerinin tamamına ulaşılması, gayrimenkul ve emlak işletmelerinin sorunlarının ve pazarlama iletişim faaliyetlerine yönelik daha objektif ve doğru bilgiler/ değerlendirmeler elde edilmesinde etkili olmuştur. Araştırma kapsamında yer alan Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak işiyle uğraşan işletme sahibi, yönetici, pazarlama elemanı, aracı, satış temsilcileri veya anket gerçekleştirilen katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Gayrimenkul/ Emlak sektöründe faaliyet gösteren işletme sahibi, yönetici, pazarlamacı, aracı veya satış temsilcilerinin demografik özellikleri

Yaş	f	%	Gelir	f	%
25 yaş altı	6	9,7	1.001-2.000	21	33,9
25-35	9	14,5	2.001-3.000	29	46,8
36-44	28	45,2	3.001-5.000	9	14,5
45-54	14	22,5	5.001 ve üzeri	3	4,8
55 ve üzeri	5	8,1			
Cinsiyet	f	%	Eğitim	f	%
Erkek	61	98,3	İlkokul	10	16,1
Kadın	1	1,7	Ortaokul	10	16,1
Medeni Durum	f	%	Lise	24	38,8
Bekar	15	24,2	Önlisans	9	14,5
Evli	46	74,2	Lisans	9	14,5
Diğer	1	1,6	Lisansüstü ve diğer	-	-
Toplam				62	100

4. Bulgular

4.1. Araştırmaya Katılan Gayrimenkul ve Emlak İşletme Sahibi, Yönetici, Pazarlamacı, Aracı veya Satış Temsilcilerinin Meslek, Süre, Tecrübeleri ve Tercih Nedenleri ile İlgili Bulgular

Tablo 2'de yer alan bilgilere göre, Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin tamamına yakınının kayıtlı olarak gayrimenkul danışmanlığı veya emlakçılık mesleği yaptıkları ortaya çıkmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların kayıtlı olarak çalışma ve meslek türü dağılımları

Kayıtlı Olarak Çalışma	f	%
Evlet	54	87,1
Kısmen	7	11,3
Hayır	1	1,6
Meslek Türü	f	%
Emlakçı, İşyeri Sahibi, Yönetici, Pazarlamacı veya Satış Temsilcisi	58	93,5
Gayrimenkul Uzmanı	3	4,8
Diğer (Komisyoncu, Aracı, Ayakçı Emlakçı)	1	1,6
Toplam	62	100

Yine tabloya göre, 58 katılımcının emlakçı, işyeri sahibi, yönetici, pazarlamacı, aracı veya satış temsilcisi, 3 katılımcının gayrimenkul uzmanı ve sadece 1 katılımcının komisyoncu, aracı veya ayakçı emlakçı olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan Niğde ve yöresindeki gayrimenkul ve emlak işletme sahibi, yönetici, pazarlamacı, aracı veya satış temsilcilerinin yaptıkları meslek süreleri ya da iş tecrübeleri ile ilgili bilgilere Tablo 3'te yer verilmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların gayrimenkul ve emlak pazarlama meslek süreleri dağılımı

<i>Gayrimenkul ve Emlak Pazarlama Tecrübe Durumları</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
1 Yıl ve Daha Az	7	11,3
1-3 Yıl Arası	9	14,5
3-5 Yıl Arası	27	43,5
5-10 Yıl Arası	13	21
10-15 Yıl Arası	5	8,1
15 Yıl ve Daha Fazla	1	1,6
Toplam	62	100

Tablo 3'te yer alan verilere göre, gayrimenkul danışmanlığı ve emlak işiyle uğraşan katılımcıların (%31) 5 yıl ve daha fazla bir sürede profesyonel olarak gayrimenkul ve emlak sektörünü veya gayrimenkul ve emlak pazarlamasını meslek edindikleri ortaya çıkmaktadır. Yine anket gerçekleştirilen gayrimenkul ve emlak işiyle uğraşan işletme sahibi, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcisinden oluşan katılımcıların yarısından fazlası 1-5 yıl zaman sürecinde gayrimenkul ve emlak pazarlama sektöründe çalışmakta olup, meslekte oldukça/ yeterince bilgili, tecrübeli ve alanında uzman oldukları söylenemez.

Tablo 4. Katılımcıların gayrimenkul ve emlak sektörünü tercih etme dağılımı

<i>Gayrimenkul ve Emlak Mesleğini Tercih Etme Sebebi</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Popüler Bir Meslek Olması	1	1,6
Gelirin Yüksek ve Bir Sosyal Güvencesinin Olması	28	45,2
İtibar ve Saygın Bir Meslek Olması	7	11,3
Topluma ve İnsanlara Hizmet Etmek Sebebi	25	40,3
Diğer	1	1,6
Toplam	62	100

Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak işiyle uğraşan işletme sahibi, yönetici, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcisi olarak çalışanların büyük bir bölümü, "Gayrimenkul ve emlak pazarlama sektöründeki gelirin yüksek ve sosyal güvencesinin olması ile topluma ve insanlara hizmet etmek" amacıyla gayrimenkul ve emlak pazarlaması yaptıklarını veya emlakçılık mesleğini seçtiklerini veya gayrimenkul ve emlak işiyle uğraştıklarını belirtmektedir.

4.2. Araştırmaya Katılan Gayrimenkul ve Emlak İşletme Sahibi, Yönetici, Pazarlamacı, Aracı veya Satış Temsilcilerinin Kullandıkları Pazarlama İletişimi ile İlgili Bulgular

Araştırmaya katılan gayrimenkul ve emlak pazarlama işletmeleri, gerçekleştirdikleri gayrimenkul ve emlak pazarlaması, kiralaması veya satışlarında kullandıkları tutundurma araçları arasında en fazla internet, telefon ve mesaj kullanımıyla gerçekleşen iletişimle, sosyal medyada ve çeşitli internet sitelerinde yaptıkları tanıtım, reklam faaliyetlerinden

faydalanmaktadır. Bu durum gayrimenkul ve emlak işletmelerinin teknolojiye bağımlı ve uyumlu pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirdiklerini ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlamasında kullandıkları pazarlama iletişim araçları dağılımı

<i>Kullanılan Pazarlama İletişim Araçları Dağılımı</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
İnternet Kullanımı	29	46,8
Telefon ve Mesaj Kullanma	9	14,5
Gazete, Dergi vb. Yazılı Medya Kullanımı	6	9,7
Radio ve Televizyon Reklamı (Görsel ve İşitsel Medya)	-	-
Afiş- Tabela Kullanımı	15	24,2
Bilboard, İnsört ve Reklam Panoları Kullanımı	3	4,8
Toplam	62	100

Yine araştırmaya katılan gayrimenkul ve emlak pazarlama işletmeleri, gerçekleştirdikleri gayrimenkul ve emlak pazarlaması, kiralaması veya satışlarında kullandıkları tutundurma araçları arasından afiş-tabela kullanımından faydalanmaları tüketicilerin görseleğe önem verdiklerini ve satılık-kiralık ilanların yer aldığı işyeri vitrini ile emlak veya gayrimenkulün bulunduğu yer ve çevresindeki görsel pazarlama/ tutundurma araçlarını ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlamasında kullandıkları internet siteleri dağılımı

<i>Niğde ve Yöresinde Emlak Pazarlamasında Kullanılan İnternet Siteleri</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
www.sahibinden.com	32	51,6
www.emlak.net	19	30,6
www.milliyetemlak.com	5	8,1
www.hurriyetemlak.com	3	4,8
Diğer	3	4,8
Toplam	62	100

Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlamasıyla uğraşan işletme sahibi, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcilerinin gerçekleştirdikleri gayrimenkul ve emlak pazarlaması, kiralaması veya satışlarında ilk sırada www.sahibinden.com ve ikinci sırada www.emlak.net internet sitelerini kullanmaktadır/ faydalanmaktadır.

Tablo 7. Katılımcıların Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlamasında kullanılan sosyal medya araçları dağılımı

<i>Katılımcıların İnternet Üzerinde Kullandıkları Sosyal Medya Araçları Destek Alması Dağılımı</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
www.facebook.com/	36	58,1
Kendi İnternet Sistemi Oluşturdum	21	33,9
https://twitter.com/	3	4,8
www.instagram.com/	1	1,6
www.youtube.com/	1	1,6
Toplam	62	100

Tablo 7'de Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlaması gerçekleştiren işletme sahibi, yönetici, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcilerinin, gayrimenkul ve emlak pazarlaması, kiralaması veya satışlarında en fazla Facebook sosyal medya aracını kullandıklarını, ikinci

sırada kendi internet sitesini oluşturarak gayrimenkul ve emlak pazarlaması kiralaması veya satışı gerçekleştirdiklerini belirtmektedir.

Tablo 8. Katılımcıların günümüzde gayrimenkul ve emlak pazarlamasında en fazla kullanılan pazarlama iletişim araçları ile ilgili düşünceleri dağılımı

<i>Günümüzde Gayrimenkul ve Emlak Pazarlamasında En Fazla Kullanılan Pazarlama İletişim Aracı</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
İnternet Üzerinden Kendi İnternet Sayfası Oluşturma	9	15
Emlak İnternet Siteleri Üzerinden	21	34
WhatsApp Kullanımı	1	1,5
Emlak Ofisinde (Yüz yüze Görüşerek)	20	32
Telefonla Görüşme veya Mesaj Atma	5	8
Sosyal Medya Üzerinden	6	9,5
Toplam	62	100

Araştırmaya katılan gayrimenkul ve emlak pazarlama işletmeleri, gerçekleştirdikleri gayrimenkul ve emlak pazarlaması, kiralaması veya satışlarında kullandıkları pazarlama iletişiminde en fazla emlak internet sitelerini (www.sahibinden.com, www.emlak.net, www.milliyetemlak.com, www.hürriyetemlak.com) tercih ettiklerini belirtmektedir. Yine pazarlama iletişiminde müşterileriyle emlak ofisinde veya kendi işyerlerinde (yüz yüze görüşerek) gayrimenkul ve emlak pazarlaması, kiralaması veya satışlarını gerçekleştirmektedir.

4.3. Araştırmaya Katılan Gayrimenkul ve Emlak İşletme Sahibi, Yönetici, Pazarlamacı, Aracı veya Satış Temsilcilerinin ile İlgili Bulgular

Araştırmaya katılan Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlaması gerçekleştiren işletme sahibi, yönetici, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcilerinin tamamına yakını herhangi uzman bir pazarlamacı veya danışmandan destek almadıklarını belirtmektedir. Bu durum gayrimenkul ve emlak işletme sahibi, yönetici, pazarlamacı, aracı veya satış temsilcilerinin gayrimenkul ve emlak sektöründe uyguladıkları pazarlama faaliyetlerini profesyonel olarak gerçekleştirmediklerine işaret etmektedir. Aynı zamanda gayrimenkul ve emlak işletme sahibi, yönetici, pazarlamacı, aracı veya satış temsilcilerinin gayrimenkul ve emlak sektöründe gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerinde pazarlama uzman veya danışmanlarına olan ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 9. Katılımcıların Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlamasında uzman bir pazarlamacı veya pazarlama danışmanından destek alma dağılımı

<i>Katılımcıların Uzman Bir Pazarlamacı veya Danışmandan Destek Alma</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Evet (Alıyorum)	6	9,7
Hayır (Almıyorum)	56	90,3
Toplam	62	100

Tablo 10. Katılımcıların Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlamasında destek aldıkları kişi/ kurum dağılımı

<i>Katılımcıların Gayrimenkul ve Emlak Pazarlamasında Destek Aldıkları Yerler Dağılımı</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Akraba, eş, dost yardım ve desteği	31	50
İnternet, Gazete, Dergi vb.	23	37,1
Diğer	8	12,9
Toplam	62	100

Katılımcıların %50'si gayrimenkul ve emlak pazarlamasında akraba, eş, dost yardım ve desteği aldıklarını belirtmektedir. Katılımcıların %37'si gayrimenkul ve emlak pazarlamasında internet, gazete, dergi vb. desteği aldıkları, diğer seçeneğinde ise yerel siyasi ve devlet yöneticilerinden destek aldıklarını açıklamaktadır. Bu durum gayrimenkul ve emlak pazarlamasında teknoloji ve internet kullanımı kadar, birebir-yüz yüze görüşme ve ilişkisel pazarlamanın önemini ortaya koymaktadır.

Tablo 11. Katılımcıların Niğde ve yöresinde en fazla gerçekleştirdikleri gayrimenkul ve emlak pazarlaması türü görüşü dağılımı

<i>Niğde ve Yöresinde En Fazla Satılan Gayrimenkul ve Emlak Türü Destek Alması Dağılımı</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Ev, Daire ve Konut Satışı/ Kiralaması	34	54,8
Arsa Satışı	23	37,2
Dükkan ve İşyeri Satışı/ Kiralaması	3	4,8
Tarla, Bağ ve Bahçe Satışı	2	3,2
Toplam	62	100

Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlaması yapan işletme sahibi, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcilerinin en fazla ev, daire ve konut satışı/ kiralaması gerçekleştirdiklerini belirtmektedir.

Tablo 12. Katılımcıların Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak satın alan tüketicilerin en fazla neyi göz önünde bulundurdıkları düşünceleri dağılımı

<i>Gayrimenkul ve Emlak Pazarlamasında Tüketicilerin Dikkat Ettiği Pazarlama Karması Elemanları (4P)</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Fiyat	42	67,7
Ürün (Arsa Ev vb. ürünün kendisi)	19	30,6
Tutundurma Faaliyetleri (Reklam, Tanıtım, Halkla İlişkiler, Kişisel Satış)	1	1,6
Dağıtım	0	0
Toplam	62	100

Araştırmaya katılan gayrimenkul ve emlak pazarlaması yapan işletme sahibi, yönetici, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcileri pazarlama karması elemanları (4P) arasında tüketicilerin en fazla emlak veya gayrimenkulün satış ya da kiralama fiyatına dikkat ettiklerini, gayrimenkul ve emlak pazarlaması ürün olan arazi, tarla, arsa, bağ, bahçe, bina, apartman, konut, ev, daire, villa, fabrika, dükkan, ofis, işyeri, devre mülk özelliklerine tüketicilerin fiyattan sonra dikkat ettikleri ortaya çıkmaktadır.

Tablo 13. Katılımcıların Niğde ve yöresindeki müşterilerin emlak ve gayrimenkulün en fazla hangi özelliğine önem verdikleri düşünceleri dağılımı

<i>Gayrimenkul ve Emlak Pazarlamasında Müşterilerin Emlak ve Gayrimenkulün En Fazla Hangi Özelliği</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Kalite	11	18
Garanti	12	19,5
Memnuniyet	8	13
Yatırım ve Kar Elde Etmek	26	42
Rahatlık ve Konforu	2	3
Reklam ve Tanıtımı	3	4,5
Toplam	62	100

Niğde ve yöresindeki emlak ve gayrimenkul danışmanları müşterilerin emlak alım-satım veya kiralanmasında gayrimenkulün en fazla yatırım ve kar elde etme özelliğine önem verdiklerini, yine kaliteli ürün ve ürün

garantisinin gayrimenkul ve emlak pazarlaması konusunda önem verdikleri diğer özellikler arasında yer aldığını belirtmişlerdir.

Tablo 14. Katılımcıların Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşadıkları sorunlarla ilgili düşünceleri dağılımı

<i>Gayrimenkul ve Emlak Pazarlamasında Yaşanan Sorunlar</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Eğitim ve Bilgi Eksikliği	11	18
Emlakçılar Odasının Olmaması	10	16
Tecrübe Eksikliği	4	6,5
Kayıtsız Gayrimenkullerin Alım Satım Zorluğu	7	11
Sabit Tarife Uyumlaması	5	8
Ayakçı Emlakçıların Olması	19	31
Bir Meslek Olarak Görülmemesi	6	9,5
Toplam	62	100

Araştırmaya katılan gayrimenkul danışmanları ile gayrimenkul ve emlak işyeri sahibi, yönetici, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcisi olarak çalışanların gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşadıkları en önemli sorunlar arasında, pazarda ayakçı emlakçıların olması, gayrimenkul ve emlak pazarlaması bakımından gayrimenkul ve emlak işletmelerinin eğitim ve bilgi açısından eksik olmaları yer almaktadır.

Tablo 15. Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlamasında müşterilerin emlakçıda dikkat ettikleri özelliklerle ilgili düşünceleri dağılımı

<i>Gayrimenkul ve Emlak Pazarlamasında Müşterilerin Emlakçıda Dikkat Ettikleri Özellikler</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Güven	38	62
Ciddiyet ve Resmîlik	2	3
Dış görünüş	8	13
Konuşma Tarzı ve Hitap	11	18
Eleştiri, Tavsiye ve Öneri	1	1,5
Emlak Ofisi Dekorasyon ve Dizaynı	2	2,5
Toplam	62	100

Niğde ve yöresinde emlak ve gayrimenkul danışmanları ile gayrimenkul ve emlak işyeri sahibi, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcileri müşterilerin kendilerinde dikkat ettikleri özellikler arasında ilk sırada güven yer almaktadır. Müşteriler güvenin yanı sıra gayrimenkul danışmanı ve emlakçılarda dikkat ettikleri özellikler arasında konuşma tarzı, hitap ve dış görünüşü de yer almaktadır.

Tablo 16. Katılımcıların gayrimenkul ve emlak pazarlama faaliyetlerine yönelik tutum ve algılamalar

Katılımcı Görüşü	Algısal Faktörler	Ortalamalar*	Standart Sapma
KG1	Gayrimenkul ve emlak işletmelerinin bir pazarlama uzmanından yardım alması satışları artırır.	2,6067	1,181
KG2	Gayrimenkul ve emlak pazarlamasında eğitilmiş olmak önemlidir.	3,5123	1,002
KG3	Gayrimenkul ve emlak pazarında tüketiciler genellikle gayrimenkul danışmanı ve emlakçılara karşı ön yargılıdır.	2,7346	1,108
KG4	Emlak ve gayrimenkul pazarlamasında tüketiciler gayrimenkul ile emlak işletmelerine güvenmektedir.	2,2158	1,015
KG5	Covid-19 pandemi sürecinden emlak ve gayrimenkul pazarı olumsuz etkilenmiştir.	3,9161	1,245
KG6	Gayrimenkul ve emlak satın alan tüketiciler için fiyat önemli bir faktördür.	3,6102	1,090
KG7	Gayrimenkul ve emlak işletmelerinin internet üzerinden sosyal medya araçlarını pazarlama faaliyetlerinde kullanması satışları artırmaktadır.	3,1499	1,108
KG8	Gayrimenkul ve emlak pazarlanmasında pazarlama iletişim araçları olan whatsapp, sosyal medya emlakçılar tarafından daha fazla kullanılmaktadır ve önemlidir.	3,2361	,984
KG9	Gayrimenkul ve emlak pazarlamasında müşteri memnuniyeti satışların artması ve rekabet bakımından önemlidir.	3,0214	1,095
KG10	Gayrimenkul ve emlak pazarlamasında dolandırıcılık, kandırma ve aldatılmaya yönelik çok çeşitli etik sorunlar yaşanmaktadır.	2,9876	1,025

* 0-1,49 Arası Kesinlikle Katılmıyorum, 1,50-2,49 Arası Katılmıyorum, 2,50-3,49 Arası Ne Katılıyorum Ne de Katılmıyorum, 3,50-4,49 Arası Katılıyorum ve 4,50-5 Arası Kesinlikle Katılıyorum.

Niğde ve yöresinde emlak ve gayrimenkul danışmanları ile gayrimenkul ve emlak işyeri sahibi, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcilerinden oluşan katılımcıların, gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşanan problemlere ve karşılaştıkları etik sorunlara ilişkin değerlendirmelerinin ortalama ve standart sapmaları dağılımını Tablo 16 açıklamaktadır. Tablo 16'da katılımcıların, gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşanan problemlere ve karşılaştıkları etik sorunlara yönelik ilgili görüşlerine ilişkin ifadeler incelendiğinde; "Covid-19 pandemi sürecinden emlak ve gayrimenkul pazarı olumsuz etkilenmiştir" yargısına katıldıklarını ($\bar{x}=3,91$) ifade etmektedir. Yine katılımcılar, gayrimenkul ve emlak satın alan tüketiciler için fiyatın önemli bir faktör olduğunu belirtmekte ($\bar{x}=3,61$), gayrimenkul ve emlak pazarlamasında eğitilmiş olmanın kiralama ya da satış işlemlerinin gerçekleşmesinde önemli olduğu ($\bar{x}=3,51$) yargısına katılmaktadır. Ayrıca katılımcılar, emlak ve gayrimenkul pazarlamasında tüketicilerin gayrimenkul ile emlak işletmelerine güvenmektedir görüşüne/ ifadesine katılmadıklarını ($\bar{x}=2,21$), diğer ifadelerde ise kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Tablo 16'da yer alan algısal ifadeler yazar tarafından oluşturulmuş, algısal ifade ölçeğinin güvenilirliğine ilişkin bulgular için Cronbach Alfa katsayıları hesaplanmış, .760 katsayısına ulaşılmıştır. Tezbaşaran (1997), Likert tipi bir derecelendirmede yeterli sayılabilecek bir güvenilirlik katsayısının olabileceğince 1'e yakın olması gerektiğini ifade etmektedir. Bu sonuca göre ölçeğin güvenilirliğinin yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

5. Sonuç

Gayrimenkul ve emlak sektöründe yaşanan gelişmeler yapılaşma sektörünün şekillendirilmesinde önemli bir faktör olmakla birlikte, küresel olarak sektörde meydana gelen yeni gelişmeler toplumsal ihtiyaçların ve belirli coğrafi bölgelerin pazar talebinin çağdaş bir yansımalarını oluşturmaktadır (Squires ve Heurkens, 2016). Türkiye'deki inşaat sektörü liderliğinde, gayrimenkul ve emlak sektörü küreselleşen ekonomi, ulusal düzenlemeler ve değişen içyapısı ile birlikte yeni ortaklıkları, finansman olanakları göz önünde bulundurularak yeniden bir yapılanma sürecinden geçmektedir (Şahin ve Uslu, 2011). Gayrimenkul ve emlak pazarı sürekli gelişmekte, karlılıklar artmakta ve bu durumu gözlemleyen yerel ve uluslararası gayrimenkul ve emlak işletmeleri de pazardan pay almaya çalışmaktadır. Küreselleşen ve markalaşabilen gayrimenkul ve emlak işletmeleri, satış arttırıcı pazarlama iletişim çabalarını etkin bir şekilde uygulayarak yoğun pazarlama faaliyetleri gerçekleştirmektedir. Hizmet sektörü olarak algılanan gayrimenkul ve emlak sektöründe hedef kitleye doğru şekilde ulaşan ve daha sonra hedef kitlenin değişen taleplerini inceleyen ve takip eden işletmeler başarı elde edebilmektedir (Çengel,

2006). Emlak ve gayrimenkulün pahalı ve nitelikli bir ürün olması tüketiciler açısından satın alma kararlarını güçleştirdiği gibi, uzun süreli kullanımı sebebiyle tüketicilerin karar verme sürecinde zorlandığı ve son zamanlarda inşaat sektörüne paralel olarak gayrimenkul ve emlak sektöründe yaşanan arz fazlalığı, emlak açısından da satış veya kiralama işlevini güçleştirmektedir. Gayrimenkul veya emlak satın almak isteyen tüketicilerin ödeyeceği bedelin yüksek olması sebebiyle daha seçici davranmakla birlikte, pazar araştırması yapmaları ve pazarda bilgiye kolaylıkla ulaşabilmeleri, gayrimenkul ve emlak satışlarını zorlaştıran diğer faktörler arasında yer almaktadır. Günümüzde gayrimenkul ve emlak satmak ya da kiralamak isteyen tüketiciler, gayrimenkul ve emlak sektöründe uzman olan ve aracılık hizmetini sunan gayrimenkul danışmanlarına veya emlak işletmelerinden yararlanmaktadır. Özellikle gayrimenkul ve emlak pazarlaması çerçevesinde pazarlama iletişim faaliyetlerini/ araçlarını etkin olarak kullanan gayrimenkul ve emlak işletmeleri daha fazla müşteri memnuniyeti sağlanmasının yanı sıra kaliteli hizmet verebilme algısı sağlayarak tüketiciler tarafından daha fazla tercih edilmektedir. Yine gayrimenkul ve emlak pazarlaması çerçevesinde tüketicilerin ve hizmet sağlayıcı gayrimenkul ve emlak pazarlaması yapanların yaşadıkları problemlerin ortaya konulması çözümün gerçekleşmesinde proaktif rol oynamaktadır.

Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlamasında yaşanan sorunların tespit edilmesi ve gayrimenkul ve emlak işletmelerinin kullandıkları pazarlama iletişim faaliyetlerinin/ araçlarının değerlendirilmesine yönelik yapılan araştırmada, Niğde merkez ve ilçelerinde gayrimenkul ve emlak işyeri sahibi, yönetici, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcisi olarak çalışanlar müşterilerin emlak alım-satım veya kiralanmasında gayrimenkulün en fazla yatırım ve kar elde etme özelliğine önem verdiklerini, yine kaliteli ürün ve ürün garantisinin gayrimenkul ve emlak konusunda önem verdikleri diğer özellikler arasında yer aldığını belirtmişlerdir. Araştırmada elde edilen en dikkat çekici bulgu, Niğde ve yöresinde faaliyet gösteren gayrimenkul ve emlak işletme sahibi ve yöneticilerinin pazarda yaşadıkları en önemli sorunlar arasında korsan ya da ayakçı emlakçı sayısının artması olduğu, pazarlama bakımından gayrimenkul ve emlak işletmelerinde çalışanların yaptıkları iş konusunda eğitim ve bilgi açısından eksik olmaları yer almaktadır. Yine araştırmada ortaya çıkan diğer önemli bir sonuç ise, Niğde ve yöresinde gayrimenkul ve emlak pazarlaması gerçekleştiren işletme sahibi, yönetici, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcilerinin tamamına yakını herhangi uzman bir pazarlamacı veya danışmandan destek almadıklarını belirtmektedir. Bununla birlikte katılımcılar, gayrimenkul ve emlak pazarlanmasında pazarlama iletişimi aracı olarak en fazla emlak internet siteleri ve sosyal medya araçlarını kullandıklarını, yine internet üzerinden kendi internet sayfasını oluşturduklarını veya emlak ofisinde müşterileri yüz yüze görüşerek pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Ayrıca katılımcılar, gayrimenkul ve emlak pazarlanmasında tüketicilerin pazarlama karması elemanlarından fiyata karşı duyarlı olduklarını ve emlak ve gayrimenkulü bir yatırım olarak değerlendirdiklerini belirtmektedir. Müşterilerin Niğde ve yöresindeki gayrimenkul ve emlak işletme sahibi, yönetici, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcilerinde dikkat ettikleri özellikler arasında ilk sırada güven yer almaktadır. Güvenin yanı sıra konuşma tarzı, hitap ve dış görünüşün de yer almaktadır. Bu durumun sebebi olarak, müşteri memnuniyetinde, güven, güler yüz ve dış görünüşün gayrimenkul danışmanı ve emlakçılarda dikkat ettikleri özellikler arasında tüketiciler tarafından önemli olarak algılanmasıdır.

Araştırma Niğde ve yöresindeki gayrimenkul ve emlak işletmeleri (işletme sahibi, yönetici, pazarlamacı, aracı ve satış temsilcileri) katılımıyla gerçekleştirilmiş olması ve gayrimenkul ve emlak tüketicileri tarafından

lüks, dayanıklı tüketim malları veya yatırım aracı olarak görülen ürünler arasında yer alan emlak ve gayrimenkulün pazarlanmasında çeşitli sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durum gayrimenkul ve emlak tüketim mallarının pazarlanmasında ortaya çıkan alım-satım, kiralama veya aracılık hizmetleri sunan işletme sahibi, yönetici, pazarlama elemanı, aracı veya satış temsilcilerinin emlak ve gayrimenkul ürünlerinde daha bilgili, pazarlama iletişimini proaktif kullanma gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda ise, “Gayrimenkul ve emlak pazarlamasında müşteri memnuniyetine yönelik bir araştırma”, “Gayrimenkul ve emlak pazarlaması hizmetlerinin pazarlamanın 4P’sine etkisine yönelik bir araştırma”, gibi konular, teorik ve uygulamalı olarak incelenebilir. Ayrıca, gayrimenkul ve emlak pazarlaması konusu farklı değerlendirilebileceği için bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde karşılaştırmalı çalışmalar yapılabilir.

Etik Kurul Beyanı

Çalışmaya ilişkin Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Rektörlüğü tarafından 24.02.2021 tarihli E-86837521-050.99-25857 numaralı Etik Kurul Kararı alınmıştır. Ayrıca ilgili belge, sorumlu yazar tarafından DergiPark sistemine yüklenmiştir.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Tüm süreç sorumlu yazar / Ruhan İri tarafından yürütülmüştür.

Çatışma Beyanı

Çalışmada yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Destek Beyanı

Bu çalışma için herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Kaynaklar

- Acar, O. (2010). *Emlak pazarlaması uygulamalarının bir kent merkezinde incelenmesi Aydın ili örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Akbaş, A. (2010). *Yabancıların Türkiye’de taşınmaz ediniminin emlak piyasası üzerine etkilerinin incelenmesi: Alanya örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Arslan, A. (2015). Bireysel girişimcilik ve düzenleyici odaklar kurumu ilişkisinde çevresel belirsizliğin düzenleyici rolü: emlak sektöründe bir araştırma, *JED / GKD*, 10(1), 147-166.
- Aşkoğlu, N. O. (2009). *Konut pazarlamasında kullanılan yöntemler ve konut finanslama tekniği olarak mortgage sistemi* (Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Atasoy, T. Y. ve Apaydın, A. T. D. (2015). *Türkiye’de yabancı gerçek kişilerin taşınmaz ediniminin sınırlandırılması: Antalya ili Alanya ilçesi örneği* (Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Taşınmaz Geliştirme Anabilim Dalı, Ankara.
- Barrell, D. ve Nash, M. (2005). *Fundamentals of Marketing for the Real Estate Professional*, Dearborn Real Estate Education.
- Basmacı, U. ve Çengel, Ö. (2018). Gayrimenkul sektöründe dijital pazarlamada arama motorları reklamları. *Journal of Technologies and Applied Sciences*, 1(1), 29-36.
- Çabuk, S. ve Zeren, D. (2009). Emlak pazarında satış etiği. *Öneri Dergisi*, 8(31), 1-8.
- Çengel, Ö., İçli, G., Turan, N. ve Öztürk, S. (2013). *Emlak yönetimi ve pazarlaması*, T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi (Yayımlı No: 1743), Eskişehir.

- Çengel, Ö. (2006). Gayrimenkul sektöründe modern pazarlama teknikleri ve güncel uygulamalar, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 125-131.
- Çengel, Ö. ve Özbek, M., Y. (2014). Competitive marketing strategies in the turkish real estate and a research in the sector. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 5(17), 67-88.
- Çikler, Y. (2008). *Emlak sektöründe pazarlama planının değerlendirilmesi ve alternatif pazar araştırması sistematigi önerisi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- DiPasquale, D. ve Wheaton, W. C. (1996). *Urban economics and real estate markets*. Englewood Cliffs, Prentice Hall: NJ.
- Dörtgöz, G., Ö. (2007). *Emlak alım-satım-yatırım rehberi*, Birlik Matbaacılık, İstanbul.
- Fickek, E., Henderson, T. P. ve Johnson, R. H. (1987). *Real estate principles and practices*, Merrill Publishing Company: Ohio.
- Gedik, H. ve Etlioğlu, M. (2017). İnternette emlak pazarlaması. *Electronic Turkish Studies*, 12(32), 79-94.
- Geltner, D., Miller, N. G., Clayton, J. ve Eichholtz, P. (2001). *Commercial real estate analysis and investments*, Cincinnati, OH: South-western.
- Gül, G. (2012). *Gayrimenkul Yatırımcısı İnşaat Firmalarında Konut Pazarlama Yönetim Süreci* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Güneş, M. ve Özgüner, Z. (2021). Satış elemanlarının emlak sektöründeki rolünün belirlenmesinde güven unsurunun önemi. *R&S-Research Studies Anatolia Journal*, 4(1), 13-29.
- Hepşen, A. (2014). *Gayrimenkul değerlendirme esasları-Lisanslama Sınavları Çalışma Kitapları*. Sermaye Piyasası Lisanslama Sicil ve Eğitim Kuruluşu.
- Hurma, H., Kubaş, A. ve İnan, İ. H. (2012). Emlak yönetiminde gayrimenkul değerlerine etki eden faktörlerin analizi. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2012(1), 1-17.
- Karadağ, H. (2008). *Türkiye’de gayrimenkul sektörünün ekonomik analizi ve yabancılara gayrimenkul satışının iktisadi sonuçları* (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Küçükaslan, N. (2015). *Emlak pazarlaması* (1. Baskı). Ekin Kitapevi, Bursa.
- Mazlum, M. ve Demirci, F. (1999). Emlak pazarlaması. *Pazarlama Dünyası*, 13(74), 4-11.
- Öztürk S. A. (2003). *Hizmet pazarlaması*. Ekin Yayınları: Ankara.
- Öztürk, S., A. ve Turan, N. (2009). *Emlak yönetimi ve uygulama*. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi (Yayın No: 1004:2557), Eskişehir.
- Öztürk, M. ve Bacaksız, P. (2019). İnternette emlak reklamlarına yönelik tüketici güveni: tüketici tutum bileşenleri üzerine bir araştırma. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(18), 323-348.
- Santmyer, P. (2013). *Real estate marketing for the 21st century*, İzmir Kitabevi.
- Sözer, N. (2016). *Gayrimenkul sektöründe mimari ve tasarımın pazarlama yönetiminde önemi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Squires, G. ve Heurkens, E. (2016). *Methods and models for international comparative approaches to real estate development*. *Land Use Policy*, 50, 573-581.
- Şahin, D. R. ve Uslu, T. (2013). Bilgi yönetiminin inşaat ve emlak sektöründeki dönüşüme etkisinin incelenmesi, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 8(2), 41-58.
- Tezbaşaran, A. A. (1997). *Likert tipi ölçek geliştirme kılavuzu*. (İkinci Baskı). Türk Psikologlar Derneği Yayınları, Ankara.
- Tosun, E. K. (2016). Türkiye’de gayrimenkul sektörünün daha kurumsal bir yapıya kavuşma sürecinde gayrimenkul danışmanlarının rolü. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 329-343.
- Turan, N. (2017). Emlak satış elemanlarının satış ve müşteri odaklılıkları, uyarlanmış satış becerileri ve kişisel performans algıları üzerine bir saha araştırması, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(31), 631-646.
- Turan, N., Çengel, Ö., İçli, G. ve Öztürk, S. (2013). *Emlak Yönetimi ve Pazarlaması*. TC. Anadolu Üniversitesi Yayını (2785).
- Uğur, L., O. ve Özdemir Ö., H. (2010). Konut üretimi ve konut pazarlaması, kırsehir ili örneği, *Engineering Sciences*, 5(2), 310-338.
- Üçdoğruk, Ş. (2001). İzmir ilinde emlak fiyatlarına etki eden faktörler-hedonik yaklaşım, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 149-161.
- Ünlü, G. (2014, 28 Şubat). *Gayrimenkul Pazarlama, Eski Köye Yeni Adet*, Erişim adresi: http://v3.arkitera.com/UserFiles/File/download/GayrimenkulPazarlama_EskiKoyeYeniAdet.pdf.
- Yirmibeşoğlu, F. (2009). Emlak komisyoncularının mekânsal dağılım süreci ve İstanbul’da konut piyasası. *İTÜ Dergisi/a*, 7(2), 128-140.



Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/aruiibfdergisi>



Kimlik inşası çabalarının kaynaklık ettiği insan hakları ihlalleri

Human rights violations caused by identity building efforts

Uğur Keskin^{a*}, İbrahim Yüksel^b

^a Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Eskişehir, Türkiye, ugurkeskin@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2740-4120

^b Dr., Atatürk Anadolu Lisesi, Antalya, Türkiye, iyüksel56@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-5173-4387

MAKALE BİLGİSİ

Makale geçmişi:

Başvuru: 6 Nisan 2021

Kabul: 28 Nisan 2021

Anahtar kelimeler:

Kültür,

Kimlik,

İnsan Hakları,

İnşacı Yaklaşım

Makale türü:

Derleme makale

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 6 April 2021

Accepted: 28 April 2021

Keywords:

Culture,

Identity,

Human Rights,

Constructive Approach

Article type:

Review article

ÖZET

Bu makalede günümüz toplumlarında belirgin bir tartışma alanı olan kimlik kavramı üzerinde durulmaktadır. Kimlik, niteliği itibarıyla kültür kavramı ile yakın ilişki içinde bulunmasına karşılık, kendine özgü yönleri de sahip bulunmakta ve ayrı bir tartışma alanı olarak gündeme gelebilmektedir. İnşacı yaklaşım, sosyal bilimlerin çok çeşitli alanlarında tartışılmaktadır. Kimlik olgusuna da inşacı, dolayısıyla da determinist bir biçimde yaklaşıldığında ise, pek çok insan hakları ihlali ortaya çıkmaktadır. Özellikle Batılı ülkeler, demokratik söylemlerinin içine yerleştirdikleri kimlik inşası gayretlerini, kendi çıkarları üzerinden kurgulamaktadırlar. Bu durum ise “öteki” gözüyle bakılan toplum kesimlerinin temel insan haklarının ihlal edildiği pek çok olumsuzluğu beraberinde getirmektedir. Söz konusu kimlik inşacı (ya da algılanan kimliğin muhafaza edilme çabaları) yaklaşım, toplum kesimleri arasındaki hakkaniyeti giderek azaltmaktadır. Böylece bir görünüm karşısında, kimlik inşası gayretlerinin insanileştirilmesi ve istismar edilen bir bağlamın dışına çıkartılması, dikkate değer bir öneri olarak belirginlik kazanmaktadır. Makalede, kimlik inşası girişimlerinin, sistem kurucu ve sistem dönüştürücü rolünün, bireye ve topluma ne şekilde yansımada olduğu, yaşanan olumsuzlukların giderilmesinde ne tür yaklaşımların benimsenmesi gerektiğine dönük tartışmalara yer verilmiştir. Makalede, dünyanın politik ve ekonomik güç odaklarının, üretmek istedikleri gündem aracılığıyla, amaçlarına uygun bir kimlik inşası öngörüp öngörmedikleri ve buna koşut bir çaba içinde olup olmadıklarına ilişkin araştırma soruları oluşturulmuştur. Sonuç itibarıyla kimlik inşası çabalarının, hiç de masum olmadığı, kabul edilemez bir dizi insan hakları ihlallerine yol açtığı kanaatine ulaşılmıştır.

ABSTRACT

This article focuses on the concept of identity, which is a prominent area of discussion in today's societies. Despite being in close relationship with the concept of culture in terms of nature, identity also has its own aspects and can come up as a separate discussion area. The constructivist approach is discussed in a wide variety of social sciences. When the identity phenomenon is approached in a constructivist, hence deterministic way, many human rights violations occur. Western countries, in particular, construct the identity building efforts, which they embed in their democratic discourses, based on their own interests. This situation brings with it many negativities that the basic human rights of the social segments viewed as the “other” are violated. This identity-building (or efforts to preserve the perceived identity) approach gradually decreases the equity between segments of society. In the face of such an outlook, it becomes evident as a remarkable proposition to humanize identity-building efforts and move them out of an exploited context. In the article, discussions on how identity construction initiatives reflect the role of system builder and system transformer on individuals and society, and what kind of approaches should be adopted in eliminating the negativities experienced. In the article, research questions are raised regarding whether the political and economic power focuses of the world foresee an identity construction suitable for their purposes through the agenda they want to produce and whether they are making a parallel effort. As a result, it has been concluded that identity construction efforts are not innocent at all and have led to a series of unacceptable human rights violations.

* Sorumlu yazar / Corresponding author

E-posta / E-mail: ugurkeskin@anadolu.edu.tr

Atıf / Citation: Keskin, U. ve Yüksel, İ. (2021). Kimlik inşası çabalarının kaynaklık ettiği insan hakları ihlalleri. *Ardahan Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(1), 53-61.

1. Giriş

Günümüz toplumlarında ön plana çıkan tartışma konularından birini kimlik olgusu oluşturmaktadır. Özellikle Soğuk Savaş sonrası Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla ideolojik temelli çatışmaların yerini kimliğe ve kültüre dayalı etnik ya da dini çatışmalara bırakmasıyla kimlik ve kimlik inşasına dönük çabalar daha da belirginlik kazanmaya başlamıştır. Körfez Savaşı, ABD'nin Irak'ı işgali, Bosna-Hersek'te yaşanan soykırım, Güney Asya'da, Afrika'da ve dünyanın farklı birçok yerinde yaşanan, özü itibarıyla kimlik temelli çatışmalar dünyanın içinde bulunduğu başlıca sorunlar olarak ortaya çıkmaktadır (Kekevi ve Kılıçoğlu, 2014). Demokrasinin beşiği olduğu öne sürülen Batı ülkelerinde aşırı sağ partilerin yükselişe geçmesi, ırkçı ve mültecilere saldırıların artması, özellikle Müslümanlara ve Afrika kökenlilere yönelik fiziki saldırılar, ibadethanelerin yakılması gibi asayişe ilişkin gündelik sorunlar gibi görünen fakat özü itibarıyla kimlik ve kültüre dayalı dışlayıcı tutumlarda belirgin artışların yaşanması, sağduyulu toplum kesimlerini endişeye sevk etmektedir.

Özellikle Batılı ülkelerdeki kolluk güçlerinin ve marjinal grupların, ten rengi bakımından ayrımcı bir tutum içinde buldukları açıkça gözlemlenebilmektedir. Dış görünümü ve konuşma aksanı gibi yönlerinden hareketle çıkarımda bulunularak Afrika kökenli ya da Müslüman olduklarına kanaat getirilen bireylere yönelik ırkçı yaklaşımlar, mevcut endişeleri her geçen gün daha da artırmaktadır. Ten renginden dolayı ötekileştirilen, kötü muameleye tabi tutulan, işkence edilen hatta öldürülen bireyler için gerçekleştirilen protesto gösterilerinde yaşanan olaylar ise, kimlik sorunlarını sağlıklı bir şekilde çözemeyen toplumların hangi ekonomik gelişme düzeyine sahip olurlarsa olsunlar büyük sıkıntılar yaşadıklarını ve ilerleyen süreçlerde de yaşayabileceklerini ortaya koymaktadır.

Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı tarafından hazırlanan "Yurt Dışındaki Türk Vatandaşlarını Hedef Alan Saldırıları 2019" başlıklı rapora göre Avrupa ve ABD'de sadece Türk vatandaşlarına yönelik 253 nefret suçu işlenmiş bulunmaktadır. Rapor incelendiğinde, örneğin Fransa İçişleri Bakanlığı'nın verilerine göre 2019 yılında Müslümanlara karşı 154 vaka kayda geçmiş olup bunların 63'ü fiziki ve sözlü saldırı, 91'i ise tehdit şeklinde gerçekleştiği görülmektedir. İsviçre İrkçilikle Mücadele Federal Konseyinin ırkçılık verilerine göre, ülke genelindeki ırkçı vakalar %27 artarak 2018'de 278 olan vaka sayısı 2019'da 352'ye ulaşmıştır. Bu 352 vakanın 55'i İslamofobik, 132'si ise ağırlıklı olarak Müslüman olan göçmenlere yönelik ırkçı vakalar olarak kayıtlara geçmiştir. Hollanda İçişleri Bakanlığı ve Polis Teşkilatının talimatıyla hazırlanan Hollanda Ulusal Ayrımcılık Raporu'nda da din kökenine dayalı ayrımcılığın %30 artış gösterdiği belirlenmiştir. Alman Federal Meclis kayıtlarına göre ise 2001 ile 2019 yılları arasında camileri hedef alan saldırı sayısı 550 olmuştur. Alman sivil toplum kuruluşlarının da 2019 yılında kayda geçen cami saldırı sayısı 110 olarak belirlenmiştir (ytb.gov.tr).

Yukarıda kısaca değinilen rapordaki verilerin yalnızca resmi makamlarca kayıt altına alınanlar olduğu düşünüldüğünde gerçek rakamların daha da yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Ana akım medya kuruluşları tarafından yeterince gündeme taşınmasa da yerel ölçekli ve görece daha az etkinliğe sahip kaynaklarda sıklıkla Batı ülkelerinde ırkçı eylemler ve ibadethanelere gerçekleştirilen saldırı haberlerine (silahlı saldırılar, domuz başı bırakılması, tehdit ifadelerin yazılması vb.) yer verilmektedir. Akdeniz ve Ege Denizi'nde mültecilere yönelik insanlık dışı muameleler (mülteci botlarına ateş edilmesi, botların delinmesi, Türk karasularına veya açık denize zor kullanılarak sürüklenmeleri) yazılı ve görsel medyaya sıklıkla yansımaktadır. Gündelik ve münferit asayiş

olayları gibi görülen tüm bu gelişmeler aslında kimliğe dayalı hak ihlallerinin doğrudan, koşulsuz, şartsız, ilkesel bir duruşla ele alınmadığının en belirgin göstergeleri olarak ön plana çıkmaktadır.

En genel bağlamda değerlendirildiğinde, yirminci yüzyılın ortalarına gelindiğinde pozitivist sonrası sosyal işleyişin dönüşüme uğramaya başlamasıyla birlikte, maddi temele dayandırılabilen bilimsel çalışmaların yanı sıra kültür, kimlik ve söyleme dayalı maddi olmayan unsurları ön plana çıkaran anlayışların da kendine özgü niş alanlar bulabildiği görülmektedir. Reflektivist ve yorumsamacı olarak ifade edilen bu tür anlayışlar, kendi zeminlerini giderek güçlendirmeye başlamıştır (Keohane, 1988, *aktaran*: Yetim ve Erdağ, 2018). 1980 ve 1990'lı yıllar, kültürel bağlamdaki araştırmaların artış kaydetmesiyle ilişkili olarak beşerî bilimlere doğru bir yönelmeyi de beraberinde getirmiştir. Bu kapsamdaki araştırmaların amacı, çağımızda kültürün üretilme biçimlerini ve hem grupların hem de bireylerin perspektifinden kültürel kimliklerin nasıl inşa edildiğini ve düzenlendiğini anlamaktır (Sladek, 2020). Dolayısıyla, bu makaledeki anlatımların genel kapsamını teşkil eden "kimlik inşası" ekseninde literatürde çok sayıda çalışmanın yürütüldüğü görülebilmektedir. Çalışmalara daha yakından bakıldığında ise tarihsel ve dönemseller ayrımlara dayalı olarak gerçekleştirilen (Çağlayan, 2014; Aslan ve Alkış, 2015; İmlı, 2019) ya da yakın dönem gelişmelerin etkisiyle ortaya çıkan kimlik inşa çabaları (Ahmad, 2003; Milas, 2000; Tokgöz Bakıroğlu, 2013; Sütüoğlu 2015; Özdemir ve Çetinkaya, 2015; Doğan, 2019; Zinderen, 2020) gibi pek çok farklı alanlarda çalışmaların yürütüldüğü anlaşılabilmektedir. Buna karşın, "kimlik inşası" ve "insan hakları ihlalleri" özelinde doğrudan doğruya yürütülmüş çalışmalara rastlanamamakla birlikte, söz konusu iki anahtar kavram ile dolaylı bir ilişki bağlamında ele alınabilecek sınırlı sayıda (Altın Öztürk, 2013; Köylü, 2018; Düger, 2020; Kolçak ve Ercan, 2020) çalışmalar yürütülmüş bulunmaktadır. Söz konusu durumdan dolayı bu makale, ifade edilen çalışma alanlarının birlikte değerlendirilmesine katkı sağlayabilme amacıyla kaleme alınmıştır.

Günümüz dünyasında, yazılı ve görsel medya da dâhil olmak üzere toplumsal algıya nüfuz edebilecek tüm unsurlar, hâlihazır gerçekliği, kendi üst amaçları doğrultusunda yönlendirmeye ve olguları kendi belirledikleri çerçevede servis etmek istedikleri varsayımını ileri sürmek mümkün görünmektedir. Böylesi bir durum ise gündem oluşturma konusunda içerik sağlayıcı/oluşturucu rolündeki unsurları daha baskın bir konuma taşıyarak, etkileşimsel süreçlerde normalde olması gereken "karşılıklık/mütekabiliyet" anlayışını zayıflatmakta ve algılanan gerçekliklerinin görünümü tek yanlı olarak yapılandırabilmektedirler. Kimlik inşası arayışları doğrultusunda işe koşularak toplumsal kesimlerin algılarına hükmetme çabaları da söz konusu tek yanlı bağımlılık ilişkisini güçlendirmeye amaçlamaktadır. Bu makalede, ifade edilen varsayımdan yola çıkılarak aşağıdaki önermede bulunmaktadır.

Önerme: Dünyadaki ekonomik ve politik güç odakları, yumuşak güç güç unsuru olan kimlik inşası aracılığıyla, kişisel düzey de dâhil olmak üzere erişebileceği tüm beşerî mecralar ile etkileşime girerek, algılatmak istedikleri bir gerçeklik inşa etmeyi amaçlamaktadırlar.

Yukarıdaki önermeye göre, konusuna sistemli ve eleştirel bir bakışla yaklaşılarak incelendiği takdirde, gerçekleştirmek istenilen kimlik inşası olgusunun çözümlenebilmesi mümkün görünmektedir. Herhangi bir gizli bilgiyi ifşa etme ya da örtük bilgiyi dışsallaştırma çabasına girişmesizin, yalnızca açık kaynaklardaki bilgilerin ilişkisel bir biçimde ele alınması bile yazılı ve görsel anlatı unsurlarındaki içerikleri anlamlandırmaya sağlayabilmektedir. Makalenin temel önermesi bağlamında aşağıdaki soruların cevaplanması hedeflenmektedir.

Araştırma Sorusu 1: Dünyanın politik ve ekonomik güç üreticileri, aynı zamanda gündemi de üretmek suretiyle, istedikleri niteliklere uygun

bir kimlik inşası mı öngörmektedirler?

Araştırma Sorusu 2: Kimlik inşasına dönük olarak yürütülen çabalar, insan hakları bağlamında ne tür ihlallerin ortaya çıkmasına kaynaklık etmektedir?

Bu makalenin amacı, içeriği ve yapılandırıldığı kavramsal ve düşünsel düzlemin yeterli bir yetkinlikte izah edilebildiği ölçüde, araştırma sorularının cevaplanması sağlanabilecektir. Literatür incelemesi üzerinden tartışmaların yürütüldüğü makalede inşacı görüşün, kimlik tartışmalarına olan yansımaları ele alınmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda; kimlik, kimlik inşası ve insan hakları kavramları, düşünsel arka planlarıyla birlikte ele alınmıştır. Kimlik olgusunun inşacı yönü analiz edilirken sistem kurucu ve dönüştürücü nitelikleri açıklanarak kimlik inşa çabalarına bağlı olarak ortaya çıkan insan hakları ihlalleri izah edilmeye çalışılmıştır.

2. Yöntem

Bu makalede, literatür taraması kapsamında edinilen çıkarsamalar bağlamında teorik tartışmalar gerçekleştirilmiştir. Anahtar kavramlar çerçevesinde gerçekleştirilen kaynak taramalarında, makalenin ana eksen anlatımlarıyla doğrudan ilişkisi bulunan geçmiş tarihli sınırlı kaynağa rastlanmaması, çalışmanın tartışma ve değerlendirmelere dayalı yönünü öne çıkarmaktadır. Nitel inceleme olan bu makale, “durum çalışması” yöntemi ile kaleme alınmıştır. Zira Creswell’e (2018) göre durum çalışması, araştırmacının gerçek yaşama ya da sınırlı bir sisteme (duruma) ilişkin erişilebilir bilgi kaynakları vasıtasıyla belirli bir durumu betimlediği ya da durum temaları ortaya çıkardığı bir inceleme/araştırma sürecini ifade etmektedir. Sonuç olarak, durum çalışması anlayışı doğrultusunda yürütülen bu makalede, kimlik inşası anlayışı doğrultusundaki izah biçimleri, çıkarsama ve tartışmalara yer verilmiştir.

İbni Sina’ya göre araştırma mantığı, önce kavramları sonra da olumlamaları incelemektedir (Ülken, 2020). Diğer bilimsel çalışmalarda olduğu gibi bu makalede de önce kavramlar (kimlik inşası ve insan hakları ihlalleri), daha sonra ise bu kavramları olumlayan bulgular analiz edilmiştir. Burada bahsi geçen “olumlama”, elbette ki ilk bakışta olumsuz çağrışımlar uyandıran makalenin “kimlik inşası” ve “insan hakları ihlalleri” kavramlarının kendilerinden menkul bir olumlamayı ifade etmemektedir. Söz konusu olumlama, kavramların birbirleri arasında ortaya çıkan (ve literatürde ayrı ayrı araştırma ve incelemelere konu edilen) bir biçimdeki olumlamayı ifade etmektedir.

3. Düşünsel Arka Plan ve Kavramsal Çerçeve

Bu çalışmada yer verilen başlıca kavramlara ilişkin anlatımlar, aşağıdaki alt başlıklarda ele alınmaktadır.

3.1. Kimlik ve Kimlik İnşası Kavramları

Yapısalcı anlayış, sosyal ilişkileri izah etmenin kendine özgü bir biçimi olarak kabul edilmektedir. Yapısalcılık, toplumla ilgili birçok konuya ilişkin görüş ortaya koymaktadır. Doğal olarak, insanların sosyal varlığına ve diğer insanlarla sosyal ilişkilerine bağlı olarak gündeme gelen kimlik ve kimlik inşası kavramlarını da yapısalcı görüş bağlamında değerlendirmek mümkün olabilmektedir. Yapısalcı anlayış, düşünsel temeli bakımından antik çağlardan itibaren çeşitli biçimlerde ortaya çıkmış olan atomcu görüş ile temellendirebilmek mümkün görünmektedir. Zira atomcu görüşten hareket edildiğinde, alfabenin aynı harflerinin hem komedi hem de trajedi oluşturabilmesi gibi, gerçeklik taşlarını inşa ederek farklı nesnel oluşturulabilmektedir. Farklı şekillerde birleşerek ve ayrılarak birbirinden

farklı oluşumlar meydana getirebilmektedirler. Bu suretle bütün yapılar, atomların bileşiminden meydana gelmektedir (Thilly, 2016).

Yapısalcı anlayış için bir başka düşünsel temellendirmeyi ise ütopyacı literatür üzerinden izah etmek mümkün olabilmektedir. Platon, yalnızca sistematik felsefenin değil, çağdaş yazında “ütopyacı literatür” olarak anılan alanın da kurucusu olmuştur. Platon hem Devlet hem de Yasalar adlı eserleri ile ütopyacı geleneği başlatmış, Farabi başta olmak üzere birçok düşünür ise bu geleneği sürdürmüştür. Alana özgün adını ise 1516 yılında kaleme aldığı Utopia adlı eseriyle Thomas More olmuştur. Yüzyıllar öncesinden günümüze gelinceye dek bu alanda yazılan onlarca eser, asıl itibarıyla çağdaş yapısalcı anlayışın da temellerini teşkil etmektedir.

Ütopya, “hiçbir yerde” anlamı taşımaktadır. Buna karşılık; kavram itibarıyla, bir yerde bulunduğu düşünülmekte ya da bir yerde inşa edilmesi arzu edilmektedir. Dolayısıyla ütopyacı anlayış, toplumsal değişme özlemini, içinde bulunulan durumu yadsımayı ve gönüllerde yatan güzel bir gelecek tasarımı betimlemektedir. Bu yönüyle ütopya, inşa edilmesi tasavvur edilen ideal bir toplumu/örgütlenmeyi/yapılanmayı ifade etmektedir (Özkiraz, 2003). Ütopya (dolayısıyla da distopyacı) literatürün kapsamı, bu makalenin yazım amacı ve hacmini aşmaktadır. Örnek vermek gerekirse Orwell’in Bin Dokuz Yüz Seksen Dört adlı romanına kısaca değinmek gerekmektedir. Romanda, Okyanusya adlı ülkede Yenidil adlı evrensel bir dilin inşa edilmesine dönük kapsamlı bir toplumsal mühendislik yürütülmektedir. Bu dil aracılığıyla toplumun düşünsel olarak da yenide inşa edilmesi amaçlanmaktadır. Özetle bu romanda dil unsuru, toplumun topyekûn ve istedik yönde inşa edilmesinin bir aracı olarak işe koşulmaktadır (Orwell, 2021). Orwell’in öncülü olan Wells’in (2020) Doktor Moreau’nun Adası romanında ise uzak bir adadaki Moreau karakteri, insan ve hayvan genlerinin bileşiminden oluşan varlıklar üretmektedir. Kimlikleri yarı gelişmiş yaratıkların, zaman içinde benlik ve kimlik duyguları etkileşime girmekte, bu durum ise giderek içinden çıkılmaz sorunlara yol açmaktadır. Sartre’e (1995) göre, elbette ki düşünülme (ütopya) toplumu tasarlanabilmektedir fakat şimdilik insanlığın elinde bunu gerçekleştirebilecek araçlar bulunmamaktadır. Buna karşın, ütopyacı yaklaşımlar, hiç olmazsa literatürün hangi koşullarda ve ne tür bir ilişkisellik içinde ortaya çıktığının görülmesine yardım etmektedir.

Hem kişisel hem de toplumsal kimliğin inşasında anlatılar anlamlı bir yere sahip bulunmaktadır (Fulford, 2019). Norman Cantor, büyük ortaçağ tarihçilerini anlattığı kitabına *Inventing the Middle Ages* (Ortaçağ İcat Etmek) adını vermiştir. Bu başlık, tarih yazımını bir yaratım ve inşa süreci olarak algılayan günümüz bakış açısını oldukça net bir biçimde özetlemektedir (Fulford, 2019). On dokuzuncu yüzyıl düşünürü Bon Gustave Le Bon, tarih de dâhil olmak üzere bütün anlatı türlerinden çok daha karmaşık bir yapıya vurgu yapmaktadır. Bon’a (2020) göre, anlatıları meydana getiren dilden daha karmaşık, mantıklı ve fevkalade başka bir yapı bulunmamaktadır. Böylesine hayranlık uyandıracak şekilde düzenlenmiş ustalıklı yapı dildir. En bilgili akademisyenlerin, en itibarlı dilbilgisi uzmanlarının tek yapabildiği ise dillerin tabi oldukları kuralları kaydetmektir ve onları inşa etmekten bütünüyle acizdirler. Bon’a (2020) göre kimlik, bir kez inşa edildikten sonra bunun değiştirilmesi oldukça güçleşmesine karşın, ancak orta veya uzun vadede belirli ölçülerde edinilen kimlikte bazı değişimler meydana gelebilmektedir.

Yukarıdaki anlatımlarda dile getirilen ve dilin (dile konu olan bütün anlatı türlerinin) başlı başına birer “sistem” olduğu görüşü, Saussure 1916 yılında yazdığı *Genel Dilbilim Dersleri* kitabına dayanmaktadır. Bu görüş, özellikle Jacobson, Gremias ve Benveniste gibi yazarların katkısıyla daha çok bilinir olmaya başlamıştır (Yücel, 2020). Pozitivist yönü ağır basan bu anlayış, dünyayı, büyük ölçüde öznenin (aktörün/failin) ilgi ve müdahalesinden, azade bir biçimde değerlendirme eğilimine sahip

bulunmakta (Doğan, 2006) ve “yapı” unsurunu ön plana çıkarmaktadır. Bourdieu (2018) ise dile ve onun unsurlarına örneğin anlatı metinlerine aşırı önem atfedilmesini “metin fetişizmi” olarak nitelendirmektedir. Bu görüşün savunucuları için anlatı unsuru olan metin, alfa ve omegadır (başlangıç ve sondur); felsefi bir metni, hukuki bir kaideyi, bir şiiri anlamak söz konusu olduğunda lafızdan (metnin kelimesi kelimesine anlamından) başka bilinmesi gereken hiçbir şey bulunmamaktadır. Yapısalcı anlayış, literatürde çoğunlukla köken olarak Nietzsche, Freud ve Marks’a dayandırılmaktadır. Saussure, Lacan, Levi-Strauss, Foucault, Deleuze, ve Lyotard gibi temsilcilerle bu anlayışın sürdürüldüğü vurgulanmaktadır (Dekens, 2017). Bu makalede ise yapısalcı anlayış hem atomcu felsefeye hem de ütopyacı literatür ile temellendirilebilecek unsurlara değinilmiştir. Son çözümlemede, dilsel anlatıları yoruma kapalı bir açıklama çabasına girmesi nedeniyle yapısalcı anlayışın, Wittgenstein’in (2016) birinci dönem görüşlerine çok daha yakın olduğunu belirtmeyi ihmal etmemek gerekmektedir.

Yukarıdaki anlatımlarda da görülebileceği üzere, kimlik inşası çabalarını yüzyıllar öncesine temellendirmek mümkün olmasına karşın kimlik, herkesin üzerinde uzlaştığı ortak bir tanımının yapılmasının zor olduğu kavramlardan biri olarak dikkat çekmektedir. Günlük dilde kimlik, kişilikle, imgeyle ya da başka kavramlarla karıştırılabilmektedir. Kimlik kavramı, İslam anlayışında “haddini bilmek” şeklindeki bir davranışsal boyut ile Batı dünyasında ise etik felsefesinin kendine özgü konularından birini oluşturmaktadır. Batı dillerinde kimlik kavramı, özdeşlik anlamında olan identite/identity kökünden türetilmesi yönüyle “malul” bir görünüm sergilemektedir. Zira gerçek kişilerin, sanal kimlikleriyle birebir özdeş olduğunu öne sürmek çok da makul bir yaklaşım olarak görünmemektedir (Güvenç, 2009).

Köseoğlu (2018), kimliğin milli bir yönü olduğunu ifade ederek; kimliğin milli kültürün ferdi ve toplumsal planda ortaya çıkan şekli olduğunu, bireyleri ve toplumları birbirinden ayıran özelliklerin toplamı olduğunu vurgulamaktadır. Kimlik unsurunun ifade edilmesinde, bireyin kendi varlığının, diğerleri karşısındaki algısı belirleyici bir yöne sahip bulunmaktadır. Küresel dünya anlayışında sınır anlayışının esneklik kazanması da ilave bir husus olarak, farklı kimliklerin kültürlerin karşı karşıya gelmeleri, buna bağlı olarak da çeşitli sorunların ortaya çıkmasına kaynaklık etmektedir.

Kimlik, bireyin kendisini ifade ederken dış dünyaya karşı öne sürülen kendini diğerlerinden ayırt etmeye yarayan bir araç olma niteliği taşımaktadır. En öz biçimiyle kimlik, ötekine göre tanımlanmakta, yorumlanmakta ve anlam kazanmaktadır. Bu bağlamda Derida’nın belirttiği gibi tüm kimlikler ancak kendi farklılıklarıyla var olabilmektedir. Dolayısıyla da her kimlik, bir anlamda “öteki” anlamı taşımaktadır (Kekevi ve Kılıçoğlu, 2014).

İnsanoğlunun kimlik arayışı tarih boyunca devam edegelmiştir. “Kimiz, nereden geldik, nereye gidiyoruz” gibi sorular, cevabı aranan temel hususları teşkil etmektedir. Bu yönüyle kimlik, birey ve toplumun kendini bilmesi, belirli bir tarih ve varlık bilincine sahip olması ve onu koruması açısından etkin değer ifade etmektedir. Kimlik arayışı ve bunalımı yaşayan birey ve toplumlar, diğerlerine karşı varoluşsal bir duruş sergilemeye ve varlıklarını karşı tarafa kabul ettirme çabasına girişmektedirler. Dolayısıyla, kimlik kavramına koşut ya da karşıt olarak ötekinin imgesi, içinde bulunulan çağın kaçınılmaz bir olgusu olarak gündeme gelmektedir.

İnsanoğlu çok boyutlu bir varlık olduğu için, dünya üzerinde birçok farklı kimlik tanımlamak mümkün olabilmektedir. İşte bu farklı kimliklerin küreselleşmeye karşı karşıya gelmeleri özellikle göçle, mülteci olarak başka ülkelere gitmek zorunda kalanlar yerleşik kimliklerin dışlanmasına, ötekileştirmelerine maruz kalma riskiyle karşı karşıya kalmaktadırlar.

3.2. İnsan Hakları Kavramı

İnsan haklarını düzenlemeye yönelik olarak düzenlenen ve tarihi nitelik taşıyan bildirgeler, evrensel hukuk anlayışının ortaya çıkmasına anlamlı katkılar sağlamıştır. Bu tür bildirgeler, hem insan haklarının güvence altına alınmasına hem de hukuk sistemleri ve temel insanlık değerlerinin biçimlenmesinde önemli roller üstlenmiştir. 622 yılında üzerinde mutabakata varılarak yürürlüğe konulan Medine Sözleşmesi, Hz. Muhammed’in; Müslüman, Yahudi, Hıristiyan ve Paganlarla 47 madde kapsamında imzalanan kardeşlik, vatandaşlık ve yardımlaşma mukavelesi olma niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla Medine Sözleşmesi, farklı inançlardaki toplulukların din ve vicdan hürriyetine sahip olarak bir arada yaşama bildirgesi olarak tarihi bir yere sahip bulunmaktadır. Bu sözleşmede şehrin idari yapılanması tanımlanmış, şehrin öz savunma gereksinimleri ve dışarıya karşı benimseyeceği temel ilkeler saptanarak, çağdaş anlamdaki sosyal sigorta sistemi benzeri bir düzenleme yürürlüğe konulmuştur (Sardar ve Malik, 1996).

İngiliz Kralı John tarafından imzalanarak beyan edilen Magna Carta Libertatum’un ancak belirli maddeleri günümüze ulaşabilmiştir. Günümüze ulaşabilen söz konusu maddelerde, bireylerin çalışma haklarını düzenlemeye dönük hususlar güvence altına alınarak vergi düzenlemeleri yürürlüğe konulmuştur. Magna Carta’dan da esinlenen Hugo Grotius (1583-1645) ise doğal hukuk anlayışına ilişkin öncü görüşler geliştirerek, Fransız İnsan ve Yurttaş Hakları Beyannamesi ve Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi’nin düşünsel temellerine anlamlı katkılar sağlamıştır. Grotius’un antik görüşlerden devşirip canlandırdığı doğal hukuk yaklaşımı, günümüze kadar büyük bir değişime göstermesizin ve sağlıklı bir temel oluşturacak şekilde gelmiştir. Nitekim Fransız Devriminin “İnsan Hakları Bildirisi” ve Birleşmiş Milletlerin “İnsan Hakları” anlayışları bu temel üzerine inşa edilmiştir. Grotius’un hak anlayışlarına dayalı doğal hukuk görüşü, belirli hakların insanın doğasında bulunduğunu kabul etmektedir. Söz konusu haklar, tıpkı insan doğası gibi her yerde ve bütün zaman dilimlerinde değişmeye uğramaksızın aynı şekilde kalması gerekmektedir. Her bir bireyde ve bütün toplumlarda aynı niteliği taşıyan bu doğal hukuk anlayışının gerçekleştirilebilmesi için ise reel bir güce, devlet gücüne gereksinim duyulmaktadır (Gökberk, 1999).

Birinci ve İkinci Dünya Savaşı ile yaşanan yıkımların, katliamların ve kaynaklık ettiği diğer sorunların çözümü konusunda devletlerin benzer çatışmaların yaşanmaması için 10 Aralık 1948 yılında Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi kabul edilmiştir. Bağlayıcı olmamasına rağmen bu bildirgenin yayınlanmasıyla insan hakları, düşünce ve siyaset dünyasının merkezine geri dönülemez bir şekilde yerleşmiş, uluslararası ilişkilerin ayrılmaz bir parçası olmuş ve küresel ahlak normları haline gelmiş bulunmaktadır (Birinci, 2017). Ülkemizde de Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Bildirgesi, 6 Nisan 1949 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından kabul edilmiştir (tbmm.gov.tr). Toplam 30 maddeden oluşan bu bildirmede bütün insanların eşit, yaşam hakkının kutsal olduğu, dil, din, ırk, inanç vb. hiçbir nedenle ayrımcılığa, zulme, haksız muameleye tabi tutulmayacağı, seyahat özgürlüğü gibi temel haklar sıralanmıştır.

Devletlerin bizzat güvencesi altında olması gerekliliği ve zorunluluğu yüzyıllar öncesinde ortaya konulan görüşler, günümüz dünyasına taşınmış bulunmaktadır. Günümüzde hemen hemen bütün toplumlarda insan hakları doğal ve olağan bir hal olarak görülmektedir. Temel insan hakları her ne kadar doğal olarak kabul edilse de bu haklar, tam ve gerçek anlamıyla son yüzyılda kazanılabilmektedir. İnsanlık tarihi, bu haklara ulaşmak için çok kanlı mücadelelere sahne olmuştur (Burry, 1995). İnsanın doğuştan getirdiği özellikleri onu değerli bir varlık kılmaktadır. Her insanda bulunan ve insanın sadece insan olmasından kaynaklanan bu özelliklerin korunması

ve geliştirilmesi fikri “insan hakları” kavramının temelini oluşturmaktadır (Kuçuradi, 1998). Her ne kadar insan hakları, doğal hukukun bir gereği olarak kabul edilse de günümüz toplumlarının birçoğunda halen ciddi tartışmaların, gerilimlerin hatta çatışmaların devam ettiği görülebilmektedir.

İnsan haklarının vazgeçilemez ve devredilemez olmaları, bu hakların niteliksel bakımdan da evrensel olduklarının göstergelerindedir. İnsan hakları bilincinin gelişmesi ile bunların herkeşçe korunması gereken haklar olduğu düşüncesi günümüzde yaygınlık kazanmış bulunmaktadır (Gül, 2013). Ulaşım ve iletişim alanındaki gelişmelerin de katkısıyla, insan hakları alanındaki düşünceler hızla yaygınlaştırmakta ve var olan farkındalık seviyesi her geçen gün daha da artmaktadır.

Toplumlar ve bireylerin kendilerini tanımlarken bazen kültürel öğeleri ön plana aldıkları, bazen de ırki öğeleri ön plana aldıkları gözlemlenmektedir. Günümüzde toplumların ve bireylerin kendilerini tanımlamalarında dil, din, etnik köken ve ortak tarih gibi özelliklerden yola çıkarak kendilerini ifade ettikleri görülebilmektedir. Söz konusu anlayış, tarih boyunca da benzer bir biçimde ifade bulmuştur. İnsan hakları, özellikle çağdaş dünyanın başlıca tartışma konuları arasında yer almış ayrıca tarih boyunca da çok zorlu mücadelelerden geçerek günümüze ulaşmıştır. Günümüzde de hâlihazırda hem ulusal hem uluslararası alandaki ilişkili tartışmalarla birlikte anılan bir unsur olmayı sürdürmektedir.

4. Analiz: Kimlik Olgusunun İnşacı Yönüyle İncelenmesi

Tarih boyunca kimlik sorunları geleneksel toplumlarda çok fazla sorun yaratmayan bir olgu olma özelliği taşımıştır. Küreselleşme ile ortaya çıkan belirsizlik durumunu niteleyen gelişmelerin en önemlilerinden biri, farklılıkların tanınması olarak öne çıkmıştır. Söz konusu durum, kimlik söylemlerinin gündelik yaşamda ve siyasal düzlemde son derece etkili olmasını daha da güçlendirmiştir (Keyman, 1997).

İmparatorluklar, birbirinden farklı kimliklere sahip toplumları bir arada harmanlamışlar ve bu konu özelinde çok büyük sorunlarla yüzleşmemişlerdir. Fransız Devrimi sonrasında ise ulus devletler ortaya çıkmaya başlamış ve bu devletler, konjonktürel koşullara göre, geleneksel toplumların esnek, geçişken, çok-katmanlı, çok kültürlü ve adem-i merkezîyetçi kimliklerinin yerine katı, tek-boyutlu ve merkezi kimlikler inşa etmeye çalışmışlardır. Diğer bir ifadeyle modernleşme kimi zamanlarda tarihsel ve coğrafi bağlamı dışlayarak bireyleri ve toplumları simetrik ve düz gelişim çizgileri aramaya zorlamıştır (Gülalp, 2007).

Bireylerin kendilerini dış dünyaya karşı tanımlamalarının en önemli unsuru olan kimlik, ulus devletlerin sorgulanmaya ve çözülmeye başladıkları döneme girilmesiyle çok daha karmaşık bir durum almaya başlamıştır. İmparatorlukların dağılmasıyla heterojen toplum yapılarından tek bir ulus oluşturma çabasıyla girilen süreç, küreselleşmeyle tekrar sorgulanmaya başlamıştır. Bu dönüşümün yol açtığı kültürel sarsıntılar ise hâlihazırda devam etmektedir. Sosyolojik anlamda sorunun bir tarafını ulus-devletlerin dar ve katı kimlik tanımları ile bir ulus inşa çabaları, bir diğer boyutunu ise mevcut kimliklerin, aidiyetlerin küresel kapitalizm ve tüketim kültürü tarafından aşındırılması, törpülenmesi ile şekillendirilmeye çalışılması oluşturmaktadır. Gerçekte yerellik-evrensellik karşılaşması olarak ifade edilen bu süreç, aslında kendisini ahlaki bir sorun olarak yeniden ifade etmek zorunda kalmaktadır. Bu noktada farklı olanın farkına varan ve insanı merkeze alan demokratik açılımlar ve yapılanmalar belirleyici bir önem taşımaktadır (Kolukıncı, 2008).

Kültürel kimlik temelli taleplerle çatışmaların bir yandan 1980'lere damgasını vuran post-modernizm sürecinde, 1990'lardan günümüze gittikçe etkilerini artıran küreselleşmeyle öte yandan 1991'de Sovyetlerin

dağılmasıyla iki kutuplu dünya siyasal sisteminin sona ermesi ayrıca XXI. yüzyılın ilk yıllarında yaşanan çok önemli sonuçlar doğuran 11 Eylül Saldırıları sonrası bazı ülkelerin politikalarını bunlara göre şekillendirdiklerine şahit olunmaktadır (Keyman, 2009). Farklılık ve çoğulculuk günümüzde hiç olmadığı kadar politik, etik ve benzeri nedenlerle gündemde kalmaktadır. Fransız Devrimi öncesine kadar, toplum ve kültür denince daha çok homojen bir yapı anlaşılırmaktayken, devrim sonrası anlayışı benimseyen ülkelerin felsefelerinde sınıfsız ve kaynaşmış bir kitle oldukları fikri genel olarak hâkim anlayış olmuştur. Bu homojen toplum anlayışı, farklılıkları görmezden gelerek, yok sayarak zamanla ortadan kalkacağı inancına sahip bir bakış açısını ifade etmektedir. Buna karşın sonuç, beklenildiği gibi olmamış, geçmiş yıllarda çeşitli nedenlerle kimliklerini ifade edemeyen unsurlar günümüzde belirgin bir biçimde kendilerini göstermeye başlamıştır. Bu farklı kimlikleri ortaya koymada çoğulculuğun önündeki en büyük engel ise homojen toplum inşa etme çabaları olmuştur. Özellikle aşırı milliyetçi akımlar, farklı kimlikleri kendilerine tehdit olarak gördükleri için çok sert bir şekilde onlarla mücadeleye girişmektedir. Bu çatışmalar ise zaman zaman toplumların huzurunu ve güvenliğini tehdit edecek boyutlara ulaşabilmektedir.

1990'ların başında Soğuk Savaş'ın sonlanmasıyla liberal demokrasi evrensel bir siyasal, ekonomik ve kültürel düzen yaratacağını ve artık tarihin sonunun geldiğini söyleyen Fukuyama'nın aksine, kimlik taleplerinin ve çatışmalarının merkezinde oluşarak giderek güçlenen ve dünyadaki yönetsel anlayışların işleyişine yön veren farklılıkların hayata geçirilmesi ve tanınması diye tanımlanabilecek bir mücadeleye tanık olunmuştur (Keyman, 2009).

Modern öncesi topluluk aidiyetleri çerçevesinde biçimlenen kimlikler, özellikle son yıllarda oldukça farklılaşmaya yüz tutmuş ve dikkat çekici bir biçimde siyasallaşmaya başlamıştır. Birbirinden oldukça farklılaşan kimliklerin bir arada yaşaması olgusu, günümüz toplumlarının yüzleştiği en hassas konular arasında yerini almıştır. Feminist, dini, etnik ve benzeri hareketler kendi kimliklerini toplumda diledikleri gibi yaşamak isteklerini daha yüksek bir sesle dile getirmeye başlamıştır. Bu ise kaçınılmaz birtakım toplumsal gruplar arasındaki anlaşmazlıkları ortaya çıkarmıştır.

El-hüküm li-men galeb “hüküm galibindir, hak kuvvetli olanındır” (Ahmet Mithat Efendi, 2021) anlayışı nedeniyle uzun yıllardır talepleri dikkate alınmayan, ihmal edilen farklı kimlik sahibi bireyler/gruplar dünyadaki gelişmelere paralel gelişen liberal çoğulculuk ortamında taleplerini daha yüksek sesle ifade etmeye ve hâkim ideolojinin kendilerini dışladığı birçok alanda seslerini duyurmaya başlamışlardır. Ekonomik olarak belli bir güce ulaşmaları ve bürokraside yükselmeleri de hâkim ideolojilerin tepkisiyle karşılaşmalarına neden olabilmektedir. Oysa günümüz koşulları artık bu tür kimlik taleplerinin görmezden gelinmesine pek de imkân tanımamaktadır. Bu talepleri görmezden gelen toplumlar ise ayaklanma, protesto, çatışma ve hatta iç savaş gibi tehditlerle karşı karşıya kalabilmektedirler.

4.1. Kimliğin Sistem Kurucu ve Dönüştürücü Nitelikleri

Ulus devletlerinin ve resmî ideolojilerin sorgulanması sonucunda ulus devletlerin çözüme sürecine girmesinde; başta dini kimlikler olmak üzere kültürel kimliklerin “sistem kurucu” özelliğine bir kanıt olarak gösterilebilmektedir (Karaman, 2014). Farklı etnik, dini vb. kimlik taleplerinin eşit değerde tanınmaması çok uluslu devletlerin, çok dinli devletlerin parçalanmalarına bile neden olduğu/olabileceği açıkça görülebilmektedir. Özellikle farklı etnik kimlik taleplerinin milliyetçi bakışla şiddetle bastırılmaya çalışılması çok daha büyük çatışmalara neden olmaktadır. Günümüz toplumlarında dinsel, etnik, kültürel vb. temellerde

ortaya çıkan taleplere ve çatışmalara gönderme yapmadan, yaşadığımız dünyayı anlamak, bu sorunlara kalıcı çözümler bulmadan istikrarlı ve güvenli bir ülkeden/dünyadan söz etmek pek mümkün gözükmemektedir.

Çağdaş yaşamda kültürel kimlik olgusu “sistem kurucu ve sistem dönüştürücü” bir toplumsal gerçeklik olarak kendini göstermektedir. Toplumsal gerçeklik olarak, kültürel kimlik olgusuyla bu olgunun ortaya çıkardığı kendini tanımlama anlayışı, yaşadığımız dünya siyaseti içinde siyasal ve ekonomik alanların gölgesinde bırakılmaya çalışılmaktadır. Oysa kimlik ve kültür olgularının, birer türev biçiminde ortaya çıkan ve bu şekilde yapılanan ikincil öneme sahip unsurlar olarak görülmemesi gerekmektedir. (Keyman, 2009). Aksine, istikrar ve güven içinde bir ülke/dünya düzenini sağlamak için kültürel, etnik kimliklere ve yarattıkları tanınma siyasetine sistem kurucu ve sistem dönüştürücü birer toplumsal gerçeklik olarak yaklaşılması ve bu olguyu iyice anlayıp uzun vadeli çözümlerin bulunması gerekmektedir.

Küreselleşme, teorik ve ideolojik temelleri, çeşitliliği, farklılığı, yöresel özellikleri ve çoğulculuğu öne alan postmodernizmden ve kimlikleri benzerlerinden çok farklılıklar üstüne inşa etmeye çalışan çok kültürcü politikalara dayanmaktadır. Bu durum 400 yıllık geçmişe sahip modernite projesinin inşa ettiği ulus devlet modelinde gedikler açılmaya başladığını göstermektedir (Duman 2009). Modernitenin homojen bir toplum oluşturma çabası ve bu çabanın farklılıkları bir potada eritme politikası büyük oranda başarısızlıkla sonuçlanmış gibi gözükmektedir. Günümüzde ise daha çok kültürel farklılıklara dayalı siyasetin öne çıktığı görülmektedir. Günümüz toplumlarında küreselleşme sonucu kültürel kimliklerin tanınma ve özerklik taleplerinin toplumlar için sistem kurucu ve sistem dönüştürücü olarak bu süreci iyi yöneten toplumlara fırsatlar sunduğunu, süreci yönetme de başarısız olanlar içinse ciddi tehditler içerdiğini söyleyebilmek mümkün görünmektedir. Bu anlamda küreselleşmenin neden olduğu en belirgin problem, bir yandan farklılıkları ve heterojenliği meşrulaştırırken öte yandan farklılıkları bir ayrıcalık düzeyine çıkartması ve sahip olunan kimlik ve değerleri diğer toplumsal kesimler üzerinde bir baskı aracına dönüştürmesi çeşitli problemlere neden olmakta ve çatışmaları tetiklemektedir.

Günümüz toplumlarında yaşanan hızlı değişimler var olan tüm sabit noktaların ve büyük anlatıların bina edildiği temeli istikrarsızlaştırmakta, risk ve belirsizliğe neden olmaktadır. Bu belirsiz ve güvensiz durum altında güvenli bir liman arayan bireyler, eski bağlılık ve kimliklerine yeniden yönelmektedirler. Dolayısıyla, söz konusu türden bir yönelim içindeki insanlar için kültürel kimliğin, yaşanan belirsizliklere karşı alınan bir tavır olduğu öne sürülebilmektedir (Duman, 2014). Bu belirsizlik ve güvensizliğin hâkim olduğu kaotik ortamda etnik, dini temelli çatışmalar ortaya çıkmış ve bazı devletler parçalanma riskiyle karşılaşmışlardır. Dolayısıyla küreselleşmenin her bir devletin içindeki farklı etnik kimliklere, kültürel ve politik ayrıcalıklar vermesi çoğunluğa, çoğulculuğa ve çeşitliliğe imkânlar sağlaması beraberinde kutuplaşmaya neden olan farklılaşmalara yol açmakta ve bu durumda ülkelerin bölünme riskini ortaya çıkarmaktadır. Küreselleşme, sermayenin dünyada akabileceği tüm mecralara yayılmak suretiyle politik güçlere de etki edebilecek boyutlara ulaşmış bulunmaktadır. Sınırsız gibi görünen bu ekonomik ve politik güç birliğinin önündeki en son engellerden biri olarak algılanan ulusal sınırlar da aşındırılmaya gayret edilmektedir.

4.2. Kimlik İnşa Çabaları Sürecinde Ortaya Çıkan İnsan Hakları İhlalleri

Son yıllardaki artan ulaşım ve iletişim teknolojilerinin de etkisiyle din, ırk, mezhep ve benzeri temellere dayalı toplumsal hareketler hem içerden

hem dışardan müdahaleye her zamankinden çok daha açık bir duruma gelmiş bulunmaktadır. Bu tür girişimlerde bulunan topluluklar, birbiriyle, teknolojinin sunduğu çeşitli iletişim araçlarını kullanarak faaliyetler yürütmektedirler. Söz konusu faaliyetlere, olumsuz amaçlar doğrultusunda iştirak etmek ya da sızmak çok da zor olmamaktadır. Bu durum ise, ulus devletlerin önceliklerini, kendi çıkarları doğrultusunda kullanmak isteyen küresel güçler için çeşitli fırsatlar vermektedir. Özellikle medyadaki tekelsel güçleri sayesinde, geniş halk kitlelerini kolayca manipüle edebilme kabiliyetine sahip küresel güçler, insani görünüm altındaki her tür durumdan kendi menfaatleri doğrultusunda yararlanma yoluna gidebilmektedirler. Bu nedenle özellikle ulus devletlerin, insancıl talepler karşısında hem duyarlı hem de ihtiyatlı bir biçimde yaklaşması, provokasyonlara ve istismara açık alanları azaltma konusunda gayret etmesi gerekmektedir.

Günümüz toplumsal hareketlerinde, etnik kırımlara varan çok farklı boyut ve bağlamlardaki kimlik anlayışlarının kendisine hareket alanı bulabildiği görülebilmektedir. Örneğin dünyanın bazı bölgelerinde farklı inançlara sahip insanların evleri, işyerleri kundaklanmakta, zorunlu göçe zorlanmaktadır. İşkence ve ölüme varan müdahalelere maruz kalmaktadırlar. Dijital olanakların arttığı çağdaş dünyada, söz konusu “kimlik” temeline dayalı etnik temizlik, insanlığın gözü önünde açık bir biçimde cereyan etmektedir. Ayrıca Avrupa’nın birçok ülkesinde aşırı sağın yükselişi nedeniyle yabancıların yaşama haklarına, işyerlerine, evlerine, kamplarına, ibadethanelerine yönelik saldırıların artması kaygı verici boyutlara ulaşmış bulunmaktadır. Küreselleşmenin ekonomik, politik ve askeri alanlarına ağırlık verilse de aslında küreselleşmenin en fazla kültür ve kimlik ekseninde dönüştürücü bir etkiye sahip olduğu açıkça görülebilmekte, bu durumu gerek doğrudan ifade eden gerekse ima eden yazılı ve sözlü anlatımlar giderek artmaktadır.

Küreselleşmeyle birlikte faaliyetleri sınır ötesi alanlara kayan uluslararası aktörler, bu faaliyetlerin bir gereği olarak, bölgesel, ulusal ve etnik kimliklerini bir varlık sebebi sayarak küreselleşmeyi geliştirmektedirler. Bu bütünleşme/ayırışma olgusunun geliştirilmesi demektir. Ancak, küreselleşme araçlarının büyük kısmını elinde bulunduran aktörler kendileri için daha çok bölgesel ve ulusal bütünleşmeyi savunurlarken, çıkar ve faaliyet alanlarında (Orta Doğu, Trans Kafkasya veya Afrika, Asya vb.) ulusçuluk ya da etnik ulusçulukla sağlanan bütünleşme/ayırışma hareketlerini desteklemektedirler (Dedeoğlu, 1997). Olumlu gelişen bir kimlik oluşum sürecinde, farklı olanın tanınması vazgeçilmez bir ön koşulu ifade etmektedir. Bu ise Almanya’da –ve aynı zamanda diğer Batı Avrupalı göç alan toplumlarda- Müslümanlar için, Müslüman olmayanlara göre daha zor bir görünüm sergilemektedir (Molthagen, 2017).

Kimlik ve kimlik talepleri karşısında ulusal bütünlüğün ve birlikteliğin sağlanabilmesi için öncelikle bu taleplerin sağduyuyla karşılanması ve demokratik, hukuki zeminde ele alınıp çözüme odaklanması gerekmektedir. Aksi takdirde küresel güçler tarafından empoze edilmeye çalışılan bu talepler sürekli olarak gündeme taşınmakta ve çeşitli biçimlerde provoke edilebilmektedir. Toplumsal olayların, küresel güçlerin yönlendirdiği uluslararası medya tarafından asıl mecrasından saptırılmaya çalışılması, dünya genelinde örneğine sıkça yaşanan olaylar haline gelmiş bulunmaktadır. Bu ise özellikle ulus devlet yapısını uluslararası platformlarda zor duruma düşürebilmektedir. Küresel güçler bu tür toplumsal olayları etki ajanlarını kullanıp kışkırtarak kendi çıkarları doğrultusunda kullanabilmektedirler.

Çıkardıkları savaşları haklı göstermek adına demokrasiden dem vuran küresel destekli güçler, “terörist” ilan ettiklerinin peşine düşmekten geri durmamaktadırlar. Bu durum ise insan haklarını, erişilmesi zor bir özlem

haline getirmektedir (Belsey, 2013). Küresel destekli güç odakları, ulus devletler içinde var olma çabası gösteren ayrılmacı hareketleri, demokrasi adına desteklediklerini örtük veya açık bir biçimde ifade etmektedirler. Kimi zaman ise bu hareketleri kışkırtarak arzu ettikleri sonucu almaya yönelebilmektedirler. Örneğin Ukrayna'nın fiilen ikiye bölünme sürecinde, Venezuela'da seçilmiş devlet başkanını tanımayan kendini fiilen devlet başkanı ilan eden muhalif liderin Batılı yetkililerce açık bir biçimde desteklenmesi, söz konusu tutumlara belirgin birer örnek teşkil etmektedir.

Kimlik ve kültürle ilgili talepleri demokrasi adına desteklediğini ifade eden Batılı aktörler; ülkelerindeki bu tür talepleri ve kendi çıkarlarına hizmet eden ülkelerdeki bu tür taleplerin de en sert ve acımasız bir şekilde bastırılmasına göz yummaktadır. Bu tür eylemleri bastırmakta insan haklarını ihlal edecek boyutta polis şiddeti sergilemekten kaçınmamaktadırlar. Örneğin İspanya'nın Katalan bölgesinin hiçbir şiddete başvurmaz talepleri karşısında çok sert müdahalelere maruz kalan siyasi liderleri, tutuklanmaktan kurtulmak için ülkelerini terk etmek zorunda kalmışlardır. Hiçbir silahlı, bombalı eylem gerçekleştirilmemiş, bir kişinin bile ölmesine, yaralanmasına neden olmamış eski Katalan lider İspanya hükümetinin tutuklanma talebiyle 2018'de Almanya'da gözaltına alınmıştır (bbcnews.com). Bask bölgesinde seçilmiş belediye başkanları görevlerinden alınarak yerlerine merkezi hükümetçe atamalar yapılmıştır. Söz konusu örnekten de anlaşılabilir olduğu üzere, insan hakları konusunda dünyaya yön verme gayretindeki Batılı devletler, takındıkları tavır bakımında çifte standart oraya koymaktadırlar. "Gelişmiş Batı medeniyeti" olarak lanse edilen diğer devletlerden, İspanya'nın tutumuna karşı herhangi bir ciddi tepki, yaptırım vb. gelmemesi, söz konusu çifte standartı açık bir biçimde gözler önüne sermektedir. Oysa dünyanın başka yerlerinde, bizzat terör olaylarına dahil bulunan bireylere yönelik hukuki süreçler yürütülmeye başlandığında, demokrasi, fikir özgürlüğü, insan hakları vb. gerekçelerle söz birliği etmişçesine Batılı ülkeler tepkilerini ortaya koymakta, yaptırım ve benzeri tehditleri gündeme getirmektedirler.

Özellikle Batı dünyasının birçok konuda çifte standart uyguladığı görülebilmektedir. Suudi Arabistan'daki monarşik yönetim nedeniyle resmi söylemin dışındaki herhangi bir görüşün dile getirilmesi mümkün olamamaktadır. Gazeteci Cemal Kaşıkçı'ya yönelik Suudi Arabistan'ın İstanbul Başkonsolosluğunda gerçekleştirilen katletme eylemi, bütün insanlık dışı yönlerine rağmen sorumluları hakkında Batılı ülkelerden herhangi bir ciddi yaptırım gündeme getirilmemiştir (Kışlakçı, 2019). Yüzeysel kınamalarla ve derinlik taşımayan tepkilerle konunun zaman içinde unutulurak gündemden düşmesi amaçlanarak üzeri örtülmeye çalışılmış ciddi bir uluslararası yaptırım ya da somut bir adım gündeme getirilmemiştir.

5. Sonuç

Günümüz toplumlarında kimlik olgusu, küreselleşmenin de etkisiyle belirgin bir "sistem kurucu ve sistem dönüştürücü" nitelik kazanmış bulunmaktadır. Toplumsal kesimlerin, ise kimliğe dayalı çatışma potansiyeli olan konularda çok daha duyarlı olmaya olan ihtiyaçları her geçen gün artmaktadır. Zira bu makaledeki anlatımlarda çeşitli örnekleri sıralanan birçok olayda da açıkça görülebildiği üzere, küresel güçler özellikle kendileri ile tek yanlı bağımlılık içerisine girmeyi kabul etmeyen ülkelere karşı olumsuz tutumlar takınmaktan geri durmamaktadırlar. Gelişmekte olan ulus devletler, sahip buldukları kaynakları, söz konusu küresel güçlerin çıkarları doğrultusunda işe koşmamaları durumunda, yaptırım tehditleriyle karşı karşıya gelebilmekte ve sahip olduğu farklı kimlikler üzerinde sıkıştırılmaya çalışılmaktadır.

Küresel güçlerin kültürel farklılıkları, çıkarları için kullanmasına fırsat vermeyecek şekilde birleştirici ve bütünleştirici bir zenginlik olarak görülmesi yönünde politikaların uygulanması bu konu onların elinden almaya yardımcı olacaktır. Toplumsal birliğin ve bütünlüğün pekişmesini sağlayacak tüm vatandaşların kendilerini yaşadıkları ülkeye ait hissedebilmeleri için akademik, sosyal, siyasi, ekonomik kısaca her alanda çalışmalar yapılması elzemdir. Bu konuda hem devlet kurumları hem de sivil toplum örgütleri faaliyetler yürütmelidirler.

Devlet kurumlarının yanı sıra sivil toplumun yapacağı çalışmalar, insan hakları konusunda belirleyici bir nitelik taşımaktadır. Yıkıcı olmamak şartıyla insanların kendilerini özgürce ifade edebilecekleri imkânların sağlanması, vazgeçilmez bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. Bu konuda oluşabilecek her türlü istismar ya da provokasyonun önüne geçilmesi ise devlet, sivil toplum kuruluşları ve bireylerin sinerjik bir çabayla karşılıklı anlayış, hoşgörü ve ortaya koyacakları irade sayesinde sağlanabilecektir. Bu talepleri sadece güvenlik boyutuyla görüp askeri tedbirlerle önlemeye çalışmanın olayı daha da derinleştirmekten başka bir işe yaramayacağı dünyanın birçok ülkesinde tecrübe edilmiş gerçekler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Eğitim, siyaset, ekonomi, sanat vb. hayatın her alanında fırsat eşitliği sağlanarak kendisini farklı gören, tanımlayan insanlarında bu imkânlardan yararlanması sağlanmalı, her gruba eşit ve adil davranıldığı inancı yerleştirilmelidir. Farklı inanç gruplarına mensup bireylerin, inançlarını özgürce yaşayabilmeleri, kendilerini ifade edebilmeleri için her türlü olanağın sağlanması icap etmektedir. Kutsal mekânların devlet desteğiyle restore edilmesi, azınlık topluluklarına ait kamulaştırılmış vakıf mallarının iadesinin sağlanması yönündeki çalışmalara ilave olarak benzer türden olumlu adımlar sürdürülmelidir.

Kimlik temelli olarak ortaya çıkan birçok güncel olay, "açık bilgi kaynağı" olarak ifade edilen medya organlarına sıklıkla yansımaktadır. Bu tür olayların çokça yaşanması, toplumsal algı üzerinde normalleştirici bir etki oluşturmaktadır. Olumsuzluklar, insanlar tarafından normal ya da sıklıkla yaşandığı için de vakayı adiyeler olarak algılanabilmektedir. Küresel güçler, kimlik ve kültürel talepleri, özellikle de kitle iletişim araçlarını profesyonelce yönlendirerek (maniple ederek) kendi çıkarları doğrultusunda tahkim edebilmektedirler. Örneğin silahsız Afrika kökenli bireylerin polis tarafından darp edilmesi gibi bir durumda, olaya müdahil polisler asimetrik bir biçimde himaye görebilmektedir. İnsan hakları ihlalinde bulunan birtakım güçlere karşı işletilmeyen cezai yaptırımlar, belirli çıkarlara engel teşkil ettiği düşünülen kimlik talepleri söz konusu olduğunda en üst cezai müeyyideleri devreye sokacak biçimde işletilebilmektedir.

Açık bilgi kaynaklarına çokça konu olan insan hakları ihlalleri, yakın geçmişteki Dağlık Karabağ harekâtı sürecinde açık bir biçimde gün yüzüne çıkmış bulunmaktadır. Azerbaycan'ın BM tarafından da Ermenistan'ın işgali altında olduğu kabul edilen Dağlık Karabağ bölgesini kurtarma harekâtında, Ermenistan'ın defalarca sivil yerleşim yerlerine füze saldırısında bulunması, terk ettiği yerleşim yerlerini ateşe vermesi, çekildikleri bölgelere mayınlar döşemesi, tuzaklanmış bombalar yerleştirmesi gibi birçok savaş suçu işlemesine rağmen küresel güçler bu suçları sanki karşı taraf işlemiş gibi göstermeye çalışarak Azerbaycan'a asılsız suçlamalar yöneltilmişlerdir. Fransa ve Belçika gibi Avrupa ülkeleri ise Azerbaycan'a karşı çeşitli yaptırımlar içeren tasarıları meclislerinden geçirmişlerdir. Bütün bu çabalara rağmen Dağlık Karabağ'dan silinmeye çalışılan ve kimliğin oluşumuna katkı sağlayan unsurlar, yaklaşık otuz yıl sonra da olsa yeniden aslına rücu etmiştir. Öte yandan; ABD'deki Ferguson olayları, Almanya'daki Berlin olayları, Fransa'daki Sarı Yelekliler protestoları ana akım medyada yetersiz ya da çarpıtılmış biçimde yer bulabilmiştir.

Almanya, Fransa veya ABD polisince, gazetecilerin canlı yayın yapmaları, bölgeden görüntü almaları engellenmeye çalışılmış, hatta bazı basın mensuplarının görsel ve işitsel kayıt cihazları bilinçli bir şekilde tahrir edilmiştir.

Kimlik ve kültürel talepler, farklılaşmanın bilincinde olarak ve çok boyutlu bir bakış açısı doğrultusunda (sadece askeri, güvenlik perspektifinden değil, sosyo-ekonomik, kültürel vb.) yaklaşmayı gerekli kılmaktadır. Bu türden taleplere, demokratik çözüm yolları üretmeyi amaçlayan ve ortak bir toplumsal uzlaşmayı esas alacak biçimde çözümlerin üretilmesi gerekmektedir. Bu talepleri görmezden gelmek, farklılıkları yok etmeye çalışmak gibi çabalar yerine, her bireyin ve toplum kesiminin, olduğu gibi kabul edilmesi, birleştirici, bütünleştirici anlayışlara yönelim sağlanması zorunluluk arz etmektedir. Ancak böylesi bir uzlaşma kültürü sayesinde bu tür talepler bir toplum için bir risk faktörü değil bir fırsat penceresi olabilmektedir. Ulus devlet içinde kendilerini farklı kimliklerle ifade eden bireylerin yasal taleplerinin dikkate alınması da bu yolla gerçekleşebilmektedir.

Bu makalede günümüz toplumsal yapılarında kendine özgü bir tartışma alanı olan kültür ve kimlik kavramları, insan hakları bağlamında ele alınmış ve farklı görünüşleriyle irdelenmiştir. Özellikle gelişmiş ülkelerin demokratik hak ve söylemleri kendi çıkarları üzerinden kurguladıkları ve küresel eşitsizliklerin meşrulaştırıldığı eleştirileriyle sıklıkla karşılaşılmaktadır. Kimlik tartışmalarının istismar edilen bağlamın dışına çıkartılması gerekliliği, dikkate değer bir boyut kazanmış bulunmaktadır. Giderek artan bireysel ve toplumsal farklılıklar kadar, insanlık tarihinin en yoğun hareketlilikleri ve yer değiştirmeleri de dikkate alındığında, insan haklarına ilişkin temel unsurların yeniden kurgulanması ve işlevsellik kazandırılması ihtiyacı belirginlik kazanmaktadır. Bu manada kimlik politikalarının sistem kurucu ve sistem dönüştürücü rolünün uzun vadede anlamlı katkılar sağlayabileceği kanaatini güçlendirmektedir.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Veri, İbrahim Yüksel tarafından toplanmıştır. Analiz, Uğur Keskin tarafından gerçekleştirilmiştir. Literatür taramasını, Uğur Keskin yapmıştır. Sonuç ve tartışma bölümü yazarlar tarafından ortak olarak yazılmıştır.

Çatışma Beyanı

Çalışmada yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Destek Beyanı

Bu çalışma için herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Kaynaklar

- Ahmad, F. (2003). *Turkey: The Quest for Identity*. Oxford: Oneworld Publications.
- Altın, Ö. G. (2013). Uluslararası çatışma bölgeleri: Doğu Türkistan ve insan hakları ihlalleri. *Barış Araştırmaları ve Çatışma Çözümleri Dergisi*, 1(1), 67-79.
- Aslan, S. ve Alkış, M. (2015). Osmanlı'dan cumhuriyete geçişte Türkiye'nin modernleşme süreci: Laikleşme ve ulusal kimlik inşası. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 6(1), 18-33.
- BBC (2020, 10 Aralık). Eski Katalan lider Carles Puigdemont Almanya'da gözaltına alındı [Haber]. Erişim adresi: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-43532923>.
- Belsey, C. (2013). *Postyapısalcılık* (N. Örgü, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

- Birinci, G. (2017). İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin kısa tarihi I: Milletler Cemiyeti'nden Birleşmiş Milletler'e. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 7(2), 50-81.
- Bon, G. L. (2020). *Kitleler Psikolojisi* (F. Karaküçük, Çev.). İstanbul: Karbon Kitaplar.
- Bourdieu, P. (2018). *Bilimin toplumsal kullanımları bilimsel alanın klinik bir sosyolojisi için* (L. Ünsaldı, Çev.). Ankara: Heretik Yayınları.
- Burry, J. B. (1995). *Düşünme ve Söz Özgürlüğü* (A. Başman, Çev.). Ankara: Kavaklıdere Kültür Yayınları.
- Creswell, J. W. (2018). *Nitel araştırma yöntemleri beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni* (M. Bütün ve S. B. Demir, Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çağlayan, E. (2014). *Cumhuriyet'in Diyarbakır'da kimlik inşası (1923-1950)*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çoban, B. (2009). Küreselleşme sürecinde insan hakları mücadelesi ve yeni toplumsal hareketler. *Marmara İletişim Dergisi*, 15, 121-133.
- Dedeoğlu, B. (1997). Uluslararası sistemde bütünleşme ve ayrışma. (N. Bilgin, Der.). *Cumhuriyet demokrasi ve kimlik* (s.87-94), İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Dekens, O. (2017). *Yapısalcılık* (A. Altınörs, Çev.). İstanbul: Bilge Yayıncılık.
- Doğan, K. (2008). *Cumhuriyet dönemi kimlik inşası*, (Yayımlanmış Doktora Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğan, Ö. (2006). *Kavram ve düşünce tarihi çalışmaları*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Doğan, T. (2019). The impact of refugee crisis on the European Union's identity, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Avrupa Araştırmaları Enstitüsü.
- Duman, M. Z. (2009). Küreselleşme, kimlik ve çok kültürlülük. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 93-112.
- Düger, Y. (2020). Bir insan hakkı ihlali olarak yabancı düşmanlığı ve Rusya'da yabancı düşmanlığının tarihsel kökeni. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 5(10), 53-72.
- Efendi, A.M. (2021). *Kıssadan Hisse*. İstanbul: Karbon Kitaplar.
- Fulford, R. (2019). *Anlatının gücü kitle kültürü çağında hikâyecilik* (E. Kardelen, Çev.). İstanbul: Kolektif Kitap.
- Gökberk, M. (1999). *Felsefe tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Gülalp, H. (2007). *Vatandaşlık ve etnik çatışma, ulus devletin sorgulanması*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Gül, F. (2013). Bir değer olarak insan hakları ve insan hakları bilincinin gelişiminde demokrasinin rolü. *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, 9(36), 67-75.
- Güvenç, B. (2009). Kültür kimlik ve kimlikler (G. Pultar, Der.). *Kimlikler lütfen* (s.31-38) Ankara: ODTÜ Yayınları.
- İmıl, M. (2019). Cumhuriyetin milli kimlik inşası ve dil özelinde dini reformasyon çabaları, *Dini Araştırmalar*, 22(56), 409-428.
- Karaman, M. (2019, 8 Kasım). Türkiye'de Dini Kimlik ve Resmi İdeoloji [Yazı], Erişim adresi: http://www.arastirmax.com/system/files/dergiler/227/makaleler/14/arastirmax_227_pp_142_15_pdf
- Kekevi, S. ve Kılıçoğlu, G. (2020, 7 Ağustos). Uluslararası İlişkilerde Kültür ve Kimlik [Yazı], Erişim adresi: <http://yasambilimleri.dergisi.com/makale/pdf/18562295319>
- Keohane, R. O. (1988). International institutions: two approaches. *International Studies Quarterly*, 32(4), 382-392
- Keyman, E. F. (1997). Globalleşme ve Türkiye: Radikal Demokrasi Olasılığı (N. Bilgin, Der.). *Cumhuriyet Demokrasi ve Kimlik* (s.283-294). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Keyman, E. F. (2009). Sistem kurucu ve sistem dönüştürücü bir toplumsal gerçeklik olarak kültürel kimlik olgusunu yeniden düşünmek. (G. Pultar, Der.). *Kimlikler lütfen*, (s.50-59). Ankara: ODTÜ Yayınları.
- Kışlakçı, T. (2019, 7 Eylül) Cemal Kaşıkçı Cinayetinde Yeni Kanıt! Delilleri Yok Etmek İçin Konsolosluktaki Odaları Boyamışlar [Haber], Erişim Adresi: <https://www.haberturk.com/cemal-kasikci-cinayetinde-yeni-kanit-delilleri-yok-etmek-icin-konsolosluktaki-odaları-boyamışlar-2178622>.
- Kolçak, H. ve Ercan, O. (2020). Baskı altındaki Uygurlar: Doğu Türkistan'da sürdürülen sistematik insan hakları ihlalleri. *Türk Dünyası Araştırmaları*, 126(248), 77-114.

- Kolukırcık, S. (2008). Türk Modernleşme Sürecinde Merkezî Dönüşümü: Yerelden Küresele Yeni Kimlik Arayışları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18, 133-146.
- Köseoğlu, N. (2018). *Millî kültür ve kimlik*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Köylü, M. (2018). İsrail'in Filistinli Gençlere Yönelik İnsan Hakları İhlalleri. *Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Akademik Dergisi*, 1, 63-95.
- Kuçuradi, İ. (1998). *Uludağ konuşmaları*. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.
- Milas, H. (2000). *Türk romanı ve öteki: Ulusal kimlikte Yunan imajı*. İstanbul: Sabancı Üniversitesi Yayınları.
- Molthagen, D. (2017). Dinin Kimlik ve Uyum Bağlamındaki Rolü (M. Açıkgöz, Çev.). (Y. Ahi, E. Karakaş, A. Cıngı, Der.) *Sosyal demokrasinin ve demokrasinin sorunları: "Toplum bilinci liberal kimlikçiliğe karşı"*. (s.125-130), İstanbul: SODEV Yayınları.
- Orwell, G. (2021). *Bin dokuz yüz seksen dört* (S. B. Yılmaz, Çev.), İstanbul: Kapra Yayıncılık.
- Özdemir, Z. ve Çetinkaya, A. (2015). Türkiye'de sosyal medya'da kimlik inşası: Özçekim kullanımı. *Turkish Studies*, 10(14), 597-612.
- Özkiraz, A. (2003). *Modernleşme Teorileri ve Postmodern Durum*. Konya: Çizgi Kitabevi,
- Sardar, Z. ve Malik, Z. A. (1996). *Hız Muhammed*. İstanbul: AD Yayıncılık.
- Sartre, J-P. (1995). *Edebiyat nedir?* (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Sladek, O. (2020). *Teoriden teoriye Prag Ekolü'nün yapısalcı politikası ve dönüşüm* (B. Dervişcemaloğlu, Çev.) İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Sütüoğlu, T. (2015), Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin sosyalleşme ve kimlik inşası süreçleri: Facebook örneği. *Folklor/Edebiyat*. 21(83), 125-147.
- Thilly, F. (2016). *Felsefeye yolculuk* (İ. Şener, Çev.) İstanbul: Karbon Kitaplar.
- Tokgöz Bakıroğlu, C. (2013, Ocak). *Sosyalleşme ve kimlik inşası ekseninde sosyal paylaşım ağları*. Akademik Bilişim 2013 – XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri– Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Türkiye Büyük Millet Meclisi (2020, 10 Aralık), [Tutanak]. Erişim adresi: <https://www.tbmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/pdf01/203-208.pdf>
- Ülken, H. Z. (2020). *Eski Yunan'dan çağdaş düşünceye doğru İslam felsefesi kaynakları ve etkileri*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Wells, H.G. (2020). *Doktor Moreau'nun adaşı* (C. Üster, Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Wittgenstein, L. (2016). *Tractatus Logico-Philosophicus* (O. Aruoba, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Yetim, M. ve Erdağ, R. (2018). Uluslararası ilişkilerde eleştirel söylem analizi: revizyonist söylemin gelişimi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 79-100.
- Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (2020, 10 Aralık), [Yazı]. Erişim adresi: <https://www.ytb.gov.tr/yurtdisi-vatandaslara-yonelik-saldirilar/253-nefret-sucu-kayitlara-gecti>.
- Yücel, T. (2020). *Yapısalcılık*. İstanbul: Can Yayınları.
- Zinderen, İ. E. (2020). Yeni medyada kimlik inşası: youtuber kimliğine ilişkin bir inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(1), 415-434.



Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/aruibfdergisi>



Kalkınma ve inşaat sektörü: Türkiye örneği*

Economic development and construction sector: the case of Turkey

Kurtar Tanyılmaz^{a**}, Murat Karahan^b

^a Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, İstanbul, Türkiye, ktanyilmaz@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2915-3521

^b Marmara Üniversitesi, SBE, İktisat Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye, karahan.murat.93@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5192-5439

MAKALE BİLGİSİ

Makale geçmişi:

Başvuru: 30 Mart 2021

Kabul: 13 Nisan 2021

Anahtar kelimeler:

İnşaat sektörü,

İktisadi kalkınma,

Büyüme,

Gelir dağılımı

Makale türü:

Derleme makale

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 30 March 2021

Accepted: 13 April 2021

Keywords:

Construction sector,

Economic development,

Growth,

Income distribution

Article type:

Review article

ÖZET

Günümüzde inşaat ve bununla ilişkili olarak gayrimenkul sektörlerine yönelik yatırımların bir bölümü gelişmekte olan ülkelerde (GOÜ) gerçekleştirilmektedir. Özellikle inşaat sektörü ileri-geri bağlantılarıyla bu ülkelerin sınavi kalkınmaları üzerinde önemli etkileri barındırmaktadır. Bu çalışmanın amacı GOÜ arasında yer alan Türkiye’de inşaat sektörünün gelişimini kalkınma hedefleri bakımından değerlendirmektir. Ekonomik büyüme, istihdam, gelir dağılımı, dış ticaret, çalışma koşulları gibi kalkınma hedeflerinden hareketle ve çeşitli göstergeler ışığında inşaat sektörünün ülke ekonomisi içindeki başarımı (performansı) incelenmiştir. Bulgular, sektörün ekonomik büyüme ile yakından bağlantılı olduğuna ve büyüme dönemlerinde belli bir istihdam potansiyeli taşımakla birlikte, diğer hedefler bakımından olumlu bir etkiden söz etmenin mümkün olmadığına işaret etmektedir.

ABSTRACT

Nowadays growing part of investments in the construction and real estate sector are carried out in the developing countries (DC). Especially construction industry with its forward and backward linkages within the economy has important impacts on the industrial development of these countries. This paper aims to evaluate the development of the construction industry in Turkey as a developing economy in the light of development goals. Departing from the economic development goals like economic growth, employment, income distribution, foreign trade balance, social conditions of working life and related indicators, this paper analyzes the developmental performance of construction industry in the Turkish economy. Our findings indicate that although the construction industry is closely linked with the economic growth of the country and has increasing employment effects, its contribution to other developmental goals seems to remain limited.

* İlgili çalışma, Murat Karahan’ın 2019 yılındaki yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Sorumlu yazar / Corresponding author

E-posta / E-mail: ktanyilmaz@marmara.edu.tr

Atf / Citation: Tanyılmaz, K. ve Karahan, M. (2021). Kalkınma ve inşaat sektörü: Türkiye örneği. *Ardahan Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(1), 62-68.

1. Giriş

İnşaat sektörü girdi olarak kullandığı ürünlerin yanı sıra ortaya çıkan nihai ürünlerin diğer sektörleri harekete geçirmesiyle birlikte hem bir ülkenin ekonomik büyümesinde önemli rol oynamaktadır hem de sadece sanayide değil, hizmetler sektörü ve kentleşme faaliyetleri üzerinde de önemli etkilere sahiptir. İnşaat sektörü, konut başta olmak üzere okul, fabrika, işyeri, hastane gibi her türlü bina inşaatını yol, köprü, baraj yapımı gibi her türlü altyapı faaliyetlerini elektrik, su, sıhhi tesisat, ısıtma, havalandırma gibi tüm donanım işlerini kapsamaktadır (Türkiye Kalkınma Bankası, 2008). İnşaat sektörüne yapılan yatırımlar bir ülkede sermaye birikimi bakımından kritik rol oynayabileceği gibi, ekonomik büyümeyi etkileme kapasitesi bakımından siyasi iktidarların güçlerinin tesis edilmesinde politik olarak da tercih edilmektedir. İnşaat sektörünün ülke ekonomisi içerisindeki rolü ekonomi politikaları, sermaye birikiminin gerekleri, hükümet tercihleri, kentleşme düzeyi, kamu harcamaları ve teknoloji gibi faktörlerden etkilenmektedir. Bu faktörler içerisinde sermaye birikiminin ihtiyaçları diğer tüm faktörleri etkileyen bir etken olarak önem arz etmektedir.

İnşaat sektöründe, özellikle 90'lı yıllardan itibaren, neo-liberal politikaların da etkisi altında özel sektör yatırımlarının payı artmıştır. Kamu-Özel-İşbirliği (KÖİ) adı altında altyapı yatırımlarının yap, işlet, devret proje modelleriyle özel sektör tarafından gerçekleştirilmesi ağırlık kazanmıştır. M. Yeşilbaş'ın (2020) yıllık yapı ruhsatı sayısı, inşaat sektörü büyüme hızı, sektörün toplam katma değer içerisindeki payı vd. göstergeler ile ortaya koyduğu üzere inşaat sektöründe son yıllarda görülen ivme artışı ister istemez, sektörün ülke ekonomisi açısından büyüme ve kalkınma hedeflerine ne ölçüde hizmet ettiği sorusunu gündeme getirmektedir.

Büyüme ve kalkınma kavramları anlam olarak uzak olmasalar da aralarında içerik bakımından önemli farklılıklar bulunmaktadır. Büyüme ekonomideki niceliksel artış, genişlemeyi ifade ederken kalkınma kavramı yapısal olarak gerçekleşen nitel bir değişmeyi ifade etmektedir (Dura, 2009). Bu çerçeveden bakıldığında Türkiye gibi GOÜ'de ekonomik büyümenin istikrarsız karakteri, büyümeyle inşaat sektörü arasındaki yakın ilişki dikkate alındığında, sektör açısından da risk taşımaktadır. Sektörün iktisadi büyüme içerisindeki dinamik rolü ekonomik gelişmelerin seyrinden etkilenmesine neden olmaktadır.

“Nitekim hızlı ekonomik büyüme sürecinde inşaat sektörü diğer sektörlerle kıyasla daha hızlı bir gelişme göstermesine rağmen, ekonominin durgunluğa girmesi durumunda da olumsuz yönde etkilenecek ilk sektör konumunda olmaktadır” (Kaya, Yalçınkaya ve Hüseyini, 2013: 150).

Öte yandan inşaat sektöründe girdi olarak kullanılan çimento, demir-çelik, cam, seramik, boya gibi ürünler uluslararası ticarete konu olurken ve döviz ihtiyacı duyarken, üretim sürecinin sonunda ortaya çıkan bina ve altyapıya bağlı nihai ürünler daha çok ülke içerisinde satılmaktadır. Her ne kadar yurt dışı müteahhlik faaliyetleri döviz kazandırıcı nitelikte olsa da inşaat sektöründe kullanılan girdi malzemelerinin ithalatı ülkenin kalkınma hedeflerinden biri olan dış ticaret dengesi üzerinde olumsuz etkiler doğurabilmektedir.

Görece emek yoğun olan inşaat sektörü, çalışma koşulları açısından, özellikle fiziksel zorluklar ve iş güvenliği açısından kendine özgü dinamikler taşımaktadır. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) verilerine göre inşaat işçilerinin, diğer sektörlerde çalışan işçilere göre kaza yaşama riski 3-6 kat daha yüksektir. Çalışma saatleri ise esnekler. Şantiye ortamlarında çalışanların iş-yaşam zamanı iç içe girmektedir. Kırdan kente göçün etkisiyle inşaat sektöründe çalışanların eğitim seviyesi düşük görülmektedir. Bu açıdan vasıfsız işgücü açısından önemli bir sektör olan inşaatta yedek işgücü bulunmaktadır. Bu durumun yanı sıra neo-liberal

politikalar sonrasında dünyada emek gücü örgütlenmenin zayıflaması, üretimin aşamalarını parçalayan taşeronlaşma sistemi gibi etmenler inşaat sektöründe iş güvenliği, çalışma saati ve ücret düzeyi çalışma koşullarının kötüleşmesine neden olmaktadır.

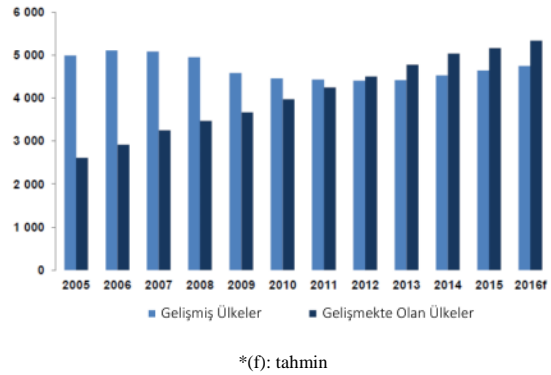
Yukardaki tespitlerden hareketle bu çalışmanın amacı, Türkiye ekonomisinde inşaat sektörünün gelişimini büyüme, gelir dağılımı, ücretler, istihdam artışı, dış ticaret dengesi ve çalışma koşulları gibi kalkınma hedefleri bakımından değerlendirmektir.

2. Dünyada ve Türkiye’de İnşaat Sektörünün Gelişme Eğilimleri

İnşaat sektörünün büyüme hızı, ticari ve finans ilişkilerinin de etkisiyle dünya ekonomisindeki gelişmelerden doğrudan etkilenmektedir.

“İnşaat sektörü tarihsel olarak dünya genelinde ekonomik aktiviteye oldukça paralel bir seyir izlemekte ve genel olarak sektördeki büyüme, ekonomik büyüme oranlarının üzerinde seyretmektedir” (Şat Sezgin ve Aşarkaya, 2017: 4)

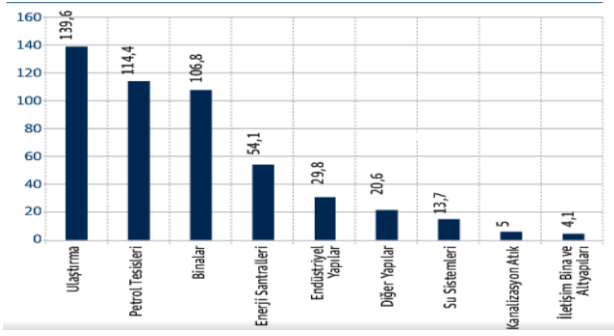
Gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki büyüme farklılığı inşaat sektöründe de görülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde yerli sermayenin gelişimi ve ülke içerisinde gerçekleşen sermaye hareketleri inşaat sektörü yatırımları açısından temel etkidir. Sanayileşme, kentleşme, göç ve nüfus gibi dinamiklerin hareketliliği inşaat yatırımlarının gelişmekte olan ülkelere yoğunlaşmasına neden olmaktadır.



*(f): tahmin
Şekil 1. İnşaat sektörünün büyüklüğü (Milyar USD, reel)
Kaynak: Şat Sezgin ve Aşarkaya, 2017

Şekil 1'e bakıldığında gelişmekte olan ülkelerde inşaat sektörünün büyüklüğü 2012 yılından itibaren gelişmiş ülkelerin üzerinde görülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerdeki inşaat sektörünün büyüklüğü yapılan yatırımlar doğrultusunda sürekli artış eğilimi gösterirken gelişmiş ülkelerde ise yıllara göre değişen artış ve azalışlar bulunmaktadır. Konut ve kredi ilişkisinin çelişkilerinden doğan 2008 küresel mali krizi, gelişmiş ülkelerdeki inşaat sektörünün büyüklüğünün azalmasına neden olmuştur. Bu dönemle birlikte dünyada inşaat sektöründe gerçekleşen yatırımların eğilimi gelişmekte olan ülkelere doğru kaymaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde ise talep yüksek gözükmeyle beraber özellikle enerji ihtiyacı, döviz gibi faktörler dış açığı ve kamu harcamalarını etkilemektedir. Bu ülkelerde ulaşım ve iletişimin geliştirilmesi bağlamında altyapı yatırımlarına yatırım gelişmiş ülkelere göre daha fazla yapılmaktadır.

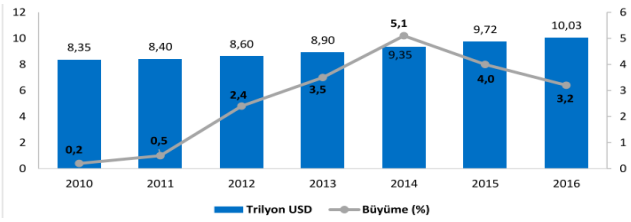
İnşaat yatırımlarının dağılımına dünya ölçeğinde bakmak için Şekil 2'ye bakmak yararlı olacaktır.



Şekil 2. ENR 250 Büyük firmanın üstlendiği projelerin sektörel dağılımı (2016) (Milyar USD)

Kaynak: ENR 250, 2016. Aktaran: YEM, Türk Yapı Sektörü Raporu, 2016

Şekil 2 incelendiğinde ulaştırma, enerji ve bina yatırımlarının öne çıktığı görülmektedir. Onları takiben altyapı ve tesisleşme yatırımları bulunmaktadır. Üretim uluslararası iş bölümünde gerçekleşmesi ve bu doğrultuda artan lojistik faaliyetler bu projeleri etkilemektedir. Üretim temel gereklerinden biri olan enerji, kendi içindeki tesis ve yatırımlarla bir alan yaratmaktadır. Gelişmiş ülkelerdeki yenilenme ve onarım faaliyetleri ile gelişmekte olan ülkelerdeki bina ve altyapı yatırımları, inşaat sektöründe gerçekleşen projelerin sektörel dağılımını belirleyen temel etkenlerdir. Özellikle konutun öne çıktığı bina projeleri de diğer sektörlerle kurduğu bağlantılarla birlikte bütün inşaat yatırımlarının içinde önemli bir yerde durmaktadır. Az gelişmiş ülkelerde kentleşme dinamiklerinin hareketli olması yatırım iklimine göre sermayenin yaklaşımını belirlemektedir. Bu bağlamda doğrudan yatırım, yerli sermaye ile birleşmeler ve kamu-özel ortaklıkları inşaat sektörü içerisinde sıkça görülmektedir.



Şekil 3. Dünya inşaat harcamaları

Kaynak: Global Construction Handbook 2016, Aktaran: Özden ve Haçikoğlu, 2017

Dünya inşaat harcamaları (bkz. Şekil 3) 2008 yılında gerçekleşen krizden sonra bir önceki yıla göre sürekli artış eğilimindedir. 2016 yılında ise 10,03 trilyon dolar seviyesine kadar yükselmiştir. 2014 yılında büyüme oranında bir düşüş görülse de dünyada inşaat harcamaları kriz sonrasındaki artışı sürdürmektedir. Büyüme oranında 2014 yılından sonra gerçekleşen düşüşün önemli nedenlerinden biri önceki yıllarda diğer ülkelere göre oldukça yüksek büyüme oranları yakalayan Çin'in yavaşlama eğilimine girmesi olarak görülmektedir.

Dünyada inşaat sektörü faaliyetleri daha çok gelişmekte olan ülkelerde yoğunlaşmaktadır. İnşaat sektörünün niteliği itibarıyla üretiminin belirli bir alana bağlı olması uluslararası müteahhitlik hizmetlerini önemli hale getirmektedir. Türkiye yurt dışı inşaat faaliyetleri bakımından dünyanın önde gelen ülkelerinden biridir. Bu durum ülke ekonomisine ödemeler dengesi, yurt dışı işçi istihdamı ve lojistik faaliyetleri bakımından önemli katkılarda bulunmaktadır.

3. Türkiye'de İnşaat Sektörünün Gelişme Eğilimi

Türkiye'de özellikle 1950'li yıllardan itibaren kentleşme olgusu ve kentlere göçün hızlanması ile birlikte konut yapıcılığı önem kazanırken, Devlet Su İşleri (DSİ) ve T.C. Karayolları gibi devlet kurumlarının kurulması da inşaat sektörünün ivme kazanmasında önemli rol oynamıştır (Purkis, 2016).

Türkiye'de 1980 sonrası ekonomik gelişmeler içerisinde inşaat sektörü önemli bir yerde durmaktadır. "1980 sonrası Türkiye'de yapım kesimi faaliyetlerinin gelişimi incelendiğinde, ilki 1980'lerde, ikincisi ise 2000'lerde iki büyüme döneminin yaşandığı görülmektedir" (Balaban, 2017: 23). Türkiye ekonomisinde inşaat sektörünün etkinliği 2000'li yıllardan sonra yoğunlaşmaktadır. Sektördeki büyüme oranları 2008 yılındaki küresel mali krize kadar yüksek bir seyir izlemektedir. Krizden sonra da inşaat sektörü büyüme seyrini sürdürmüştür. Bu büyüme döneminin önemli nedenlerinden biri devletin sektöre sağladığı katkıdır. Yasal düzenlemeler, ihale süreçleri, ilgili kurumlardaki etkinliğin artması ve altyapı yatırımları içerisindeki özel sektör ile kurulan ortaklıklar bu katkının içeriğini oluşturmaktadır.

İnşaat sektörünün 2000'li yılların başından itibaren büyümesinde önemli etki yaratan bir başka unsur da yerel yönetimlerdeki dönüşümdür. Belediyeleri kentsel alan ve imar hakkındaki etkinliği artırılmıştır. "2004-2005 yıllarında yerel yönetimler reformu kapsamında il özel idare, belediye ve büyükşehir belediye mevzuatında yapılan düzenlemeler ile yerel yönetimlerin karar alma mekanizmaları, yetkileri artırılmıştır" (Akay ve Akgün, 2014: 113).

İnşaat sektörü diğer sektörlerle geri ve ileri bağlantılar bakımından yoğun bir ilişki içindedir. Girdi-çıkı analizleri bu bağlantıların yoğunluğunu ortaya koyan önemli göstergelerdir. Türkiye'de inşaat sektörünün geri ve ileri bağlantı etkilerini 2000-2014 yıllarını kapsayarak inceleyen Zafer Barış Gül ve Mısra Çakaloğlu (2017: 148), "girdi-çıkı analizinin ortaya koyduğu sonuçlar sektörün geriye doğru bağlantılarının kuvvetli, ileriye doğru bağlantılarının ise zayıf olduğunu göstermektedir" sonucuna varmaktadır. Bu sonuç inşaat sektörünün üretim sürecinde kullanılan girdilerle oluşturduğu ilişkinin sektör içerisinde üretilen nihai ürünlerin kurduğu bağlantılara göre daha yoğun bir biçimde gerçekleştiğini göstermektedir.

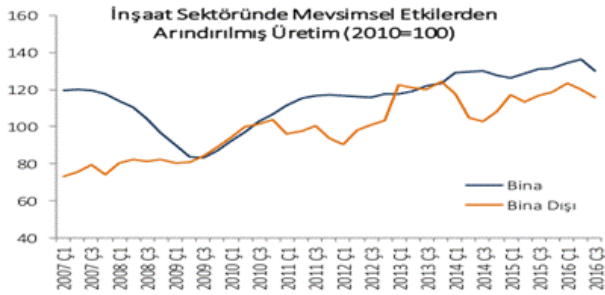
Türkiye ekonomisinde inşaat sektörünün özellikle 2002 yılından itibaren hızla büyüdüğü görülmektedir. Sektörün büyüme oranları 2008 krizine kadar yüksek oranlarda gerçekleşmektedir. Krizden etkilenen inşaat sektöründe 2008 ve 2009 yıllarında küçülmeler yaşanmıştır. Bu dönemde yaşanan küçülme, sektörün kriz dönemlerinde yaşadığı kırılmayı göstermesi açısından önemlidir. Krizin etkisinin azalmasından sonra 2010 yılından itibaren inşaat sektörü 2002-2008 yılları arasındaki performansında olmasa da büyümeye devam etmektedir. Krizden çıkılması, finans alanındaki gelişmelere duyarlılık, ülke ve dünya ekonomisindeki gelişmeler bu dönemi etkileyen önemli unsurlar olarak öne çıkmaktadır. İnşaat sektörü ile GSYH arasında büyüme oranlarının yıllara göre artış ve azalışı bağlamında paralellik bulunmaktadır. Bu durum inşaat sektörü ile ülke ekonomisindeki büyüme arasındaki güçlü bağlantıyı işaret etmektedir. Bu bağlantının yıllara göre etkisini görmek açısından Tablo 1'e bakmak yararlı olacaktır.

Tablo 1. İnşaat sektörü ve GSYH büyüme hızları (2002-2017)

Yıllar	İnşaat Sektörü (%)	GSYH (%)
2002	13,9	6,2
2003	7,8	5,3
2004	14,1	9,4
2005	9,3	8,4
2006	18,5	6,9
2007	5,7	4,7
2008	-8,1	0,7
2009	-16,1	-4,8
2010	18,3	9,2
2011	11,5	8,8
2012	0,6	2,1
2013	7,4	4,2
2014	2,2	3,0
2015	4,9	6,1
2016	5,4	3,2
2017	8,9	7,4

Kaynak: TÜİK

Büyüme oranları ülke ekonomisinin büyüme oranlarıyla büyük ölçüde örtüşen sektörde üretimin yoğunlaştığı alanlar da önem arz etmektedir. Bina ve bina dışı üretimi ayrımı bu açıdan ayırt edici bir göstergedir.

**Şekil 4.** İnşaat sektöründe bina ve bina dışı üretim (2007-2016)

Kaynak: TÜİK, Aktaran: Şat Sezgin ve Aşarkaya, 2017

Şekil 4'te görüldüğü üzere Türkiye'de inşaat sektörünün büyümesi içerisinde bina ve bina dışı inşaat faaliyetlerinin gelişimi farklılaşmaktadır. Konut, kamu ve özel kurum yapıları, dükkân ve ofis gibi bina yapımlarında, yol yapım çalışmaları, tesisler, köprü ve tüneller gibi altyapı odaklı bina dışı inşaat faaliyetlerine göre daha yüksek oranda üretim gerçekleştirilmektedir. Yıllara göre bazı dalgalanmalar yaşansa da özellikle son yıllarda inşaat sektöründe gerçekleşen bina üretimi bina dışı üretime göre daha fazla artış göstermektedir.

Merkez Bankası verilerine göre inşaat sektörünün ve gayrimenkul piyasasının özel sektörün dışarıdan kullandığı krediler içerisindeki payı 2002 yılında yüzde 5,1 iken 2010 yılında yüzde 9,5'e yükselmiştir. Sektörlerin banka kredilerinde aldıkları pay içerisinde ise inşaat sektörü 2003 yılında yüzde 8,3 oranında yer kaplarken bu oran 2014 yılında yüzde 11,5'e yükselmektedir. Oranlardaki bu yükseliş inşaat sektörünün kredilerle kurduğu ilişkinin büyüme dönemine etkisini göstermektedir. Bu ilişki inşaat sektöründe kullanılan kredilerin GSYH içindeki payına da yansımaktadır. İnşaat sektörü için kullanılan krediler yıllar içinde doğrusal olarak artmaktadır (bkz. Tablo 2). Bu artış sektörün ülke ekonomisindeki yeri ve kredi mekanizmaları ile kurduğu ilişki açısından önemli bir göstergedir. Sektörün proje odaklı faaliyetlerini gerçekleştirmek için kaynak yaratma ihtiyacında kredi önemli bir yer tutmaktadır. Şantiye yapısı

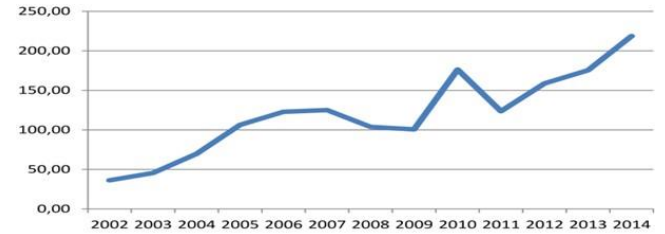
içerisinde nakit akışının sağlanması gerekliliktir. Bu açıdan inşaat sektörünün finans alanındaki gelişmelere duyarlılığının arttığı görülmektedir.

Tablo 2. İnşaat sektöründe kullanılan krediler/GSYH (2005-2017)

Yıllar	İnşaat Sektörü Kredileri/GSYH (%)
2005	0,9
2006	1,2
2007	1,6
2008	2,1
2009	2,5
2010	2,7
2011	3,0
2012	3,1
2013	4,0
2014	4,4
2015	5,0
2016	5,6
2017	5,9

Kaynak: BDDK, TÜİK

Kredi ile kaynak yaratma ilişkisinin yanı sıra inşaat sektörünün ülke ekonomisindeki etkinliğini gösteren önemli bir veri de yapı ruhsat izinlerindeki artış eğilimidir. İnşaat ve kentsel dönüşüm projelerinin artması açısından yapı ruhsat izinlerinin yıllara göre değişim eğilimi önem arz etmektedir. Bu eğilimi görmek için Şekil 5'e bakmak faydalı olacaktır.

**Şekil 5.** Yapı ruhsat izin istatistikleri (milyon m2) (2002-2014)

Kaynak: TÜİK, Aktaran: Yeşilbağ, 2016

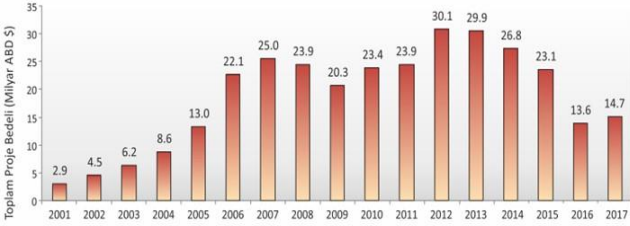
Uluslararası inşaat faaliyetlerinde Türkiye'nin inşaat sermaye grupları öne çıkmaktadır. Türkiye en büyük uluslararası inşaat sermaye şirketleri içerisinde dünyada Çin'den sonra en çok firma sayısına sahip olan ülke konumundadır. Türkiye yurt dışı müteahhitlik faaliyetleri inşaat sektörünün ülke ekonomisinde öne çıkmaya başladığı 2002 yılı ve sonrası dönemde artmaktadır. İnşaat sektörünün gelişimine paralel olarak bu alanda da alınan projeler artmaktadır.

Tablo 3. ENR listesindeki başlıca Türk firmaları

Sıralama	Firma Adı	2018	2017	2016	2015
1	RÖNESANS İNŞAAT	36	38	44	37
2	LİMAK İNŞAAT	68	85	135	145
3	TAV TEPE AKFEN	70	76	81	82
4	GAP İNŞAAT	73	92	137	-
5	ENKA İNŞAAT	79	72	79	65
6	YAPI MERKEZİ İNŞAAT	82	78	93	111
7	ANT YAPI	86	86	86	92
8	TEKFEN İNŞAAT	98	112	118	90
9	ALSİM ALARKO	101	79	-	184
10	ÇALIK ENERJİ	104	110	101	89
11	GAMA ENDÜSTRİ	108	162	155	133
12	SEMBOL ULUSLARARASI YATIRIM	116	125	157	-
13	MAPA İNŞAAT	119	109	133	177
14	DOĞUŞ İNŞAAT	124	128	146	179

Kaynak: www.enrturkiye.com

Dünyada inşaat sektörü yatırımlarının firmalar açısından önemli göstergesi olan ENR sıralaması içerisinde Tablo 3'te görüldüğü üzere Türkiye inşaat sektörü aktörleri de yer almaktadır. Dünyadaki ilk 250 büyük inşaat firması içerisinde 46 Türkiye inşaat firması bulunmaktadır. Bu rakam ve şirketler Türkiye'de inşaat sektörünün gelişimi ve sektördeki aktörler açısından önemli göstergelerdir.



Şekil 6. Yıllara göre Türk yurtdışı müteahhitlik hizmetleri

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, Aktaran: Türkiye Müteahhitler Birliği, 2018

İnşaat sektöründeki 2002 sonrası büyümenin yurt dışı müteahhitlik hizmetlerine yansımaları Şekil 6'da görülmektedir. 2002 yılında 4,5 milyar dolar olabilen toplam proje bedeli 2012 yılı içinde 30,1 milyar dolar olmaktadır. Özellikle 2005-2015 yılları arasında yurt dışı müteahhitlik alanında önemli proje artışları görülmektedir. Bu veriler ülkedeki inşaat sermayesinin gelişimini göstermek açısından önem arz etmektedir. Ekonomi Bakanlığı'nın verilerine göre Türkiye yurt dışı müteahhitlik faaliyetlerinde Rusya, Türkmenistan, Katar, Irak, Suudi Arabistan ve Kazakistan gibi ülkeler öne çıkmaktadır. Libya'nın ise ülkede 2011 yılında başlayan iç karışıklıktan sonra Türkiye yurt dışı müteahhitlik faaliyetleri içerisindeki payı hızla düşmektedir. Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri ve Ortadoğu, Türkiye'nin yurt dışında inşaat faaliyetlerini yoğunlaştırdığı alanlar olmaktadır.

İnşaat sektörünün 2002 sonrası büyüme sürecinde kamu ile yakın ilişkiler kuran ve bu doğrultuda hızla büyüyen inşaat şirketleri sektör içerisinde önemli aktörler konumuna gelmektedir. Bu şirketler kamu-özel ortaklığı doğrultusunda gerçekleştirilen projeler içerisinde aktif bir rol oynamaktadırlar. Bu projelerde kurulan ilişkiler, 2002 sonrası inşaat sektörünün büyümesini ve ekonomi politikaları bağlamında yerli sermayenin gelişimini göstermektedir. Bu bağlamda Tablo 4'e bakmak yararlı olacaktır.

Tablo 4. Türkiye'deki en büyük 10 özel ortak

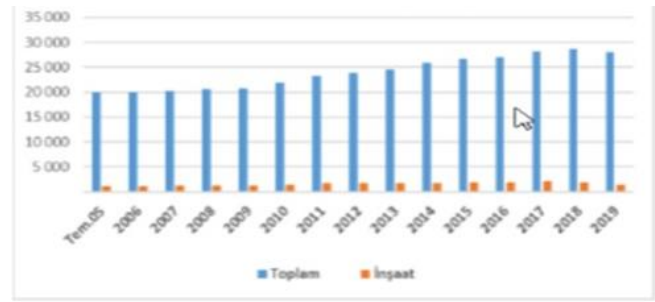
Firmalar	Ülkeler	Proje Yatırımı	Proje Sayısı
1. Limak Holding	Türkiye	43.523	13
2. Cengiz Holding	Türkiye	39.836	7
3. Kolin Group	Türkiye	39.38	10
4. MNG Holding	Türkiye	17.822	2
5. Astaldi SpA	Türkiye	17.889	5
6. IC Holding	Türkiye	9.518	7
7. Saudi Oger Ltd	S. Arabistan	8.629	10
8. Kalyon Group	Türkiye	7.117	1
9. Sabancı Holding	Türkiye	6.885	15
10. Vodafone	İngiltere	5.793	18

Kaynak: Dünya Bankası, Aktaran: Sönmez, 2016

Tablo 5 'de görüldüğü üzere Türkiye'de kamu ile gerçekleştirilen ortaklıklar içerisinde Limak, Cengiz, Kolin ve MNG gibi inşaat şirketleri en yüksek payı almaktadır. Sektördeki proje yatırımlarının ve kamu-özel ortaklığının artması, politik bir tercih olarak inşaat sektörünü gelişimi ve bu tercih doğrultusunda ilişki kurulan inşaat sermayesi gruplarının büyümesi gibi faktörler bu tablonun oluşmasında etkili olmaktadır.

4. Türkiye'de İnşaat Sektörünün Kalkınma Hedefleri Açısından Değerlendirilmesi

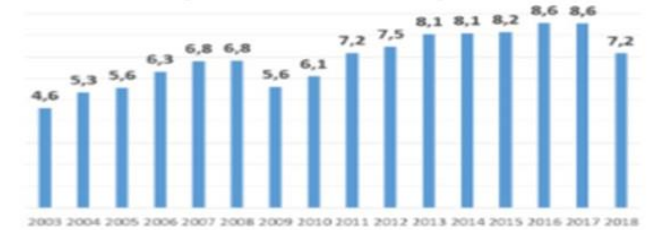
Önemli bir kalkınma hedefi olan istihdam yaratmak bakımından emek yoğun niteliğiyle inşaat sektörü kritik bir önem taşımaktadır. 2002 yılında sonra inşaat sektöründeki istihdam artış eğilimindedir. Ancak bu süreçte Türkiye'de işsizlik yüzde 9-10 oranında seyretmiştir ve önceki yıllara göre bir değişiklik olmamıştır. TÜİK'in Hanehalkı İşgücü İstatistiklerine göre 2017 yılında tarımda yüzde 83,3, sanayide yüzde 20,03, hizmette yüzde 20,9 oranında kayıt dışı istihdam varken inşaatta ise yüzde 35,8 oranında kayıt dışı çalışma oranı bulunmaktadır. İnşaat sektöründe çalışan kişi sayısı da artan projeler doğrultusunda yükselmektedir. Bu sayılara doğrudan sektör içerisinde çalışanlar dahildir. Sektörün etkileşimde bulunduğu tüm inşaat malzemeleri üretimi, mobilya ve beyaz eşya gibi bağlantılar düşünüldüğünde inşaat sektörünün istihdam üzerindeki etkisi daha çok gözükmemektedir. Bu duruma rağmen kalkınma hedefleri açısından önemli olan Türkiye'deki işsizlik oranı 2003-2018 yılları arasında ortalama yüzde 9,93 olmuştur.



Şekil 7. Türkiye'de inşaatın toplam istihdamdaki payı (2005-2019)

Kaynak: TÜİK, Aktaran: Sönmez., 2019

Şekil 7'de görüldüğü üzere kalkınma hedeflerinden biri olan istihdam inşaat sektörü içerisinde 2005 yılı sonrasında artış eğilimindedir. Krizden etkilendikten sonra yatay bir seyirde ilerleyen inşaatın istihdam içerisindeki payı 2018 ve 2019 yıllarında azalmaktadır. Yıllara genel olarak bakıldığında üretim sürecindeki emek yoğun niteliği ile öne çıkan inşaat sektörü, önemli kalkınma hedeflerinden biri olan istihdam üzerinde etkili bir rol oynamaktadır.



Şekil 8. İnşaat sektörünün GSYH içindeki payı (2003-2018)

Kaynak: TÜİK, Aktaran: Sönmez, 2019

Şekil 8 incelendiğinde inşaat sektörünün GSYH içindeki payı 2003 yılına göre artış gösterirken 2008 krizinde düşme eğilimi göstermemiş. Kriz sonra artış eğilimi devam etmesine rağmen 2018 yılında 2011 yılındaki 7,2 oranına kadar düşüş gerçekleşmiştir. Ülke ekonomisinin gelişme eğilimini görmek ve istihdamın sektörel durumu ile ilişki kurmak açısından Tablo 5 önemli veriler sunmaktadır.

Tablo 5. Sektörel istihdam (mevsimsel etkilerden arındırılmış, 1000 kişi)

	Toplam	Sanayi	İnşaat	Hizmetler
2005 Ocak	13.816	4.030	885	8.931
2015 Ocak	20.903	5.349	1.924	13.630
2018 Ocak	23.412	5.567	2.229	15.615
2018-2015 Ocak Toplam Değişim	2.509	218	305	1.985
Yüzde Değişim	12,00	4,08	15,85	14,56

Kaynak: TÜİK

Tablo 5'te görüldüğü üzere istihdamda en yüksek payı sırasıyla hizmetler sektörü, sanayi ve inşaat almaktadır. Ancak son yıllarda sektörler arasındaki artış eğilimine bakıldığında inşaat sektörünün yüzde değişiminin diğer sektörlerle göre fazla olduğu görülmektedir. Üretim, katma değer ve ihracat için önem arz eden sanayide ise artış oranı inşaat sektöründeki istihdam artış oranının altında gerçekleşmektedir. İnşaat sektörünün emek yoğun niteliği ve 2002 sonrasında sektör içerisinde artan yatırımlar bu oranların oluşmasında etkilidir.

Dış ticaret dengesi üzerindeki etkileri bakımından ise Türkiye seramik, cam, çimento gibi inşaat sektörü malzemelerinde önemli bir üretici halinde demir-çelik, enerji gereksinimi ve makine gibi etmenler nedeniyle ithalat baskısı altındadır. Demir maliyetinin yüzde 86'sını ithal edilen hurda, cevher ve enerjinin, çimento maliyetinin ise yüzde 59'unu ithal kaynağa dayalı elektriğin ve yakıtın oluşturduğu belirtilmektedir. (Güngör, 2018). Öte yandan inşaat ve gayrimenkul sektörlerinin toplam dış borcu 2002'de toplam 1,5 milyar dolardan 2019 ortası itibarıyla 27,5 milyar dolara yükselmiştir. Bu miktar özel sektörün toplam dış borcunun yüzde 13,7'sine denk düşmektedir. Bu sektörün Türkiye ekonomisinin dış borç yükü bakımından belli bir ağırlık taşıdığına işaret etmektedir (Yeşilbağ, 2016).

Kalkınma hedeflerinin önemli unsurlarından biri de gelir dağılımıdır. Gelir dağılımı verileri ülke içerisindeki toplumsal eşitsizlik açısından önemli bir göstergedir. 2002 yılında inşaat sektörünün etkinliğini arttırdığı Türkiye ekonomisinde gelir dağılımının durumu büyümenin kalkınma hedefleri bağlamında etkisini ortaya koymaktadır. Türkiye'de inşaat sektörünün ve ülke ekonomisinin büyüdüğü 2002 sonrası yıllarda gelir dağılımında önemli bir iyileşme gözükmemektedir. Gini katsayısı bağlamında OECD (0,3) ülkeleri ile karşılaştırıldığında ülke içerisindeki eşitsizliğin (0,4) boyutunun yüksekliği ortaya çıkmaktadır. TÜİK verilerine göre 2002 yılından itibaren beşinci yüzde 20 toplam gelirin yüzde 46'sını alırken ilk yüzde 20 toplam gelirin sadece yüzde 6'sını almaktadır. Sektör ve ülke ekonomisi büyürken gelir dağılımındaki bu durum varlığını yıllar içinde sürdürmektedir.

Tablo 6. İnşaat işgücü girdi endeksleri ve değişim oranları, 4.çeyrek: Ekim- Aralık, 2017 (2010=100)

Gösterge	Arındırıl mamış		Mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış	
	Endeks	Endeks	Yıllık değişim (%)	Çeyreklik değişim (%)
İstihdam	68,2	67,8	-5,7	66,1
Çalışılan Saat	65,1	64,6	-5,7	62,3
Brüt ücret-maaş	189,1	188,2	5,6	184,5

Kaynak: TÜİK

*Takvim etkisinin arındırılması bir önceki yılın aynı çeyreğinin baz alınmasını ifade etmektedir.

Tablo 6, inşaat sektöründe istihdam, saat ve ücret düzeylerinin son yıllardaki durumunu göstermek açısından önemlidir. İstihdam ve çalışılan saat değişiminde son yıllarda eksi yönlü bir hareket gözükmemektedir. Bu durum inşaat sektöründeki projelerdeki artış veya azalış ile doğrudan ilişkilidir. Ücret ve maaşlarda ise bir artış söz konusudur. Ancak bu artış 2017 yılında gerçekleşen yüzde 12 oranındaki enflasyon karşısında çok düşük bir oran olarak gözükmemektedir. Sektör içerisindeki mevsim ve takvim etkisi değişim oranlarına da yansımaktadır. İnşaat sektöründe iş niteliği itibarıyla kas gücüne dayalı olması ve üretim aşamasından çalışan emekçilerin şantiye ortamında kalarak tüm gününü iş sahasına vermesi ücretleri etkilemektedir. Emek gücü içerisindeki cinsiyet, yaş, eğitim tecrübe ve verimlilik gibi faktörlerin yanı sıra işin riskli yapısı, taşeronlaşmaya bağlı firmaların varlığı gibi unsurlar inşaat sektörü içerisindeki ücret düzeyi ve çalışma koşulları üzerinde olumsuz etkide bulunmaktadır.

**Şekil 9.** İnşaat sektörü ücret, verimlilik ve reel birim ücret endeksleri (2009=100)

Kaynak: TÜİK ve Merkez Bankası

Şekil 9'da görüldüğü üzere 2009 yılı ile 2017 yılı arasındaki dönemde sektörde verimlilik artış eğilimindeyken reel birim ücretlerde yüzde 20'lere varan bir düşüş bulunmaktadır. Aradaki bu makas sektörde emek sürecinde elde edilen kâr pastasının arttığını göstermektedir. Verimlilik artışı karşısında reel birim ücretteki bu düşüş aynı zamanda gelir dağılımdaki eşitsizliği arttırmaktadır. Bunda neo-liberal politikaların da etkisi altında, diğer sektörlerin yanı sıra özellikle inşaat sektöründe sendikal örgütlenmenin azalmış olması önemli rol oynamaktadır. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (Ocak 2018) verilerine göre inşaat sektöründe emek gücünün sendikalaşma oranı sadece yüzde 3,21 oranında gerçekleşmektedir.

Bir diğer önemli kalkınma hedefi de insanca çalışma koşullarının sağlanmasıdır. İnşaat sektörünün büyüdüğü dönemlerde çalışma koşullarının ağırlaştığı görülmektedir. Sektör içerisinde insanca çalışma koşullarını etkileyen ve ağırlaştıran önemli bir faktör taşeronlaşmadır. Sektörde taşeronlaşmanın yaygın olması iş yoğunluğunun artmasına ve güvencesiz istihdama yol açmaktadır. Günümüzde sektörde 1 milyon işçinin yasal sınırların üzerinde çalıştırıldığı, haftalık ortalama çalışma süresinin 53.4 saati bulunduğu, sektördeki her 3 kişiden 1'inin kayıt dışı çalıştığı, 750 bin kişinin sigortasız çalıştığı, sektördeki her 2 işçiden en az 1'inin taşeron işçi olduğu belirtilmektedir (Bakır, 2018).

İş sağlığı ve iş güvenliğine dair veriler de çalışma koşulları hakkında fikir önemli bir göstergedir. Emek yoğun bu sektörde adeta "cinayet" niteliğindeki iş kazalarının sayısı oldukça yüksektir (bkz. Tablo 7).

Tablo 7. Türkiye’de inşaat sektörü ölümlü iş kazası sayıları (2007-2018)

Yıl	İnşaat Sektöründe Ölümlü İş Kazası Sayıları
2007	359
2008	297
2009	156
2010	475
2011	570
2012	256
2013	521
2014	501
2015	473
2016	442
2017	587
2018	591
Toplam	5228

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu

İş bölümüne ve alt firmalara göre farklılaşan bu kâr amaçlı ilişki, çalışma koşullarının özellikle iş güvenliği açısından kötüleşmesine neden olmaktadır. İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Meclisi yıllık raporlarına göre iş kazalarında yoğun olarak servis kazası, ezilme ve göçük, yüksekte düşme, kalp krizi ve beyin kanaması, elektrik çarpması gibi nedenler bulunmaktadır. İnşaat sektörünün büyüdüğü ve ülke ekonomisini etkilediği yıllarda iş güvensizliği devam etmekte ve emek gücünün çalışma koşullarında bir iyileşme gözükmemektedir.

4. Sonuç

Bu çalışmada 2002 sonrasında Türkiye ekonomisinde büyüme hızı ve ağırlığı artan inşaat sektörü, ülkenin kalkınma hedefleri açısından değerlendirilmiştir. Sektörün istihdam yaratmak bakımından olumlu etkileri bulunduğu; bununla birlikte yabancı sermaye girişine bağımlı ve ekonomik büyümeye yakından bağlı olan söz konusu sektörde, büyüme hızının yavaşladığı dönemlerde ciddi boyutlarda istihdam azalmasının gerçekleştiği görülmektedir. İnşaat sektörünün hızla büyüdüğü dönemlerde gerek bir bütün olarak ülke ekonomisinde gelir dağılımı eşitsizliğinin azalmadığı, gerekse de inşaat sektörünün kendi içinde ücretler ve verimlilik arasındaki makasın açıldığı görülmektedir. Çalışma koşullarına ilişkin ise bulgular, taşeronlaşmanın yaygın olmasının bir sonucu olarak, sektörde güvencesiz istihdamın, iş yoğunluğunun ve iş kazalarının arttığına işaret etmektedir. Tüm bu tespitler ışığında inşaat sektörünün, bir ülkenin kalkınmasında doğrudan olumlu etkilerinin olacağını savlayanın mümkün olmadığı sonucuna varılmaktadır.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Veri, Murat Karahan tarafından toplanmıştır. Analiz, yazarlar tarafından ortak gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması, Murat Karahan tarafından yapılmıştır. Sonuç ve tartışma bölümü yazarlar tarafından ortak olarak yazılmıştır.

Çatışma Beyanı

Çalışmada yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Destek Beyanı

Bu çalışma için herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Kaynaklar

- Akay, A. ve Akgün, F. K. (2014). Türkiye’de planlamada dönüşüm süreci: çevre ve koruma mı? Kentleşme ve yapılaşma mı? *Amme İdaresi Dergisi*, 47(4), 93-115.
- Bakır, O. (2018, 8 Ocak), [Haber]. İşçi haklarını çiğneyerek yükselen sektör: inşaat. *Evrensel Gazetesi*, Erişim adresi: <https://www.evrensel.net/haber/362559/isci-haklarini-cigneyerek-yukselen-sektor-insaat>.
- Balaban, O. (2017). İnşaat Sektörü Neyin Lokomotif? (s.17-32), *İnşaat Ya Resulullah*. (3.Baskı), (T. Bora, Der.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (2018, 21 Haziran), [Resmî Gazete]. Erişim adresi: <https://www.ailevecalisma.gov.tr/media/1264/resmi-gazete-20180131-4-1.pdf>.
- Dura, C. (2009, 31 Ocak). *Ekonomik büyüme ve gelişme kavramları üzerine*. <http://www.cihandura.com/tr/makale/-EKONOMIK-BUYUME-VE-GELISME-KAVRAMLARI-UZERINE494>.
- Gül, Z. F. ve Çakaloğlu, M. (2017). İnşaat sektörünün dinamikleri: Türkiye için 2000-2014 girdi-çıkıtı analizi. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 36, 130-55.
- Güngör, T. (2018, 08 Mart), [Haber]. İnşaat büyük ölçüde ithalata bağımlı. *Dünya Gazetesi*. Erişim adresi: <https://www.dunya.com/kose-yazisi/insaat-buyuk-olcude-ithalata-bagimli/406262>.
- Özden, A. ve Haçikoğlu, M. (2017, 3 Temmuz), [Rapor] *İnşaat Sektörü, A&T Bank*. Erişim adresi: https://www.atbank.com.tr/documents/INSAAT%20SEKTORU_MAYIS%202017.PDF.
- Purkis, S. (2016). İstanbul’da inşaat odaklı birikimin durdurulamayan yükselişi: konut fazlasına karşı artan konut açığı, *Mülkiye Dergisi*, 40(4), 91-111.
- Sönmez, M (2016). Sanayinin sorunları ve analizleri (XXI). *TMMOB Makina Mühendisleri Odası-Bülten*, 682, 19-32.
- Sönmez, M (2019, 15 Kasım), [Yazı]. *Konut Krizi Nereden Nereye*. Erişim adresi: http://mustafasonmez.net/wp-content/uploads/MoKonut_21_11_2019.pdf.
- Şat Sezgin, A. G. ve Aşarkaya, A. (2017). *İnşaat Sektörü*. Türkiye İş Bankası İktisadi Araştırmalar Bölümü.
- TCMB (2018, 8 Eylül), [Yazı], Erişim adresi: <https://tcmbblog.org/wps/wcm/connect/blog/tr/main+menu/analizler/ucretli-er-igucu-verimlilikine-mikro-bakis>.
- TÜİK (2018, 8 Eylül), [Bülten], <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Insaat-Isgucu-Girdi-Endeksleri-IV.-Ceyrek:-Ekim---Aralik,-2017-27854>.
- Türkiye Kalkınma Bankası. (2008). *Türkiye’de inşaat sektörü üzerine bir değerlendirme*. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası.
- Türkiye Mühendisler Birliği. (2018, 6 Temmuz), [Rapor]. *İnşaat sektörü analizi*, Erişim adresi: https://www.tmb.org.tr/doc/file/YDMH_Nisan-2018.pdf.
- Yapı-Endüstri Merkezi. (2016). *Türk yapı sektörü raporu 2016*. İstanbul: Yapı Endüstri Merkezi.
- Yeşilbağ, M. (2016). Hegomanyanın harcı: AKP döneminde inşaata dayalı birikim rejimi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 71(2), 599-626.
- Yeşilbağ, M. (2020). İnşaat sektörünün kriz dinamikleri: güncel bir değerlendirme, *Mülkiye Dergisi* 44(1), 101-130.



Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/aruiibfdergisi>



Türkiye’de ve Dünyada İslami Fintek sektörünün gelişimi

Development of the Islamic Fintech sector in Turkey and in the World

Bahattin Erden^{a*}, Bora Topal^b

^a Öğr. Gör. Dr., Atatürk Üniversitesi, İspir Hamza Polat Meslek Yüksekokulu, Erzurum, Türkiye, berden@atauni.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5508-8738

^b Öğr. Gör. Dr., Ardahan Üniversitesi, Nihat Delibalta Göle Meslek Yüksekokulu, Ardahan, Türkiye, boratopal@ardahan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7109-4986

MAKALE BİLGİSİ

Makale geçmişi:

Başvuru: 28 Nisan 2021

Kabul: 21 Mayıs 2021

Anahtar kelimeler:

Fintek,
İslami Fintek,
İslami Finans,
Finansal Teknoloji,
Finansal Piyasalar

Makale türü:

Derleme makale

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 28 April 2021

Accepted: 21 May 2021

Keywords:

FinTech,
Islamic FinTech,
Islamic Finance,
Financial Technology,
Financial Markets

Article type:

Review article

ÖZET

Gelişen teknolojiler ve mobilite, yaşamımızda büyük değişikliklere neden olmuş, dijitalleşme tüm kişisel aktivitelerimizde vazgeçilmez hale gelmiştir. Bu büyük değişim ve dijitalleşmeden finans piyasaları da büyük oranda etkilenmiştir. Finansın teknoloji ile birleşiminden meydana gelen finteklerin gelecekte finans piyasasında önemli bir yer elde edeceği düşünülmektedir. Bu çalışmada finteklerin ve İslami finteklerin geleneksel finans piyasasına olan etkileri incelenmiştir. Türkiye’de fintek üzerine çalışmalar çokça yapılmıştır. Ancak literatürde İslami fintek alanında çok az çalışma bulunmaktadır. Bu çalışma ile az sayıda yapılan çalışmaya ek bir kaynak oluşturularak, alan yazına katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Çalışmada Türkiye ve dünyadaki fintek ve İslami fintek üzerine literatür detaylı olarak incelenmiştir. Sonuç olarak fintek ve İslami fintek sektörünün; sağladığı düşük maliyet, sürekli erişilebilirlik, açık bankacılık, şeffaflık ve kullanım kolaylığı gibi avantajlar ile finans piyasalarındaki pazar payını artıracığı öngörülmektedir. Ancak bu kurumlar için yönetilmesi gereken; siber suçlar, veri güvenliği, kara para aklama, suiistimal, yasal eksiklikler, şeri fetva eksikliği ve altyapı eksiklikleri gibi problemler mevcuttur.

ABSTRACT

Developing technologies and mobility have caused great changes in our lives, digitalization has become indispensable in all our personal activities. Financial markets have also been greatly affected by this great change and digitalization. It is thought that fintechs, which are formed by the combination of finance and technology, will gain an important place in the financial market in the future. In this study, the effects of fintechs and Islamic fintechs on the traditional financial market were examined. Turkey has done much work on Fintek. However, there are very few studies in the field of Islamic fintech in the literature. With this study, it is aimed to contribute to the literature by creating an additional source for a small number of studies. In the study, the literature in Turkey and the world on Fintek and İslami fintek are examined in detail. As a result, it is predicted that fintech and Islamic fintech sector will increase its market share in financial markets with advantages such as low cost, continuous accessibility, open banking, transparency and ease of use. However, there are problems such as cybercrime, data security, money laundering, abuse, legal deficiencies, lack of sherry fatwa and infrastructure deficiencies that need to be managed by these institutions.

* Sorumlu yazar / Corresponding author

E-posta / E-mail: berden@atauni.edu.tr

Atıf / Citation: Erden, B. ve Topal, B. (2021). Türkiye’de ve Dünyada İslami Fintek sektörünün gelişimi. *Ardahan Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(1), 69-75.

1. Giriş

2008 yılı küresel finans krizi ile birlikte mevcut finans sisteminin başarısızlığı ortaya çıkmış ve bu tarihten itibaren geleneksel bankalara duyulan güvensizlik nedeniyle yeni bir finans düzeni oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu yeni düzen yenilikçi finansal teknoloji olan fintekin doğuşu ile sonuçlanmıştır.

Fintek, müşterilerine sunduğu blok zincir sistemi sayesinde 2008 yılında ortaya çıkan finansal krizin tekrar yaşanmayacağı konusunda güvence vermesi, daha ucuz maliyetli, aracı olmayan, daha kolay erişilen ve her yerden erişilen bir sistem sunması nedeniyle, popüler bir hale geldi. Fintek bilgisayar ve mobil cihazların kullanımı ile birlikte finansal hizmet sektörüne birçok yenilik getirmiştir. Fintekler, tüm dünyadaki finans müşterilerine ulaşabildikleri için aslında konvansiyonel bankaların rakibi değil, finans sisteminin tamamlayıcısı konumundadırlar.

2008 finans krizinden sonra ortaya çıkan bir diğer durum ise İslami finans kuruluşlarının tıpkı diğer krizlerde olduğu gibi finansal krizden geleneksel bankalara göre daha az etkilenmesidir. Bu durum yeni teknolojilerle beraber İslami fintek kavramını ortaya çıkarmıştır.

İslami fintek kavramının fintek kavramından temel farkı İslami prensiplere esas ürün ve işlemlerle hizmet vermesidir. İslami fintekin İslami finans kuruluşlarının pazar payını artıracığı düşünülmektedir. İslami fintekle beraber faizsiz finans kuruluşlarının mudaraba ve müşareke adlı risk paylaşımını esas alan akıllı sözleşmelere geçmesi beklenmektedir. İslami fintek sisteminin yapay zekâ, kitle fonlaması, blok zincir ve bulut sistemi ile birlikte İslami finans sistemine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmada öncelikle fintek kavramı, kullanım alanları, tarihçesi açıklanmış, Türkiye'deki durumu ve uygulamaları hakkında bilgi verilmiştir. Bir sonraki aşamada İslami fintek kavramı, bankacılık alanında İslami fintek konusu işlenmiş, dünyada ve Türkiye'de İslami fintek'in gelişimi tablolarla yardımcıyla aktarılmıştır. Son olarak sonuç bölümünde değerlendirmeler ve öneriler sunulmuştur.

2. Fintek Kavramı

2.1. Fintek Tanımı

Fintek kelimesi finans ve teknoloji sözcüklerinin birleşmesiyle ortaya çıkan bir kelimedir. Fintek bankacılık ve finansal hizmetlere yardımcı olabilmek amacıyla kullanılan şimdiki zamanımıza uygun olan bilgisayar programlarını ve teknolojiyi kullanmaya verilen isimdir (Dorfleitner vd., 2017).

Fintek finansal faaliyetleri en verimli hale getirerek, yeni nesil en son teknolojiye uyan yeni oluşmuş bir finansal uygulamadır. Fintek, işletmeler için yeni uygulamalar, farklı fikirler, elektronik ortamda daha fazla hizmet sunmak için yeni modeller ve yeni hizmet türleri ortaya çıkarmaktadır (Leong ve Sung, 2018).

2.2. Fintek Kullanım Alanları

Fintekin kullanım alanları aşağıdaki gibi belirtilebilir (Akkan, 2018):

- Piyasaya bankacılık sektörü için teknolojik farklılık yaratacak ürünler sürmeleri beklenmektedir.
- Alışılmışın dışında farklı hizmetler ortaya çıkarırlar.
- Rekabet ortamı yaratır ve gelirde artış olmasını sağlar.

- Finans piyasasında ortaya koydukları hizmetlerle birlikte kendilerini öne çıkarırlar.
- Finans piyasasında olmayan kişilere de ulaşmayı başarırlar.
- Fintekler, odak noktası daha fazla işlem hakkında bilgi sahibi olan deneyimli kişilere ulaşmayı hedeflerler.

2.3. Fintek Tarihçesi

Fintek geçmişi üç başlık altında incelenmektedir:

- **Fintek1.0:** Fintek uygulaması 1866-1967 yılları arasında dijital uygulamalara geçiş sürecidir. Birinci Dünya savaşı sonrasında iletişim ve teknoloji alt yapısı kurulmaya başlanmıştır.
- **Fintek2.0:** 1967-2008 yılları arasındaki zaman dilimidir. Bu dönemde özellikle internet bankacılığı gelişmiş, kredi kartı kullanımı artmış, ATM'ler bu dönemde önem kazanarak sektöre katılmıştır.
- **Fintek3.0:** 2008 yılı ve sonrası bu dönemini kapsamaktadır. Bu dönemdeki en önemli gelişme finteklerin küresel ekonomik kriz yaşaması olmuştur. İşletmeler kriz sonrası olgunlaşmış finansal hizmetler ve teknolojiyi bir araya getirerek fiyatta da indirim uygulayarak sisteme giriş yapma fırsatı bulmuşlardır. Finansal teknolojiler, kriz sonrası atılım yaparak 10 yıl içerisinde beklenmeyen bir ilerleme kaydetmiş ve teknolojinin gelişmesi ile birlikte birçok yeni ürün ve hizmet türü ortaya çıkmıştır.

Tablo 1. Fintekin tarihsel gelişimi

	Fintek1.0	Fintek2.0	Fintek3.0 Günümüz
Tarih	1866-1967	1967-2008	2008-Günümüz
Ülkeler	Gelişmiş ülkeler	Gelişmiş ülkeler	Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler
Yapı ve Gelişmeler	Altyapı ve bilgisayarlaşma	Dijitalleşme ve internet	Akıllı telefonlar, start up, yazılım, yapay zekâ vb.
Gelişmelerin Sonucu	Bağlantılı ve dijitalleşme başlangıcı	Dijitalleşmenin yayılması	2008 finans sonrası yeni teknolojilerin üretilmesi

Kaynak: Aktürk, 2021

Tablo 2. Fintekin işlem ve ürün bazlı tarihsel gelişimi

Tarih	Gelişmeler
1866	İlk transatlantik kablo
1950	İlk kredi kartı
1967	İlk ATM
1973	İlk swift işlemi
1983	İlk online bankacılık
1999	Dot.com balonu
2000	Paypal kuruluşu
2007	Akıllı telefonlar
2009	Bitcoin
2011	Peer to peer
2018	Yeni nesil dijital bankalar

Kaynak: Aktürk, 2021

2.4. Fintek'e Etki Eden Teknolojik Gelişmeler

Blok Zincir ve Uygulamaları: Veri değişimi için merkezi olmayan, güvenilir, halka açık ve ticari bir işlemdir. İlk olarak 2008 yılında Bitcoin kavramı ile gündeme gelen aslında 1991 yılında ortaya çıkan kavramdır. Şifreleme yoluyla birbirine bağlanmış bilgi blokları, güvenilir verilerin teknik bir şema haline getirilmesiyle oluşmuştur. İki tür blok zinciri ağı bulunmaktadır. İlki kamuya açık, diğeri ise izin verilerek girilen ve özel amaçlarla kullanılan bloklardır. Teknoloji transferlerinde gönderici ve alıcının adresleri bilinir fakat kimlikleri bilinmemektedir. Blok zincir teknolojisi üç temel unsura dayanır. Bunlar, özerklik, doğrulanabilirlik, değişmezliktir. Özerklik, güven temelli otoriteye bağlı olmayan ve üyelik sistemiyle işleyen bir ağ yapısıdır. Doğrulanabilirlik, üyelerin kendi şifrelerini oluşturup ağ üzerinden işlem yapabilmeleridir. Sadece şifresi olanlar ağa giriş yapabilir. Değişmezlik ise yapılan işlemlerle birlikte yeni blok oluşturulmasıdır (Bakan, 2019).

Dijital ve Kripto Para: Kamuoyunda en çok karıştırılan noktalardan biri dijital paraların, kripto paralar ile aynı olarak değerlendirilmesidir. Kripto para; blok zincir ağı ile çalışan, belirli bir merkez ve grubun kontrolünde olmayan, gerekli teknolojik altyapıya sahip, herkesin kolaylıkla kullanabileceği değerli sanal varlıktır. Dijital para ise; teknolojik altyapı sistemi olarak kripto paraya benzeyen ancak bir merkezi kurum tarafından üretilmesi ve dağıtılmasına izin verilen elektronik ödeme sistemlerine yönelik geliştirilen varlıklardır. Dijital paralar, kripto paralara göre daha az değişkenlik gösteren paralardır. Dijital paralar bir merkezden kontrol edilen kripto paralara göre daha güvenli, banknot paralara göre ise daha az maliyetli parasal varlıklardır (Erdamar, 2021).

Bulut Bilişimi: Kullanıcıların kendi bilişim alt yapısını ve merkezini kurmadan diğer kullanıcılar ile paylaşılan bilgisayar kaynaklarını sağlayan, kiralayan ve yayımlayan bilişim hizmetidir. Üç temel kısımdan oluşmaktadır: altyapı servisi, platform servisi ve yazılım servisi (Panetta, 2017).

Yapay Zekâ: İnsanların ve doğal sistemlerin yapabildiği davranış, hareket ve işlemleri bilgisayar destekli robotların yapmasını sağlayan teknolojik gelişmelerdir (Sucu, 2019).

Yapay Zekâ ile Doğal Zekânın farklılıkları aşağıdaki gibidir (Bozüyük vd., 2005):

- Doğal zekâ yapay zekâyâ göre daha maliyetlidir.
- Yapay zekâda bilgi aktarımı daha kolaydır.
- Yapay zekâ, doğal zekâyâ göre daha kalıcıdır.
- İnsan doğası gereği doğal zekâ daha değişkendir.
- Doğal zekâ, yapay zekâyâ göre daha üretkendir.
- Doğal zekâ problem çözmede yapay zekâyâ göre daha üstündür.

Yapay zekânın kullanım alanları; doğal dil işleme ve çeviri sistemleri, problem çözme ve öğrenme, veri ve ses işleme, modelleme, robotik sistemlerdir.

Büyük Veri Analizi: Veri toplama, toplanan verilerin analiz edilerek gelecekte oluşabilecek olayları önceden tahmin etme ve veri depolama konularını kapsamaktadır. Günümüzde büyük veri analizi birçok alanda kullanılmaktadır. Örneğin; bankacılık, finans, tarım, pazarlama, sağlık, Telekom gibi (Demirdöğen, 2020a).

Derin Öğrenme: Makine öğrenmesi esasına dayanan, birçok işleme katmanından oluşan, ardışık bir temsil sistemi meydana getiren öğrenme yaklaşımıdır (LeCun vd., 2015) Derin öğrenme yöntemi daha çok yüksek veri üretilen dil eğitimi, görüntü-ses aktarımı, biyomedikal, otonom sistemleri ve ulaşım alanlarında kullanılır.

Nesnelerin İnterneti: Bu kavram ilk defa 1999 yılında Ashton tarafından kullanılmıştır. Ashton, internetin sadece insanlardan gelen verileri toplamasının, insan kaynaklı hatalara ve ekstra maliyetlere yol açtığını, bilginin insanların yanı sıra nesnelere de toplanmasının şart olduğunu ifade etmiştir. Bilginin direkt nesnelere alınması, nesnelerin ihtiyacı olan değişikliklerin zamanında sağlanmasına olanak sağlamaktadır (Ashton, 2009).

Nesnelerin interneti; Tarım, enerji, üretim, trafik, ormancılık ve sağlık alanlarında yoğun olarak kullanılmaktadır. Nesnelerin interneti fintek sektörüne şu katkıları sağlamıştır (İyzico, 2019):

- Kişilere özel hizmet sunma
- Daha hızlı işlem yapma
- Temassız ve anında ödeme

2.5. Fintek Sektörünün Büyüme Nedenleri

Finansal açıdan gelişmiş olan ülkeler, teknolojiye gelişmeleri kendi sistemleri ile birlikte geliştirerek, sektörde hızlı bir artışa neden olmuşlardır. Fintek piyasası 2011 yılında 2,5 milyar dolar seviyesinden 2016 yılı içinde 19 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. Bu artış sektördeki bu zamana kadar olan en hızlı büyümeyi ifade etmektedir. Bu hızlı artıştaki en önemli faktörler; sektörde yaşanan 2008 krizi sonrası meydana gelen teknolojik gelişmeler ve mobil bankacılık kullanımının yaygınlaşmasıdır (Pollari, 2016).

2.6. Fintek ve Geleneksel Bankacılık Arasındaki Farklar

Fintek, ticari faaliyetleri oldukça verimli ve aktif olarak faaliyet gösteren çok sayıda personele ihtiyaç duymayan, işlemlerini yerine getirmek için herhangi bir iş yerine ihtiyacı olmadan hizmet verebilen kuruluşlardır. Bankacılık böyle değildir. Bankacılıkta işlem yapabilmek veya hizmet verebilmek için belirli bir işletmeye ihtiyacı vardır. Fintek düşük maliyet ve hızlı gelişimde bulunurken bankacılık pazarının olduğu konumu risk altında bırakmaktadır. Fintek, teknolojinin inanılmaz gelişimi ve fintek sisteminin kendini sürekli yenilemesi nedeniyle bankacılık sektörü sistemine göre işletmelere daha fazla imkân ve hizmet sunmaktadır. Fintek kişi hedefli hizmet sunmayı ve bankacılık hizmetlerine ulaşamayan bankacılık hizmetlerini kullanamayan kişi ve kurumlara ulaşmayı hedeflemektedir. Kısaca fintek sistemi, herhangi bir evrak olmadan, istediğimiz yerden istediğimiz zamanda ve istediğimiz bankadan bir hesap açıp, bu hesaptan her türlü işlem yapmamıza imkân tanıyan, hayatımızı kolaylaştıran bir sistemdir (Buchak vd., 2018).

2.7. Fintek Ekosisteminin Bankacılık Sektöründeki Yeri

Finans piyasaları teknolojinin gelişimiyle değişime uğramış, sunulan hizmetlerde de çeşitlilik ve kalite artırılmış, hız ve güvenlik konusunda çok gelişim sağlamıştır. Finans piyasasında ortaya çıkan yeni ürünler para piyasasının genişlemesine bağlı olarak artmıştır.

Fintek teknolojik gelişime en hızlı uyum sağlayan banka sektörünün yapısını tamamen değiştirmiştir. Fintek kuruluşları mobil ödemeler veya bilgisayar destekli altyapı gibi hizmetler sağlamaktadır. Fintek kuruluşları sunduğu robo-danışmanlar, varlık yönetimi ve neo-bankacılık gibi hizmetler dolayısıyla bankalara rakip olmuşlardır. Bunun yanında bankaların girmediği alanlar olarak muhasebe ve kripto para ticareti (2008 krizinden dolayı artmıştır) gibi alanlarda ise fintek ekosisteminde gelişme göstermektedir. Fintekler şubesiz, istenildiği zaman ulaşılabilen, bireyi

kısıtlamayan ve bireyi önemseyen ürünler sunmaktadır. Bankacılık ve finansal hizmet sektörüne giren fintek girişimcileri ödeme sistemleri, kredilendirme, varlık yönetimi, fon toplama, danışmanlık ve finansal analiz gibi alanlarda faaliyet göstermektedir (Demirdöğen, 2020b). Fintek girişimcileri çok hızlı ürün/hizmet geliştirme yeteneklerine sahip oldukları için bankaların yaptığı işlemlerin bazılarını bankalardan daha hızlı, kolay ve daha düşük maliyetlerle yapabilmektedir. Bankalar tarafından sunulan ürün/hizmet birden çok fintek girişimcileri tarafından sunulmaktadır. Fintek sistemi dünyada birçok ülkede bankacılık sektöründe önemli bir yer edinmeye başlamıştır. Bu durum bankacılık sektörü açısından büyümede gerileme-durağanlık ve pazar kaybı riski anlamına gelmektedir (Akkan, 2018).

Fintekin günümüzde önemi gittikçe artmakta olup gelecekte bankalar kadar önemli hale geleceği öngörülmektedir. Fintek girişimcilerinin amacı, bankaların altyapısını kullanarak online bankacılık sistemi kurmaktır.

Fintek ekosisteminin unsurları aşağıdaki gibidir (Demirdöğen, 2020b):

- Fintek girişimcilerinin sağladığı faaliyetler (örneğin; ödeme, varlık yönetimi)
- Fintek girişimcilerinin kullandığı teknolojik geliştiriciler (örneğin; büyük veri analizi, bulut bilişim),
- Devlete bağımlı kuruluşlar (örneğin; kanun koyucular),
- Gerçek veya tüzel finansal müşteriler (örneğin; bireyler ve organizasyonlar),
- Geleneksel finans hizmeti sunan kurumlar (örneğin; geleneksel bankalar, sigorta şirketleri, hisse senedi broker'ları).

2.8. Fintek Piyasasını Oluşturan Temel Unsurlar

Fintek piyasasını oluşturan temel unsurlar Tablo 3'te özetlenmektedir.

Tablo 3. Fintek ekosisteminin dört ana başlığı ve bunları etkileyen faktörler

Başlık	Faktör	Açıklama
Ülke pazar yapısı		Türkiye'deki finansal kuruluşların verdiği hizmetlerle birlikte oluşturdukları alt yapı ve bu alt yapıdaki fintek'in sektördeki durumu
	Rekabet	Fintek uygulamasına dâhil ve fintek'in farklı finansal işletmeler ile arasında bulunduğu rekabet alanları
Talep	Tüketici davranışı	Tüketicilerin fintek uygulamasına karşı tutumları
	Müşteri deneyimi	Fintek uygulamasından faydalanacak müşterilere destek verecek çalışanların tecrübeleri
	Fırsatlar ve tehditler	Uygulamada başarılı olan fintek uygulamaları ve yaşanabilecek problemler
Yeni pazarlar		Hizmet için oluşturulan finansal sektörde yapılabilecek yenilikler
	Güven ve güvenlik	Kamunun fintek uygulamalarının müşterilere vermiş olduğu hizmet karşısında müşterilerin duymuş olduğu güven
	Yeni regülasyonlar	Fintek uygulamasında yapılacak olan düzenleme ve fintek uygulaması için farklı yönetmelik şekilleri
Regülasyon		İşlemlerin ödeme yapması amacıyla internet üzerindeki nakitlerini kullanmak için verilen izin
	Faaliyet izni	

	Kısıt ve engeller	Finteklerin bazı işlemlerinde maruz kaldığı engelleme ve kısıtlamalar
Sermaye	Kamu fonları ve devlet desteği	Fintek uygulamalarına sağlanması gereken kamusal destekler
	Bankalar	Banka kurumlarının sağladıkları finansal yardım ve destekler
	Yatırımcılar	Finteklere yatırım yapan yatırımcıları etkileyen durumlar
	İş modeli	Finteklerin yeni yatırım fikirleri oluşturabilmek için sundukları iş uygulamaları
İnsan Kaynağı	Nitelik, nicelik ve maliyet	Piyasadaki mevcut müşteri kaynağının oluşmasındaki maliyet
	Finansal kuruluşların rolü	Fintek uygulamasında çalışan kuruluşların müşteri kaynağı oluşturmadaki işlemleri
	Üniversitelerin rolü	Üniversitelerin Fintek sektöründe görev alabilecek insanları yetiştirebilmesi
	Kurum içi girişimcilik	Kurum bünyesinde çalışanların girişimci fikirlerine yönelik kurum yaklaşımı

Kaynak: Beşil vd., 2021

2.9. Türkiye'de Fintek

Türkiye fintek uygulamasına çok geç ortak olmasına rağmen diğer gelişmiş ülkelere nazaran daha fazla yol kat etmiştir. Türkiye'de yeterli alt yapının olmaması, personel eksikliğinin bulunması ve diğer gelişmiş ülkelerin Türkiye'den daha avantajlı olmasına rağmen Türkiye fintek uygulamasına daha hızlı adapte olup daha fazla gelişme göstermiştir (Genç ve Küçükçolak, 2020).

Tablo 4: Türk Bankacılık Sektörünün Fintek Karşısındaki Analizi

Üstünlükler	Zayıflıklar
Müşteri portföyü	Teknoloji uzmanlığı
Güvenilir yapı ve güçlü sermaye	Değişen müşteri uzmanlığı
Yasal düzenleme ve risk yönetimi uzmanlığı	Mevcut ürün ve hizmet verimliliği arttıramama
Fırsatlar	Tehditler
Mevcut ürün ve hizmetlerin verimliliğini arttıracak maliyetleri düşürme	Müşteri ve pazar kaybı
Teknoloji konusunda uzman işgücünden yararlanma	Finans konusunda uzman işgücü kaybı
Değişken müşteri ihtiyacı ve yeniliklere ayak uydurma	Bilgi güvenliği

Kaynak: Çağıl ve Candemir, 2020

2.9.1. Türkiye'de Fintek Uygulamaları

Türkiye, Asya ve Avrupa'nın kesiştiği bir yer olması niteliğiyle ticaretin en önemli olduğu bölgelerden biridir. Türkiye'nin ticaret kollarına bakıldığında aktif büyüklüğünde son 15 yılda %20 oranında büyüme kaydetmiştir. Türkiye'de 2000 yılların başında nüfusun %9'u kredi kartı kullanıyor iken günümüzde bu oran %40'lara yükselmiştir. Avrupa'da İlk temassız kredi kartını veren ülkede 2006 yılında Türkiye olmuştur (Akkan, 2018).

Türkiye'de faaliyet gösteren fintek uygulama şirketleri şunlardır:

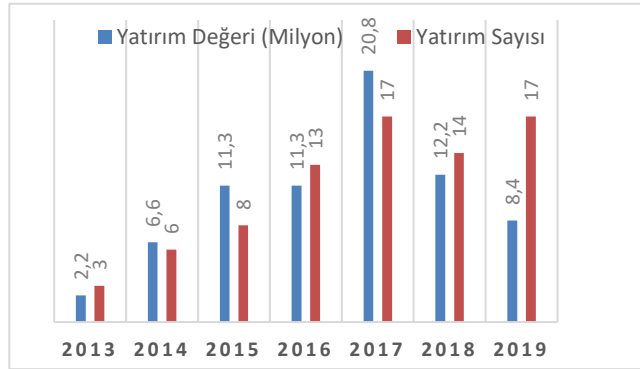
Tablo 5. Türkiye’de faaliyet gösteren fintek uygulama şirketleri

Faaliyet alanı	Firma örnekleri
Ödeme	Hepsipay, İPara, MokaPOS, Paratika Pratik İşlem, Payguru, Ödeal İşyerim, İyzico
Bankacılık	BKM Express, Mobilexpress, Paycell, Vodofone cep cüzdan
Kredi	Fanaliz, Findeks Tarfin Tekkredi Türk Finansman, Serbest Vade
Kurumsal kredi	Aymada, Bi Fatura, Bizim Hesap Defter, Logo, Uzman Vergi
Sigorta	Bisigortacı, Sigorta Dükkânım, Sigortam.net, tamamlayıcı Sağlık
Kitle fonlama	Arıkovani, Buluşum, E-Bursum
Yatırım şirketleri	Arya, Rasyonet, Infina, Miks
Kişisel finans yönetimi	Artı Para, Familup, Finansal ajanda
Varlık yönetimi	AkıllıBES, Digifin, Veri zekâ
Portföy yönetimi	Lundes
Büyük veri	Finmetrik, Verimetik, Endeksa, Reidin
Merkezlere ve diğerleri	Fintch İstanbul
Kripto para	Bitlo, Digilira, Gobaba
Muhasebe	Paraşüt

Kaynak: Aktuğ, 2020

2.9.2. Türkiye’de Fintek Yatırımlarının Gelişimi

Türkiye’de fintek yatırımlarının gelişimi Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Türkiye’de yıllar itibarıyla fintek yatırımları

Kaynak: Türkiye’de ve Dünyada Fintech Raporu, 2019

Türkiye’de fintek yatırım sayısı ve yatırım değeri 2013 yılından 2017 yılına kadar sürekli artış göstermiştir. 2013 yılında yatırım değeri 2,2 milyon TL iken 2017 yılında yaklaşık 21 milyon TL’ye yükselmiş, 2019 yılı itibarıyla 8,4 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıllarda yatırım yapan firma sayısı ise 2013’te 3 iken 2017’de 17’ye yükselmiş, 2019 yılında da 17 firma fintek alanına yatırım yapmıştır.

2.9.3. Türkiye’de Finteklerin Geleceği

Türkiye’de fintek sektörünün yıllık %14 oranında büyüme göstermesi beklenmektedir. Türkiye’de bankacılık sektörü ve fintek sektörünün birlikte büyüyeceği düşünülmektedir. Fintek uygulaması ile birlikte bankaların kendini geliştirmesi, bankaların fintek sektörüne yaptıkları yatırım ile beraber ise fintek piyasasının büyümesi hedeflenmektedir. Ayrıca İstanbul Finans Merkezi vizyonunun da Türkiye’deki fintek

uygulamalarını olumlu etkileyeceği öngörülmektedir (Deloitte Türkiye, 2017).

3. Bankacılık Sektöründe ve Türkiye’de İslami Fintek

3.1. İslami Fintek

Fintekten doğan her türlü finansal ürün veya hizmetin İslami kurallara uygun olması, teknoloji ile İslami finansın bir araya gelmesidir (Ali vd., 2019).

İslami fintekin yaygın olduğu ülkeler genellikle nüfusunun, büyük çoğunluğu Müslüman kişilerden oluşan ülkelerdir. Ancak gayri Müslim nüfusun çoğunluğu oluşturduğu ülkelerde de İslami fintek kullanıcıları olarak işlem görüp büyümek isteyen İslami fintekler bulunmaktadır. İslami fintek kullanımının yaygınlaşması için fintekin yeniliğe açık olması, sadece Müslüman toplumlara değil tüm dünya toplumlarına hizmet vermesi gerekmektedir (Rabbani ve Khan, 2020b).

3.2. Bankacılık Sektöründe İslami Fintek

Günümüzde bankalar finans ağırlıklı olarak risk transferi ve yüksek risk barındıran işletmelerdir. İslami bankalarda ise gerçek risk oranı düşüktür. İslami bankalar, geleneksel bankalara oranla daha düşük maliyetli ürünlerle müşterilerine hizmet vermektedir. İslami bankalar hizmeti ve elindeki teknolojiyi kullanabilme adına bu zamanda fintek uygulamasına başvurarak fintek veri tabanlı çözümler üreterek İslami bankacılıkla uyumlu bir hale gelmiştir (Hasan vd. 2020).

3.3. Türkiye’de İslami Fintek

Ülkemizde İslami fintek’in ortaya çıkışı özellikle 2008 yılında yaşanan küresel krizden sonrasında tekabül etmektedir. Ancak esas gelişimini 2015 yılı sonrası Türkiye’de fintek piyasasının ivme kazanması ile yaşamıştır. Bu tarihten sonra birçok İslami fintek firması ve ürünü ortaya çıkmıştır. 2019 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 300 adet İslami fintek firması bulunmaktadır. Ancak uluslararası raporlarda, katılım bankalarına ait olanlar hariç üç temel firma yer almaktadır (Demirdöğen, 2020a).

Türkiye güncel durumda İslami işlem hacmine göre dünyada Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Malezya ve Kuveyt ile birlikte dünyadaki en iyi altı pazardan biridir (Global Islamic Fintech Report - GIFR, 2021). Türkiye’nin 2020 yılı İslami fintek pazarının tahmini büyüklüğü 2.647 milyon dolar iken bu oranın her yıl %22,5 artarak 2025 yılında 7.317 milyon dolara ulaşması beklenmektedir (GIFR, 2021).

Türkiye, yönetmelik, altyapı, yetenek, sermaye ve İslami fintek pazarı kategorileri esas alınarak oluşturulan İslami fintek endeksi alanında dünyada 33,8 puanla 21.sırada yer almaktadır. Sıralamada Malezya 87 puan ile birinci, S. Arabistan ikinci, BAE üçüncü sırada yer almıştır.

Tablo 6. 2020 yılı İslami Fintek endeksi sıralaması

Sıralama	Ülkeler	Puanlama
1.	Malezya	87.0
2.	S. Arabistan	75.5
3.	B.A.E.	70.1
4.	Endonezya	65.8
5.	Britanya	55.6
6.	Bahreyn	53.7
7.	Kuweyt	48.0
8.	İran	45.8
9.	Pakistan	44.0

10.	Katar	43.9
11.	Ürdün	41.3
12.	Singapur	40.6
13.	ABD	40.0
14.	Hong Kong	38.2
15.	Umman	37.7
16.	Avustralya	35.4
17.	İsviçre	35.3
18.	Kanada	35.2
19.	Bangladeş	34.8
20.	Lüksemburg	34.3
21.	Türkiye	33.8
22.	Nijerya	32.6

Kaynak: GIFR, 2021

3.4. Avrupa'da İslami Fintek

Fintek daha çok gelişmiş ülkelerde görülmektedir. Dünyada finans alanında en çok gelişmiş olan ülkeler Amerika ve İngiltere'dir. Fintek dağılımı yaparken ülkelerin finans yapıları göz önünde alındığı için fintek uygulaması dağılımının bu ülkelerde daha fazla olduğu belirlenmiştir. Finteklerin, finansal desteğin yoğun, parasal genişlemenin yeterli düzeyde bulunduğu piyasalarda daha fazla gelişme göstermesi beklenmektedir. Avrupa'da da İslami finteklerin gelişmiş ülkeler ve ekonomilerde olması beklenmektedir. Özellikle finans piyasalarının gelişmiş olduğu İngiltere'de daha fazla işlem yapıldığı görülmüştür. İslami fintek Avrupa'da kendi kurallarına uygun olarak finans yatırımları yapmakta ve bundan sonra daha fazla yatırım yapmak için alt yapısını güçlendirmektedir (Demirdöğen, 2020b).

3.5. İslami Fintekin Dünyadaki Genel Durumu

Covid-19 pandemi sürecinin etkisi ile birlikte 2020 yılı fintek sektörü açısından büyük bir sıçrama yılı olmuştur. Özellikle uzaktan çalışma, evden çalışma gibi zorunlu durumlar nedeniyle fintek sektörü olumlu etkilenmiştir. 2020 yılı İslami fintek işlem hacmi yaklaşık 50 milyar dolardır. Bu oran genel fintek piyasasının binde yedisi gibi küçük bir oranı temsil etmektedir. Ancak İslami fintekin geleneksel fintekten daha hızlı bir oranda büyüyeceği öngörülmektedir (GIFR, 2021).

İslami fintek sadece Müslüman nüfusun fazla olduğu ülkelerde değil gayri Müslüm nüfusunun yoğun olduğu ülkelerde de artış göstermektedir. Dünyada 2020 yılı sonu itibarıyla 241 adet İslami fintek firması bulunmaktadır.

3.6. İslami Fintek'in Sağlaması Beklenen Muhtemel Avantajları

Aşağıda İslami fintekin sağlaması beklenen fırsatlar sıralanmıştır (Rabbani vd., 2020a):

- Düşük maliyetli finansmanla hizmet sağlar,
- Daha şeffaf, ulaşılabilir, yenilikçi ve kolaylıkla kullanılabilir ürün ve hizmetler sunar,
- Kayıt dışı ekonominin ortadan kalkmasını sağlar,
- Yatırma yönelik fırsatlar sunar, zaman tasarrufu sağlar,
- Katılım bankalarının ulaşamadığı müşterilere ve firmalara ulaşarak finans sektörünü tamamlayıcı bir nitelik gösterir,
- İslami fintek sayesinde, katılım bankaları sadece Müslüman halka değil, tüm insanlığa hitap edip başka ülkelerde hizmet vererek pazar payını artırıp ülke ekonomisine katkı sağlar,

- Müşteriler tüm İslami finans işlemlerini tek elden yürütme olanağı kazanır (Ernst&Young Türkiye, 2018),
- Şeri kurallara uygun ürünler çıkararak yatırımcılarına güvenle işlem yapma olanağı sunar,
- Müşterinin kuruma olan bağlılığı artar.

Katılım bankaları genel itibarıyla konvansiyonel bankalarla rekabet etmekte sorun yaşamaktadır. Ayrıca müşterilerine sundukları ürünlerde genellikle konvansiyonel bankaların ürettiği ürünleri katılım bankacılığına uygulayarak hizmet verirler. Bu durum katılım bankalarının yaptığı işlemlerde kafa karışıklığına yol açmaktadır. İslami fintek hem konvansiyonel bankalarla rekabet edilebilmek hem de şeri ilkelere uygun risk paylaşımını esas alan ürünler çıkarabilmek için İslami fintekin sağlayacağı avantajları değerlendirmelidir.

3.7. İslami Fintek'in Aşması Gereken Zorluklar

İslami fintek yukarıda saydığımız avantajları yanında, yatırımcılar, bankalar ve diğer finans kuruluşları için bünyesinde birçok risk barındırmaktadır. Bu riskler aşağıdaki gibidir (Rabbani vd., 2020b):

- İslami fintek alanında yetişmiş, eğitilmiş personel eksikliği bulunmaktadır. Bu durum sektörün gelişimini olumsuz etkilemektedir,
- Yatırımcıları koruyacak yasal düzenlemeler henüz yürürlüğe girmemiştir. Bu durum yatırımcıları hem mağdur etmekte hem de yeni yatırımcıların sektöre girmesinde çekince oluşturmaktadır,
- Alanda faaliyet gösterecek kurum kişi ve aracılardan sıkı bir denetimden geçmemesi, lisanslama belgesi olmadan işlem yapılabilmesi, arkasında kanuni bir dayanak olmaması gelecekte büyük mağduriyetlere yol açabilir,
- Oldukça yeni bir alan olan İslami fintek ve fintek alanında toplumun genelinde yeterli bir farkındalığın olmaması,
- Fintek firmaları ve işlemlerinin kontrol edilmesinde yaşanan zorluklar,
- İslami fintek ürünleri ve işlemlerinde şeri uyumun henüz sağlanamaması,
- Verilerin korunması, bilgi güvenliği ve siber saldırılar karşısında yeterli altyapının oluşturulamaması,
- Bankaların, bu kurumları rakip olarak görmesi ve gelişimlerinden rahatsızlık duymaları (Ernst&Young Türkiye, 2018)

Yatırımcıların, bir yatırım aracı ve ödeme aracından daha ziyade yüksek düzeyde gelir elde etmek amacıyla kripto paralar gibi alanları bilinçsiz bir şekilde kullanmasıdır.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Dünyada artan Müslüman nüfus ve küresel İslami finans sektöründe yaşanan artış hızı dikkate alındığında İslami finans araçlarına ve hizmetlerine olan ihtiyacın artacağı öngörülmektedir. Günümüzde özellikle genç nüfusun teknoloji ile olan yakın ilişkisi, mekândan yoksun tamamen dijital ortamlarda işlem gören finansal varlıkları öne çıkarmıştır. Bu anlamda fintek ve şer'i kuralları esas alan İslami fintek, gelecekte ortaya çıkacak dijital ihtiyaçları karşılamada önemli bir yer bulacaktır.

Covid-19 pandemisi dönemi her sektörde olduğu gibi finans piyasasında da önemli değişikliklere yol açmıştır. Özellikle kişiler arası temasın azalması ile birlikte dijital finans platformu olan fintekler ve İslami fintekler daha fazla kullanılmaya ve benimsenmeye başlanmıştır.

İslami fintek, İslami finans kuruluşları için büyük fırsatlar ve tehditler barındırmaktadır. En önemli fırsatlardan biri 1960'larda finans sektörüne giren bu kuruluşlar, genellikle konvansiyonel finans kuruluşlarının kullandığı finans ürünlerini İslami finansa dönüştürerek veya risk paylaşımından ziyade risk transferini anımsatan mudaraba ve kiralama

icara ürünleri ile hizmet vermektedir. İslami fintekler faizsiz finans kuruluşlarına hem pazar paylarını artırma imkânı sunacak hem de risk paylaşımı içeren mudaraba ve müşareke ürünlerini daha fazla kullanma imkânı verecektir.

Ayrıca İslami fintek, müşterilerine; daha konforlu, düşük maliyetli, şeffaf, erişilebilir, inovasyona uygun ürünler, lokasyon veya başka nedenlerle bankacılık hizmeti alamayan kişilere ulaşma, finansın tabana yayılması, tasarruf artışı, araçları ortadan kaldırma ve kitle fonlaması sağlama imkânı sunarlar.

Yukarıda sıraladığımız bu avantajlarına rağmen İslami fintekler bünyesinde çok büyük riskler de barındırmaktadır. Özellikle yeni bir alan olması nedeniyle dünya genelinde yasal sınırlamalar, standartlar ve düzenlemeler henüz tamamlanmadığı için yatırımcıların büyük mağduriyetler yaşamasına, kötü niyetli insanlar tarafından suiistimal edilmelerine yol açmaktadır.

Bir diğer konu alanın yatırımcılar tarafından tanınmaması, yeterli İslami fintek okuryazarlığına sahip olunmamasıdır. Yatırımcıların bilinçsiz yatırımları, bu sektörü kısa vadeli gelir sağlama alanı görmeleri insanların büyük zararlara uğramalarına yol açmakta, bu durum toplumsal sorunlara sebep olmaktadır. Toplumda İslami fintek ile ilgili farkındalığı oluşturmak için İslami fintek okuryazarlık eğitimlerinin verilmesi gerekmektedir.

Diğer önemli eksiklik ve riskler ise; kara para aklama riski, suiistimal, finansal altyapı eksikliği, lisanslama eksikliği, siber suçlar, şer'i fetva eksikliği ve veri güvenliğidir.

Sonuç olarak dijitalleşmenin hayatımızda her geçen gün artan etkisini dikkate aldığımızda, gelecekte İslami fintek sisteminin var olması kaçınılmazdır. Ülke olarak bu alandaki eksiklikleri, suiistimal oluşturacak alanları ortadan kaldırarak bu sistemdeki fırsatları değerlendirip pazar payımızı artırmalıyız.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Tüm bölümler, yazarlar tarafından ortak olarak yazılmıştır.

Çatışma Beyanı

Çalışmada yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Destek Beyanı

Bu çalışma için herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Kaynaklar

- Akkan, M. M. (2018). *Dünya'nın yükselen yıldızı fintech uygulamaları ve Türkiye*. Konya Ticaret Odası Araştırma Raporu.
- Aktaş, S. S. (2020). Development of fintech sector in Turkey. *Journal of Economics and Related Studies*, 2(3), 487-499.
- Aktürk, B. (2021, 9 Nisan). *Fintek tarihi ve Türk bankacılık sektöründeki yeri*. Erişim adresi: <https://katilimfinans.com.tr/fintech-ve-dijitallesme/fintek-tarihi-ve-turk-bankacilik-sektorundeki-yeri-h13215.html>
- Ali, H., Mohamed, H., Hashmi, H. S. ve Abbas, M. H. (2019). Global landscape of the Islamic fintech: opportunities, challenges and future ahead. *COMSATS Journal of Islamic Finance*, 4(2), 29-53.
- Ashton, K. (2009). That 'internet of things' thing. *RFID Journal*, 22(7), 97-114.
- Bakan, İ. ve Şekkel, Z. H. (2019). Blok zincir teknolojisi ve tedarik zinciri yönetimindeki uygulamaları. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 2847-2877.

- Beşil, E. Yazıcı ve S. Canko, S. (2018, 10 Nisan). *Türkiye fintech ekosisteminin sürdürülebilir gelişimi için 23 öneri*. Bankalararası Kart Merkezi. Erişim adresi: https://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2018/02/EY_T%C3%BCrkiye-Fintech-Ekosisteminin-%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilir-Geli%C5%9Fimi-i%C3%A7in-23-%C3%96neri.pdf.
- Bozuyük, T., Gökçe, İ., Yağcı, C. ve Akar, G. (2005). *Yapay zeka teknolojilerinin endüstrideki uygulamaları*, Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Elektrik Programı. Erişim adresi: <http://tektasi.net/wp-content/uploads/2014/01/yapay-zeka-teknolojilerinin-end%C3%BCrstrideki-uygulamaları.pdf>.
- Buchak, G., Matvos, G., Piskorski, T. ve Seru, A. (2018). Fintech, regulatory arbitrage, and the rise of shadow banks, *Journal of Financial Economics*, 130(3), 453-483.
- Çağıl, G. ve Candemir, G. (2020). Türk bankacılık sektörünün fintek'ler karşısında A'WOT analizi, *Maliye ve Finans Yazıları*, 113, 207-238.
- Deloitte Türkiye. (2017). *Türkiye fintech ekosistemi*. Erişim adresi (10.04.2021): <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/finance/articles/fintech-ecosystem-in-turkey.html>.
- Demirdöğen, Y. (2020a). İslami fintek ekosistemi üzerinde bir değerlendirme. *Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 63-99.
- Demirdöğen, Y. (2020b). Avrupa'daki İslami fintek ekosisteminin analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(4), 469-481.
- Dorfleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M. ve Weber, M. (2017). *Definition of fintech and description of the fintech industry. FinTech in Germany*, Springer. International Publishing AG.
- Erdamar, B. (2021, 11 Nisan). *Merkez bankaları dijital paraları ve kripto paralar ekosistemi*. Erişim adresi: <https://katilimfinans.com.tr/merkez-bankalari-dijital-paralari-ve-kripto-paralar-ekosistemi-makale,12674.html>.
- Ernst&Young Türkiye. (2018). *Türkiye fintech ekosisteminin sürdürülebilir gelişimi için 23 öneri*. Ernst & Young Global Limited.
- Fintech İstanbul (2019). *Türkiye'de ve Dünya'da fintech 2019 raporu*. Bankalararası Kart Merkezi. Erişim adresi (10.04.2021): https://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2015/06/Turkiyede_ve_Dunyada_Fintech.pdf.
- Genç, S. ve Küçükçolak, R. A. (2020). Türkiye'de fintek sektörü. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Working Paper Series*, 1(1), 48-60.
- Hasan, R., Hassan, M. K. ve Aliyu, S. (2020). Fintech and Islamic finance: Literature review and research agenda. *IJIEF: International Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(1), 75-94.
- İyzico Team, (2019). Nesnelerin interneti (internet of things) nedir? İyzico Engineering Team. Erişim adresi (10.04.2021): <https://www.iyzico.com/blog/nesnelerin-interneti-internet-of-things-nedir>
- LeCun, Y., Bengio, Y. ve Hinton, G. (2015). Deep learning. *Nature Review Insight*, 521, 436-444.
- Leong, K. Sung, A. (2018). Fintech (financial technology): what is it and how to use technologies to create business value in fintech way? *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(2), 74-78.
- Panetta, K. (2017). *Cloud computing enters its second decade*. Erişim adresi (09.04.2021): <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/cloud-computing-enters-its-second-decade/>.
- Pollari, I. (2016). The rise of fintech opportunities and challenges. *JASSA: The Journal of the Securities Institute of Australia. Financial Services Institute of Australasia*, 3, 15-21.
- Rabbani, R. M., Bashar, A. ve Khan, S. (2020a). Agility and fintech is the future of Islamic finance: a study from Islamic banks in Bahrain. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 6955-6957.
- Rabbani, M. R., Khan, S. ve Eleftherios, I. T. (2020b). Fintech, blockchain and Islamic finance: an extensive literature review". *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(2), 65-86.
- Sucu, İ. (2019). Yapay zekânın toplum üzerindeki etkisi ve yapay zekâ (A.I.) filmi bağlamında yapay zekâyâ bakış. *Uluslararası Ders Kitapları ve Eğitim Materyalleri Dergisi*, 2(2), 203-215.



Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

<https://dergipark.org.tr/pub/aruibfdergisi>



Bretton Woods sonrası dönemde küreselleşme ve neoliberalizm hareketlerinin ekonomik krizlere etkisi

The effect of globalization and neoliberalism movements on the economic crisis in the post-Bretton Woods era

Hakkı Polat^{a*}, Hale Eda Akduru^b

^a Öğr. Gör. Dr., Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Kurumsal Gelişim ve Planlama Ofisi, Ankara, Türkiye, hakkipl1@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7640-849X

^b Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Üniversitesi, Milas MYO, Muğla, Türkiye, haleedaakduru@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4022-2364

MAKALE BİLGİSİ

Makale geçmişi:

Başvuru: 3 Mart 2021

Kabul: 28 Mayıs 2021

Anahtar kelimeler:

Hayali Sermaye,
Ekonomik Kriz,
Küreselleşme,
Liberalizm,
Kapitalizm

Makale türü:

Derleme makale

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 3 March 2021

Accepted: 28 May 2021

Keywords:

Fictitious Capital,
Economic Crisis,
Globalization,
Liberalism,
Capitalism

Article type:

Review article

ÖZET

Bu çalışmada kapitalizm, küreselleşme ve liberalizm kavramlarının eleştirel bir boyutta incelenmesi amaçlanmıştır. Küreselleşme ve neo-liberalizm, dünyanın farklı bölgelerinde yaşanan farklı şartların ortaya çıkardığı kavramlardır. Ancak dönem dönem dünyanın bir bölgesinde yaşanan ekonomik bir şokun dünyanın başka bir yerinde hissedilmesinin temel sebepleri arasında gösterilmişlerdir. Bilimsel aydınlanma, keşifler ve sömürgeler sayesinde çağımızda kapitalizm kendisini mevcut sistemin (ekonomik, siyasal ve kültürel) merkezine konumlandırarak mutlak hegemonyasını ilan etmiştir. Küreselleşme ve neo-liberalizm kavramları her ne kadar insanların büyük bir kısmı için ekonomik açıdan olumlu çağrışımlar yaratsa da neden-sonuç bağlamında geleceğin belirsizliğinde, büyük tehditleri ve yıkımları tetikleyebilecek tehlike potansiyeline de sahiptir. Nitekim bu çalışma neticesinde, tarihsel süreçte merkantilizmden vazgeçilmesinin ardından devam eden liberalleşme sürecinin Bretton Woods Antlaşmasıyla başka bir boyut kazandığı görülmüştür. Bu sistemin 2008 yılında modern dünyanın gördüğü en büyük ekonomik krizlerden birinin yaşanmasına sebep olması dolayısıyla, mevcut sistemlerin gelecekte tekrar ciddi problemler yaratabilme potansiyeline sahip olduğu kanısına varılmıştır.

ABSTRACT

In this study, it is aimed to critically examine the concepts of capitalism, globalization and liberalism. Globalization and neo-liberalism are concepts created by different conditions in different parts of the world. However, they were shown among the main reasons of the economic shocks experienced in one part of the World Thanks to scientific enlightenment, discoveries and colonies, capitalism has declared its absolute hegemony by positioning itself at the center of the current system (economic, political and cultural). Although the concepts of globalization and neo-liberalism create positive economic connotations for the majority of people, they also have the potential of danger in the uncertainty of the future in the context of cause and effect that can trigger major threats and destruction. As a result of the study, it was seen that the liberalization process that continued after the abandonment of mercantilism in the historical process gained another dimension with the Bretton Woods Agreement. Since this system cause done of the biggest economic crises in the modern world in 2008, it has been concluded that existing systems have the potential to create serious problems again in the future.

* Sorumlu yazar / Corresponding author

E-posta / E-mail: haleedaakduru@mu.edu.tr

Atf / Citation: Polat, H. ve Akduru, H. E. (2021). Bretton Woods sonrası dönemde küreselleşme ve neoliberalizm hareketlerinin ekonomik krizlere etkisi. *Ardahan Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(1), 76-82.

1. Giriş

Bilimsel aydınlanma, keşifler ve sömürgeler sayesinde kapitalizm, günümüzde kendini mevcut sistemin (ekonomik, siyasal ve kültürel) merkezine konumlandırmayı başarmıştır. Samir Amin'in (1993), "Liberal Ütopya ve Onun Mucize Reçetesi" (Pazar ve Demokrasi) diye tanımladığı anlayış, bu hegemonyanın kurulabilmesi için olmazsa olmaz araçlardan biri olan "Küreselleşme" (Homojenleşme) kavramını kullanmaktadır.

Sosyolog Roland Robertson (1992), küreselleşmeyi; dünyanın bir bütün olarak bilinçliliğinin güçlendirilmesi, olarak tanımlamıştır. Başka bir sosyolog olan Anthony Giddens (1990), küreselleşmeyi "Dünyanın yoğunlaştırılması; farklı yerel özellik ve yerel olayların dünyanın çok uzak başka bir noktasında meydana gelecek başka olaylarla şekillenerek birleşmesidir" şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanımlar; fiziksel olarak aradaki mesafelerin aşılma sürelerinin kısalması ve iletişim araçları sayesinde sosyal ve kültürel aktarımların hızlanması şeklinde iki durum ortaya çıkarmıştır. Bu gelişmeler de dünyayı "global bir köy" haline getirmiştir.

Küreselleşmenin etkilerine yoğun şekilde maruz kalan günümüz insanı, doğal olarak kendisini dünyanın farklı yerlerinde yaşayan insanlarla daha yakın hissetmektedir. Bu durumun avantajları olduğu gibi dezavantajları da vardır. Dolayısıyla bu yaşam şekli insanlara fırsatlar sunduğu gibi tehditler de oluşturmaktadır. Yani aslında günümüz dünyası hem faydalı hem de ağır zararlar oluşturabilecek bir alışım ve iletişim ağı üzerine kendini inşa etmeye devam etmektedir. Ancak nihayetinde, günümüzde, farklı toplumların sahip olduğu bilgi ve birikimi bir arada barındıran bir insan tipi oluşmuştur.

Amin (1993), küreselleşmenin, toplumların sahip oldukları sermaye ve kültür birikimlerinin başka toplumlara aktarılmasına hizmet ettiğini düşünmektedir ve bunun gerekeşi olarak neo-liberal ekonomi argümanlarını kanıt göstermektedir. Yani küreselleşmenin bir ilişkiler ağı yaratarak birikimlerin bu ağ üzerinden toplumlar arasında yayıldığını söylemiştir. Küreselleşme ve neo-liberalizm kavramları her ne kadar insanların büyük bir kısmı için ekonomik açıdan olumlu çağrışımlar yaratsa da neden-sonuç bağlamında düşünülürse geleceğin belirsizliği içinde, büyük tehditleri ve yıkımları tetikleyebilecek tehlike potansiyeline de sahiptir. Küreselleşme ve neo-liberalizm, dünyanın farklı bölgelerinde yaşanan farklı şartların ortaya çıkardığı kavramlardır. Ancak bazı dönemler dünyanın bir bölgesinde yaşanan ekonomik bir şokun dünyanın başka bir yerinde hissedilmesinin temel sebepleri arasında gösterilmişlerdir.

Küreselleşme kavramı, çok geniş bir alanı kapsayan ve işin içine salt ekonomik ve siyasal gelişmeleri değil, askeri, kültürel ve sosyal realiteyi de katan, nihayetinde çok boyutlu bir gerçekliğe vurgu yapmakta olan bir kavramdır. Ekonomik rasyonalizm hiç şüphesiz ki, bu fenomenin ağır basan yanındır. Bu açıdan bakınca küreselleşmeyi kapitalizmden soyutlamak mümkün görünmemektedir. Özellikle Marksist bakış açısı, olaya sömüren-sömürülen açısından bakmakta, kapitalizmin doğası gereği yayılmaya, genişlemeye ve uluslararası bir nitelik kazanmaya yatkın olduğuna işaret etmektedir (Duman,2011).

Siyasal boyutuyla küreselleşme, ulusal toplum ve ulusal devlet mekanizmalarının yerine başka kurum ve bağlantıların geçmesi biçiminde tanımlanabilmektedir (Çiççi, 2008).

Genel olarak küreselleşme kavramı etrafında yapılan çalışmaları iki başlık altında toplayabilmek mümkündür. Bunlardan ilki, doğrudan küreselleşme sürecinin tarihçesi ile ilgilidir. Kavram son yıllarda sıklıkla kullanılmasına rağmen küreselleşme olgusunun çok eski bir geçmişe sahip olduğunu düşünenlere karşın, bu olgunun yepyeni bir tarihsel gerçekliğe tekabül ettiğini düşünenler arasında ikili bir ayrım olduğu söylenebilir.

İkinci okuma biçimi ise küreselleşmenin demokratikleştirme, özgür seyahat ve daha fazla refah gibi olanaklar sağladığını düşünen iyimser yaklaşımın karşısında büyük oranda eşitsizlik, yoksulluk, çevre kirliliği vb. felaketler yaratmak yolu ile dünyayı gün geçtikçe geri dönülmesi güç bir duruma soktuğunu düşünen gerçekçi yaklaşım arasındaki karşıtlıktır (Kökalan Çımrın, 2009).

Özellikle geçtiğimiz yüzyılda aradaki mesafelerin hızlı iletişim teknolojileri sayesinde bir nevi yok olmasının bir sonucu olarak insan tecrübeleri de artık küreselleşmiştir. Bu durum önemlidir çünkü ticaretin temelini oluşturan uzmanlaşmış emeğin bir bölgeden başka bir bölgeye aktarılması geçmişe nazaran çok daha kolay bir hale gelmiştir. Yakın geçmişteki gelişmeler sayesinde hem uzmanlaşmış insan emeği hem hammadde kaynakları hem de bilgi ve kültür birikimleri artık çok hızlı bir şekilde dünyanın bir noktasından başka bir noktaya ulaştırılabilmektedir. Bu çalışma bu noktadan hareketle yakın geçmişimizdeki küresel sosyoekonomik sistemin sonuçlarını değerlendirmek üzere hazırlanmıştır. Küreselleşmenin sağladığı hızlı bilgi ve teknoloji akışı özellikle Bretton Woods sonrası dönemde neo-liberal pazar anlayışının tüm dünyaya egemen olmasını sağlamıştır. Bu oluşum insanlara büyük avantajlar sağladığı gibi yıkıcı sonuçların ortaya çıkmasına da neden olmuştur. Nitekim 2008 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) yaşanan ve modern dünyanın gördüğü en büyük ekonomik krizlerden biri olarak değerlendirilen 2007-2008 Küresel Finansal Krizi bunun en güncel örneğidir. Bu çalışma Bretton Woods Konferansı sonrası yaşanan gelişmeleri eleştirel bağlamda inceleyerek literatüre katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

2. Küreselleşme Arzusu ve Sonuçları

Küreselleşme arzusu, Anthony Giddens'in (1990) tabiriyle dünyayı global bir köy haline getirmek için sürdürülen çabaların kaynağı olarak tanımlanabilir. Bu arzu, Küreselleşme çabalarının özellikle Batılı devletler tarafından uzun yıllar aralıksız sürdürülmesini sağlamıştır. Tüm bu çabaların ürünü olan Küreselleşmenin yarattığı en önemli sonuçlardan bir tanesi sermaye birikimi hareketleridir. Immanuel Wallerstein (1974), kapitalizmin doğası gereği sermaye birikimi hareketleriyle mevcut ekonomik kaynakları merkezileştirme eğiliminde olduğunu ifade etmiştir. Yine Wallerstein (1974) 16. ve 17.yüzyıllarda başlayan sermaye birikimi hareketlerinin, günümüz dünya ekonomik sisteminin temelini oluşturduğunu; Kapitalist sistemin kökenlerinin ise yaklaşık 500 yıllık bir geçmişe sahip olduğunu belirtir. Ancak, Max Weber'in de belirttiği gibi, sadece sermaye birikimi hareketleri üzerinden yapılacak bir tanım, mevcut ekonomik sistemi tanımlamada yetersiz kalmaktadır. Weber, iktisadi sistemin temelini; din ve insan davranışları üzerine inşa edildiğini düşünmektedir. Bu nedenle; dinden ve sosyolojiden bağımsız bir ekonomik sistem tanımının eksik bir tanım olacağı söylenebilir. Weber, Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu kitabında (2013), modern ekonomiyi şekillendiren unsurların sadece "zengin" olma arzusuyla tanımlanamayacağını, bu sistemin, insanın din, ahlak, dünya görüşü ve kişiliğiyle beraber değerlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Weber, temelinde insan sosyolojisi olan ve bireyin şekillendirdiği bir yapıyı açıklamak için insanın sosyal davranışlarını anlamının gerekli olduğunu sıklıkla vurgulamıştır. Weber'in bu görüşleri kapitalizm bağlamındaki sermaye birikimi hareketlerini tanımlama açısından önemlidir.

Samir Amin (1993), "İktisadın yasaları fiziğin yasalarına benzer" demiştir. Sermayenin Batı medeniyetlerinde birikmesi; doğal olarak üretim ve ticaretin de bu bölgelerde yoğunlaşmasına sebep olmuştur. Konu, âdemi merkezîyetçilik ilişkileri içerisinde incelendiğinde; fizikteki momentum prensiplerine benzer bir yapının olduğu söylenebilir. Fizikte; merkezde

meydana gelen bir etkinin çevreye yayılması en temel prensiplerden bir tanesidir. Dolayısıyla Batı’da meydana gelen siyasal, kültürel ve ekonomik bir olayın etkisinin çevreye yayılması beklenir (veya tam tersi olarak çevrede başlayan bir olayın etkisinin merkeze doğru ilerlemesi beklenir). Sermayenin merkeze aktarılması için ticari bir sisteme ihtiyaç vardır. Bu sistem aynı zamanda ekonomik olayların etkilerinin merkezden çevreye yayılmasında en önemli kanaldır (Kaminsky, 2003). Yani merkezde meydana gelen bir olay (ekonomik, siyasi ya da kültürel) momentum etkisi yaratarak çevreye de yayılmaktadır. Kökleri 1944 yılındaki Bretton Woods Anlaşmasına kadar dayanan mevcut küresel finansal sistem devreye alındığı dönemden bu yana birçok ciddi krizle karşı karşıya kalmıştır ki bu problemler, kurulacak en mükemmel sosyo-ekonomik düzende bile olması beklenen problemlerdir. Çünkü insan davranışlarının çoğu zaman rasyonel değil, irrasyonel olması beklenir. Benzer şekilde yaşanan 2007-2008 Küresel Finansal Krizi, mevcut sistemin ve yaratıcılarının maruz kaldığı en ciddi sınavlardan biri olmuştur. 1980’li yıllardan itibaren kapitalizmin yeniden yapılandırılması postmodernizm ile iç içe geçerek, küresel düzeyde dolaşımı olanaklı kılabilecek olan Post-Fordist, üretim ve tüketim stratejisine dayanır. Postmodernizmin ileri sürdüğü argümanlar, küresel kapitalizmin yarattığı kaotik toplumsallık durumunu pasifçe yansıtarak, bu durumu ideolojik olarak meşrulaştırmaya çalışmaktadır (Tarhan, 2012).

3. Neo-Liberalizm Anlayışının Gelişimi ve Sonuçları

19. yüzyılın başlarında özellikle kıta Avrupa’ında pazarların fiziksel sınırları ortadan kaldırılarak liberal ve rekabetçi pazarlar oluşturulmuştur. Söz konusu liberal pazar anlayışı, iki taraflı kazanım sağlama, daha fazlasına kazanma ve kendisine rakip olabilecek oyuncuları devre dışı bırakma prensipleriyle piyasa yapısını şekillendirmiştir. Neo-liberalizm ise 19. yüzyıldaki aslı ile benzer yönde, ancak eleştirel olarak, 20. yüzyıldaki liberalizm akımının selevi konumundadır. Klasik liberalizm, 20. yüzyılın başında, Avusturya Ekonomi Okulu, Londra Ekonomi Okulu, Ekonomik İşler Enstitüsü, Politika Çalışmaları Merkezi, Adam Smith Enstitüsü, Walter Euchan Ekonomi Okulu, Franz Bohem Enstitüsü ve Stanford Üniversitesi’ndeki Hoover Enstitüsü gibi alanında güçlü nüfuz sahibi merkezlerde daha kesin bir neo-liberal ideolojiye dönüştürülmüştür. Bununla birlikte, neo-liberalizmin entelektüel sermayesi şüphesiz Chicago Ekonomi Okulu’dur. Bu okuldaki etkili düşünce takımının kurucusu, 20. yüzyılın, liberalizm akımının oluşmasındaki en büyük katkının, aktif ve yaratıcı bireylerden meydana gelebileceğini savunan Frank H. Knight olmuştur. Knight’ın bu görüşleri, Milton Friedman, George Stigler, James Buchanan, Gary Becker ve Robert Lucas gibi ikinci jenerasyon liberalistler tarafından benimsenmiş ve sürdürülmüştür. Bu akademisyenler, bireylerin, ekonomide, siyasette ve hemen hemen her şeyde kendi menfaatlerine olan ve rekabetçi davranışları tercih etmeleri gerektiğini savunmuşlardır. Örneğin Becker, piyasadaki bilgilerin, ırk, eğitim ve ailenin sorularını aydınlattığını iddia etmiştir. Chicago Okulu’nun sağcı politikası, Friedman tarafından, parasal ekonomi bilimi, bilimsel, nötr matematiksel denklemlere dönüştürülmüştür (Peet, 2003).

Neo-liberal teriminin kullanımı, Augusto Pinochet’in Şili’deki ekonomik reformlarıyla bağlantılı olarak 1980’lerde yeniden yükselmeye başladığında, terimin anlamı biraz farklılaşmıştır. Bu kavram o dönemlerde, piyasa reformunun eleştirilenleri tarafından kullanılan ve olumsuz çağrışımlara sahip bir terim haline gelmekle kalmamış, aynı zamanda ılımlı bir liberalizm biçiminden daha radikal ve serbest bırakılmış kapitalist bir fikirler dizisini çağrıştıran bir kavrama dönmüştür. Araştırmacılar, o dönemde bu kavramı, ekonomist Friedrich Hayek ve Milton Friedman teorileri ile Margaret Thatcher, Ronald Reagan ve Alan

Greenspan gibi siyasetçiler ve politikacılarla ilişkilendirme eğilimine yönelmişlerdir (Boas ve Gans-Morse, 2009). Neo-liberalizmin yeni anlamı, İspanyolca konuşan akademisyenler arasında ortak bir kullanım olarak kurulduktan sonra, İngilizce ekonomi politik araştırmasına dâhil edilmiştir (Springer, vd., 2016). 2008-2009 Küresel ekonomik krizin etkisi, neo-liberalizmi eleştiren ve gelişimsel alternatifler araştıran yeni araştırmacıların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Shermer (2013), neo-liberalizm kavramının, dönemin politikacıları, düşünürleri ve sanayicileri tarafından sosyal-demokratik reformları kınamak için yirminci yüzyılın sonlarından itibaren değil de 1970’lerde sol eğilimli akademisyenler arasında popülerlik kazandığını savunmuştur. Bu akademisyenlere göre, neo-liberal teori, serbest pazarın verimlilik, ekonomik büyüme, adil gelir dağılımı ve teknolojik ilerlemenin gerçekleşmesine izin vereceğini iddia etmiştir. Bu alanda teşvik etmek için bile olsa, uygulanacak devlet müdahalesinin, ekonomik performansı kötüleştirceği görüşü ağır basmıştır (Kotz, 2015).

Neo-liberalizm ile ilgili tartışmalar günümüzde de devam etmektedir ve bu konuda üzerinde uzlaşmış normlardan bahsetmek mümkün değildir. Sürekli değişen siyasi ve ekonomik koşullar yapılan eleştirilerin kanıtlanmasına veya yalanlanmasına imkân vermemektedir. Örneğin, McDonough (2010), neo-liberalizmin ülkelerin kendi kaderlerini tayin hakkını bozabilecek bir potansiyelde olduğu konusunda eleştirilerini yoğunlaştırmaktadır. Katter (2012), devlet tarafından işletilen her bir tekelin, özel şirketlerle değiştirilmesinin, ölçek ekonomisinden elde edilebilecek etkinliği ortadan kaldırdığını belirtmektedir. Moore (2011), neo-liberal kapitalizm sayesinde üretkenliğin arttığı ispatlansa bile, üretimin uzun vadede doğayı aşındıracağını bu nedenle, bu tarz bir sistemin, dünyanın sınırlı coğrafi alanı içinde sürdürülebilir olamayacağını ifade etmektedir. Neo-liberal politikalar aynı zamanda ekonomik eşitsizlik üretmektedir. Wolff (2012), neo-liberalizmin, şirketlerin gücünü arttırmak için, ekonomi ve hükümet politikalarını değiştirdiklerine ve üst sınıflardan yararlanmak için bir değişime inanmalarını koşullandırmaya çalıştıklarına yönelik eleştirilerde bulunmuştur. Hartwick ve Peet (2003) ise ticaretin yönlendirdiği, düzenlenmemiş ekonomik faaliyetlerin olumsuz etkilere sebep olabileceği konusunda eleştirilerde bulunmaktadırlar. Tüm bu olası sonuçlara rağmen neo-liberal küreselleşme olarak bilinen uluslararası neo-liberal düzen, özellikle Batılı devletlerin baskısıyla daha az gelişmiş ülkelere, çoğu zaman 1990’larda ve 2000’den sonra Asya ve Latin Amerika’da olduğu gibi ciddi krizlerin oluşması pahasına uygulanmıştır (Duménil ve Dominique, 2011).

Son olarak neo-liberalizme yöneltilen eleştirilerin en önemlisi, yarattığı gelir eşitsizliğine yönelik olmaktadır. Neo-liberalizm savunucularının, sosyal ve kültürel farklılıkları, zenginlik kaynağı olarak gördüklerine yönelik söylemlerine rağmen, insanları, günde 16 saatliği 4 dolara çalıştırarak, 8 metrekairelik odalarda yaşamaya mahkûm edilmesi hala geniş çevrelerce ciddi eleştiriler almaktadır. Neo-liberalizmi destekleyen araştırmacıların çoğu, neo-liberal piyasa mantığının, çok iyi dar kapsamlı para kazanmış bir performans anlayışını geliştirdiği fikrine dayanır; bu, pek ala en iyi yaklaşım değildir. Çünkü ekonomik verimlilik üzerine odaklanma, diğer önemli faktörlerden ödün verilmesine sebep olabilir. Mark Fleming’e göre, transit bir sistemin performansı yalnızca ekonomik verimlilik açısından değerlendirildiğinde, işçi hakları gibi sosyal kazanımların, zamanın para kazanımı göz önüne alındığında, maksimum performansın önündeki engeller olarak değerlendirilmesine neden olabilir (Fleming, 2016). İşçi hakları, ekonomik verimlilik üzerine neo-liberal odaklanmanın tek kurbanı değildir: Bu vizyonun ve performans değerlendirmesinin metriğinin, kelimenin tam anlamıyla, parasal olarak paraya çevrilmemiş her kamusal öğeyi vurgulamadıklarının farkında olmak

önemlidir. Benzer şekilde, pazarlama stratejilerinde sosyal hedeflerden ziyade para kazanımına yoğunlaşmanın, sosyal adalete zarar verebileceğine yönelik görüşler de literatürde mevcuttur. Ayrıca günümüzde de kurulmuş bu finansal sistem, küreselleşme sayesinde süper iletken bir yapı kazanarak, dünyanın bir köşesinde meydana gelen bir olayın, diğer bölgeleri de etkilemesine olanak sağlamaktadır. Neo-liberalizm, günümüz çok uluslu firmalarının tercih ettiği bir yönetim biçimi olması nedeniyle, ekonomik kriz iletkenliğinin daha iyi anlaşılabilmesi için önemli bir konudur (Fleming, 2016).

4. Bretton Woods Konferansı ve Yeni Sermaye Düzeni

Dünya, hala II. Dünya Savaşıyla meşgulken, ABD ve İngiltere öncülüğünde 44 ülke 1-22 Temmuz 1944'te New Hampshire'daki Bretton Woods'da bir araya gelerek, savaş sonrası barış için ekonomik planlar hakkında görüşmüştür. Uluslararası ekonomiyi yönetmek, savaşlar öncesi dönemin anarşisi tarafından mümkün kılınan bir fikir olmuştur. Buna tepki olarak, hükümetler, uluslararası ekonomik iş birliği vasıtasıyla dünya barış ve refahı sağlamaya çalışmışlardır. Bu tür bir iş birliği, sermaye ve malların özgürce hareket edebileceği, istikrarın ve öngörülebilirliğin genel çıkarları doğrultusunda faaliyet gösteren küresel kuruluşlarca düzenlendiği bir dünya pazarına dayanmıştır. Bretton Woods konferansından sonra, piyasalardaki ilişkileri düzenlemek için 3 kurumsal yönetim kurumu fikri ortaya çıkmıştır. Bunlar; IMF, Uluslararası Yeniden Yapılanma ve Kalkınma Bankası (IBRD, daha sonra Dünya Bankası olarak bilinir) ve Tarifeler ve Ticaret Genel Anlaşması.

Bretton Woods sistemi 1960'ların sonlarına dek oldukça sorunsuz olarak işlemiştir. Ancak Bretton Woods'un damgasını vurduğu yıllara ilişkin çizilen "olumlu tablo" kapitalizmin belirli bir evresindeki çözümü yansıtmaktadır. Bretton Woods kapitalist birikimin sorunlarına, özgül tarihsel koşulların bir araya geldiği bir zaman kesitinde geçici çözüm getirmiş ancak sonuçta çöküş kaçınılmaz olmuştur (Sönmez, 2016).

Bretton Woods anlaşması ve ortaya çıkan kurumların, sonraki dönemlerde ortaya çıkabilecek savaşları engellemeleri gerekiyordu. Bununla birlikte, bu konferansta, devletlerarasında, ekonomik ve politik açıdan bir eşitliğin sağlanması hedefleniyordu. Ancak, bu fikirler temenninden öteye geçemedi. Siyasi ve ekonomik bir eşitsizlik durumunda, uluslararası ticaret, ulusal gücün bir aracı haline gelebilir (Hirschman, 1980). Yani, bir devlet, kendisinden daha az gelişmiş devletlere, kendisine bağımlı kılan eşit olmayan bir ticaret vasıtasıyla, ekonomik açıdan boyun eğdirmek için tüm sistemi kullanabilir. Tarihsel olaylar incelendiğinde, Bretton Woods konferansı sonrası ortaya çıkan kurumlar, güçlü devletler tarafından, diğer ülkelere karşı bir baskı aracı haline dönüştürülmüştür denilebilir.

II. Dünya Savaşı sonrası dönemden günümüze kadar, genel olarak jeopolitik konumlara bağlı ekonomik koşullar kendini göstermiştir. Peet (2009), bu koşullar altında, klasik liberal eşitliğin, yalnızca Batı Avrupa ve Kuzey Amerika ülkeleri için kullanılabildiğini belirtmiştir. Peet, yaşanan bu durum nedeniyle, Bretton Woods'un, özellikle ekonomik kalkınma açısından ciddi eşitsizliklerle karakterize edilen bir dünyada tasarlandığını iddia etmiştir. Bununla birlikte, Bretton Woods konferansında, tümüyle açık uluslararası bir sistem sayesinde, egemen ülkelerin faydalanabileceği küresel bir ekonomik sistemin oluşturulması görüşü ağır basmıştır.

Peet'e göre Bretton Woods'daki görüşler, sınırların olmadığı açık ve agresif yapıdaki bir piyasa yapısını benimsemesine rağmen, Keynesyen görüşlerin etkisiyle, sistemin kontrol edilmesi ve pazarın kendi haline bırakılmaması yönünde yoğunlaşmıştır. Bununla birlikte, liberal iktisatçılar, temelde ekonomik büyüme (doğal olarak denge eğilimi

gösteren piyasalara dayanır) ve siyasi gelişmeler arasında hiçbir gerekli bağlantının bulunmadığına inanmışlardır. Dahası, liberal iktisatçılara göre ulusal ekonomik büyüme malların ve sermayenin uluslararası akışlarından sağlanmıştır. Bu nedenle, bir toplumun dünya ekonomisine entegrasyonunun, o ülkenin ulusal ekonomik refahına katkıda bulunacağını iddia etmişlerdir. Liberal ekonomi teorisi, uluslararası bir iş bölümü ve devletlerarasında kendiliğinden ve uyumlu bir şekilde ortaya çıkan bir piyasa öngörmüştür. Böyle bir sistem, bazı liberal iktisatçılara, özellikle dünya ekonomisini yöneten ve onu düzenleyen kurumlar veya her ikisi için sorunlar ortaya çıkarmıştır (Gilpin, 1987).

Bu noktada, Bretton Woods'un fikir babaları açısından asıl sorun, Keynesçiliğin dünya ölçeğine nasıl genişletileceği olmuştur. Bu fikir babaları, hükümetlerin uluslararası ekonomik sistemi yönetmek için ortak sorumluluk üstlenmesi gerektiğini savunmuşlardır. Büyük Depresyon travmalarına tepki olarak, Batı demokrasileri, yerli özerklik ve uluslararası istikrar arasındaki çatışmayı çözmek zorunda kalmışlardır (Peet, 2009).

Gilpin'e göre ekonomik büyüme ve ulusal ölçekte tam istihdam yoluyla hegemonyanın savaş sonrası hedefleri gereği ulusal ekonomilere müdahale etmek ve refah devletleri kurmak öncelikliydi. Yine de savaşlar öncesi dönemin aksine, hükümetler istikrarlı bir uluslararası ekonomik düzenin oluşturulmasından ve 1930'ların tahrip edici ekonomik milliyetçiliğine dönüşlerinden kaçınmaktan da sorumluydular. Sonuç olarak, yeni uluslararası ekonomik rejim, 19. yüzyılın serbestiyetçi rejiminden ve 1930'ların korumacı rejiminden farklı olmak zorundaydı. 19. yüzyıl liberalizmi içinde hâkim olan durumun aksine, hükümetler, uluslararası kurallara tabi olarak, yerel özerklik ve uluslararası normlar arasında, uzlaşmaya dayalı ekonomide, daha büyük bir role sahip olacaktı. Özetle, uluslararası ekonomik çatışmaları yönetmek ve çözmek için geliştirilen ve dolayısıyla uluslararası pazarda düzenleyici gücü ele geçiren kurumlarla birleşmeden ulusal ve uluslararası istikrar arasında denge kurulacağı düşünülmekteydi. Bu kurumlar devletin küresel piyasa ekonomisindeki rolünü üstlenecekti.

Kısaca, halen birçok araştırmacı modern klasik ve neo-klasik ekonomik düşüncelere ait yaklaşımların uluslararası ekonomi düzenleyicileri IMF ve ABD tarafından kontrol altında tutulan ve Dünya Bankası'nın düzenleyici müdahalesi ile organize edilen bir rejime ait olduğunu varsaymaktadırlar. Özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında bu tür uluslararası anlaşmalar ve bu anlaşmalar sonucunda oluşan yönetim kurumları sayesinde, ekonominin liberalleşmesi süreci hızlandırılarak, rekabet ortamının daha da genişletilmesi amaçlanmıştır. Bölgesel ve uluslararası düzeyde ekonomik dengeler üzerinde spekülasyon etkilerde bulunabilecek kapasiteye sahip IMF gibi kurumların, Türkiye, Arjantin ve Somali gibi ülkelerde bölgesel ekonomik krizlerin oluşmasında doğrudan etkili olabileceği düşünülmektedir.

İktisatçı Joseph Schumpeter (1934)'in ifadesine göre kapitalizm, dünyanın tanıdığı en başarılı servet yaratan ekonomik sistemdir ve insanlara hiçbir sistem kapitalizmden daha fazla yarar sağlamamaktadır. Schumpeter'e göre, kapitalizm, verimlilik ve teknolojik açıdan daha gelişmiş seviyelere sürekli olarak ilerleyerek servet yaratır. Bu süreç "yeni" devralınmadan önce "eski"nin imha edilmesini gerektirir. Kapitalizmin nihai itici gücü olan teknolojik ilerleme, eskimiş fabrikaların, ekonomik sektörlerin ve hatta insani becerilerin sürekli olarak atılması destekler. Sistem uyurlanabilir ve verimi ödüllendirir ancak, gereksizliği de cezalandırır.

Schumpeter, özellikle bir noktada haklıdır. Kapitalizm yaratıcı bir imha sürecidir. Kendi içinde hem kazananı hem kaybedeni üretmektedir. Ancak bu durum sosyal ve ahlaki değerler için büyük bir tehdit oluşturmaktadır. Zengini daha zengin, fakiri daha fakir yapmanın sosyal bir maliyeti vardır.

Schumpeter tanımlamalarını yaparken bunu dikkate almamıştır. Ancak Schumpeter, kapitalizm kavramı çerçevesinde, üretim ve tüketim ilişkilerini kısmen açıklayabilmiştir. Kapitalizmle ilgili diğer bir konu ise sağladığı tek taraflı kazanç mekanizmasıdır. Bu mekanizma, ölçeğin kazananlar tarafından için kitlesel tepkilerin de önünü açmaktadır. Sosyo-ekonomik açıdan tatmin olamamış sosyal gruplar mevcut kapitalist sistem için daima bir tehdit unsurudur.

Uluslararası kapitalist sistem, güçlü ve bilge liderlik yapısına sahip olmadan hayatta kalamaz (Gilpin, 2018). Uluslararası liderlik, ticareti, yabancı yatırımları ve uluslararası para politikalarını düzenleyen kuralları oluşturmak ve uygulamak için uluslararası iş birliğini teşvik etmelidir. Liderliğin, piyasa güçlerinden ve yaratıcı imha sürecinden etkilenen kaybedenler için de en azından bir güvence sağlaması da son derece önemlidir. Kaybedenler, en kötü ihtimalle, sistemin adil bir şekilde işlediğine inanırılmalıdır. Pazarın veya kapitalist sistemin sürekliliği, hızlı ekonomik ve teknolojik değişimlerle geride bırakılan işçiler, ekonomik ve sosyal açıdan dengelenmedikçe, tehlikede kalacaktır.

İkinci Dünya Savaşı sonrası uluslararası ekonomik düzeni nitelendiren siyasi iş birliğinin zayıflaması, hayali sermayeye dayalı kapitalist sistemin temellerini baltalamaktadır. İstikrarlı ve müreffeh bir uluslararası ekonomi, sistemi yöneten kurum ve kuralların altını doldurmak ve sorunların krize dönüşmesini önlemek için güçlü ve istikrarlı bir siyasi temel gerektirir. 1945'ten 1980'lere dek, güçlü ve genelde ihtiyatlı olarak addedilen Amerikan liderliği, ABD ve O'nun büyük müttefikleri arasındaki yakın iş birliği ve büyük kapitalist ekonomilerde serbest ticareti ve açık bir dünya ekonomisini destekleyen bir ortak fikir birliği, entegre uluslararası ekonominin gelişmesine büyük katkıda bulunmaktadır (May, 2008).

Ancak tüm bu çabalara rağmen, Soğuk Savaşın sona ermesinden bu yana, açık küresel ekonomiyi destekleyen tüm siyasi unsurlar önemli ölçüde zayıflamıştır. ABD'nin liderlik yeteneği ve istiklaliği azalmış ve Anti-Sovyet ittifaklarının resmi çerçevesi devam etse de Birleşik Devletler, Batı Avrupa ve Japonya'nın Soğuk Savaş siyasi birliği çöküş sürecine girmiştir. Dahası hem ABD hem de Avrupa'daki iç konsensüs içinde yıllar boyu artan gelir eşitsizlikleri, Birleşik Devletlerde iş güvensizliği ve Batı Avrupa'daki yüksek işsizlik yüzünden yıpranmaya devam etmektedir. Teknolojik değişim ve kötü tasarlanmış ulusal politikalar nedeniyle ortaya çıkan önemli yapısal değişiklikler, bu sosyal ve ekonomik problemlerin oluşmasında büyük bir rol oynamaktadır. Ancak, ABD'de ve Avrupa'da, küreselleşmeyi düşük ücretli emekten gelen rekabette beslenen mevcut ekonomik problemlerin asıl sorumlusu olarak gören kişilerin sayısı gün geçtikçe artmıştır. Ekonomik küreselleşme ve rekabetin artması üzerine başka bir endişe de ekonomik bölgeselcilik hareketinin ve korumacılığın cazibesinin sürekli artmasıdır. Bunun en iyi örneklerinden bir tanesi de 2001 krizi sonrası Türkiye ekonomisinde meydana gelen değişimlerdir. Millî söylemler ve devlet korumacı yaklaşımlar, küreselleşme nedeniyle oluşması muhtemel dış ekonomik etkilere karşı bir önlem olarak görülmüştür. Ancak bu çabalar yeterli olamamış, bir devalüasyon krizinin oluşmasını önleyememiştir (May, 2008).

5. 2007-2008 Küresel Finansal Krizi Üzerine

2007'den 2010'a kadar dünya, ABD'de başlayan ve savaş sonrası dönemde uzun ve derin küresel bir resesyona neden olan tam bir ekonomik krizin yaşandığına tanık olmuştur. Bu son krizin yıkımı, küresel finansal sistemin işleyişi ile ilgili derin konuları gündeme getirmiş ve ekonomi literatüründe kendine özel bir yer edinmiştir. Nitekim 2007 yılında Amerikan finans devi Lehman Brothers'ın iflasıyla başlayan (Ivashina ve Scharfstein, 2010) kriz dünyanın birçok ülkesinde geniş çaplı ve büyük

etkilere yol açmış, özellikle borsa endekslerinde büyük volatilitelerin meydana gelmesine sebep olmuştur (Dungey ve Gajurel, 2014; Beber ve Pagano, 2013).

ABD'de yürütülen menkul kıymetleştirme ve hükümet tarafından herkesin kendi evine sahip olmasına yönelik politika çalışmaları, 2000-2006 yılları arasında sub-prime ipoteklerinde aşırı bir büyümeye neden olmuştur. Sub-prime ipotek kredileri, nispeten düşük kredi puanı olan borçlulara bile verilmeye başlanmıştır. Ev fiyatları, verilen bu riskli krediler yüzünden artmaya başlamış, birçok kişi gerçekten göze alamayacakları veya yürütülen sistematik spekülasyonlar sonucu yükselen konut fiyatlarına rağmen gayrimenkuller satın almışlardır. Finansal kuruluşlar da bu ipotekleri menkul kıymetleştirmiş ve bu kıymetleri dünya genelindeki yatırımcılara (emeklilik fonları ve bankalara) satmıştır. Zaman geçtikçe, kurumlar artan bir biçimde mevcut portföylerinin en az riskli kısımlarını ellerinde tutmuşlardır. Ancak, 2006 ve 2007'de konut fiyatları birden düşmeye başlamış ve ipoteklerin temerrüde düşme oranı hızlanmıştır. 2007'de, sub-prime ipotek konusunda uzmanlaşmış iki şirket iflas etmiş ve finansal piyasalarda, sub-prime ipotekle desteklenen varlıkları bulunan büyük mali kuruluşların da zarar edebileceği açıklanmıştır. Bu durum, Birleşik Devletler finansal sisteminde bir likidite krizinin ufukta olduğu görüşünü gündeme getirmiştir. Bu endişe, Birleşik Devletlerde, menkul kıymetleştirilmiş kredilerin verilmesinde kesintilere gidilmesine sebep olmuştur (Gorton, 2010). Ancak, bu önleme rağmen, Northern Rock Bank, 2007 Eylül ayında klasik bir kriz tepkisiyle karşılaşmıştır. Birleşik Krallık'taki Northern Rock ciddi sorunlarla yüzleşmek zorunda kalan saygın firmaların ilki olmuştur.

Bear Stearns söz konusu sorunlarla yüzleşmek zorunda kalan en büyük Amerikan firması olmuş ve 16 Mart 2008'de JP Morgan Chase, ABD Merkez Bankası'ndan, para piyasalarında kendisini artık finanse edemeyen bu firmayı satın almıştır. Eylül 2008 çok daha kötüsü olmuş; öncelikle, Fannie Mae ve Freddie Mac gibi, ABD ipoteklerinin büyük kısmını menkul kıymetleştiren devlet destekli iki işletme, ABD hükümeti tarafından devralınmak zorunda kalmıştır. Sonra, 15 Eylül'de 1850'de kurulmuş bir yatırım bankası olan Lehman Brothers, iflas ettiğini açıklamıştır. Lehman Brothers'ın iflası, güvenlik endişesi nedeniyle bir yatırımcı kaçıışı gerçekleşmesine neden olmuş, bu durum para piyasalarının tamamen dondurulmasına kadar giden süreci başlatmıştır. Hazine bono fiyatları yükselmiş, Amerikan borsaları çökmüş ve belirsizlik tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Bu çöküş ve panik dünyanın en büyük ekonomilerini 3 yıl sürecek büyük bir ekonomik krizle yüzleşmek zorunda bırakmıştır.

Yukarıda anlatılan mevcut görüşler derlendiğinde küreselleşme, liberalizm ve kapitalizmin beraberinde birçok sorunu da getirdiği görülmektedir. Bu sistemlerin tasarlanırken çoğunluğun menfaatini gözetmeden tasarlandığı da açıkça görülmektedir. Ayrıca bu sistemlerin yürütülebilmesi için yapılan anti-demokratik uygulamalar, baskılar ve politikalar etkilerini her an gösterebilme potansiyeline sahiptir. Marx'tan Keynes'e, Wallerstein'den Samir Amin'e tüm otoritelerin görüşleri farklılaşabilse de aslında üzerinde uzlaştıkları tek konu yürütülmeye çalışılan mevcut sistemin toplumun büyük bir kısmı açısından beklenen düzeyde faydayı sağlamadığıdır.

6. Değerlendirme ve Sonuç

19.yüzyılın sonlarındaki liberal düşünceler günümüzde yerini sözde demokratik bir neo-liberal sisteme bırakmıştır. Bununla beraber günümüzde özellikle siyasal rejimlerin ve fiziksel sınırların fiilen değişmesi artık eskisi kadar kolay değildir. Ancak aynı şeyler bölgesel ekonomik

dengeler için söylenemez. Özellikle, ekonomik açıdan bağımlı ve yarı bağımlı konumundaki ülkelerdeki ekonomik düzen son derece kaygan zeminler üzerine inşa edilmektedir. Aynı zamanda bu sistemler uzun ve sürdürülebilir olmaktan uzaktır. Böyle bir yapı üzerinde varlığını devam ettirmeye çalışan ülkelerin, dünyadaki egemen finansal güçlere bağımlı hale gelmeleri de kaçınılmazdır. Ancak egemen ülkeler, ellerindeki bu gücü çoğu zaman bir yaptırım aracı olarak kullanabilmektedir. Bu ülkeler, borçlarını doğrudan değil, IMF ve Dünya Bankası gibi kuruluşlar üzerinden vermektedir. Bu kurumsal yönetim kurumları egemen ülkelerin yaptırımlarını yürütmenin dışında, sağladığı krediler aracılığıyla finansal bir ilişki ağının oluşmasını da sağlamaktadır. Aynı zamanda, bu kuruluşlar kendilerine bağlı ülkelerin iç politikalarına müdahalelerde bulunarak bölgesel ekonomik krizlerin de ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (örneğin, 2001 Türkiye krizi). Sonuç olarak, Bretton Woods konferansından sonra, egemen güçlerin finansal müdahale aracı olarak ortaya çıkardıkları bu kurumsal yönetim kurumları, finansal yaptırımları sayesinde ekonomik krizlerin oluşmasında ve yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Karl Marx'ın *Das Kapital* adlı eserinin üçüncü cildinde üzerinde durduğu ve aslında bugünkü kapitalizm işleyişini, en temel düzeyde açıklamaya çalışan "Hayali Sermaye Birikimi" savı da bu çalışma açısından önemlidir. Marx, 17.yüzyıldan, telgrafın icadına kadar geçen sürede, İngiliz tüccarların, olmayan bir sermayeyi varmış gibi göstererek bu hayali sermaye üzerinden nasıl uzun vadeli finansman işlemleri yürüttüklerine vurgu yapmıştır. Marx'a göre ekonomik krizlerin en temel sebebi gerçek ve hayali finansal ekonomiler arasındaki çelişkilere. Hayali sermayeden kaynaklı son büyük kriz ise 2008 yılındaki Mortgage krizidir. Amerikan bankaları İngiliz tacirler gibi olmayan ya da geri alamayacakları kredileri dağıtarak var olmayan bir hayali sermayeyi bölüştürmüş ve akabinde modern dünya tarihinin en büyük ekonomik krizlerinden birisi olarak tarihe geçen 2007-2008 Küresel Finansal Krizi yaşanmıştır. Meydana geliş açısından bakıldığında, Marx'ın hayali sermaye ile ilgili görüşlerinin çoğu yönüyle hala geçerli olduğu söylenebilir.

Sermaye birikimi, iktisadi büyümenin temeli olarak görülebilir. İktisadi büyüme yaygın ve yoğun bir coğrafi yayılma süreciyle iç içedir ve en yoğunluklu hali de küreselleşme teriminde karşılığını bulmaktadır (Douglas, 2013).

Finansal piyasaların uluslararası düzeyde entegrasyonu, çok uluslu şirketlerin artan önemi ile doğrudan yabancı yatırımların artması ve bölgesel ekonomik blokların yaygınlaştırılması, büyük güçlerin ve yükselen ekonomilerin artık farklı bir şekilde hareket etmesini gerektirmektedir. Uluslararası toplumun bazı kritik uluslararası ekonomik konularda görüş birliğine varamaması, küresel ekonominin istikrarını tehdit ederek iyileştirilmiş yönetim uygulamalarını zorunlu hale getirmektedir.

Küresel bir ekonomik düzenin ortaya çıkması, çağımızın gerçeğidir. Ancak küreselleşme, pek çok boyutu beraberinde getirir ve küresel bir finansal piyasa oluşturması bunların en önemlisidir. Ekonominin dışsal müdahalelere ihtiyaç duyduğu zamanlarda, finansal piyasalar özünde istikrarsız olduğu için, uluslararası finansal kuruluşların nispeten daha zayıf olduklarını görmekteyiz, hatta yerli kurumlardan bile daha zayıf olanları bile mevcuttur. Kindleberger (2003) tarafından da belirtildiği üzere eğer piyasada panik, meta, menkul kıymet ve diğer varlıkların zorla satılmasıyla arabuluculuğu durdurmak için herhangi bir makam yoksa kompozisyonda bir yanlışlık söz konusudur. Aslında piyasadaki her katılımcı kendisini kurtarmaya çalışırken, herkesi mahvetmektedir. Bu durum, dengesiz seyreden uluslararası finansal sistem ile onu düzenleyen kurumlar arasındaki muazzam asimetriyi yansıtmaya açısından önemlidir. Aslında Dünya finansal küreselleşmenin gerektirdiği kurum türlerinden yoksundur

da denebilir (Ocampo, 2001). Konuya daha geniş perspektiften bakılırsa, egemen ulusların makroekonomik politikalarını iç hedeflere ve piyasalara uyarladıkları bir dünya düzeni, üçüncü sınıf ülkelerle özellikle küçük ve gelişmekte olan ekonomiler için dışsalıklar yaratmaktadır. Bu durumda uluslararası ekonomik örgütlerin, özellikle de uluslararası finansal kurumların, olumlu dışsalıkları içselleştirmede ve olumsuz dışlanmayı azaltmada öncü bir rol oynamaları önemlidir (Swoboda, 1999).

Kapitalizmin maddi gereksinimlerinin, sağlıklı ve sürdürülebilir bir insani gelişmenin gerek duyduklarından çok farklı olduğu göz önüne alındığında, sistemin çevresel esnekliği, birçok otorite açısından hiç de huzur verici bir özellik değildir. İnsani gelişme için son derece kritik olan birçok doğal zenginlik ögesi, kapitalizm açısından hiç de "kritik" değildir. Böylece, insan-doğa ilişkileri, birçok bakımdan, kapitalizmin metalaşmış kullanım değerlerini, yine kapitalizm tarafından işçiler ve topluluklar karşısında yabancılaştırılmış "kritik-olmayan kullanım değerlerinin yerine ikame etmesi sonucu bozulmaya maruz kalmışlardır. Bu süreç, insanların küresel kapitalist sistem içindeki yerlerine bağlı olarak, az ya da çok sefalet doğuran bir süreç biçimini de alabilir (Burkett, 2008).

Mandel (2008) yakın geçmişte devletlerin, kendilerine fayda sağlayacak artıları merkezileştirme ve yeniden dağıtmadaki ekonomik rolünün bütün kapitalist gruplar ve hatta bireylerin, devletin kararlarını etkilemek için devletle gittikçe daha çok ilgilenmesini sağladığını vurgulamaktadır. Mandel'e göre bu durumda bir başarı ya da başarısızlık bireysel bir sermayenin refahını ya da mahvını belirleyebilir. Bunun en güzel örneği; devletin tek müşteri olduğu ve üretimin devlet sözleşmelerinin bir fonksiyonu olduğu durumlardır. Böyle bir yapıda artıların büyük bir kısmını kendisinde barındıran grupların sınıf çıkarlarının fiili ifadesi –ideal toplam kapitalistin kendi farklı işlevler dizisi arasında belirli öncelikler saptadığı somut süreç– birçok (uzun vadede bütün) kapitalist guruplar için kapitalist üretim tarzının daha önceki herhangi bir evresinde olduğundan daha ciddi bir öneme sahip olur. Mandel'e göre böyle bu tür bir ilişki iki tür sorun doğurur. Birincisi, kapitalizmde kapitalist sınıf çıkarları nasıl ve nerede formüle edilir ve siyasal hedeflere uyarlanabilir? İkincisi, ekonomik güç ve ideolojik egemenlik devlet kurumu üzerindeki kontrole nasıl çevrilir? Başka bir deyişle, örgütlü işçi sınıfı demokratik özgürlüklerden yaygın bir biçimde yararlandığından dolayı, koşullar formel olarak "dezavantajlı" olduğuna göre, devlet kurumu kapitalist sınıfın ekonomik ve sosyo-politik politikalarını uygulamak için ne denli yeterli bir araçtır? Mandel'in bu çıkarımları makro ölçeğe uygulandığında aslında yakın zamanda finansal temelli krizlerin ana sebeplerinden bir tanesinin de merkezileştirme çabalarının olduğu pekâlâ görülebilir. Egemen devletlerin kurumsal yönetim kurumları aracılığıyla kontrol konsantrasyonunu artırma çabalarının hem münferit hem devlet bazında (Az gelişmiş ya da büyümekte olan ekonomiler) hem de küresel bazdaki olumsuz etkileri devam etmektedir.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Çalışmanın tüm bölümleri yazarlar tarafından ortak olarak yazılmıştır.

Çatışma Beyanı

Çalışmada yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Destek Beyanı

Bu çalışma için herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Kaynaklar

- Amin, S. (1993). *Avrupa merkezcilik: bir ideolojinin eleştirisi* (M. Sert, Çev.) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Beber, A. ve Pagano, M. (2013). Short-selling bans around the world: evidence from the 2007-09 crisis. *The Journal of Finance*, 68(1), 343-381.
- Boas, T. C. ve Gans-Morse, J. (2009). Neoliberalism: from new liberal philosophy to anti-liberal slogan. *Studies in Comparative International Development*, 44(2), 137-161.
- Burkett, P. (2011). *Marksizm ve ekolojik iktisat* (vol. 140), (E. Günçiner, Çev.) Yordam Kitap, İstanbul.
- Çiççi, O. (2008). Yeni Siyaset: neoliberalizm ve postmodernizmin siyasal projesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 2-32.
- Dow, S. C. ve Hillard, J. (Ed.) (2002). *Keynes, uncertainty and the global economy: beyond Keynes* (vol. 2), Edward Elgar Publishing.
- Duman, M. Z. (2011). Neo-liberal Küreselleşmenin Zaferi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 666-700.
- Dungey, M. ve Gajurel, D. (2014). Equity market contagion during the global financial crisis: evidence from the World's eight largest economies. *Economic Systems*, 38(2), 161-177.
- Fleming, M. D. (2016). Mass transit workers and neoliberal time discipline in San Francisco. *American Anthropologist*, 118(4), 784-795.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity.
- Gilpin, R. (1987). American Policy in the Post-Reagan Era. *Daedalus*, 33-67.
- Gilpin, R. (2018). *The Challenge of Global Capitalism: the World economy in the 21st Century*. Princeton University Press.
- Gorton, G. B. (2010). Questions and Answers About the Financial Crisis (No. w15787). National Bureau of Economic Research.
- Hartwick, E. ve Peet, R. (2003). Neoliberalism and nature: the case of the WTO. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 590(1), 188-211.
- Hirschman, A. O. (1980). *National power and the structure of foreign trade* (vol. 105). University of California Press.
- Ivashina, V. ve Scharfstein, D. (2010). Bank lending during the financial crisis of 2008. *Journal of Financial Economics*, 97(3), 319-338.
- Kaminsky, G. L. vd. (2003). The unholy trinity of financial contagion. *Journal of Economic Perspectives*, 17(4), 51-74.
- Katter, Jr., B. (2012). *An incredible race of people: a passionate history of Australia*. Allen&Unwin.
- Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest, and money*. Springer.
- Kindleberger, C. P. (2003). *Comparative political economy: a retrospective*. MIT Press.
- Klein, N. (2007). *The shock doctrine: the rise of disaster capitalism*. Macmillan.
- Kotz, D. M. (2015). *The rise and fall of neoliberal capitalism*. Harvard University Press.
- Kökalan Çımrın, F. (2009). Küreselleşme, neo-liberalizm ve refah devleti ilişkisi üzerine. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*, (23), 195-204.
- Mandel, E. (2008). *Geç kapitalizm* (C. Badem, Çev.), Versus Yayınları: İstanbul.
- Marx, K. (1867). *Das kapital* (N. Satılğan, E. Özalp, M. Selik, Çev.), Yordam Yayınları: İstanbul.
- May, E. T. (2008). *Homeward bound: American families in the cold war era*. Hachette UK.
- McDonough, T. (2010). The Irish crash in global context. *World Review of Political Economy*, 1(3), 442-462.
- Moore, J. W. (2011). Transcending the metabolic rift: a theory of crises in the capitalist world-ecology. *The Journal of Peasant Studies*, 38(1), 1-46.
- Ocampo, J. A. (2001). *Recasting the international financial agenda*. UN. Press.
- Peet, R. (2009). *Unholy trinity: the IMF, World Bank and WTO*. Zed Books Ltd.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: social theory and global culture* (vol. 16). Sage.
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press. Cambridge, MA.
- Shermer, E. T. (2013). *Sunbelt capitalism: Phoenix and the transformation of American politics*. University of Pennsylvania Press.
- Sönmez, S. (2016). Bretton Woods, fordizm ve hegemonya. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34(1), 43-62.
- Swoboda, A. (1999). Reforming the international financial architecture. *Finance and Development*, 36(3), 2.
- Tarhan, A. B. (2012). Türkiye'de postmodernizm ve siyasal değişim. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 4(2), 11-20.
- Ülgen, G. (2000). Merkantilizm'den Liberalizm'e geçiş ve piyasa ekonomisi. *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları Dergisi*, (40), 85-90.
- Wallerstein, I. (1974). The rise and future demise of the World capitalist system: concepts for comparative analysis. *Comparative Studies in Society And History*, 16(4), 387-415.
- Wallerstein, I. (1998). *Liberalizmden Sonra* (E. Öz, Çev.) Metis Yayınları, İstanbul.
- Weber, M. (2013). *The protestant ethic and the spirit of capitalism*. Routledge.
- Wolff, R. D. (2012). *Democracy at work: a cure for capitalism*. Haymarket Books.

