

J E B P I R

Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi



Yıl/Year 2022
Cilt / Volume 8
Sayı / Issue 1

ISSN: 2149-0732
e - ISSN: 2602-4845

Suat Serhat YILMAZ & Nihat IŞIK

Araştırma Makalesi - Katılım Bankaları Tarafından Verilen Kredi Türleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Bir Nedensellik Analizi

Gözde BOZKURT & Ahmet Mete ÇİLİNGİRTÜRK

Araştırma Makalesi - Investigation of Long-Term Change in Web-Based Data Traffic in Terms of Performance Evaluation

Alparslan UĞUR & Arzu KIZILKAYA

Araştırma Makalesi - Türkiye'de Kolalı Gazoz İçeceklerindeki Vergi İle Sigara ve Tütün Ürünlerindeki Verginin Karşılaştırılmasına Yönelik Ampirik Bir Çalışma

Tolga OTABATMAZ & Hüseyin EMİROĞLU

Araştırma Makalesi - Devletler, Korku ve Silahların Kontrolü

Hüseyin ÇAVUŞOĞLU

Araştırma Makalesi - 1983 Genel Seçimleri ve Anavatan Partisi

Merve Nilay SAYGI & Kürşat KORKMAZ

Araştırma Makalesi - 2015'ten Günümüze Türkiye-Rusya İlişkilerindeki Güvenlik Sorunsalına Dair Söylem Analizi

Kamil ŞAHİN & Firaz GÜMÜŞ

Araştırma Makalesi - Ziya Gökalp'in "Mantık Ve Bilim" Anlayışı

Aybike Tuba ÖZDEN

Araştırma Makalesi - Mavi Okyanus Stratejisi: Covid-19 Pandemi Dönemine Yönelik Dünyada ve Türkiyeden Örneklerle Bir Değerlendirme

Esra YILMAZ -& Fatma Zehra TAN

Araştırma Makalesi - Algılanan Çatışma Çözüm Stratejilerinin Örgüsel Bağlılığa Etkisi: İdari Personel Üzerinde Bir Uygulama

Hazal Ceren ÇEVİKER

Araştırma Makalesi - II. Meşrutiyet Döneminde Meydana Gelen Bir Hükümet Darbesi: 23 Ocak 1913 Babıâli Baskını

Ceren AYDEMİR & Gökçe KALALI

Araştırma Makalesi - İşletmelerin E-Ticaret Uygulamalarına Yönelik İnternet Kullanımlarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi

Kırıkkale Üniversitesi Ekonomi, İşletme, Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi	Kırıkkale University Journal of Economics, Business, Politics and International Relations
--	---

JEBPIR, Kırıkkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nin uluslararası hakemli dergisidir.	JEBPIR is the international refereed journal of Kırıkkale University Faculty of Economics and Administrative Sciences.
Dergi, Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere yılda 2 kere yayınlanmaktadır.	Journal is published twice in a year, on June and December

Yayınlanan makalelerde belirtilen görüşler yazarlarına aittir.	All opinions in published articles are belong to their writers.
Yazıların yayınlanması, derginin ya da üniversitenin bu görüşleri savunduğu anlamına gelmez.	Publishing a article does not mean that university or journal support that opinions.

Bu derginin bütün hakları Kırıkkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ne aittir.	All rights of this journal belong to Kırıkkale University Faculty of Economics and Administrative Sciences.
--	---

KÜNYE

Sahibi | Publisher

Kırıkkale Üniversitesi In behalf of Kırıkkale University
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi adına Faculty of Economics and Administrative Sciences
Mahmut ÖZDEMİR

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü | Managing Editor

Fatma Duygu ARSLAN

Editör | Editor

Hasan YAYLI

Editör Yardımcısı | Assistant Editor

Fatma Duygu ARSLAN

Sekreteryası | Secretary

Yasin Can GÖNÜLTAŞ

Yayın Kurulu | Editorial Board

Prof. Dr. Hasan YAYLI (Editör)

Prof. Dr. Cemal FEDAYİ

Prof. Dr. Latif ÖZTÜRK

Prof. Dr. Seyfi YILDIZ

Prof. Dr. Hüseyin EMİROĞLU

Prof. Dr. Mahmut ÖZDEMİR

Prof. Dr. Hacı Bayram IŞIK

Prof. Mohamed El HODIRI (Kansas University)

Prof. Khatir Mohammed (Bounaama University)

Prof. Ryoko Wada (Keiai University – Japonya)

Prof. Dr. Dragica ODZAKLIESKA (University St. Kliment Ohridski - Bitola)

Prof. Dr. Günther LOSCHNIGG (University of Graz)

Doç. Dr. Murtaza HASANOĞLU (Azerbaycan Cumhuriyeti, Devlet İdarecilik Akademisi)

Dr. Mustafa COŞKUN (University Of Tübingen)

Dr. Patrycja Jaworska (University of Warsaw)

İletişim | Contact

Adres / Address : Kırıkkale Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Ankara Yolu 7. km 71450
Yahşihan / KIRIKKALE

Telefon / Phone : +90 318 357 3860

Faks / Fax : +90 318 357 3800

E-posta / E-mail : jebpir@kku.edu.tr

ISSN : 2149-0732

Grafik/Kapak Tasarım / Graphic Design: Yasin Can Gönültaş

Bilim ve Hakem Kurulu | Advisor Board

Abdullatif ÇEVİKER – İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Adem ÇAYLAK – Kocaeli Üniversitesi
Adem DOĞAN – Cumhuriyet Üniversitesi
Adem KORKMAZ – Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Adnan AKIN – Kırıkkale Üniversitesi
Ahmet HASKÖSE – Erciyes Üniversitesi
Ahmet UZUN – Akdeniz Üniversitesi
Bekir Berat ÖZİPEK – İstanbul Ticaret Üniversitesi
Celalettin GÜNGÖR – Kırıkkale Üniversitesi
Dragica ODZAKLIESKA - University St. Kliment Ohridski – Bitola
Emin ERTÜRK – Uludağ Üniversitesi
Fatih ÖZATAY – TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi
Fatma ZEREN – Malatya İnönü Üniversitesi
Ferudun YILMAZ – Uludağ Üniversitesi
Fikret ÇELİK – Kırıkkale Üniversitesi
Gülfettin ÇELİK – İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Günther LOSCHNIGG - University of Graz
Güven DELİCE – Cumhuriyet Üniversitesi
Hakan BERUMENT – Bilkent Üniversitesi
Hakan TÜRKAY – Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Hakkı BÜYÜKBAŞ – Erciyes Üniversitesi
Halis ÇETİN – Cumhuriyet Üniversitesi
Hamza AL – Sakarya Üniversitesi
Hasan YAYLI – Kırıkkale Üniversitesi
Hilmi ÜNSAL – Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
İlker Hüseyin ÇARIKÇI – Süleyman Demirel Üniversitesi
Kâmil ŞAHİN – Kırıkkale Üniversitesi
Khatir Mohammed - Bounaama University
Kudret BÜLBÜL – Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Latif ÖZTÜRK – Kırıkkale Üniversitesi
M. Savaş KAFKASYALI – Kırıkkale Üniversitesi
M. Nazif SHAHRANİ – Indiana University
Mahmut BİLEN – Sakarya Üniversitesi
Mahmut ZORTUK – Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
Mohamed El HODIRI - Kansas University
Muammer YAYLALI – Erzurum Teknik Üniversitesi
Muhammed Halim DALGIN – Kutztown University, Pennsylvania, USA
Muhittin ATAMAN – Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi
Muhittin KAPLAN – İstanbul Üniversitesi
Murat Ali DULUPÇU – Süleyman Demirel Üniversitesi
Murat ATAN – Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Murtaza HASANOĞLU - Azerbaycan Cumhuriyeti, Devlet İdarecilik Akademisi
Mustafa ACAR – Necmettin Erbakan Üniversitesi
Nezir KÖSE – Gazi Üniversitesi
Ömer ÇAHA – Yıldız Teknik Üniversitesi
Ömer DEMİR – Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi
Ömer Selçuk EMSEN – Atatürk Üniversitesi
Ömer ŞANLIOĞLU – Erciyes Üniversitesi
Ömer TORLAK – Rekabet Kurumu
Patrycja Jaworska (University of Warsaw)
Ramazan GÖZEN – Marmara Üniversitesi
Refik YASLIKAYA – Kırıkkale Üniversitesi
Ryoko Wada - Keiai University – Japonya
Seyfi YILDIZ – Kırıkkale Üniversitesi
Şuayıp ÖZDEMİR – Afyon Kocatepe Üniversitesi
Tayyar ARI – Uludağ Üniversitesi
Ünal Halit ÖZDEN – İstanbul Ticaret Üniversitesi
Veysel KULA – Afyon Kocatepe Üniversitesi
Yusuf PUSTU – Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

Suat Serhat YILMAZ & Nihat IŞIK

Araştırma Makalesi - Katılım Bankaları Tarafından Verilen Kredi Türleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Bir Nedensellik Analizi (*The Relationship between Types of Credits Given by Participation Banks and Economic Growth: A Causality Analysis on Turkey*) 1

Gözde BOZKURT & Ahmet Mete ÇİLİNGİRTÜRK

Araştırma Makalesi - Investigation of Long-Term Change in Web-Based Data Traffic in Terms of Performance Evaluation (*Web Tabanlı Veri Trafik Uzun Vadeli Değişiminin Performans Değerlendirme Açısından İncelenmesi*)..... 26

Alparslan UĞUR & Arzu KIZILKAYA

Araştırma Makalesi - Türkiye’de Kolalı Gazoz İçeceklerindeki Vergi İle Sigara ve Tütün Ürünlerindeki Verginin Karşılaştırılmasına Yönelik Ampirik Bir Çalışma (*Empirical Study on the Comparison of the Tax on Cola Soft Drinks and the Tax on Cigarette and Tobacco Products in Turkey*)..... 38

Tolga OTABATMAZ & Hüseyin EMİROĞLU

Araştırma Makalesi - Devletler, Korku ve Silahların Kontrolü (*States, Fear and Arms Control*)..... 59

Hüseyin ÇAVUŞOĞLU

Araştırma Makalesi - 1983 Genel Seçimleri ve Anavatan Partisi (*1983 General Elections and The Motherland Party*) 76

Merve Nilay SAYGI & Kürşat KORKMAZ

Araştırma Makalesi - 2015’ten Günümüze Türkiye-Rusya İlişkilerindeki Güvenlik Sorunsalına Dair Söylem Analizi (*Discourse Analysis on Security Problem in Turkey-Russia Relations from 2015 to Present*)..... 87

Kamil ŞAHİN & Firaz GÜMÜŞ

Araştırma Makalesi - Ziya Gökalp’in ‘‘Mantık Ve Bilim’’ Anlayışı Ziya Gökalp’s Understanding of ‘‘Logic and Science’’..103

Aybike Tuba ÖZDEN

Araştırma Makalesi - Mavi Okyanus Stratejisi: Covid-19 Pandemi Dönemine Yönelik Dünyadan ve Türkiye’den Örneklerle Bir Değerlendirme (*Blue Ocean Strategy: An Assessment of The Covid-19 Pandemia Period with Cases from The World and Turkey*)..... 116

Esra YILMAZ & Fatma Zehra TAN

Araştırma Makalesi - Algılanan Çatışma Çözüm Stratejilerinin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: İdari Personel Üzerinde Bir Uygulama (*Impact of Perceived Conflict Resolution Strategies on Organizational Commitment: An Application on Administrative Staff*)..... 140

Hazal Ceren ÇEVİKER

Araştırma Makalesi - II. Meşrutiyet Döneminde Meydana Gelen Bir Hükümet Darbesi: 23 Ocak 1913 Babıâli Baskını (*A Government Coup Occurred During II. The Constitutional Period: January 23, 1913, The Raid on the Sublime Porte*).....159

Ceren AYDEMİR & Gökçe KALALI

Araştırma Makalesi - İşletmelerin E-Ticaret Uygulamalarına Yönelik İnternet Kullanımlarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi (*Examining Internet Usage of Businesses for E-Commerce Applications with Some Variables*) 171

Editörden | From Editor

Dergimiz JEBPIR, Kırıkkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi tarafından yılda iki kez yayınlanan süreli ve hakemli bir bilimsel dergidir. Dergimiz, iktisat, işletme, maliye, uluslararası ilişkiler, kamu yönetimi başta olmak üzere iktisadî ve idarî bilimler alanlarındaki bilimsel makaleleri yayınlamayı amaç edinir. Dergimiz bilimsel makale yayınlarına ek olarak gerekli görüldüğü durumlarda söz konusu alanlarda klasikleşmiş-literatüre katkı yapan yabancı makale çevirilerine ve kitap tanıtımlarına (book review) ve alanında önde gelen bilim insanlarının söyleşilerine de yer verebilir. Dergimizde yer alan bütün yayınlar hakemlik sürecine tabi olup, dergimizde yer alan yazılar kısmen ya da tamamen kaynak gösterilmeksizin alıntılanamaz. Dergimizde yer alan yazıların bütün hukukî sorumluluğu yazar(lara) aittir.

Bu sayımızın çıkmasında başta editör yardımcımız Arş. Gör. Fatma Duygu ARSLAN ve Dergi Sekreterimiz Öğr. Gör. Yasin Can GÖNÜLTAŞ olmak üzere tüm bilim, hakem ve yayın kuruluna ayrıca katkı veren tüm hocalarımıza teşekkür ediyorum.

Prof. Dr. Hasan YAYLI

Katılım Bankaları Tarafından Verilen Kredi Türleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Üzerine Bir Nedensellik Analizi

The Relationship between Types of Credits Given by Participation Banks and Economic Growth: A Causality Analysis on Turkey

Suat Serhat YILMAZ · Nihat IŞIK ·

Makale Geliş Tarihi / Received : 20.04.2022
Makale Kabul Tarihi / Accepted : 11.05.2022

ÖZET

Türkiye’de son yıllarda katılım bankalarının payının kamunun da bu piyasaya girmesiyle birlikte giderek yükseldiği dikkat çekmektedir. Nitekim katılım bankalarının tüm bankacılık sektörü içerisindeki payının yaklaşık %4-5 seviyelerinden 2021 yılı itibarıyla yaklaşık %7 seviyesine çıktığı ve bu payın yıllar itibarıyla artış gösterdiği görülmektedir. Bu artışa paralel olarak, katılım bankalarının verdiği kredilerin ekonomik büyüme üzerindeki etkilerine dönük ilgi gerek akademik çevrelerde gerekse politika yapıcılarında nezdinde giderek artış göstermektedir. Bu noktada katılım bankacılığı sistemi tarafından sağlanan kredilerin ekonomik büyüme üzerindeki etkilerinin incelenmesi ilgili sektöre yönelik olarak uygulanacak politikaların belirlenmesi açısından önem arz etmektedir. Buradan hareketle çalışmada, katılım bankaları tarafından verilen; toplam krediler, özel sektöre ve hanehalklarına veriler krediler ve ihtiyaç, konut ve taşıt kredilerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkileri, 2007 yılı ikinci çeyreği ile 2021 yılı dördüncü çeyreği (2007Ç2-2021Ç4) kapsamında, Hacker ve Hatemi-J (2006) Bootstrap Simetrik Nedensellik Testi ve Hatemi-J (2012) Asimetrik Nedensellik Testi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular; katılım bankaları tarafından kullanılan toplam kredilerin pozitif şoklarından Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH)’nın pozitif şoklarına, söz konusu sistemin kredilerinin negatif şoklarından GSYİH’nın negatif şoklarına ve GSYİH’nın negatif şoklarından katılım bankacılığı kredilerinin negatif şoklarına doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğuna işaret etmektedir.

Anahtar Kavramlar: *Katılım Bankaları, Krediler, Hatemi-J (2006) Bootstrap Simetrik Nedensellik Testi, Hatemi-J (2012) Asimetrik Nedensellik Testi*

ABSTRACT

It is noteworthy that the share of participation banks has grown gradually in Turkey in recent years, with the entry of the public sector into this market. As a matter of fact, it is seen that the share of the participation banks in the entire banking sector has risen from approximately 4-5% to approximately 7% as of 2021, and this share has increased over the years. Parallel to this increase, the interest in the effects of the credits given by participation banks on economic growth is gradually increasing both in academic circles and policy makers. At this point, examining the effects of the credits provided by the participation banking system on economic growth is important in terms of determining the policies to be applied for the relevant sector. From this point of view, in the study; the effects of total, private sector, households, consumer, housing and vehicle credits given by participation banks on economic growth, within the scope of the second quarter of 2007 and the fourth quarter of 2021 (2007Q2-2021Q4), was examined by Hacker and Hatemi-J (2006) Bootstrap Symmetrical Causality Test and Hatemi-J (2012) Asymmetric Causality Test. The findings obtained as a result of the analysis points out that there is a one-way causality relationship from the positive shocks of the total credits given by the participation banks to the positive shocks of the Gross Domestic Product (GDP), from the negative shocks of the credits of the related system to the negative shocks of the GDP, and from the negative shocks of the GDP to the negative shocks of the participation banking credits.

Keywords: *Participation Banks, Credits, Hatemi-J (2006) Bootstrap Symmetric Causality Test, Hatemi-J (2012) Asymmetric Causality Test*

· Arş. Gör., Kırıkkale Üniversitesi, İİBF, Ekonometri Böl., suatserhatyilmaz@gmail.com, **ORCID No:** 0000-0003-2900-0824.
· Prof. Dr., Kırıkkale Üniversitesi, İİBF, Ekonometri Böl., nihatis@hotmail.com, **ORCID No:** 0000-0002-0054-5700

GİRİŞ

Küresel anlamda ekonomik rekabetin ülkeler arasında giderek arttığı günümüzde, ülkelerin söz konusu yarışta öne geçebilmeleri ve ekonomik açıdan merkezi bir güç haline gelebilmeleri güçlü bir finansal sektör ve yapıya sahip olmaları ile yakından ilgilidir. Ekonomik büyümenin motoru olarak düşünülen finans sektörü, Robert Solow tarafından ortaya atılan Neoklasik Büyüme Modeli'nde tasarruf ve sermaye birikimi ile ilişkilendirilmektedir. Nitekim literatürde yer alan birçok çalışma finansal gelişim ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Solow'un modeline dayandırmaktadır. Bu modelde tasarruf sahiplerinin âtil tasarruflarının ekonomiye kazandırılması finansal sistemin güven veren ve düşük riskli bir yatırım ortamı sağlamasına bağlıdır. Bu süreçte, sermaye piyasalarının bel kemiğini oluşturan ve para piyasalarının önemli aktörlerinden biri olan bankalara büyük bir görev düşmektedir. Söz konusu sistemde bankalar üzerinden toplanan tasarruflar kredi kanalı aracılığı ile ekonomiye aktarılmakta ve bu şekilde yatırımlar için gerekli fon kaynağı temin edilmektedir (Çonkar vd., 2018: 2).

Büyümenin motoru olarak düşünülen bankacılık sistemi, parasal aktarım mekanizmasının işleyişinde de önemli bir role sahiptir. Parasal aktarım mekanizmasının; faiz oranı, varlık fiyatları, döviz kuru ve kredi gibi kanallar üzerinden işlemesi nedeniyle, uygulanan para politikalarının etkinliği söz konusu kanalların etkinliğine bağlı olarak değişmektedir. Bu mekanizmalardan biri olan kredi kanalının sağlıklı bir biçimde işlemesi de uygulanan para politikalarının reel sektörü arzu edilen yönde etkilemesinde önemli bir faktördür. Yeterince gelişmiş ve kurumsallaşmış bir finansal yapı piyasada ortaya çıkabilecek olası krizleri minimize ederek güvenli fon transferine aracılık etmektedir (Çakar vd., 2018: 71).

Faizden uzak durmak isteyen bireylerin âtil tasarruflarını; güvenli, gelişmiş ve kurumsallaşmış bir yapı dâhilinde ekonomiye kazandırmayı amaçlayan faizsiz bankacılık sistemi çalışmaları, dünyada 1963-1967 yılları arasında Mısır'da başlamıştır ve 1963'te ilk faizsiz banka olan "Mith Ghamr Tasarruf Bankası" Mısır'da faaliyete geçmiştir. Türkiye'de ise söz konusu bankacılık faaliyetlerine ilişkin yasa 1983'te çıkarılmış ve ilk faizsiz bankalar "Özel Finans Kurumu" adıyla 1985'te kurulmuştur. 1999 yılına gelindiğinde ise, ilgili bankacılık sistemine yönelik olarak bir düzenleme yapılarak, bu kurumlar Bankacılık Kanunu kapsamına alınmıştır. 2005 yılında yapılan düzenleme ile sözü edilen kurumların isimleri "Katılım Bankası" olarak değiştirilmiştir (Yurtadur ve Demirbaş, 2017: 90).

Bu çalışmada, bankacılık sistemindeki payı gün geçtikçe artan katılım bankaları tarafından verilen; toplam krediler, özel sektör ve hanehalkı kredileri, konut, taşıt ve ihtiyaç kredilerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkileri, 2007 yılı ikinci çeyreği ile 2021 yılı dördüncü çeyreği (2007Ç2-2021Ç4) verileri kapsamında, Hatemi-J (2006) Bootstrap Simetrik Nedensellik Testi ve Hatemi-J (2012) Asimetrik Nedensellik Testi kullanılarak analiz edilmektedir. Literatür incelendiğinde, geleneksel bankacılık sistemi tarafından sağlanan kredi türleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışmanın olduğu göze çarpmaktadır. Fakat aynı ilişkiyi katılım bankacılığı kredi türleri ile ekonomik büyüme üzerinden asimetrik olarak ele alan çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu yönüyle söz konusu çalışmanın literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

1. KATILIM BANKACILIĞI, KREDİLER VE EKONOMİK BÜYÜME

Katılım Bankacılığı veya Faizsiz Bankacılık olarak da bilinen söz konusu sistem, İslami prensiplere uygun olarak geliştirilen faizsiz finans sisteminin bir uygulamasıdır. Katılım bankacılığı sisteminin faizsiz olmasına vurgu yapılmasının nedeni İslam'ın faiz yasağıdır. Fakat, ilgili bankalar sadece faiz yasağı noktasında değil, bütün operasyon ve faaliyetlerinde İslami prensiplere uygun olarak hareket etmeyi kendilerine ilke edinmişlerdir. İslami finansı geleneksel finans sistemlerinden ayıran en temel özellik faizsiz olması ve nakit finansman yapmamasıdır (Ata ve Buğan, 2016: 91-92).

“Katılım Bankacılığı” ismindeki “Katılım” kelimesi¹ ilgili bankacılık sisteminin kâr veya zarara katılma ilkesine dayandığını göstermektedir. Katılım bankacılığı sistemi faizsiz finansman ilkeleri dâhilinde tasarruf sahiplerinin ellerindeki fazla fonları toplayarak, gerek ticari işlemlerde gerekse sanayi sektöründe değerlendirmekte ve yaptığı bu faaliyetler sonucu elde ettiği kâr veya zarar fon sahiplerine dağıtılmaktadır. Sistem dâhilinde vadeli hesaplarda toplanan Türk Lirası, Euro ve Dolar fonları; finansal kiralama, bireysel ve kurumsal finansman destekleri ve kâr-zarar ortaklığı gibi yöntemler aracılığı ile paylaştırılmaktadır. Bu noktada sistem, içerisinde her türlü faiz ihtiva eden, aşırı risk içeren ve spekülatif olan işlemlere faaliyetleri arasında yer vermemektedir. Ayrıca; alkollü içecekler, silah ve tütün ürünleri, şans oyunları gibi topluma zararı bulunan sektörlerde katılım bankacılığı tarafından finansman sağlanmamaktadır (TKBB, 2020: 1).

Yukarıda da değinildiği gibi, bankacılık sektörünün finansal sistemin belkemiği olması nedeniyle, ilgili sektörün kullandırılmış olduğu krediler iktisadi büyümeyi doğrudan etkileyen temel unsurlardan biridir. Gerek Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme (KOBİ)'lere gerekse reel sektöre yönelik kredi hacmini günden güne arttıran katılım bankalarının iktisadi büyüme ile olan ilişkisinin araştırılması söz konusu alanda ilgi odağı haline gelmiştir. Tablo 1'de, 2007-2021 dönemine ait bankacılık sektörüne ve katılım bankaları kredi türlerine ilişkin yıllık veriler bulunmaktadır.

¹ Bu konuda detaylı bilgi için bkz., Hazıroğlu, 2016.

Tablo 1. Bankacılık Sektörü ve Katılım Bankaları Kredi Türleri Kredi Hacimleri (Milyar TL)

KATILIM BANKALARI KREDİ TÜRLERİ															
Tarih	Bankacılık Sektörü Toplam Kredi Hacmi (A+B+C)	A. Mevduat Bankaları	B. Kalkınma ve Yatırım Bankaları	C. Katılım Bankaları (1+2+3+4+5+6)	1. Yerel Yönetimler	2. Mali Olmayan Kamu Girişimleri	3. Özel Sektör	4. Hanehalkları	4.1. Tüketici Kredileri	4.1.1. Konut Kredileri	4.1.2. Taşıt Kredileri	4.1.3. İhtiyaç ve Diğer Krediler	4.2. Bireysel Kredi Kart.	5. Mali Kuruluşlar	6. Yurtdışı
2007	241,7	219,3	8,6	13,8	0,0	0,0	10,6	2,2	1,8	1,5	0,2	0,1	0,4	0,1	0,9
2008	298,7	269,9	11,3	17,4	0,0	0,0	13,8	2,5	1,8	1,6	0,1	0,1	0,7	0,1	1,2
2009	335,6	298,5	13,5	23,6	0,0	0,0	18,4	3,2	2,5	2,3	0,2	0,0	0,7	0,1	1,9
2010	479,1	432,1	15,9	31,1	0,0	0,0	25,6	4,5	3,7	3,3	0,3	0,1	0,8	0,1	0,9
2011	633,6	572,1	22,9	38,7	0,0	0,0	30,8	6,6	5,5	5,0	0,4	0,1	1,1	0,0	1,2
2012	755,6	676,8	30,5	48,3	0,0	0,0	38,0	8,9	7,2	6,6	0,5	0,1	1,7	0,0	1,4
2013	1010,1	902,7	45,6	61,8	0,1	0,0	48,1	12,2	10,0	9,1	0,6	0,3	2,2	0,0	1,4
2014	1205,5	1083,7	57,8	64,0	0,1	0,1	49,2	13,4	12,0	10,9	0,6	0,6	1,4	0,0	1,2
2015	1441,3	1295,1	73,7	72,5	0,0	0,0	55,3	15,3	14,0	12,0	0,7	1,3	1,3	0,4	1,9
2016	1674,5	1497,6	100,4	76,4	0,0	0,0	60,4	14,1	13,5	11,7	0,7	1,2	0,6	1,6	1,7
2017	2029,9	1800,5	131,2	98,2	0,0	0,6	79,8	15,6	14,9	13,1	0,7	1,0	0,7	2,3	1,8
2018	2286,5	1980,3	193,5	112,8	0,2	1,4	93,2	15,2	14,4	12,6	0,8	1,0	0,8	4,8	2,6
2019	2535,9	2187,7	211,3	136,9	2,6	1,9	109,4	17,6	16,7	13,2	1,8	1,6	1,0	11,5	4,8
2020	3423,4	2940,1	263,3	219,9	2,4	1,9	175,8	32,7	31,6	25,2	3,4	2,9	1,2	8,5	4,0
2021	4645,9	3901,8	413,0	331,2	2,5	4,9	271,4	35,7	33,7	25,9	3,7	4,1	2,0	11,7	7,1

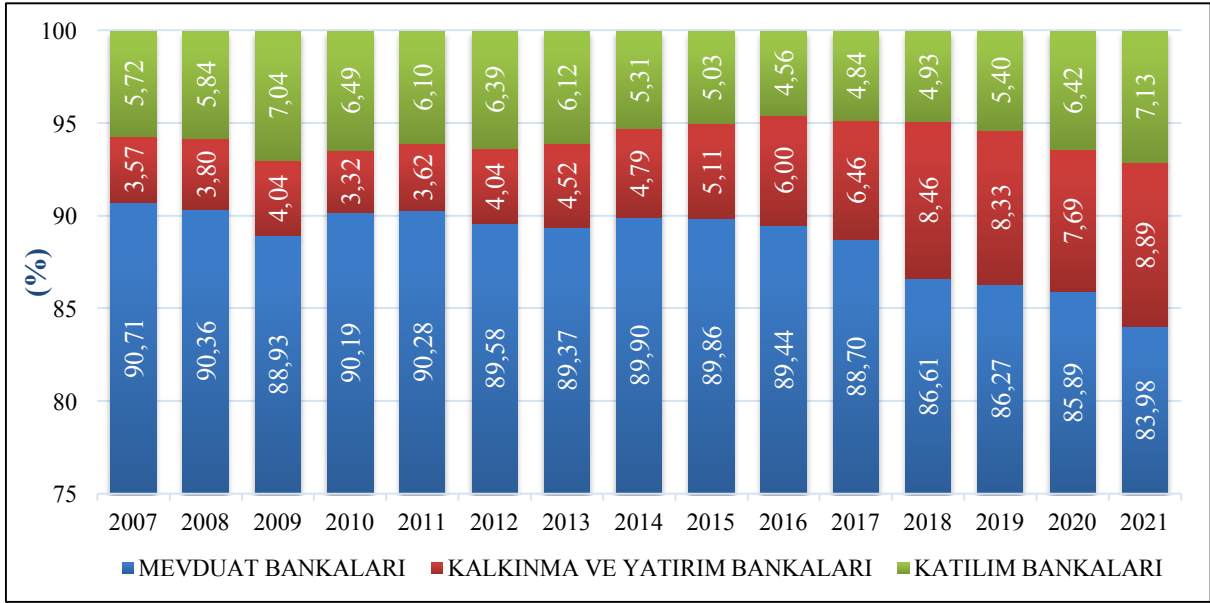
Kaynak: ¹ Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS), <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, Tüm Seriler, Aylık, Kredi Hacmi, Bankacılık Sektörü (Bin TL), (Erişim Tarihi: 13.04.2022). ² Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS), <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, Tüm Seriler, Aylık, Krediler (Kurumsal Sektörlere Göre), Katılım Bankaları (Bin TL), (Erişim Tarihi: 13.04.2022).

Tablo 1’den görülebileceği gibi, 2007 yılında bankacılık sektörünün toplam kredi hacmi 241,7 Milyar TL iken; mevduat, kalkınma ve yatırım ve katılım bankalarının kredi hacimleri ise sırasıyla yaklaşık; 219,2 Milyar TL, 8,6 Milyar TL ve 13,8 Milyar TL’dir. 2021 yılına gelindiğinde toplam bankacılık sektörünün kredi hacmi yaklaşık 19 kat artarak 4645,9 Milyar TL’ye ulaşmıştır. Aynı dönem içerisinde katılım bankalarının kredi hacmi ise 331,2 Milyar TL’ye ulaşarak yaklaşık 24 kat artmıştır.

Katılım bankacılığı kredi türleri açısından bakıldığında ise, 2021 için en yüksek miktar özel sektöre aittir. Söz konusu sektörün miktarı ilgili yılda 271,4 milyar TL’dir. Özel sektörü 35,7 Milyar TL ile hanehalklarına verilen krediler takip etmektedir. Yine aynı yıl mali kuruluşlara, yurtdışına, mali olmayan kuruluşlara ve yerel yönetimlere verilen kredilerin miktarları sırasıyla; 11,7 milyar TL, 7,1 milyar TL, 4,9 milyar TL ve 2,5 milyar TL’dir.

Tüketici kredileri alt kalemleri itibarıyla incelendiğinde ise, söz konusu krediler içinde ilgili yılda en büyük miktara 25,9 Milyar TL ile konut kredileri sahiptir. Söz konusu yılda taşıt ve ihtiyaç ve diğer kredilerin miktarları ise sırasıyla, yaklaşık 3,7 milyar TL ve 4,1 milyar TL’dir.

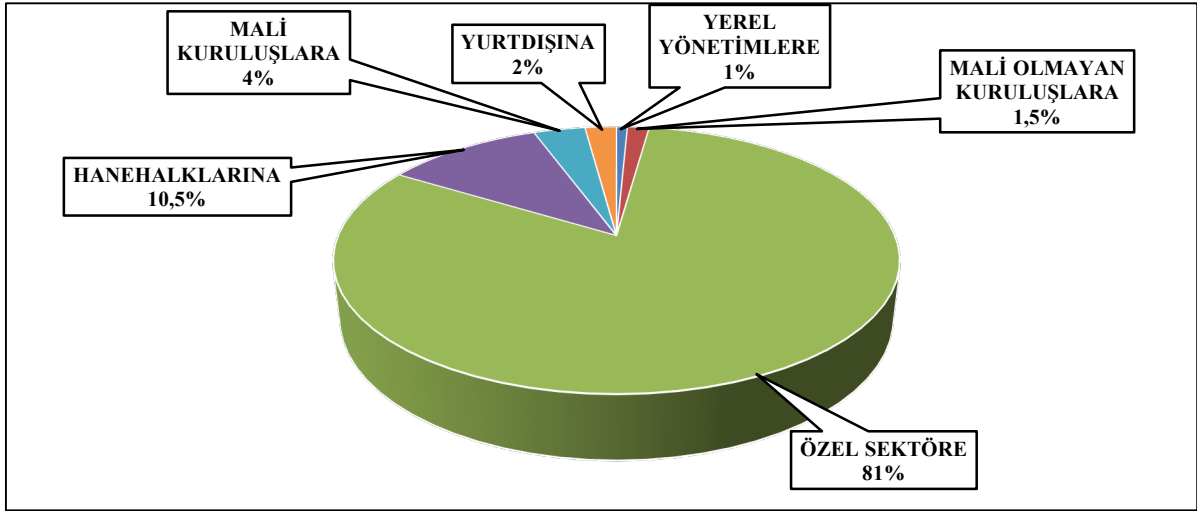
Şekil 1’de Türkiye’de toplam bankacılık sistemi içinde; mevduat, kalkınma ve yatırım ve katılım bankaları tarafından verilen kredilerin payları yer almaktadır.

Şekil 1. Toplam Kredi Hacmi İçerisinde Bankacılık Türlerinin Payları (%)

Kaynak: Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS), <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, Tüm Seriler, Aylık, Kredi Hacmi, Bankacılık Sektörü (Bin TL), (Erişim Tarihi: 13.04.2022).

Şekil 1’den de izlenebileceği gibi, 2007 yılından bu yana hem kalkınma ve yatırım bankaları hem de katılım bankaları toplam kredi hacmi içerisindeki paylarını arttırmışlardır. Söz konusu yılda katılım bankacılığı sektörünün toplam kredi hacmi içerisindeki payı %5,72’dir. 2021 yılına gelindiğinde ise katılım bankacılığı sektörünün payı yaklaşık 331,2 Milyar TL ile toplam kredi hacminin %7,13’üne yükselmiştir. Aynı dönem içinde kalkınma ve yatırım bankalarının payı %8,89’a çıkarken, mevduat bankalarının payı %83,98’e gerilemiştir. İncelenen dönem içerisinde katılım bankalarının mevcut sektör içindeki payının en düşük olduğu yıl %4,56 ile 2016 yılı olarak dikkat çekmektedir.

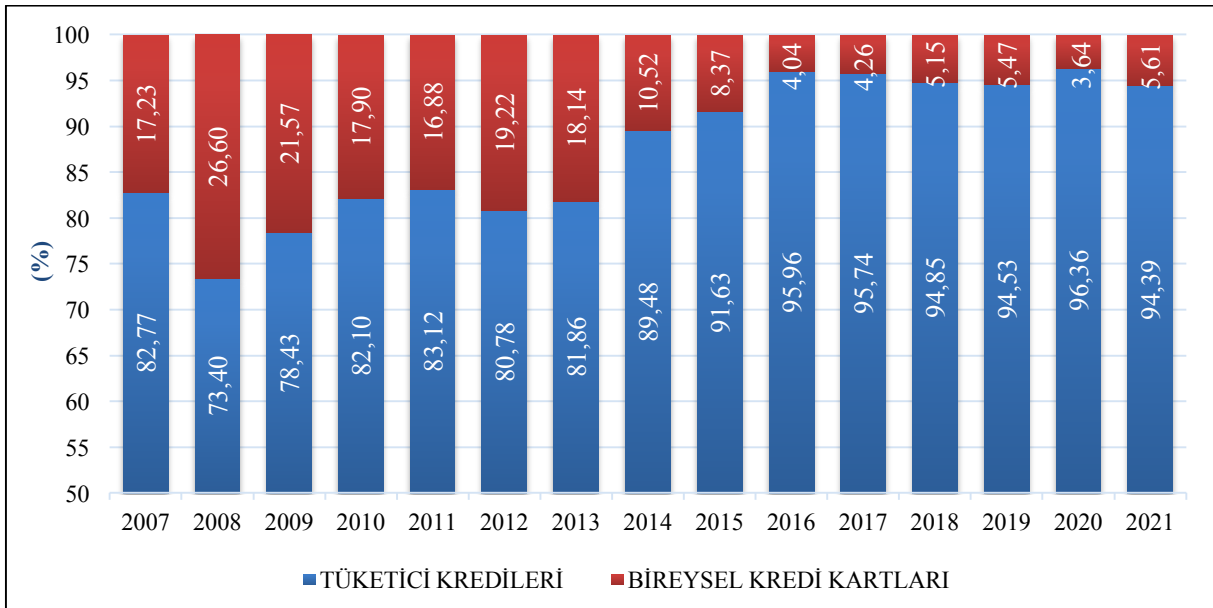
Bankalar tarafından kullanılan kredinin miktarı kadar, bu kredilerin nerelere verildiği de oldukça önemlidir. Şekil 2’de 2021 yılı itibarıyla katılım bankacılığı sistemi tarafından verilen kredilerin çeşitli sektörler için payları yer almaktadır.

Şekil 2. Katılım Bankaları Tarafından Verilen Kredilerin Çeşitli Sektörlere Göre Payları (% , 2021)

Kaynak: Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS), <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, Tüm Seriler, Aylık, Krediler (Kurumsal Sektörlere Göre), Katılım Bankaları (Bin TL), (Erişim Tarihi: 13.04.2022).

Şekilden de takip edilebileceği gibi, 2021 yılı itibarıyla katılım bankacılığı sistemi tarafından sağlanan kredilerin %81'ini özel sektör kredileri oluşturmaktadır. Bu kredileri; %10,5 ile hanehalklarına, %4 ile mali kuruluşlara, %2 ile yurtdışına, %1,5 ile mali olmayan kuruluşlara ve %1 ile yerel yönetimlere verilen krediler takip etmektedir.

Şekil 3'te, hanehalklarına verilen kredilerin dağılımı kapsamında tüketici kredilerinin ve bireysel kredi kartlarının payları verilmektedir.

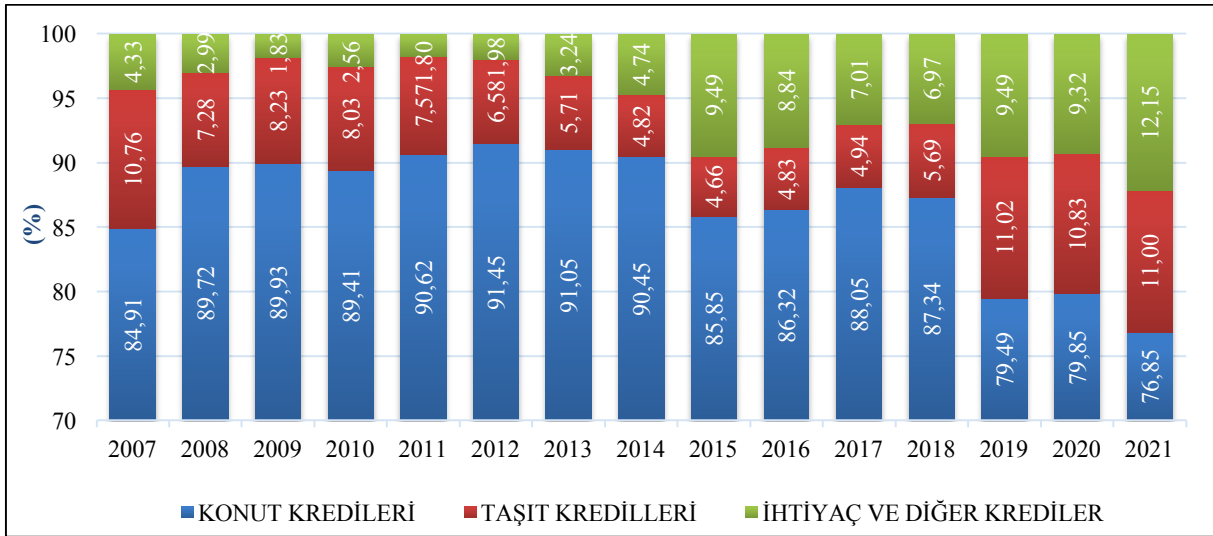
Şekil 3. Hanehalkı Kredileri İçinde Tüketici Kredileri ve Bireysel Kredi Kartlarının Payları (% , 2021)

Kaynak: Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS), <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, Tüm Seriler, Aylık, Krediler (Kurumsal Sektörlere Göre), Katılım Bankaları (Bin TL), (Erişim Tarihi: 13.04.2022).

Şekil 3'ten, yıllar itibarıyla hanehalklarına verilen krediler içinde tüketici kredilerinin payının yükseldiği görülmektedir. 2007 yılında toplam tüketici kredilerinin payı %82,77 iken, 2021 yılı itibarıyla bu oran %94,39'a yükselmektedir. Diğer yandan, bireysel kredi kartlarının hanehalkı kredileri içerisindeki payı incelenen dönem içerisinde %17,23'ten %5,61'e gerilemiştir.

Şekil 4'te, 2007-2021 dönemi itibarıyla tüketici kredilerinin daha detaylı incelenmesi için; konut, taşıt ve ihtiyaç ve diğer krediler olarak dağılımı görülmektedir.

Şekil 4. Tüketici Kredileri İçinde Kredi Türlerinin Payları (%)



Kaynak: Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS), <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>, Tüm Seriler, Aylık, Krediler (Kurumsal Sektörlere Göre), Katılım Bankaları (Bin TL), (Erişim Tarihi: 13.04.2022).

Buna göre, 2007 yılı itibarıyla en yüksek paya %84,9 ile konut kredileri sahiptir. Konut kredilerini %10,76 ile taşıt kredileri ve %4,33 ile ihtiyaç ve diğer krediler takip etmektedir. Söz konusu dönem içerisinde konut kredilerinin payı 2012 yılında %91,45'e ulaşmıştır. Fakat, 2012 yılından sonra tekrar düşmeye başlamış ve 2021 yılı itibarıyla %76,85'e gerilemiştir. Diğer taraftan, ihtiyaç ve diğer kredilerin payının ise incelenen dönem içerisinde büyüdüğü görülmektedir.

Literatürde finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki dört hipotez kapsamında ele alınmaktadır. Bunlardan birincisi, Robinson tarafından ortaya konulan finansal gelişmenin iktisadi gelişmeyi takip ettiğini ileri süren *talep takipli hipotez*dir. İkincisi ise Hugh Patric tarafından öne sürülen *arz-yanlı hipotez*dir. Bu hipotez finansal gelişmenin ekonomik büyümenin üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğunu varsaymaktadır. Üçüncü yaklaşım ise, her iki değişken arasında çift yönlü bir ilişkinin olduğunu ortaya koymaktadır. Dördüncü ve son hipotez de finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını ileri sürmektedir (Bektaş ve Baykuş, 2020: 245).

2. LİTERATÜR ÇALIŞMALARI

Literatürde katılım bankacılığı sisteminin kullandığı kredilere ilişkin birçok çalışma mevcut olup, bunlar arasından seçilmiş çalışmalar aşağıdaki Tablo 2'de kronolojik sıra ile verilmiştir.

Tablo 2. Literatür Çalışmaları

Yazar	Tarih / Frekans	Ülke/ Birim Sayısı	Kullanılan Yöntem/ Analiz Türü	Sonuçlar
Naz ve Gulzar (2022)	2006Ç1-2015Ç4 /Çeyreklik	5 İslam Ülkesi	ARDL ve PMG/ Panel Veri	Ele alınan ülkeler kapsamında, uzun dönemde; İslami bankaların varlıkları, İslami bankaların finansmanı ve İslami tahviller reel GSYİH üzerinde etkilidir.
Vural (2022)	2005Ç1-2020Ç1 /Çeyreklik	Türkiye	Toda-Yamamoto Nedensellik/ Zaman Serisi	KB'nın GB sistemindeki payından GSYİH'ya tek yönlü bir nedensellik ilişkisi mevcuttur.
Sakinah vd. (2022)	2011-2020 /Aylık	Endonezya	VECM Granger Nedensellik Analizi/ Zaman Serisi	İslami finans sisteminden ekonomik büyümeye tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.
Çerkezoğlu (2021)	2006Ç1-2020Ç2 /Çeyreklik	Türkiye	FMOLS ve CCR/ Zaman Serisi	Katılım bankacılığı sistemi tarafından sağlanan krediler ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisi mevcuttur.
Emek (2021)	2010Ç1-2020Ç2	Türkiye	Toda-Yamamoto Nedensellik/ Zaman Serisi	Tüketici kredilerinden GSYİH'ya tek yönlü nedensellik mevcuttur.
Ledhem ve Mekidiche (2021)	2013Ç4 -2019Ç4 /Çeyreklik	Güneydoğu Asya Ülkelerindeki 16 Banka	GMM/ Panel Veri	İslami finans Güneydoğu Asya'da ekonomik büyümeye pozitif yönde etkilemektedir.
Bektaş ve Baykuş (2020)	2006Ç1-2020Ç2 /Çeyreklik	Türkiye	Toda-Yamamoto Nedensellik/ Zaman Serisi	KB tarafından çeşitli sektörlerle verilen kredilerden GSYİH'ya nedensellik bulunmamaktadır.
Bilman (2020)	2005Ç4-2020Ç1 /Çeyreklik	Türkiye	Granger Nedensellik Analizi/ Zaman Serisi	KB kredileri ile GSYİH arasında nedensellik ilişkisi mevcut değildir.
Bozkurt ve Yardımcıoğlu (2020)	2005Ç4-2016Ç2 /Çeyreklik	Türkiye	ARDL Sınır Testi/ Zaman Serisi	KB tarafından özel sektöre sağlanan kredilerden ekonomik büyümeye kısa ve uzun dönemde tek yönlü bir nedensellik vardır.
Kutlu ve Karamustafa (2019)	2006Ç1-2017Ç7 /Çeyreklik	Türkiye	FMOLS Granger Nedensellik Analizi/ Zaman Serisi	KB kredilerinden büyümeye nedensellik söz konusu değilken, GB ile büyüme arasında çift yönlü bir nedensellik mevcuttur.
Bozkurt vd. (2019)	2015Ç4-2016Ç2 /Çeyreklik	Türkiye	ARDL/ Zaman Serisi	Katılım bankacılığı sisteminin ilk gelişme dönemlerinde ekonomik büyümeye olumsuz etkilerken, uzun dönemde pozitif etkilemektedir.
Çakar (2018)	2005Ç4-2016Ç4 /Çeyreklik	Türkiye	Granger Nedensellik Analizi/ Zaman Serisi	KB kredileri GSYİH'nın Granger nedeni değildir.
Çonkar vd. (2018)	2007Ç3-2015Ç2 /Çeyreklik	Türkiye	Toda-Yamamoto Granger Nedensellik Analizi/ Zaman Serisi	KB kredileri ile GSYİH arasında nedensellik ilişkisi mevcut değildir.
Koçak (2018)	2005Ç4-2015Ç2 /Çeyreklik	Türkiye	DEKK, VECM Granger Nedensellik Analizi/ Zaman Serisi	İslami finans ekonomik büyüme üzerinde tek yönlü pozitif bir etkiye sahiptir.
Boukhatem and Moussa (2018)	2000-2014 /Yıllık	13 MENA Ülkesi	FMOLS/ Panel Veri Analizi	İslami bankacılık sistemi tarafından verilen krediler ekonomik büyümeye pozitif yönde etkilemektedir.
Jobarteh ve Ergeç (2017)	2005A12-2015A11 /Aylık	Türkiye	VECM ve Granger Nedensellik Analizi/ Zaman Serisi	Hanehalkına ve özel sektöre verilen kredilerden ekonomik büyümeye kısa ve uzun dönemli nedensellik mevcuttur.
Işık (2014)	2006Ç1-2014Ç1 /Çeyreklik	Türkiye	Granger Nedensellik Analizi/ Zaman Serisi	Uzun dönemde KB kredileri ile ekonomik büyüme arasında bir ilişki mevcut değilken, kısa dönemde söz konusu değişkenler arasında iki yönlü bir nedensellik ilişkisi mevcuttur.
Al-Oqool vd. (2014)	1980-2012 /Yıllık	Ürdün	Johansen Eşbütünleşme Analizi/ Granger Nedensellik Analizi/ Zaman Serisi	İslami bankacılık sistemi tarafından kullanılan fonlar ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki mevcut iken, Granger nedensellik analizi ilgili değişkenler arasında iki yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Kısaltmalar: **KB:** Katılım Bankaları, **GB:** Geleneksel Bankalar, **FMOLS:** Tamamen Değiştirilmiş En Küçük Kareler, **ARDL:** Otoregresif Dağıtılmış Gecikme, **CCR:** Kanonik Eşbütünleşik Regresyon, **DEKK:** Dinamik En Küçük Kareler, **VECM:** Vektör Hata Düzeltme Modeli, **PMG:** Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi, **GMM:** Genelleştirilmiş Momentler Metodu.

Naz ve Gulzar (2022), 2006Ç1-2015Ç4 dönemi verilerinden yararlanarak; Bahreyn, Endonezya, Malezya, Pakistan ve Katar olmak üzere beş İslam ülkesi özelinde; İslami bankaların finansal varlıkları, İslami bankaların finansmanı ve İslami tahviller ile reel GSYİH arasındaki ilişkiyi incelemiştir. ARDL ile PMG yöntemleri aracılığı ile elde ettikleri sonuçlar, adı geçen değişkenler ile ekonomik büyüme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

Vural (2022), katılım bankacılığı sisteminin geleneksel bankacılık sistemi içindeki payı ile GSYİH arasındaki ilişkiyi analiz ettiği çalışmada 2005Ç1-2020Ç1 dönemini kapsayan verilerden yararlanmıştır. Toda-Yamamoto (1980) nedensellik testi uygulanan çalışmanın analiz sonuçları, katılım bankacılığı sisteminin geleneksel bankacılık sistemi içindeki payından GSYİH'ya doğru tek yönlü bir nedensellik olduğunu göstermektedir.

Sakinah vd. (2022), 2011-2020 dönemi aylık verilerini içine alan çalışmalarında İslami finans ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Endonezya özelinde VECM ve Granger Nedensellik Analizi ile incelemiştir. Elde edilen bulgular, İslami finans sistemi ile ekonomik büyüme arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisine işaret etmektedir.

Çerkezoğlu (2021), Türkiye özelinde katılım bankacılığı sistemi tarafından kullanılan krediler ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 2006Ç1-2020Ç1 dönemi için ele almıştır. Çalışmada, FMOLS ve CCR yöntemlerinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, katılım bankaları tarafından kullanılan krediler ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki bulunmuştur.

Emek (2021), Türkiye'de katılım bankacılığı sistemi tarafından sağlanan tüketici kredileri ile gerçek kişi katılma hesaplarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini incelemiştir. Söz konusu ilişkinin incelenmesinde 2006Ç1-2020Ç2 dönemini kapsayan verilerden yararlanılarak Toda-Yamamoto (1980) nedensellik analizi kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçları tüketici kredilerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedenselliğin olduğunu göstermektedir.

Ledhem ve Mekidiche (2021), 16 Güneydoğu Asya İslam bankası üzerinden İslami finansın ekonomik büyüme üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Bu amaçla, 2013Ç4-2019Ç4 dönemini kapsayan çeyreklik veriler kullanılmıştır. Çalışmada, bir panel veri analizi tahmin yöntemi olan GMM yönteminden faydalanmışlardır. Elde edilen bulgular, İslami finansın ekonomik büyüme üzerinde pozitif bir etkisinin olduğuna işaret etmektedir.

Bektaş ve Baykuş (2020), Türkiye'de katılım bankacılığı sistemi tarafından çeşitli sektörler verilen krediler ile GSYİH arasındaki ilişkiyi Toda-Yamamoto (1980) nedensellik analizi yardımıyla incelemiştir. 2006Ç1-2020Ç2 dönemini kapsayan çalışmanın sonuçları, katılım bankacılığı tarafından kullanılan kredilerden GSYİH'ya doğru bir nedensellik olmadığını gösterirken, GSYİH değişkeninden hem tekstil hem de gıda değişkenlerine doğru tek yönlü bir nedensellik olduğuna işaret etmektedir.

Bilman (2020), 2005Ç4-2020Ç1 dönemini kapsayan çeyreklik verilerden faydalandığı çalışmada, Türkiye özelinde katılım bankacılığı kredileri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Granger Nedensellik analizi yöntemi ile incelemiş ve katılım bankacılığı tarafından sağlanan krediler ile ekonomik büyüme arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.

Bozkurt ve Yardımcıoğlu (2020), 2005Ç4-2016Ç2 dönemini kapsayan çalışmalarında, Türkiye’de geleneksel bankacılık ve katılım bankacılığı sistemlerinden özel sektöre sağlanan krediler ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. İlgili değişkenlerin analizinde ARDL Sınır testi yaklaşımı kullanılmış olup, analiz sonucunda elde edilen bulgular, hem kısa dönemde hem de uzun dönemde katılım bankacılığı tarafından özel sektöre sağlanan kredilerden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik olduğuna işaret etmektedir.

Kutlu ve Karamustafa (2019), mevduat bankaları ve katılım bankaları tarafından verilen kredilerin büyüme üzerindeki etkilerini Türkiye özelinde incelemişlerdir. 2006Ç1-2017Ç7 arasındaki dönemi kapsayan çalışmada FMOLS yönteminden yararlanmışlardır. Çalışmanın sonuçlarına göre, katılım bankaları tarafından sağlanan kredilerden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik söz konusu değilken, mevduat bankaları tarafından sağlanan krediler ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi söz konusudur.

Bozkurt (2019), Türkiye’de geleneksel bankacılık sisteminin ve katılım bankacılığı sisteminin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini ARDL yönteminden yararlanarak incelemiştir. Çalışmanın veri seti 2015Ç4-2016Ç2 arasındaki dönemi kapsamaktadır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular, katılım bankacılığı sisteminin gelişmeye başladığı ilk dönemlerde sistemin ekonomik büyümeyi negatif etkilediğini, uzun dönemde ise söz konusu etkinin pozitif olduğuna işaret etmektedir.

Jobarteh ve Ergeç (2017), Türkiye özelinde katılım bankacılığı kredi türlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini 2010A12-2015A11 dönemini kapsayan aylık verilerden yararlanarak analiz etmişlerdir. VECM ve Granger nedensellik analizi aracılığı ile ulaşılan sonuç, katılım bankacılığı tarafından özel sektöre ve tüketicilere verilen kredilerden ekonomik büyümeye doğru uzun dönemli bir nedensellik olduğunu ortaya koymaktadır.

Çakar vd. (2018), 2005Ç4-2016Ç4 dönemini kapsayan verileri kullandıkları çalışmalarında, Türkiye örneği üzerinden geleneksel bankacılık sistemi ile katılım bankacılığı sistemi kredi hacminin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini ele almışlardır. Granger Nedensellik analizini kullandıkları çalışmanın sonuçları; kalkınma ve yatırım bankaları tarafından verilen kredilerden GSYİH’ya doğru, GSYİH’den katılım bankalarının toplam kredi hacmine doğru ve son olarak GSYİH’den T.C. Merkez Bankası toplam kredi hacmine doğru tek yönlü nedensellik olduğunu göstermektedir. Çalışmada bu bulgular ışında, yaygın görüşün aksine, geleneksel bankacılık sistemi kredi hacminin ekonomik büyümenin nedeni olmadığı değerlendirilmiştir.

Çonkar vd. (2018), Türkiye’de; katılım bankacılığı kredileri, GSYİH, sabit sermaye yatırımları ve mevduat bankaları toplam kredileri değişkenleri arasındaki ilişkiyi 2007Ç3-2015Ç2 dönemini kapsayan çeyreklik verileri kullanarak incelemişlerdir. Toda-Yamamoto (1980) ve Granger Nedensellik analizini uyguladıkları çalışmada, katılım bankacılığı tarafından sağlanan krediler ile GSYİH arasında bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

Koçak (2018), Türkiye’de İslami Finans ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmasında, 2005Ç4-2015Ç2 dönemini kapsayan çeyreklik veriler kullanmıştır. Analiz süresince çalışmada; DEKK, VECM ve Granger Nedensellik Analizi yöntemlerinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, Türkiye’de İslami finansın ekonomik büyüme üzerinde tek yönlü ve pozitif etkisi bulunmaktadır.

Boukhatem and Moussa (2018), 13 MENA ülkesi² kapsamında İslami bankacılık sistemi tarafından sağlanan fonların ekonomik büyüme üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Çalışmada FMOLS yöntemi kullanılmış olup, veri seti 2000-2014 dönemini kapsayan yıllık verilerden oluşmaktadır. Söz konusu yöntem sonucunda elde edilen bulgular, İslami bankacılık sistemi tarafından sağlanan fonların ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisi olduğuna işaret etmektedir.

Işık (2014), 2006Ç1-2014Ç1 arasındaki çeyreklik dönemi kapsayan çalışmasında Türkiye örneği üzerinden katılım bankacılığı kredileri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Granger Nedensellik Analizi yöntemiyle ele almıştır. Çalışmanın analizinden elde edilen bulgular, uzun dönemde katılım bankacılığı kredileri ile ekonomik büyüme arasında bir ilişki olmadığına işaret etmekte iken, kısa dönemde söz konusu değişkenler arasında iki yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğunu göstermektedir.

Al-Oqool vd. (2014), Ürdün için 1980-2012 yıllık verilerini kapsayan çalışmalarında, İslami bankacılık sistemi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Johansen Eşbütünlük ve Granger Nedensellik Analizi aracılığıyla ele almışlardır. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, İslami bankacılık sistemi tarafından kullanılan fonlar ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığına işaret etmekte iken, Granger Nedensellik Analizi ise ilgili değişkenler arasında iki yönlü bir ilişkinin olduğunu ortaya koymaktadır.

Burada ele alınan literatüre ilişkin bir değerlendirme yapıldığında, yapılan çalışmaların birçoğunda, katılım bankacılığı ve İslami finans sistemi tarafından sağlanan fonların ekonomik büyüme üzerindeki etkisine yönelik farklı sonuçların olduğu görülmektedir. Türkiye özelinde yapılan; Bektaş ve Baykuş (2020), Bilman (2020), Kutlu ve Karamustafa (2019), Çakar (2018), Çonkar vd. (2018) ve Işık (2014) çalışmalarında, katılım bankacılığı sisteminden GSYİH'ya doğru bir nedensellik tespit edilememiştir. Söz konusu çalışmalarda bu durum genel olarak katılım bankacılığı sisteminin toplam bankacılık sistemindeki payının düşük olması ile açıklanmaktadır. Diğer taraftan yine Türkiye için, Çerkezoğlu (2021) ilgili değişkenler arasında uzun dönemde bir eşbütünlük ilişkisi tespit etmişken, Bozkurt vd. (2019) ve Koçak (2018) çalışmalarında katılım bankacılığı sisteminden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığı tespit edilmiştir. Türkiye dışındaki ülkeler için yapılmış çalışmalara gelindiğinde ise, zaman serisi ve panel veri çalışmalarının tamamında katılım bankacılığı tarafından sağlanan kredilerin veya İslami finansın ekonomik büyümeyi arttırdığı bulgusuna ulaşılmıştır. Değerlenen çalışmalarda göze çarpan bir başka husus, ekonomik büyüme ile kredi türleri arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmaların az olmasıdır. Bu kapsamda Hacker ve Hatemi-J (2006) Bootstrap Simetrik Nedensellik Testi ve Hatemi-J (2012) Asimetrik Nedensellik Testi ile söz konusu konuyu inceleyen çalışmanın, bu yönüyle literatüre katkı yapması beklenmektedir.

² MENA kısaltması, Middle East-Orta Doğu ve North Africa-Kuzey Afrika bölgelerinin İngilizce baş harflerinden gelmektedir. Eğer Dünya Bankası (WB) Grubu'nun sınıflandırması esas alınrsa, MENA bölgesi; alfabetik sırayla; Bahreyn, Birleşik Arap Emirlikleri (BAE), Cezayir, Cibuti, Fas, Filistin (West Bank and Gaza), Irak, İran, İsrail, Katar, Kuveyt, Libya, Lübnan, Malta, Mısır, Suriye, Suudi Arabistan, Tunus, Umman, Ürdün ve Yemen'den oluşmaktadır. (Dikkat edilirse, WB listesinde, AB üyesi Malta yer alırken, AB aday üyesi Türkiye ise yer almamaktadır. Bazı sınıflandırmalarda da Türkiye ve Kıbrıs'ın yanı sıra Kafkas ülkeleri MENA kapsamına alınmıştır) (Kalaycı, 2011: 177).

3. VERİ SETİ VE ÖZET İSTATİSTİKLER

Çalışmada, katılım bankacılığı kredi hacmi ve türlerinin GSYİH üzerindeki etkisinin belirlenmesinde; GSYİH, Katılım Bankacılığı Toplam Kredileri (KTOK), Katılım Bankacılığı Özel Sektöre Verilen Krediler (KOZE), Katılım Bankacılığı Hanehalkı Kredileri (KHAN), Katılım Bankacılığı Konut Kredileri (KKON), Katılım Bankacılığı Taşıt Kredileri (KTAS) ve Katılım Bankacılığı İhtiyaç Kredileri (KIHT) verilerinden yararlanılmıştır. 2007Ç2-2021Ç4 dönemini kapsayan çalışmada çeyreklik veriler kullanılmıştır. Verilerin tamamı TCMB Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden elde edilmiştir. GSYİH verisi zincirlenmiş hacim olup reel değerleri içermektedir. Diğer verilerin tamamı aynı veri tabanından elde edilen TÜFE serisi kullanılarak reel hale getirilmiştir. Mevsimsel etkinin olabileceğinden hareketle Tablo 3'te, serilerin reel hale getirilmesini takiben yapılan mevsimsel F testi sonuçları bulunmaktadır.

Tablo 3. Mevsimsel F Testi

MEVSİMSSEL F TESTİ					
İncelenen Değişkenler	İstatistikler	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kare	F Testi
GSYİH	Çeyrekler Arası	2887,8026	3	962,60088	248,718***
	Kalıntılar	212,8638	55	3,87025	
	Toplam	3100,6664	58		
KTOK	Çeyrekler Arası	38,0067	3	12,66891	4,227
	Kalıntılar	164,8587	55	2,99743	
	Toplam	202,8654	58		
KOZE	Çeyrekler Arası	44,8304	3	14,94346	3,507
	Kalıntılar	234,3444	55	4,26081	
	Toplam	279,1747	58		
KHAN	Çeyrekler Arası	64,2817	3	21,42723	4,768
	Kalıntılar	247,1725	55	4,49405	
	Toplam	311,4542	58		
KKON	Çeyrekler Arası	42,1775	3	14,05915	3,578
	Kalıntılar	216,1106	55	3,92928	
	Toplam	258,2881	58		
KTAS	Çeyrekler Arası	157,0595	3	52,35316	6,490***
	Kalıntılar	443,6907	55	8,06710	
	Toplam	600,7502	58		
KIHT	Çeyrekler Arası	1121,2689	3	373,75629	1,874
	Kalıntılar	10966,8993	55	199,39817	
	Toplam	12088,1682	58		

Not: *** %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılığı göstermektedir.

H_0 : Seride mevsimsel etki mevcut değildir.

Tablo 3'te yer alan mevsimsel F testi sonuçlarına göre, GSYİH ve taşıt kredileri değişkenlerinde mevsimsel etki mevcuttur. Diğer değişkenlerde ise mevsimsel etki söz konusu değildir. Bu nedenle, GSYİH ve taşıt kredileri değişkenleri X-12 Census yöntemi kullanılarak mevsimsel etkiden arındırılmıştır. Sonrasında değişkenlerin tamamına logaritmik dönüşüm uygulanmıştır. Analizde kullanılacak veri setine ilişkin bilgi ve açıklamalar Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Çalışmanın Veri Seti

Değişkenler	Kısaltmalar	Açıklamalar
Gayrisafi Yurt İçi Hâsıla	<i>LGSYIH</i>	Mevsimsel etkiden arındırılmış reel GSYİH'nın doğal logaritması (Zincirlenmiş Hacim, Bin TL).
Toplam Krediler	<i>LKTOK</i>	Reel katılım bankacılığı toplam kredilerinin doğal logaritması (Bin TL).
Özel Sektöre Verilen Krediler	<i>LKOZE</i>	Reel özel sektöre verilen katılım bankacılığı kredilerinin doğal logaritması (Bin TL).
Hanehalklarına Verilen Krediler	<i>LKHAN</i>	Reel katılım bankacılığı tarafından hanehalklarına verilen kredilerin doğal logaritması (Bin TL).
Konut Kredileri	<i>LKKON</i>	Reel katılım bankacılığı konut kredilerinin doğal logaritması (Bin TL).
Taşıtlar Kredileri	<i>LKTAS</i>	Mevsimsel etkiden arındırılmış reel katılım bankacılığı taşıtlar kredilerinin doğal logaritması (Bin TL).
İhtiyaç Kredileri	<i>LKIHT</i>	Reel katılım bankacılığı ihtiyaç kredilerinin doğal logaritması (Bin TL).

Tablo 4'ten takip edilebileceği gibi, analizde kullanılan verilerin hepsi reel hale getirilmiş verilerdir. GSYİH ve taşıtlar kredileri değişkenleri mevsimsel etkiden arındırılmıştır. Değişkenlerin tamamı Bin TL'dir. Tablo 5'te analizde kullanılan veri setine ilişkin özet istatistikler yer almaktadır.

Tablo 5. Özet İstatistikler

İstatistikler	<i>LGSYIH</i>	<i>LKTOK</i>	<i>LKOZE</i>	<i>LKHAN</i>	<i>LKKON</i>	<i>LKTAS</i>	<i>LKIHT</i>
Ortalama	19,68484	17,28827	17,04558	15,44611	15,16597	12,65635	12,28274
Medyan	19,71027	17,41411	17,15365	15,66037	15,41043	12,67046	12,65074
Maksimum	20,05916	18,12578	17,92011	16,07505	15,81741	13,79553	13,72653
Minimum	19,31562	16,33338	15,98935	14,52516	14,13635	11,66071	10,54104
Standart Sapma	0,221912	0,458369	0,462438	0,480032	0,535916	0,521595	1,004068
Çarpıklık	-0,164036	-0,428911	-0,440184	-0,763722	-0,819820	0,526018	-0,190527
Basıklık	1,741168	2,419183	2,586375	2,160407	2,198193	3,266061	1,588059
Gözlem Sayısı	59	59	59	59	59	59	59

Yukarıdaki tabloda verilen özet istatistikler dikkate alındığında, logaritmik dönüşümün uygulanması ile serilerin tamamının ortalama ve değişim aralıklarının birbirine yaklaştığı görülmektedir. Taşıtlar kredileri değişkeni > 0 olduğu için sağa çarpık, diğer tüm değişkenler < 0 olduğu için sola çarpıktır. Yine taşıtlar kredileri değişkeni > 3 olduğu için standart normal dağılımdan daha dik, diğer tüm değişkenler < 3 olduğu için standart normal dağılımdan daha basıktır.

4. YÖNTEM

Bu kısımda çalışmada kullanılacak iki yöntem hakkında kısaca bilgi verilecektir.

4.1. HACKER VE HATEMİ-J (2006) BOOTSTRAP SİMETRİK NEDENSELLİK TESTİ

Zaman serisi çalışmalarında birçok nedensellik testi kullanılmasına karşın, bazı testlerin diğerlerine üstün ve avantajlı yönleri bulunmaktadır. Bu noktada Hacker ve Hatemi-J (2006), Toda-Yamamoto testinin üstün yönlerinden yararlanmak suretiyle Bootstrap tekniği üzerine temellenen bir nedensellik testi ortaya koymuşlardır. Hacker ve Hatemi-J (2006) testinin diğer testlere göre en önemli üstün yanı ise, testlerde kullanılacak değişkenlerin durağanlık düzeylerinin farklı olmasına ve aralarında eşbütünleşme ilişkisi olmadan ilgili testlerin yapılabilmesine imkân vermesidir. Bu noktada Hacker ve Hatemi-J (2006) ortaya çıkabilecek değişen varyans sorununa karşı söz konusu testi Bootstrap yöntemine dayalı olarak geliştirmişler ve kritik değerleri de aynı yöntemle hesaplamışlardır (Kırca ve Yıldız, 2020: 21).

Testte VAR modeli ile değişkenler arasındaki ilişki araştırılmakta olup, söz konusu model aşağıdaki gibidir (Bektur ve Malcıoğlu, 2017: 79):

$$Y_t = \alpha + A_1 Y_{t-1} + \dots + A_p Y_{t-p} + e_t \quad (1)$$

Eşitlikte Y_t , α ve e_t n-boyutlu olan değişken vektörünü, A ise parametre vektörünü ifade etmektedir. Burada Toda ve Yamamoto (1995), bütünleştirilmiş olan değişkenler arasında nedenselliğin test edilmesi amacıyla aşağıda yer alan VAR modelini önermiştir:

$$Y_t = \hat{\alpha} + \hat{A}_1 Y_{t-1} + \dots + \hat{A}_p Y_{t-p} + \dots + \hat{A}_{p+d} Y_{t-p-d} + \hat{e}_t \quad (2)$$

Eşitlikte EKK ile tahmin edilmiş parametrelerin üzerine inceltme işareti konulmuştur. Tahmin sürecinde p bilinmektedir ve d ise analizde kullanılan değişkenlerin maksimum entegrasyon sayısına eşittir. Burada boş hipotez değişkenler arasında Granger nedenselliğinin olmadığını ifade ederken, alternatif hipotez ise seriler arasında bir nedensellik ilişkisinin var olduğunu iddia etmektedir. Toda Yamamoto (1995)'in ileri sürdüğü hipotez testi için test istatistiği aşağıdaki gibidir (Yıldırım ve Keskinöğlü, 2012; 140):

$$\hat{Y} = \hat{F}Z + \psi \quad (3)$$

Eşitlikte;

$$Y : (y_1, \dots, y_t)(n \times T)$$

$$\hat{F} := (\hat{\alpha}, \hat{A}_1, \dots, \hat{A}_p, \dots, \hat{A}_{p+d})(n \times (1 + n(p + d))) \text{ matrisi}$$

ve Z ise,

$$Z_t := \begin{bmatrix} 1 \\ Y_t \\ Y_{t-1} \\ \vdots \\ \vdots \\ Y_{t-p-d+1} \end{bmatrix} (1 + n(p + d) \times T) \quad t=1,2,\dots,T \text{ için}$$

$$Z := (Z_0, \dots, Z_{T-1})(1 + n(p + d) \times T))$$

$$\psi = (\hat{e}_t, \dots, \hat{e}_T)(n \times T)$$

Toda ve Yamamoto (1995), “Granger nedeni değildir” olarak kurulan temel hipotezin sınanması amacıyla ortaya koydukları test istatistiğinin asimptotik olarak ki-kare dağılımına sahip ve hata teriminin normal dağılıma uyduğu varsayımına dayanan modifiye edilmiş MWALD testini önermektedir (Ulucak ve Ulucak; 2012: 90).

$$MWALD = (C\beta)'[C((Z'Z)^{-1} \otimes S_U)C']^{-1}(C\beta) \quad (4)$$

Eşitlikte C, kısıtları içeren p x n(1+np) boyutundaki gösterge matrisidir. \otimes Kronecker çarpımını ifade etmektedir. Burada β ise sütun sıralayıcı işlemcidir. S_U AR modelinde hesaplanan varyans-kovaryans matrisini göstermekte iken, q ise her VAR eşitliğinde yer alan gecikme sayısıdır. Testin boş hipotezi eşitlik 5’te gösterildiği gibi, değişkenler arasında Granger nedenselliğinin olmadığını ifade etmektedir.

$$H_0 : (C\beta) = 0 \quad (5)$$

4.2. HATEMİ-J (2012) ASİMETRİK NEDENSELLİK TESTİ

İktisadi yaklaşım ve teorilerin geçerliliklerinin doğrulanmasında Granger (1969)’dan bu yana birçok nedensellik testi ortaya atılmıştır. Sims (1980), Toda-Yamamoto (1980) ve Hacker ve Hatemi-J (2006) nedensellik testleri söz konusu alana önemli katkı yapan testlerdir. Hatemi-J (2012) bu çalışmalardan farklı olarak, iktisadi aktörlerin gerçek dünyada karşılaşılan şoklara farklı tepkiler vereceğini öne sürmekte, özellikle finans piyasalarında yatırım yapanların homojen bir yapıya sahip olmaktan ziyade heterojen bir yapıya sahip olduğunu ileri sürmektedir. Bunun anlamı, bu aktörlerin rassal bir şok ile karşılaştıklarında aynı tepkiyi vermemeleridir. Söz konusu durumun nedeni, ilgili yatırımcıların bazılarının şokların geçici olduğunu düşünmesi ve risk almayı sevmesi, diğerlerinin ise riskten kaçınmak amacıyla pozisyonunu değiştirmesi ile açıklanabilir. Bu noktada Hatemi-J (2012), şokların piyasa üzerinde etkilerinin aynı olmayacağını iddia ederek, söz konusu şokların pozitif ve negatif şoklar olarak ayrıştırılması gerektiğini ileri sürmektedir (Mert ve Çağlar, 2019: 349-350).

İlgili alanda şokları ayrıştırmanın ilk örneği Granger ve Yoon (2002) tarafından ortaya konulan saklı eşbütünleşme testidir. Bu test, iki zaman serisinin pozitif ve negatif bileşenleri arasında saklı bir ilişkinin olabileceğini ileri sürerek bu ilişkiyi saklı eşbütünleşme ilişkisi olarak tanımlamaktadır. Bu çalışmada Granger ve Yoon (2002), ekonomik zaman serilerinin şoklara karşı birlikte tepki verdiklerinde eşbütünleşik olacağını, fakat her biri farklı tepki verdiği takdirde ise aralarında ayrı bir eşbütünleşme ilişkisinin olmayacağını ileri sürmüştür. Bu noktada Granger ve Yoon (2002), zaman serilerinin belirli bir yöndeki şoka birlikte tepki vereceklerini varsaymışlar, analize dâhil edilecek verileri pozitif ve negatif değişimlerine göre ayrıştırmışlar ve söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiyi bu şekilde incelemişlerdir (Özcan 2015: 186).

Hatemi-J (2012), Granger ve Yoon (2002) tarafından ortaya konulan bu ayrıştırma yöntemini kullanarak asimetrik nedensellik testi geliştirmiştir. Çalışmasında, değişkenler pozitif ve negatif

bileşenlerine ayrılmış ve daha sonra bu değişkenlere analiz uygulanmıştır (Şahin ve Durmuş, 2018: 820-821).

Aşağıdaki 6 ve 7 numaralı denklemlerde, Y_{1t} ve Y_{2t} serileri eşbütünleşik iki seri olmak üzere, $Y_{1,0}$ ve $Y_{2,0}$ serilerin başlangıç değerlerini göstermektedir.

$$Y_{1t} = Y_{1t-1} + \varepsilon_{1t} = Y_{1,0} + \sum_{i=1}^t \varepsilon_{1i} \quad (6)$$

$$Y_{2t} = Y_{2t-1} + \varepsilon_{2t} = Y_{2,0} + \sum_{i=1}^t \varepsilon_{2i} \quad (7)$$

Bu denklemlere aşağıda ifade edilen pozitif ve negatif şoklar eklenmek suretiyle değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi incelenebilmektedir (Sungur vd., 2016: 182).

$$\varepsilon_{1i}^+ = \max(\varepsilon_{1i}, 0) \quad \varepsilon_{1i}^- = \min(\varepsilon_{1i}, 0) \quad (8)$$

$$\varepsilon_{2i}^+ = \max(\varepsilon_{2i}, 0) \quad \varepsilon_{2i}^- = \min(\varepsilon_{2i}, 0) \quad (9)$$

Bu noktada;

$$\varepsilon_{1i} = \varepsilon_{1i}^+ + \varepsilon_{1i}^- \quad \varepsilon_{2i} = \varepsilon_{2i}^+ + \varepsilon_{2i}^- \quad (10)$$

olarak da ifade edilebilmektedir.

Şokların eklenmesi ile birlikte söz konusu denklemler aşağıdaki şekilde olacaktır.

$$Y_{1t} = Y_{1t-1} + \varepsilon_{1t} = Y_{1,0} + \sum_{i=1}^t \varepsilon_{1i}^+ + \sum_{i=1}^t \varepsilon_{1i}^- \quad (11)$$

$$Y_{2t} = Y_{2t-1} + \varepsilon_{2t} = Y_{2,0} + \sum_{i=1}^t \varepsilon_{2i}^+ + \sum_{i=1}^t \varepsilon_{2i}^- \quad (12)$$

Hatemi-J (2012) birikimli olarak söz konusu şokları ele almakta ve denklemleri aşağıdaki gibi düzenlemektedir (Bektur ve Malcıoğlu, 2017: 80).

$$Y_{1t}^+ = \sum_{i=1}^t \varepsilon_{1i}^+ \quad Y_{1t}^- = \sum_{i=1}^t \varepsilon_{1i}^- \quad (13)$$

$$Y_{2t}^+ = \sum_{i=1}^t \varepsilon_{2i}^+ \quad Y_{2t}^- = \sum_{i=1}^t \varepsilon_{2i}^- \quad (14)$$

Yukarıdaki aşamanın ardından $Y_t^+ = Y_{1t}^+ + Y_{2t}^+$ olduğu düşünülmekte, pozitif bileşenler arasındaki nedensellik ilişkisinin tespit edilebilmesi amacıyla p gecikmeye sahip VAR modeli aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Akdağ ve Yıldırım, 2019: 416).

$$Y_t^+ = v + A_1 Y_{t-1}^+ + \dots + A_p Y_{t-p}^+ + u_t^+ \quad (15)$$

15 numaralı eşitlikte Y_t^+ 2×1 boyutunda olan değişken vektörünü, v sabit vektörünü ve u_t^+ ise 2×1 boyutunda hata terimleri vektörünü ifade etmektedir. Denkleminde temsil edilen pozitif şokların birikimli olarak yer aldığına dikkat edilmelidir. Yine denkleminde A_r ise 2×2 boyutunda " r " mertebesinde gecikme uzunluğuna ilişkin bilgi kriteri kullanılarak elde edilen parametre matrisini göstermektedir ($r=1,2,\dots,p$) (Yetim ve Yamak, 2019: 212). Optimal gecikmeye karar verilmesi ile

birlikte, " Y_t^+ 'nin k. elementinin Y_t^+ 'nin w. elementinin Granger nedeni değildir" boş hipotezi kullanılarak ilişki ilgili hipotez ile test edilmektedir. Bu süreçte χ^2 ile Wald istatistiği kullanılmaktadır. Ayrıca, söz konusu test verilerin normal dağılmadığı durumda kullanılmakta olup, bu durumda Bootstrap tekniğinden yararlanılmaktadır (Mert ve Çağlar, 2019: 349-350).

5. ANALİZ

Analiz bölümünde ilk olarak değişkenlerin birim kök testleri ile durağanlık durumları araştırılmıştır. Daha sonra Hacker ve Hatemi-J (2006) Bootstrap Simetrik Nedensellik Testi ve Hatemi-J (2012) Asimetrik Nedensellik Testi aracılığı ile kredi türleri ile GSYİH arasındaki nedensellik ilişkileri incelenmiştir.

5.1. BİRİM KÖK TESTİ SONUÇLARI

Zaman serisi çalışmalarında analizde kullanılan değişkenlerin birim köke sahip olup olmadığının belirlenmesi ulaşılan bulguların sıhhati açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle, çalışmada kullanılan; LGSYİH, LKTOK, LKOZE, LKHAN, LKKON, LKTAS ve LKIHT serilerinin Genişletilmiş Dickey ve Fuller (ADF, 1981), Phillips-Perron (PP, 1988) ve Ng-Perron (2001) testleri aracılığı ile durağanlık durumları incelenmiştir. İlgili testlerle ulaşılan sonuçlar aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

Tablo 6. Birim Kök Testi Sonuçları

Düzyer Değerleri								
Değişkenler	ADF		PP		Ng-Perron ²			
	Sabitli	Sabitli-Trendli	Sabitli	Sabitli-Trendli	MZa	MZt	MSB	MPT
LGSYİH	-0,0851	-2,4053	-0,0308	-3,0718	-9,1986	-2,1370	0,2323	9,9370
LKTOK	-1,0672	-1,8773	-1,0523	-1,9489	-3,3085	-1,2804***	0,3870	27,424
LKOZE	-1,4241	-2,445	-1,4241	-2,4933	-3,5159	-1,3194	0,3752	25,804
LKHAN	-1,7312	-1,5214	-1,6293	-1,3062	-5,08235	-1,54129	0,30326	17,6902
LKKON	-1,7233	-1,4207	-1,6797	-1,1051	-5,84822	-1,627	0,2782	15,4559
LKTAS	-0,9416	-2,6343	-0,2254	-2,237	-11,9703	-2,3981	0,20034	7,87253
LKIHT	-0,6113	-2,7536	-0,6113	-2,6889	-8,34126	-2,04080	0,24466	10,9292
Birinci Farklar								
Değişkenler	ADF		PP		Ng-Perron ²			
	Sabitli	Sabitli-Trendli	Sabitli	Sabitli-Trendli	MZa	MZt	MSB	MPT
ΔLGSYİH	-10,02***	-9,9499***	-10,017***	-9,9492***	-26,3628***	-3,6300***	0,1377***	3,4600***
ΔLKTOK	-5,8452***	-5,7359***	-5,8452***	-5,7359***	-26,6488***	-3,4444***	0,12925***	4,60647**
ΔLKOZE	-5,959***	-5,8314***	-5,9356***	-5,8058***	-25,9189***	-3,3856***	0,1306***	4,7557**
ΔLKHAN	-4,3016***	-4,4173***	-4,2624***	-4,4478***	-22,1612**	-3,3171**	0,1496**	4,1824**
ΔLKKON	-3,807***	-3,962***	-3,8667***	-3,962***	-19,918**	-3,1448**	0,1578**	4,6422**
ΔLKTAS	-3,9878***	-3,9286***	-3,9666***	-3,9271***	-19,5132**	-3,0423**	0,1559**	5,1614**
ΔLKIHT	-8,2718***	-8,2316***	-8,2718***	-8,2316***	-28,1809***	-3,7533***	0,1331***	3,2357***

Not:1- *** %1, **%5 ve *%10 istatistiksel anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

2- Ng-Perron (2001) testi sonuçları sabitli ve trendli modelden elde edilmiştir.

3- ADF ve PP testleri için tablo değerleri MacKinnon (1996) tek-yönlü olasılık değerleridir.

4- Ng-Perron testi için kritik değerler Ng-Perron (2001: 1524) Tablo 1'deki değerlerdir.

Serilere ilişkin birim kök testi sonuçları incelendiğinde, bütün değişkenlerin %5 istatistiksel anlamlılık seviyesinde düzey değerleri itibarıyla birim köke sahip olduğu görülmektedir. Fakat birinci farkları alındığında seriler durağan hale gelmektedir. Bu nedenle, serilerin tamamı $I(1)$ 'dir ve buna bağlı olarak analizlerde serilerin eşbütünleşme derecesi (d_{max}) 1 olarak alınmıştır. Hacker ve Hatemi-J (2006) ve Hatemi-J (2012) nedensellik testi için gerekli olan koşul serilerin hepsinin $I(0)$ veya $I(1)$ olmasıdır. Ayrıca, söz konusu testler için serilerin eşbütünleşik olmasına ihtiyaç duyulmamaktadır.

5.2. HACKER VE HATEMİ-J (2006) BOOTSTRAP SİMETRİK NEDENSELLİK ANALİZİ

Aşağıdaki tabloda söz konusu yöntem ile elde edilmiş sonuçlar yer almaktadır. Analizde kullanılan VAR modellerinin gecikme uzunluğunun seçiminde Şak (2021) çalışmasını takiben Akaike Bilgi Kriteri (AIC) esas alınmıştır.

Tablo 7. Hacker ve Hatemi-J (2006) Bootstrap Simetrik Nedensellik Testi Sonuçları

Nedensellik Yönü	MWALD	%1	%5	%10
<i>LKTOK</i> → <i>LGSYİH</i>	3,417	11,009	6,593	4,925
<i>LKOZE</i> → <i>LGSYİH</i>	3,229	11,045	6,625	4,964
<i>LKHAN</i> → <i>LGSYİH</i>	17,732	10,366	6,621	5,014
<i>LKKON</i> → <i>LGSYİH</i>	21,969	10,875	6,669	4,916
<i>LKTAS</i> → <i>LGSYİH</i>	10,386	17,598	12,299	10,059
<i>LKIHT</i> → <i>LGSYİH</i>	0,042	9,729	4,450	2,898
<i>LGSYİH</i> → <i>LKTOK</i>	0,738	11,725	6,901	5,113
<i>LGSYİH</i> → <i>LKOZE</i>	3,520	11,314	6,739	4,959
<i>LGSYİH</i> → <i>LKHAN</i>	2,901	12,203	7,243	5,410
<i>LGSYİH</i> → <i>LKKON</i>	4,478	11,880	7,347	5,454
<i>LGSYİH</i> → <i>LKTAS</i>	30,509	19,499	13,553	11,122
<i>LGSYİH</i> → <i>LKIHT</i>	0,995	8,295	4,145	2,819

Not: Kritik değerler Bootstrap yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Yöntemdeki boş hipotezler ilgili değişkenler için gösterilen yönde tek yönlü olarak nedenselliğin olmadığını ifade etmektedir. %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar koyu renk ile gösterilmiştir.

Tablo 7’de yer alan Hacker ve Hatemi-J (2006) Bootstrap Simetrik Nedensellik Testi sonuçları incelendiğinde, hanehalkına verilen kredilerin ve konut kredilerinin MWALD istatistikleri %5 istatistiksel anlamlılık düzeyinde kritik değerlerden büyüktür. Bu nedenle, “Hanehalkı kredileri GSYİH’nin nedeni değildir” ve “Konut kredileri GSYİH’nin nedeni değildir” şeklindeki boş hipotezler reddedilmektedir. Bir diğer deyişle, her iki değişkenden LGSYİH’ya pozitif bir nedensellik söz konusudur. Diğer taraftan, LGSYİH’den kredi türlerine doğru nedensellik açısından ise yalnızca LGSYİH’den taşıt kredilerine doğru tek yönlü bir nedenselliğin söz konusu olduğu göze çarpmaktadır.

5.3. HATEMİ-J (2012) ASİMETRİK NEDENSELLİK TESTİ

Aşağıda, Hatemi-J (2012) asimetrik nedensellik testi çerçevesinde, kredi türlerinin her biri ile GSYİH arasında negatif ve pozitif birikimli şokların ayrıştırılması ile elde edilen nedensellik testi sonuçları ayrı ayrı tablolar halinde sunulmuştur. Analizlerde maksimum eşbütünleşme derecesi

serilerin durağanlık seviyesine bağlı olarak 1 seçilmiş ve modellerdeki gecikme uzunluğunun belirlenmesinde Şak (2021) çalışmasını takiben Akaike Bilgi Kriteri (AIC) dikkate alınmıştır.

Tablo 8. Katılım Bankacılığı Toplam Kredileri ve GSYİH

Nedensellik Yönü	MWALD	%1	%5	%10
$LKTOK^+ \rightarrow LGSYIH^+$	16,726	21,404	12,631	9,558
$LKTOK^- \rightarrow LGSYIH^-$	29,639	66,249	26,342	17,414
$LKTOK^+ \rightarrow LGSYIH^-$	3,359	19,357	12,316	9,770
$LKTOK^- \rightarrow LGSYIH^+$	3,238	20,183	13,022	10,226
$LGSYIH^+ \rightarrow LKTOK^+$	12,574	25,972	15,257	11,582
$LGSYIH^- \rightarrow LKTOK^-$	70,862	37,766	21,541	15,164
$LGSYIH^+ \rightarrow LKTOK^+$	2,901	10,960	7,405	5,514
$LGSYIH^- \rightarrow LKTOK^-$	5,600	13,063	7,833	5,709

Not: Değişkenlerin yanındaki “+” ve “-” işaretleri sırasıyla ilgili değişkene ait birikimli pozitif ve negatif şokları ifade etmektedir. %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar koyu renk ile gösterilmiştir.

Tablo 8’deki sonuçlara göre, Katılım Bankacılığı sistemi tarafından sağlanan toplam kredilere ait pozitif şoklardan GSYİH değişkenine ait pozitif şoklara ilişkin hesaplanan MWald istatistikleri %5 kritik değerlerinden büyüktür. Bu nedenle, “LKTOK değişkenine ait pozitif şoklardan LGSYIH değişkenine ait pozitif şoklara nedensellik yoktur” boş hipotezi %5 istatistiksel anlamlılık düzeyinde reddedilmektedir. Bir başka ifadeyle, $LKTOK^+$ ’den $LGSYIH^+$ ’ya doğru tek yönlü bir nedenselliğin olduğu sonucuna varılır. Sonuçlar, iki değişkenin negatif şokları arasında ise çift yönlü bir nedenselliğin olduğunu göstermektedir.

Tablo 9. Katılım Bankacılığı Özel Sektör Kredileri ve GSYİH

Nedensellik Yönü	MWALD	%1	%5	%10
$LKOZE^+ \rightarrow LGSYIH^+$	0,185	7,478	4,113	2,866
$LKOZE^- \rightarrow LGSYIH^-$	47,302	48,782	21,823	12,884
$LKOZE^+ \rightarrow LGSYIH^-$	1,610	7,705	3,973	2,840
$LKOZE^- \rightarrow LGSYIH^+$	0,941	6,447	3,997	2,778
$LGSYIH^+ \rightarrow LKOZE^+$	0,202	8,024	5,001	3,337
$LGSYIH^- \rightarrow LKOZE^-$	161,365	32,963	16,626	11,371
$LGSYIH^+ \rightarrow LKOZE^+$	2,434	11,718	7,566	5,268
$LGSYIH^- \rightarrow LKOZE^-$	9,486	11,673	7,268	5,490

Not: Değişkenlerin yanındaki “+” ve “-” işaretleri sırasıyla ilgili değişkene ait birikimli pozitif ve negatif şokları ifade etmektedir. %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar koyu renk ile gösterilmiştir.

Özel sektöre verilen krediler ile GSYİH değişkenine ait analiz sonuçlarını veren Tablo 9 incelendiğinde, LKOZE ve LGSYIH değişkenlerine ait negatif şoklar arasında çift yönlü nedenselliğin olduğu göze çarpmaktadır. Yine sonuçlar $LGSYIH^+$ değişkeninden $LKOZE^-$ değişkenine doğru tek yönlü bir nedenselliğin olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 10. Katılım Bankacılığı Hanehalkı Kredileri ve GSYİH

Nedensellik Yönü	MWALD	%1	%5	%10
<i>LKHAN⁺→LGSYIH⁺</i>	3,106	29,164	18,265	13,510
<i>LKHAN⁻→LGSYIH⁻</i>	26,667	43,456	21,918	14,517
<i>LKHAN⁺→LGSYIH⁻</i>	12,256	27,493	14,652	11,416
<i>LKHAN⁻→LGSYIH⁺</i>	3,201	20,105	12,723	9,981
<i>LGSYIH⁺→LKHAN⁺</i>	4,783	34,323	17,899	13,767
<i>LGSYIH⁻→LKHAN⁻</i>	76,321	44,821	24,662	17,615
<i>LGSYIH⁺→LKHAN⁻</i>	1,384	11,073	7,325	5,453
<i>LGSYIH⁻→LKHAN⁺</i>	26,106	11,317	7,184	5,348

Not: Değişkenlerin yanındaki “+ “ ve “-“ işaretleri sırasıyla ilgili değişkene ait birikimli pozitif ve negatif şokları ifade etmektedir. %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar koyu renk ile gösterilmiştir.

Hanehalkı kredileri ve GSYİH değişkenlerine ait pozitif ve negatif şokların ayrıştırılarak incelendiği analiz sonucunda elde edilen ve Tablo 10’da sunulan bulgular; LKHAN ve LGSYIH değişkenlerine ait negatif şoklar arasında çift yönlü nedenselliğin olduğunu göstermektedir. Buna ek olarak sonuçlar, GSYİH’ya ait pozitif şoklardan hanehalkı kredilerine ilişkin negatif şoklara doğru tek yönlü bir nedenselliğin olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 11. Katılım Bankacılığı Konut Kredileri ve GSYİH

Nedensellik Yönü	MWALD	%1	%5	%10
<i>LKKON⁺→LGSYIH⁺</i>	14,281	21,699	12,339	9,499
<i>LKKON⁻→LGSYIH⁻</i>	26,667	37,827	18,844	12,966
<i>LKKON⁺→LGSYIH⁻</i>	9,536	11,853	7,211	5,295
<i>LKKON⁻→LGSYIH⁺</i>	2,209	11,996	7,240	5,323
<i>LGSYIH⁺→LKKON⁺</i>	9,833	21,504	13,404	10,142
<i>LGSYIH⁻→LKKON⁻</i>	65,869	44,482	22,583	17,040
<i>LGSYIH⁺→LKKON⁻</i>	0,859	10,278	6,912	5,242
<i>LGSYIH⁻→LKKON⁺</i>	28,428	12,414	7,298	5,357

Not: Değişkenlerin yanındaki “+ “ ve “-“ işaretleri sırasıyla ilgili değişkene ait birikimli pozitif ve negatif şokları ifade etmektedir. %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar koyu renk ile gösterilmiştir.

Tablo 11’de yer alan sonuçlardan görülebileceği gibi, LKKON⁺’dan LGSYIH⁺’ya, LKKON⁺’dan LGSYIH⁻’ya ve LGSYIH⁺’dan LKKON⁻’a doğru tek yönlü bir nedensellik mevcuttur. Bunlara ek olarak sonuçlar, diğer kredi türlerine benzer olarak LKKON⁻ ve LGSYIH⁻ değişkenleri arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 12. Katılım Bankacılığı Taşıt Kredileri ve GSYİH

Nedensellik Yönü	MWALD	%1	%5	%10
<i>LKTAS⁺→LGSYİH⁺</i>	0,171	8,419	4,122	2,745
<i>LKTAS⁻→LGSYİH⁻</i>	26,023	38,636	20,238	14,987
<i>LKTAS⁺→LGSYİH⁻</i>	5,114	25,596	15,079	11,192
<i>LKTAS⁻→LGSYİH⁺</i>	46,438	26,694	15,492	11,316
<i>LGSYİH⁺→LKTAS⁺</i>	1,254	11,703	5,451	3,151
<i>LGSYİH⁻→LKTAS⁻</i>	87,186	64,456	30,802	21,707
<i>LGSYİH⁺→LKTAS⁻</i>	0,683	25,821	13,890	10,930
<i>LGSYİH⁻→LKTAS⁺</i>	19,889	20,720	12,906	9,710

Not: Değişkenlerin yanındaki “+ “ ve “-“ işaretleri sırasıyla ilgili değişkene ait birikimli pozitif ve negatif şokları ifade etmektedir. %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar koyu renk ile gösterilmiştir.

Taşıt kredileri ile GSYİH'nin pozitif ve negatif şokları arasında nedensellik ilişkilerini gösteren Tablo 12, taşıt kredilerinin negatif şokları ile GSYİH'nin negatif şokları arasında çift taraflı nedensellik olduğunu ortaya koymaktadır. Aynı şekilde, GSYİH'nin pozitif şokları ile taşıt kredilerinin negatif şokları arasında da çift yönlü bir nedensellik söz konusudur.

Tablo 13. Katılım Bankacılığı İhtiyaç Kredileri ve GSYİH

Nedensellik Yönü	MWALD	%1	%5	%10
<i>LKIHT⁺→LGSYİH⁺</i>	0,299	8,362	4,774	3,217
<i>LKIHT⁻→LGSYİH⁻</i>	3,305	36,624	16,808	12,879
<i>LKIHT⁺→LGSYİH⁻</i>	0,141	10,356	4,585	2,764
<i>LKIHT⁻→LGSYİH⁺</i>	5,395	9,500	4,656	3,388
<i>LGSYİH⁺→LKIHT⁺</i>	0,190	8,220	4,322	2,981
<i>LGSYİH⁻→LKIHT⁻</i>	21,863	31,177	17,811	12,975
<i>LGSYİH⁺→LKIHT⁻</i>	7,212	32,593	16,170	12,148
<i>LGSYİH⁻→LKIHT⁺</i>	2,661	31,305	16,815	12,542

Not: Değişkenlerin yanındaki “+ “ ve “-“ işaretleri sırasıyla ilgili değişkene ait birikimli pozitif ve negatif şokları ifade etmektedir. %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar koyu renk ile gösterilmiştir.

Son olarak Tablo 13'den izlenebileceği gibi, ihtiyaç kredilerinin negatif şoklarından GSYİH'nin pozitif şoklarına ve GSYİH'nin negatif şoklarından ihtiyaç kredilerinin negatif şoklarına doğru tek yönlü bir nedensellik mevcuttur.

SONUÇ

Küresel anlamda ekonomik rekabetin ülkeler arasında giderek arttığı günümüzde, ülkelerin söz konusu yarışta öne geçebilmeleri ve ekonomik açıdan merkezi bir güç haline gelebilmeleri güçlü bir finansal sektör ve yapıya sahip olmaları ile yakından ilgilidir. Büyümenin motoru olarak düşünülen finans sektörü ve bu sektörün belkemiğini oluşturan bankalar, âtil tasarrufların kredi kanalı aracılığı ile ekonomiye aktarılması ve yatırımlara dönüşmesinde kritik bir rol oynamaktadırlar.

Bu çalışmada, katılım bankacılığı sistemi tarafından sağlanan kredi türlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi, Hacker ve Hatemi-J (2006) Bootstrap Simetrik Nedensellik Testi ve Hatemi-J(2012) Asimetrik Nedensellik Testi yöntemleri aracılığı ile incelenmektedir. Analizde; GSYİH ve katılım bankacılığı tarafından verilen toplam krediler, özel sektör, hanehalkı, konut, taşıt

ve ihtiyaç kredileri serilerinden yararlanılmıştır. Analize başlamadan önce ilk olarak elde edilen serilerin, GSYİH hariç, tamamı reel hale getirilmiştir. GSYİH verileri zincirlenmiş hacim olup düzey değerleri itibarıyla reeldir. Sonrasında ise serilerin mevsimsellikleri F testi aracılığı ile incelenmiş ve GSYİH ve taşıt kredileri serilerinde mevsim etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Mevsimselliğin tespiti ile birlikte adı geçen seriler X-12 Census yöntemi kullanılarak mevsimsel etkiden arındırılmış ve nihayetinde söz konusu serilerin tamamına logaritmik dönüşüm uygulanmıştır.

Çalışmada kullanılan serilerin birim köke sahip olup olmadığı; ADF, PP ve Ng-Perron (2001) testleri aracılığı ile irdelenmiştir. Analiz ile birlikte, serilerin tamamının düzey değerleri itibarıyla birim köke sahip olduğu, fakat birinci farkları alındığında hepsinin durağan hale geldiği görülmüştür. Bütün serilerin I(1) olduğunun tespiti ile birlikte, Hacker ve Hatemi-J (2006) Bootstrap Simetrik Nedensellik Testi ve Hatemi-J (2012) Asimetrik Nedensellik Testi aracılığı ile kredi türlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkileri analiz edilmiştir.

Hacker ve Hatemi-J (2006) Bootstrap Simetrik Nedensellik Testi ile elde edilen sonuçlar şu şekildedir: hanehalkı ve konut kredilerinden GSYİH'ye doğru tek yönlü bir nedensellik söz konusudur. Yine GSYİH'den taşıt kredilerine doğru tek yönlü bir nedensellik mevcuttur. Bu sonuç, Robinson tarafından ortaya atılan ve finansal gelişmenin iktisadi gelişmeyi beraberinde getireceğini ileri süren talep takipli hipotezi destekler niteliktedir. Fakat, toplam krediler için benzer sonuca ulaşılamamıştır. Analizde katılım bankacılığı tarafından sağlanan toplam kredilerin GSYİH'nin nedeni olmadığı tespit edilmiştir. Bu bakımdan ilgili sonuçlar; finansal gelişme ile ekonomik büyümenin ilişkili olmadığına dair hipotezi doğrularken, bu sonuç; Bektaş ve Baykuş (2020), Bilman (2020), Çakar (2018) ve Çonkar vd. (2018) çalışmalarında elde edilen bulgular ile paralellik arz etmektedir.

Hatemi-J (2012) asimetrik nedensellik analizi sonuçlarına gelindiğinde ise sonuçlar şu şekildedir: $LKTOK^+ \rightarrow LGSYIH^+$, $LKTOK^- \rightarrow LGSYIH$, $LGSYIH \rightarrow LKTOK^-$, $LKOZE^- \rightarrow LGSYIH$, $LGSYIH \rightarrow LKOZE^-$, $LGSYIH^+ \rightarrow LKOZE^-$, $LKHAN^- \rightarrow LGSYIH$, $LGSYIH \rightarrow LKHAN^-$, $LKKON^+ \rightarrow LGSYIH^+$, $LKKON^- \rightarrow LGSYIH$, $LKKON^+ \rightarrow LGSYIH$, $LGSYIH \rightarrow LKKON^-$, $LGSYIH^+ \rightarrow LKKON^-$, $LKTAS^- \rightarrow LGSYIH$, $LKTAS^- \rightarrow LGSYIH^+$, $LGSYIH \rightarrow LKTAS^-$, $LGSYIH^+ \rightarrow LKTAS^-$, $LKIHT^- \rightarrow LGSYIH^+$ ve $LGSYIH \rightarrow LKIHT^-$ birikimli şokları ifade eden değişken ikilileri için ok işareti ile gösterilen yönde MWALD istatistik değerleri %5 kritik değerlerinden büyüktür. Bu nedenle, söz konusu şoklar arasında belirtilen yönde nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. Sonuçlar arasında göze çarpan bir husus, ihtiyaç kredileri hariç, bütün kredilerin negatif şokları ile GSYİH'nin negatif şokları arasında çift yönlü nedensellik ilişkisinin bulunmasıdır.

Gerek ülkemizde gerekse dünyada faizsiz finans sektörü veya katılım bankacılığı sektörü giderek payını arttırmaktadır. Bu nedenle, ilgili alana yönelik çalışmalara duyulan ihtiyaç giderek artmakta ve ilgili sektör önem kazanmaktadır. Çalışmada, Bootstrap Simetrik Nedensellik Testi bölümünde yer alan sonuçlar, hanehalkı ve konut kredilerinin ekonomik büyümenin nedeni olduğunu göstermektedir. Asimetrik Nedensellik Testi sonucunda elde edilen bulgular ise, kredilerin birçoğunda meydana gelen şokların ekonomik büyümede meydana gelen negatif şoklar üzerinde etkili olduğuna işaret etmektedir. Bu nedenle sonuçlar, karar alıcıların söz konusu sektörün GSYİH üzerindeki etkilerini dikkate alarak bu sektörün gelişimine destek vermelerinin ülkenin

refahı üzerinde olumlu etki yaratacağını ortaya koymakta ve ilgili sektörde oluşabilecek negatif şoklara veya krizlere karşı gerekli düzenlemelerin yapılması gerektiğine işaret etmektedir.

KAYNAKÇA

- Al-Oqool, M. A., Okab, R. ve Bashayreh, M. (2014), “Financial Islamic Banking Development and Economic Growth: A Case study of Jordan”, *International Journal of Economics and Finance*, 6(3), s. 72-79.
- Ata, H. A. ve Buğan, M. F. (2016), “Factors Affecting The Efficiency of Islamic and Conventional Banks in Turkey”, *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 113(3517), s. 1-8.
- Bektaş, S. ve Baykuş, O. (2020), “Seçilmiş Sektörel Krediler ve İktisadi Büyüme İlişkisinin Ampirik Analizi: Türkiye Katılım Bankaları Örneği”, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(10), s. 244-258.
- Bektur, Ç. ve Malcıoğlu, G. (2017), “Kredi Temerrüt Takasları ile BİST 100 Endeksi Arasındaki İlişki: Asimetrik Nedensellik Analizi”, *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), s. 73-83.
- Bozkurt, M. (2019), *Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri: Katılım Bankacılığı ve Konvansiyonel Bankacılık Üzerine Bir İnceleme*, Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İslam Ekonomisi ve Finansı Anabilim Dalı, Sakarya.
- Bozkurt, M., Altıntaş, N. ve Yardımcıoğlu, F. (2020), “Katılım Bankacılığı ve Konvansiyonel Bankacılığın Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri: Türkiye Üzerine Bir İnceleme”, *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 6(1), s. 95-114.
- Boukhatem, J. ve Moussa, F. B. (2018), “The Effect Of Islamic Banks on GDP Growth: Some Evidence From Selected MENA Countries”. *Borsa Istanbul Review*, 18(3), s. 231-247.
- Bilman, M. E. (2020), “Türkiye’de İslami Bankacılık, Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkilerinin Doğrusal ve Doğrusal Olmayan Yöntemlerle Analizi”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 Temmuz 2020. s. 353-369.
- Çonkar, M. K., Canbaz, M. F. ve Arifoğlu, A. (2018), “Mevduat ve Katılım Bankaları Kredilerinin Ekonomik Büyüme İle İlişkisi: Ekonometrik Bir Analiz”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), s. 1-11.
- Çakar, R., Güngör, S. ve Karakaş, G. (2018), “Türkiye’de Geleneksel ve Katılım Bankalarının Toplam Kredi Hacimleriyle Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkisi”. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 4(1), s. 69-95.
- Çerkezoğlu, B. (2021), *Katılım Bankacılığı ve İktisadi Büyüme Üzerine Ekonometrik Bir Analiz*, Doktora Tezi, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Kastamonu.
- Dickey, David A. ve A. Fuller Wayne(1981), “Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive, Time Series with a Unit Root”, *Econometrica*, 49(4), s. 1057-1072.
- Emek, Ö. F. (2021), “Türkiye’de Katılım Bankacılığı Alanındaki Gelişmeler İle Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkilerinin İncelenmesi: Toda-Yamamoto Yaklaşımı”, *Hitit İlahiyat Dergisi*, 20(3), s. 1-28.
- Granger, C. W. (1969), “Investigating Causal Relations By Econometric Models and Cross-Spectral Methods”. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, s. 424-438.

- Granger, C.W. ve Yoon, G. (2002), “Hidden Cointegration”, University of California, Department of Economics Working Paper, San Diego.
- Hacker, R. S. ve Hatemi-J, A. (2006), “Tests for Causality Between Integrated Variables Using Asymptotic and Bootstrap Distributions: Theory and Application”, *Applied Economics*, 38(13), s. 1489-1500.
- Hatemi-j, A. (2012), “Asymmetric Causality Tests with An Application. *Empirical Economics*”, 43(1), s. 447-456.
- Hazıroğlu, T. (2016). Türkiye’ de Katılım Bankacılığı Fikrinin Doğuşu ve Kavramsal Önemi. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 2 (1), s. 119-132.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/jief/issue/24515/259788>, Erişim Tarihi: 18.04.2022.
- Kalaycı, İ. (2011). Afrika’ nın Melez Yüzü, ‘MENA’ : Makro İktisadi Göstergelere ve Küresel Endekslere Göre ‘Manası’ . *Avrasya Etüdüleri*, 40(2), s. 175-199.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/avrasya/issue/35338/392307>, Erişim Tarihi: 18.04.2022
- Kırca, M. ve Yıldız, Ü. (2020), “Türkiye İçin Kredi Risk Primi (CDS) ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Zamanla Değişen Nedensellik İlişkileri”. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 5(10), Haziran. s. 17-24.
- Kutlu, M. ve Karamustafa, O. (2019), “Katılım Bankalarının Ekonomik Büyümede Rolü: Mevduat Bankaları ile Karşılaştırmalı Bir Analiz”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(4), s. 3025-3034.
- Koçak, E. (2018), “İslami Finans ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Uygulama”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (51), s. 67-91.
- Ledhem, M.A. ve Mekidiche, M. (2021), “Islamic Finance and Economic Growth Nexus: An Empirical Evidence from Southeast Asia Using Dynamic Panel One-Step System GMM Analysis”, *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(8), s. 1165-1180.
- Işık, N. (2014), “Türkiye’de Katılım Bankacılığı ile Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedenselliğin Sınanması”, *Bankacılar*, 25(91), s. 75-85.
- Jobarteh, M. ve Ergec, E. H. (2017), “Islamic Finance Development and Economic Growth: Empirical Evidence From Turkey”, *Turkish Journal of Islamic Economics*, 4(1), s. 31-47.
- MacKinnon, J. G. (1996), “Numerical Distribution Functions for Unit Root and Cointegration Tests”, *Journal of Applied Econometrics*, 11(6), s. 601-618.
- Mert, M. ve Çağlar, A. E. (2019), *Eviews ve Gauss Uygulamalı Zaman Serileri Analizi*, Detay Yayıncılık. 1. Baskı. Ankara.
- Naz, Syeda Arooj ve Saqib Gulzar. (2020), “Impact of Islamic Finance on Economic Growth: An Empirical Analysis of Muslim Countries“, *The Singapore Economic Review*, 67(01), s. 245-265.
- Ng, S. ve Perron, P., (2001), “Lag Length Selection and the Construction of Unit Root Test with Good Size and Power”, *Econometrica*, 69, s. 1519-54.
- Özcan, C. (2015), “Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisinin Simetrik ve Asimetrik Nedensellik Yaklaşımı İle Analizi: Türkiye Örneği”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (46), s. 177-199.
- Phillips, Peter C. B. ve Pierre Perron (1988), “Testing for a Unit Root in Time Series Regression”, *Biometrika*, 75(2), s. 335-346.

- Sakinah, G., Kasri, R. A. ve Nurkholis, N. (2022), "Islamic Finance and Indonesia's Economy: An Empirical Analysis", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, s. 47-59.
- Sims, C. A. (1980), "Macroeconomics and Reality", *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, s. 1-48.
- Şahin, D. ve Durmuş, S. (2018), "Türkiye'de Ekonomik Büyüme, İhracat ve Hisse Senedi Fiyatları Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Analizi", *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(15), s. 808-825.
- Şak, Nazan (2021), "Kripto Paralar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Hatemi-J Asimetrik Nedensellik Analizi", *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(29), s. 149-175.
- Sungur, O., Aydın, H. ve Mehmet, Eren. (2016), "Türkiye'de Ar-Ge, İnovasyon, İhracat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Asimetrik Nedensellik Analizi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), s. 173-192.
- TKBB (2020), Katılım Bankacılığı Nedir? Nasıl Çalışır? <https://tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/TKBB-Katilim-Bankaciligi-Nedir-Brosur.pdf>.
- Toda, H. Y. ve Yamamoto, T. (1995), "Statistical Inference in Vector Autoregressions with Possibly Integrated Processes", *Journal of Econometrics*, 66(1-2), s. 225-250.
- Ulucak, R. ve Ulucak, Z. Ş. (2014), "Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik: Türkiye Örneği". *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(23), s. 81-98.
- Vural, M. F. (2022), Katılım Bankacılığı ve Ekonomik Büyümede Nedensellik İlişkisi, Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Muhasebe ve Finansman Programı, Pamukkale.
- Yetim, M. ve Yamak, R. (2019), "Türkiye'de Döviz Kurundan Fiyatlara Geçişkenlik Etkisi: Hatemi-J Asimetrik Nedensellik Testi", *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), s. 203-221.
- Yıldırım, E. ve Kesikoğlu, F. (2012), "İthalat-İhracat-Döviz Kuru Bağımlılığı: Bootstrap ile Düzeltilmiş Nedensellik Testi Uygulaması", *Ege Akademik Bakış*, 12(2), s. 137-148.
- Yurtadur, M. ve Demirbaş, H. (2017), "Türkiye'de Bulunan Katılım Bankaları ve Özel Sermayeli Mevduat Bankalarının Finansal Performanslarının Karşılaştırılması", *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), s. 89-117.

Investigation of Long-Term Change in Web-Based Data Traffic in Terms of Performance Evaluation

Web Tabanlı Veri Trafikçi Uzun Vadeli Değişiminin Performans Değerlendirme Açısından İncelenmesi

Gözde BOZKURT¹, Ahmet Mete ÇİLİNGİRTÜRK²

Makale Geliş Tarihi / Received : 16.04.2022

Makale Kabul Tarihi / Accepted : 23.06.2022

ÖZET

Çalışma, web sitelerinin tıklama verilerinden elde edilen sayfa merkezli verilerin dağılımlarını modellemeyi amaçlamaktadır. Bu modelleme sayesinde simülasyon ve planlama modelleri için kaynak oluşturulması amaçlanmaktadır. Çevrimiçi pazarlama davranışlarının anlaşılmasında web sitelerinin kullanımı ve göstergelerinin analizi oldukça önemlidir. İş hedefleri doğrultusunda hazır giyim ve aksesuarların pazarlandığı e-ticaret ve bilgi edinme ve yayma amaçlı haber siteleri hedef olarak belirlenmiş web siteleridir. İlgili web sitelerinin hemen çıkma oranı, sayfa görüntüleme ve kalış süresi göstergelerinin dağılımları incelenmiştir. Elde edilen dağılım bilgileri ile özel sektörde kullanılan satış simülasyonları başta olmak üzere web siteleri arası performans değerlendirme gibi çeşitli alanlarda kullanılabilceği düşünülmektedir.

Anahtar Kavramlar: *Simülasyon Modelleri, Web Sitesi İstatistikleri, İstatistiksel Dağılımlar, İnternet Kullanım Davranışı, Uzun Vadeli Değişim*

ABSTRACT

In this study, the development levels of Developing 8 countries were tried to be concretized in line with the growth-centered, human-centered and environment-centered development approach and criteria. From 1997 to the present, Bangladesh, Nigeria and Pakistan have arisen from the low-income group to the lower-middle-income group, Indonesia and Iran form the lower-middle-income group to the upper-middle income group. Lower-middle income Egypt, Malaysia and Turkey have continued to stay in the upper-middle income groups. Between 1997-2018 the share of industrial production in total value-added Indonesia, Iran, Malaysia, Nigeria and Turkey have decreased. It remained stable in Egypt and increased in Bangladesh and Pakistan. The share of manufacturing production in total value added follows a similar course to industrial productions. Between 1997 and 2018, D-8 countries except Nigeria managed to raise their human development levels to the next level. Bangladesh and Pakistan have been promoted from low human development level to medium human development. Egypt, Indonesia and Iran were able to move from medium human development level to high human development level. Malaysia has risen from a high level of human development to a very high level of human development. Meanwhile, Turkey was able to jump very high human development levels from medium human development level. It observed that the performance of D-8 countries in realizing the United Nations Sustainable Development Objectives varies between 50% and 70%. Iran, Malaysia and Turkey, for the moment, is located above the middle of sustainable development league. Egypt is right in the middle, Indonesia, Bangladesh, Pakistan and Nigeria are located below in the middle. It seen that Malaysia takes the first place among D-8 countries in terms of development of financial institutions and financial development course between 1997 and 2018, it is observed that the financial development index value shows a steady increase trends in countries other than Egypt, Indonesia and Pakistan.

Keywords: *Simulation Models, Website Statistics, Statistical Distributions, Internet Usage Behavior, Long Term Change*

¹ *University of Beykent, Department of Economics, İstanbul/Türkiye, gozdebozkurt@beykent.edu.tr, ORCID-ID: 0000-0001-8677-7969*

² *Prof. Dr., University of Marmara, Department of Econometrics, İstanbul/Türkiye, acilingi@marmara.edu.tr, ORCID-ID: 0000-0001-8413-1099*

INTRODUCTION

Along with the high acceleration of information technologies, the impact of many different disciplines, especially communication channels, is felt intensely. The new platforms, which have been formed as a result of the traditional communication channels changing shape with the developing technology, have also changed the communication of the institutions with their customers. Social Software, which is described as interactive and internet-based applications, has increased the speed of this dynamic structure. Due to the transfer of communication to new channels, an extensive communication network has been formed, and the necessity of providing quality network service has occurred. This requirement brought about planning and modeling of web-based data traffic. These models are named as planning and simulation models and allow them to produce experimental results based on real life.

In this study, the aim is to estimate the distribution of the page-centered data consisting of user-centered click data of the websites and to create a source for simulation and planning models. The websites examined for the purpose are websites with news sources for information sharing and fashion websites evaluated within the scope of e-commerce. Due to the content of these differently constructed websites, there are two different views that the website is differentiated in terms of the duration of the website and the number of pages the users visit, or on the contrary, it does not differ. The main objective of the study is to determine whether the distribution patterns of website statistics have changed in the long run, and if there is constancy, it is recommended to focus on the distributions in which planning is determined.

The program is used to study physics, geography, medicine, etc. In addition to being used by researchers in different disciplines, the usability of different distributions in the field of statistics has also been demonstrated. The correlation of the variables examined obtained marginal distributions, and from this point of view, it seems possible to obtain conditional distributions in other studies to be carried out. For example, with a conditional distribution that can be obtained, if the bounce rate of the users on the websites is 1, the information about the number of reads will be reached. In addition to this, it is possible to use Bayesian distribution methods as a method. It is thought that the distribution information obtained from the variables can be used in many areas, such as sales simulations used in the private sector, the self-performance of multimedia salespeople, and the performance evaluation between websites.

According to the study, it is possible to use the distribution results of the variables in the performance evaluation between the websites, especially in the sales simulations in the private sector and in the evaluation of the performances of the multimedia sales representatives. Due to the changing behavior of internet users, it would be appropriate for researchers to make evaluations for other website indicators using distributions based on constantly updated data.

1. LITERATURE REVIEW

There are two different theories in the related literature on simulation and planning models, namely "social impact" and "social presence." In the social impact theory, the effect of individuals on each other in the face of any social situation is examined. Social impact occurs as the instant announcement of the incident, perceived influence power of the resources, and the number of individuals responding to the resource (Adeyemi vd., 2018). In the theory of social presence, the

media is acceptable to the extent that visual, auditory, or physical communication between the communication sickles can be achieved. The behavioral interaction between communication partners also acts in direct proportion with social presence. Some sample studies conducted in the literature for planning and simulation models within the scope of related theories are given in **Table 1**.

Author(s)	Publication Year	Publication Name	Result
Huberman B.A., Pirolli P., Pitkow J.E. and Lukose R.	1998	Strong Regularities in World Wide Web Surfing	It has been determined that the number of pages that users move from one web page to another fits the Reverse Gaussian distribution. Thus, it has been suggested that web pages can be used as useful information in the modeling of their costs and designs. Also, some firms spread information to more pages to enable users to visit more pages. For this reason, it was emphasized that the total time spent on the page should be taken into consideration instead of the number of pages.
Johnson E.J., Bellman S. and Lohse G.L.	2003	Cognitive Lock-In and the Power Law of Practice	It is determined that the time spent on the website decreases more frequently.
Arora A., Krishnan R., Nandkumar A., Telang R. and Yang Y.	2004	Impact of Vulnerability Disclosure and Patch Availability - An Empirical Analysis	The logarithm of this variable is used in models, assuming that the time spent in the session comes from the exponential distribution family. It has been stated that the intervals between transactions made over the internet comply with heterogeneous hazard mixture models that cannot be observed.
Dalessandro B., Hook R., Perlich C., and Provost F.J.	2012	Evaluating and Optimizing Online Advertising: Forget the Click, but there are Good Proxies	Click, turnover, and hits are used in the performance measurements of e-commerce sites, which is one of the channels developed by the web servers and where communication between communication partners is provided. It has been demonstrated that the number of hits in the current research turned into buying behavior with rates of 2% in 1995 and 0.08% in 2010. For this reason, it was thought by managers that the number of clicks and the rate of the purchase were insufficient and misleading information. Therefore, it has been argued that access to websites and time spent is more suitable indicators.
Nottorf F.	2014	Modeling the Clickstream Across Multiple Online Advertising Channels Using a Binary Logit with Bayesian Mixture of Normals	After entering the relevant web page, the time spent in the session, the number of previous entries, and the total time spent was found to be significant in these models. It is assumed that the model parameters comply with the Gaussian distributions, and the unit totals are Multinomial distributed.
Heuer D., Brettel M. and Kemper J.	2015	Brand Competition in Fashion ECommerce	In the study, which deals with companies that carry out e-commerce in the field of ready-to-wear, it is tried to explain the competitive situations of the companies based on product addiction by using the transactions of four products in this field. As a result, it was seen that ten brands represent this sector, national and private, in total.
Adeyemi O.J., Popoola S.I., Atayero, A.A., Afolayan D.G., Ariyo M. and Adetiba E.	2018	Exploration of Daily Internet Data Traffic Generated in a Smart University Campus	In the daily-based analysis of the volume or download of user-based internet data and the distribution of loading amounts, model estimates have been made in line with the prediction that these distributions will generally comply with the Weibull, Logistics, Rician and Nakagami distributions. In the obtained result, it was determined that it shows the best fit for nonparametric distributions as well as the lowest log-similarity value in Nakagami distribution.

Source: Compiled by authors.

It is possible to obtain “user” and “site” centered data of the websites targeted to be examined according to the indicators. However, the need for user-centered data, such as individual recording and shared computer use, constitutes the disadvantage of this data collection technique (Bucklin, 2009). The role and effect of the internet, which is used for advertising and persuasion purposes, enables the understanding of online marketing behaviors as the usage of the websites can be analyzed as a result of obtaining the data of the indicators (Nottorf, 2014).

2. METHODOLOGY

The data analyzed by the purpose of the study were provided manually via the "Alexa Traffic Rank" site. Through this site, where the measurements of the websites are made and published, the indicators determined by the theory of simulation models for a total of 127 websites, 65 of which are e-commerce websites and 62 of them are news websites. These indicators are the rate of leaving the homepage, the duration of the site, and the number of page views. The number of page views refers to the average number of pages opened within the same site, and the duration of the site refers to the average number of pages opened by visitors on the site. It is aimed to make comparisons by estimating the distribution of the statistics of the websites: August-2018, January-2019, and March 2020. Related websites are grouped as e-commerce and news. Since there was a statistically significant difference between the groups during the periods examined, the distribution of the data from these two different sources was handled separately.

In the examination of whether there is a significant difference between the old and new distributions of the variables of the related websites, a separation analysis based on the Minimum Kullback-Leibler Distance Ratio was applied. The primary purpose of this analysis is to determine the fixed distribution by comparing the parameters of the theoretical distributions determined for the indicators of news and e-commerce sites. Determining the fixed distribution is essential in terms of examining the long-term changes of the relevant websites according to the indicators. It is an unsymmetrical measure of the distance between the two density functions, such as $f_1(x)$ and $f_2(x)$ first defined by Kullback and Leibler in 1951 for an X random variable in statistics. Bromideh and Valizadeh (2013) proposed the Minimum Kullback-Leibler Distance Ratio (RMKDL) method to determine which possible distribution can be modeled from any data set. This method determines the correct selection possibilities for distributions. The method's hypothesis, test statistics, and decision phase are given below.

$$H_0: X \sim f_1(x, \cdot); H_a: X \sim f_2(x, \cdot)$$

$$RMKDL = \ln \left[\frac{D_{KL}(f_1||f_2)}{D_{KL}(f_2||f_1)} \right] \quad (2.1)$$

If the test statistic is $RMKDL < 0$, the H_0 hypothesis cannot be rejected. For the RMKDL method, log-similarity values were obtained from the probability density functions of the old (f_2) and new (f_1) distributions. Gauss formula, which expresses how likely the distribution observed in obtaining log-like values, was used.

$$L = \prod_i \frac{1}{\sqrt{2\pi\sigma^2}} e^{-\frac{(y-\bar{y})^2}{2\sigma^2}} \propto e^{-\chi^2} \text{ and generally} \tag{2.2}$$

$$L_{distr.}(\theta_1, \theta_2, \dots, \theta_k; x_1, x_2, \dots, x_n) = \prod_{i=1}^n f(x_i; \theta_1, \theta_2, \dots, \theta_k) \text{ it is written as.}$$

Minimizing the chi-square value is equivalent to maximizing the likelihood of log-similarity. While the formula gives the full result in the case of the normal distribution, it provides the closest possible result when used in different distributions.

3. FINDINGS

This study aims to estimate the distributions of the page-centered data consisting of user-centered click data of the websites and to create a source for simulation and planning models. For this purpose, firstly, it has been investigated whether there are significant differences in the variables examined according to e-commerce and news sites, and the results are summarized in **Table.2**. Statistical analyzes were carried out via SPSS-18 version. In order to repeat the study regularly from 2018 and compare the results, the results of the relevant dates are given together in the tables.

Table 2. Statistical Analysis Results for Variables

Variable	Daily Time on Site			Bounce Rate			Daily Pageviews per Visitor		
	August 2018	January 2019	March 2020	August 2018	January 2019	March 2020	August 2018	January 2019	March 2020
<i>Analysis</i>									
Clothing-E-commerce	05:37 (03:42)	06:22 (04:37)	04:41 (02:48)	32,80 (10,22)	43,12 (20,34)	36,67 (12,46)	5,30 (2,66)	4,59 (2,83)	4,79 (2,51)
Skewness	2,170	1,218	1,538	1,005	1,123	1,663	2,377	1,862	3,103
Kurtosis	5,779	2,052	3,307	1,150	0,474	4,505	10,309	6,527	16,193
News-Source	06:14 (04:01)	08:23 (06:13)	04:01 (01:55)	54,79 (14,25)	64,01 (17,54)	55,70 (14,48)	3,11 (1,85)	2,47 (1,45)	3,15 (2,35)
Skewness	1,61	1,120	0,857	-0,022	-0,131	-0,079	2,334	1,452	2,484
Kurtosis	2,903	1,599	-0,152	0,784	0,490	-0,592	7,642	1,732	6,864
t-Test	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
p-value									
Mann-Whitney-U	0,399	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Levene Homogeneity	0,086	0,121	0,385	0,003	0,006	0,000	0,065	0,072	0,50
K-S Normality	0,000	0,064	0,000	0,062	0,334	0,001	0,045	0,005	0,000
Chi-Square Normality	0,398	1,000	1,000	0,346	1,000	1,000	0,063	0,435	1,000

In the examination of the significant difference between the two independent groups, e-commerce and news sites, a t-test was applied, and it was observed that there was a significant difference between the groups. In order to check the consistency of this result, the Mann-Whitney U test, which does not seek normality conditions, was used, and it was observed that the same result was achieved. It was determined that the meaningful difference between the groups gave the same

result in all the periods examined. Kolmogorov-Smirnov and Chi-square fitness tests were used to examine the normal distribution of the groups. As a result of the tests, it was concluded that the skewness and kurtosis coefficients deviate from the normal distribution. The relationships between the variables examined within the scope of the groups are examined and given in **Table.3**.

Table 3. Correlation Results for Variables by Category

Correlation	Bounce Rate – Daily Pageviews per Visitor		Bounce Rate – Daily Time on Site		Daily Pageviews per Visitor – Daily Time on Site	
	News	E-Commerce	News	E-Commerce	News	E-Commerce
Pearson	-0,712	-0,674	-0,846	-0,716	0,738	0,916
Spearman	-0,834	-0,833	-0,840	-0,862	0,811	0,905

The purpose of analyzing the relationship between variables is that multiple related variables are needed in models used in simulation studies. As can be seen in **Table.3**, it is possible to say that there is a nonlinear relationship between the variables since the Spearman correlation coefficient between the variables gives stronger results. It is seen that there is a high positive correlation between the number of page views and the duration of the page in news and e-commerce sites. There is a negative relationship between the other variables examined for both groups. It was determined that the relationship structure between the variables examined in August 2018 and January 2019 was the same as stated above. Therefore, it is possible to say that the continuity of the relationship structure between the variables is consistent. EasyFit 5.6 program was used to examine the distribution of relevant variables examined within the scope of e-commerce and news site groups. The properties of the distributions determined by conformity tests and whose parameters are estimated are given in **Table.4**.

Table 4. Statistical Distribution Results of the Variables for the Categories

Category	E-Commerce Sites			News Sites		
	August 2018	January 2019	March 2020	August 2018	January 2019	March 2020
Daily Time on Site	Distribution of Dagum	Distribution of Dagum	Distribution of Dagum	Distribution of Johnson SB	Distribution of Inverse Gauss Ters	Distribution of Johnson SB
	$k=0,80507$	$k=0,29954$	$k=0.70108$	$\gamma=0.04165$	Gauss (3P)	$\gamma=0.86176$
	$\alpha=3,4082$	$\alpha=4,2096$	$\alpha=3.5011$	$\delta=0.97989$	$\lambda=0,98638$	$\delta=0.71202$
Bounce Rate	$\beta=0,21975$	$\beta=0,29371$	$\beta=0.19926$	$\xi=24.335$	$\mu=0,26655$	$\lambda=0.35261$
	Distribution of Burr	Distribution of Dagum	Distribution of Burr	Distribution of Johnson SB	Distribution of Johnson SB	Distribution of Johnson SB
	$k=0,80234$	$k=4,4936$	$k=0.58786$	$\gamma=0.04165$	$\gamma=-0.31689$	$\gamma=-0.16275$
Daily Pageviews per Visitor	$\alpha=6,5053$	$\alpha=2,9956$	$\alpha=7.5227$	$\delta=0.97989$	$\delta=1.5719$	$\delta=1.3946$
	$\beta=29,559$	$\beta=20,36$	$\beta=30.553$	$\xi=24.335$	$\lambda=121.18$	$\lambda=90.069$
	Distribution of Dagum	Distribution of Dagum	Distribution of Dagum	Distribution of Dagum	Distribution of Log-Pearson (3P)	Distribution of Burr
$k=0,53738$	$k=0,44352$	$k=0.64766$	$k=0,53738$	$\alpha=22.813$	$k=0.25491$	
$\alpha=5,2908$	$\alpha=4,2354$	$\alpha=5.0276$	$\alpha=5,2908$	$\beta=0.1101$	$\alpha=7.0774$	
$\beta=5,9679$	$\beta=5,6958$	$\beta=5.0463$	$\beta=5,9679$	$\gamma=-1.747$	$\beta=1.5894$	

Kolmogorov-Smirnov, Chi-square Suitability, and Anderson Darling test results were examined to determine the suitability among the distribution models of the series examined within the scope of e-commerce and news sites. In line with the results given in **Table.4**, it has been seen that the distribution type does not change in the duration of stay in e-commerce sites, and it shows the Dagum distribution feature, especially used in finance and economy fields. At the same time, it was observed that the distribution type of the page view number variable in e-commerce sites was Dagum again and did not change in the changing date ranges. In the news sites, it was observed that only the distribution type of the Bounce Rate variable did not change during the relevant periods and the Johnson SB distribution. This distribution is a four-parameter distribution unlike other distribution types, but it is a successful type in different modeling types, mainly because its structure is quite flexible. The distributions obtained by comparing the theoretical distributions of the indicators with the RMKDL method and their parameters are given in **Table 5**.

Table 5. Analyzed Statistical Distribution Results of Variables

Category	E-Commerce Sites			News Sites		
	August 2018	January 2019	March 2020	August 2018	January 2019	March 2020
Variable	Distribution of Dagum	Distribution of Dagum	Distribution of Dagum	Distribution of Johnson SB Dağılımı	Distribution of Johnson SB Dağılımı	Distribution of Johnson SB Dağılımı
Daily Time on Site	$k=0.80507$ $\alpha=3.4082$ $\beta=0.21975$	$k=0.29954$ $\alpha=4.2096$ $\beta=0.29371$	$k=0.70108$ $\alpha=3.5011$ $\beta=0.19926$	$\gamma=1.8858$ $\delta=0.94562$ $\lambda=1.2767$ $\xi=0.06057$	$\gamma=2.8448$ $\delta=1.6011$ $\lambda=1.6116$ $\xi=-0.07089$	$\gamma=0.86514$ $\delta=0.71378$ $\lambda=0.35358$ $\xi=0.0652$
Bounce Rate	Distribution of Dagum	Distribution of Dagum	Distribution of Dagum	Distribution of Johnson SB Dağılımı	Distribution of Johnson SB Dağılımı	Distribution of Johnson SB Dağılımı
	$k=1.2927$ $\alpha=5.5117$ $\beta=29.179$	$k=4.4936$ $\alpha=2.9956$ $\beta=20.36$	$k=1.6206$ $\alpha=5.2076$ $\beta=30.352$	$\gamma=0.04165$ $\delta=0.97989$ $\lambda=64.239$ $\xi=24.335$	$\gamma=-0.31689$ $\delta=1.5719$ $\lambda=121.18$ $\xi=-2.1521$	$\gamma=-0.16275$ $\delta=1.3946$ $\lambda=90.069$ $\xi=8.3141$
Daily Pageviews per Visitor	Distribution of Dagum	Distribution of Dagum	Distribution of Dagum	Distribution of Johnson SB Dağılımı	Distribution of Johnson SB $\gamma=1.3938$	Distribution of Johnson SB Dağılımı
	$k=0.53738$ $\alpha=5.2908$ $\beta=5.9679$	$k=0.44352$ $\alpha=4.2354$ $\beta=5.6958$	$k=0.64766$ $\alpha=5.0276$ $\beta=5.0463$	$\gamma=2.8728$ $\delta=0.9391$ $\lambda=24.458$ $\xi=1.3198$	$\delta=0.71964$ $\lambda=7.9776$ $\xi=0.96657$	$\gamma=1.8231$ $\delta=0.58808$ $\lambda=16.194$ $\xi=1.4997$

Information about the properties of the distributions whose parameters are given in **Table 5** is given in **Table 6**.

Table 6. Statistical Distributions

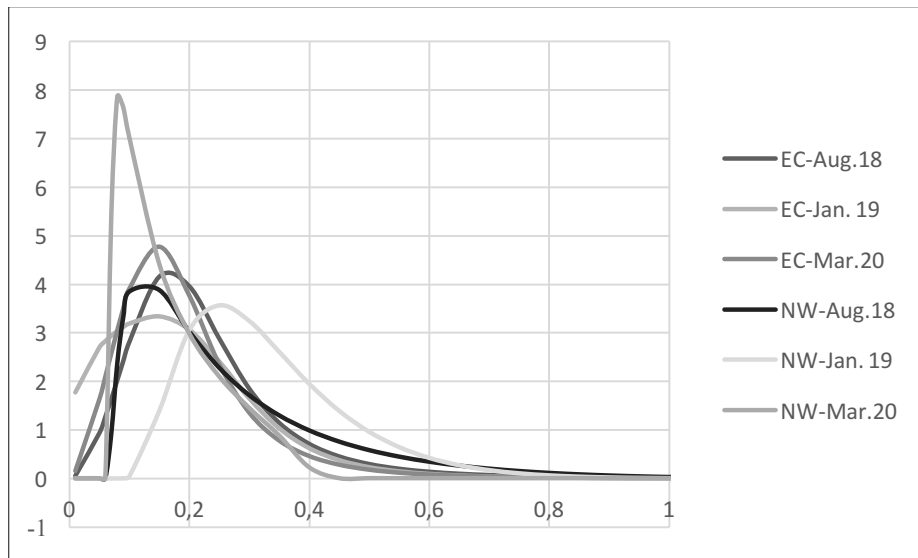
Characteristic	Parameter	Probability Function
Dagum	k : continuous form parameter ($k > 0$) α : continuous form parameter ($\alpha > 0$) β : continuous scale parameter ($\beta > 0$) γ : continuous local parameter ($\gamma \geq 0$ Returns the Dagum distribution with three parameters)	$(\gamma \leq x < +\infty)$ $(0 \leq x < +\infty)$ $f(x) = \frac{\alpha k \left(\frac{x}{\beta}\right)^{\alpha k - 1}}{\beta \left(1 + \left(\frac{x}{\beta}\right)^\alpha\right)^{\alpha k + 1}} \rightarrow \text{3P}$ $f(x) = \frac{\alpha k \left(\frac{x-\gamma}{\beta}\right)^{\alpha k - 1}}{\beta \left(1 + \left(\frac{x-\gamma}{\beta}\right)^\alpha\right)^{\alpha k + 1}} \rightarrow \text{4P}$
Johnson SB	γ : continuous form parameter δ : continuous form parameter ($\delta > 0$) λ : continuous scale parameter ($\lambda > 0$) ξ : continuous local parameter	$(\xi \leq x \leq \xi + \lambda)$ $f(x) = \frac{\delta}{\lambda \sqrt{2\pi z(1-z)}} \exp\left(-\frac{1}{2}\left(+\delta \ln\left(\frac{z}{1-z}\right)\right)^2\right)$

Source: Compiled by authors.

In Table 6, "3P" refers to the distribution with three parameters and "4P" with four parameters. The change in the number of parameters is adapted by changing the number of distribution parameters so that the lower and upper boundaries of the distribution do not approach $-\infty$ because the variables used in this study have no negative value.

In accordance with the results obtained, distributions of variables according to the periods examined for e-commerce and news sites were obtained by obtaining probability density functions, and their graphics were presented. The graphs created to examine the similarities and differences between the distributions of variables that have the same distribution over time are given, respectively.

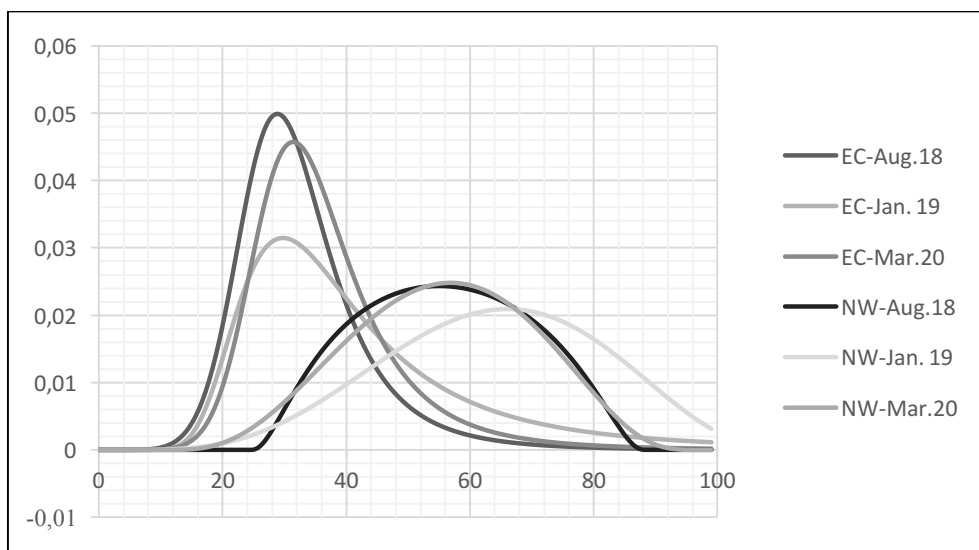
Figure 1. Distribution of Time on Site on E-Commerce and News Sites



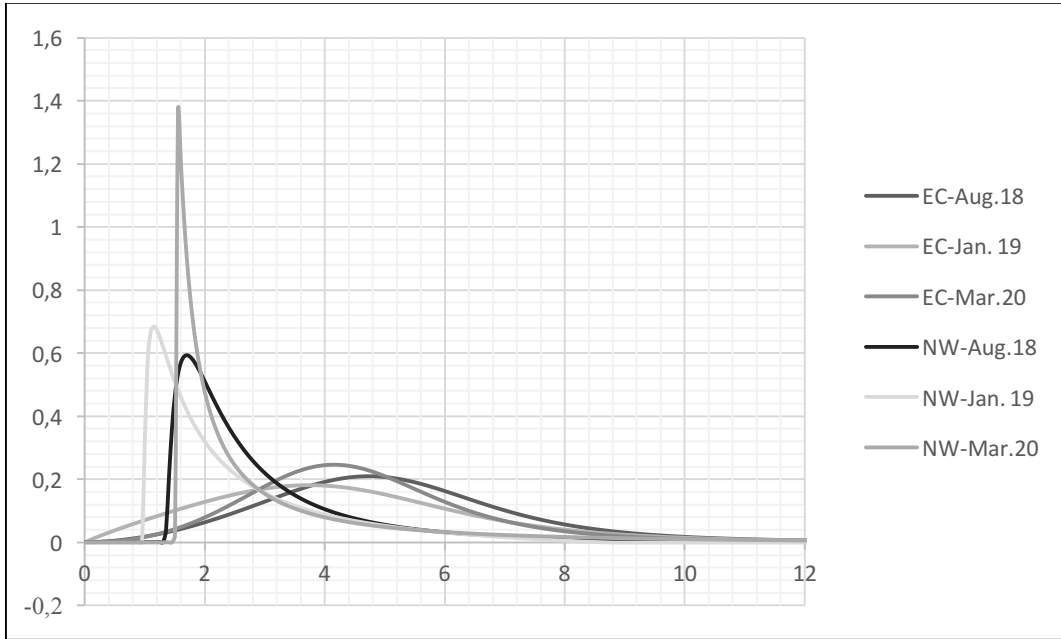
(Note: "EC" means of E-Commerce sites and "NW" News sites.)

As can be seen in **Figure 1**, the homogeneity in the duration of stay in news sites deteriorated over time and showed more difference. After August 2018, it was observed that the weight shifted towards lower periods in January 2019. By March 2020, the weight shifted towards high times. The deterioration in the homogeneity of e-commerce residence time is similar to that in news sites. When it came to January 2019, after August 2018, it was observed that the weight shifted mostly to low periods. In March 2020, there is a shift towards long periods. The primary hypothesis is rejected because the calculated $RMKDL = 3.35 > 0$ belonging to news sites. A meaningful change is observed in the distribution of residence time in news sites. In e-commerce sites, the primary hypothesis cannot be rejected because $RMKDL = -5.11 < 0$. No significant change was observed in the distribution of residence time in e-commerce sites.

Figure 2: Bounce Rate Distributions from E-Commerce and News Sites



As seen in **Figure 2**, Bounce Ratenda homogeneity status has deteriorated over time by showing more differences from news sites. When it comes from August 2018 to January 2019, it is seen that Bounce Ratenda is rising from related sites. In March 2020, it was determined that this rate decreased. As the value of the “ ξ ” position parameter, which is one of the parameters of the Johnson SB distribution, has increased compared to the old dates, the bounce rates also increase. When looking at e-commerce sites, there is a situation similar to the change of homogeneity in news sites. As the studied date range progresses, there is an increase in bounce rates from related sites. The basic hypothesis is rejected because the calculated $RMKDL = 2.22 > 0$ belonging to news sites. There is a significant change in the distribution of the number of page views on news sites. In e-commerce sites, the basic hypothesis is rejected because $RMKDL = 1.62 > 0$. A significant change is observed in the distribution of the number of page views in e-commerce sites.

Figure 3. Distribution of Page Views on E-Commerce and News Sites

As seen in **Figure 3**, the homogeneity in the number of page views on news sites deteriorated over time and showed more difference. However, there is a difference in this indicator compared to other indicators. The homogeneity condition deteriorated over time as it shifted to low values, not too high values. It is seen that there is a decrease in the number of pages displayed when coming from August 2018 to January 2019. In March 2020, it was determined that there was much more agglomeration in low periods. E-commerce sites also have a similar situation to news sites. By 2018, by 2020, it was observed that the weight shifted to lower values, and the aggregation was high. The basic hypothesis is rejected because the calculated $RMKDL = 1.85 > 0$ belonging to news sites. There is a significant change in the distribution of the number of page views on news sites. In e-commerce sites, the basic hypothesis is rejected because $RMKDL = 0.71 > 0$. There is a significant change in the distribution of page views on e-commerce sites.

RESULT

In line with the findings obtained from the websites examined in the study, it is thought that the use of the web environment is more purpose-oriented and increased. The main goal of targeted usage is to observe the increase of Bounce Rate and decrease of page views from related websites. Therefore, it can be concluded that the Bounce Rate and page view count indicators can be analyzed with Dagum and Johnson SB distributions in the simulation and planning models to be made. At the same time, since there is a statistically significant difference in the number of page views on news sites, it can be concluded that it can be examined with the Johnson SB distribution. However, since it is determined that there is no statistically significant difference in the page display indicator in e-commerce sites, this comment does not seem possible. This situation is consistent with the results obtained by examining the distributions of August 2018 and January 2019.

It is possible to say that the distribution results of the relevant website indicators show consistency as a result of following the websites at varying date intervals. In line with the results obtained, it was observed that the website statistics are not stable. In this study, where the changing status in the distributions on the changing dates is examined, the trend structure of the Bounce Rate indicator cannot be determined exactly. However, it was seen that the page view count indicator also had a decreasing trend on changing dates. In addition, there is no seasonal impact on e-commerce and news site bounce rates within the context of relevant dates. However, the number of page views on e-commerce sites shifted to lower numbers in the winter period, including January 2019 and March 2020. As of August 2018, it was determined that more page views were reached in the summer period compared to other winter periods. From this point of view, there is a seasonal effect on the number of page views on the relevant websites, and users search for more fashion-related products in the summer season, etc. it seems possible to make comments. Therefore, it is believed that companies make comparisons according to seasonal period sales figures of e-commerce sites and user indicators in web-based systems. When the change in the number of page views was evaluated in terms of news sites, there was no seasonal effect. However, when the difference between distributions is analyzed, although the decreasing trend continues in March 2020, it has been observed that there is a significant increase in the areas with low page views compared to other dates. In addition, the structure of the Bounce Rate, which had an increasing trend, changed, and the rate decreased in March 2020. This situation is thought to be due to the fact that the websites examined the news sources, and the virus outbreak named COVID-19 was brought to the agenda in our country on this date. The basis of this idea is that the increase in the duration of the page is high, and the Bounce Ratenda decrease is observed from the page. The fact that the users do not display too many pages about the relevant news sites and that they stay on the access page for a longer time supports this idea. The amount of hits and clicks of web pages also depends on the ads and the theory of social availability and social impact. According to the findings obtained as a result of the study, comments about the increase in the duration of the page stay in March 2020 and the decrease in the bounce rate are within the scope of the social impact theory. The distribution type is an indicator of social impact, and the number of pages visited is considered to be a reaction.

It was shown that the program used in the study of statistical distributions in the study could be used in distribution modeling in the field of statistics as well as its use in different disciplines such as medicine, physics, and geography. Since the variables examined within the scope of the study were related, marginal distributions were obtained. From this point, it is possible to obtain conditional distributions in different studies. In addition, it seems possible to use bayesian distribution methods. However, working constraints should not be ignored. The news and e-commerce sites examined are quantitatively limited due to insufficient access to data on the websites targeted to be examined. In addition, the fact that the number of logins per person accessed to the related websites is not prevented from examining the distributions of this data. Besides these limitations, it should be remembered that there may be cultural and social differences due to the study and inference of the websites published in Turkish only. When comparisons between countries are desired, news and shopping follow-up behaviors of societies may change.

Interactive websites are an essential resource for identifying the needs of target consumer groups and developing attitudes in line with these needs. Especially today, when the technological development momentum is high, websites are critical to the brand effectiveness of companies. It

seems possible to get feedback from consumers with website statistics. Thus, mutual communication provides a bond between consumers and the brand. In particular, the developments experienced or experiences in website design and function increase the value of the relevant brand for the consumer. Marketing strategy advantages can be provided through web pages. At the same time, it can be determined how the presentation should be made to the consumers who want to get information about the products and services. According to the study results obtained without ignoring the constraints, it is possible to use the distribution results of the variables in the performance evaluation between the websites, especially in the sales simulations in the private sector and in the evaluation of the performances of the multimedia sales representatives. Due to the changing behavior of internet users, it would be appropriate for researchers to make evaluations for other website indicators using distributions based on constantly updated data.

As a result, the purpose of creating resources with the distributions determined in the planning and simulation models was realized by examining the page-centered data.

REFERENCES

- Adeyemi, O. J., Poola, S. I., Atayero, A. A., Afolayan, D. G., Ariyo, M., & Adetiba, E., (2018), "Exploration of Daily Internet Data Traffic Generated In A Smart University Campus". *Data in Brief*, 20. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2018.07.039>
- Arora, A., Krishnan, R., Nandkumar, A., Telang, R., & Yang, Y., (2004), "Impact of Vulnerability Disclosure and Patch Availability - An Empirical Analysis. H. John Heinz III School of Public Policy and Management, 32.
- Bromideh, A.A., & Valizadeh, R., (2013), "Discrimination Between Gamma and Log-Normal Distributions By Ratio of Minimized Kullback-Leibler Divergence", *Pakistan Journal of Statistics and Operation Research*, 9(4). <https://doi.org/10.18187/pjsor.v9i4.487>
- Bucklin, R. E., & Sismeiro, C., (2009), "Click Here for Internet Insight: Advances in Clickstream Data Analysis in Marketing", *Journal of Interactive Marketing*, 23(1). <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2008.10.004>
- Dalessandro, B., Hook, R., Perlich, C., & Provost, F.J., (2012), "Evaluating And Optimizing Online Advertising: Forget The Click, But There Are Good Proxies", *Big Data*, 3(2). <https://doi.org/10.1089/big.2015.0006>
- Heuer, D., Brettel, M., & Kemper, J., (2015), "Brand Competition In Fashion Ecommerce", *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(6). <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2015.07.007>
- Huberman, B. A., Pirolli, P., Pitkow, J. E., & Lukose, R., (1998), "Strong Regularities in World Wide Web Surfing", *Science*, 280(5360). <https://doi.org/10.1126/science.280.5360.95>
- Johnson, E. J., Bellman, S., & Lohse, G.L., (2003), "Cognitive Lock-In And The Power Law of Practice", *Journal of Marketing*, 67(2). <https://doi.org/10.1509/jmkg.67.2.62.18615>
- Levina, O., & vilnai-Yavetz, I., (2015), "E-visibility Maturity Model: A Tool for Assessment And Comparison of Individual Firms And Sets of Firms In E-Business", *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(6). <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2015.07.004>
- Nottorf, F., (2014), "Modeling The Clickstream Across Multiple Online Advertising Channels Using A Binary Logit With Bayesian Mixture of Normals", *Electronic Commerce Research and Applications*, 13(1), <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2013.07.004>

Türkiye’de Kolalı Gazoz İçeceklerindeki Vergi İle Sigara ve Tütün Ürünlerindeki Verginin Karşılaştırılmasına Yönelik Ampirik Bir Çalışma

An Empirical Study on the Comparison of the Tax on Cola Soft Drinks and the Tax on Cigarette and Tobacco Products in Turkey

Alparslan UĞUR* Arzu KIZILKAYA**

Makale Geliş Tarihi / Received : 26.02.2022
Makale Kabul Tarihi / Accepted : 05.04.2022

ÖZET

Devletin en önemli vergi gelirlerinden birisi Özel Tüketim Vergisi’dir (ÖTV). Özellikle sigara, alkol ve kolalı gazoz¹ gibi erdemsiz malların tüketimini caydırmak amacıyla ÖTV uygulanmaktadır. Erdemsiz ürünlere getirilen bu tip vergilere aynı zamanda günah vergileri de denilmektedir. Toplum sağlığına zararlı olan sigara ve tütün ürünlerinden yüksek oranlarda ÖTV alınmaktadır. Kolalı gazoz içeceklerinden alınan vergi, sigaradan alınan vergi kadar tüketimi caydırmada başarılı değildir.

Kolalı gazoz içeceklerinin daha az vergilendirilmesiyle alakalı yaptığımız çalışmamızda, kolalı gazoz içecekleri ile sigara ve tütün ürünleri üzerinden alınan vergiler karşılaştırmalı olarak ele alınmış, likert ölçekli anket tekniği kullanılarak inceleme yapılmıştır. Çalışmada, kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünleri kadar fazla tüketildiği ve sigara ve tütün ürünleri kadar zarar verici olduğu görülmüştür. Yapılan analizler sonucunda, sigara ve tütün ürünleri kadar kolalı gazoz içeceklerinin de daha yüksek vergilendirilmesi ve sigara ve tütün ürünleri gibi kolalı gazoz içeceklerinin de belirli bir yaş grubunun altına satışının yasaklanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kavramlar: *Kamu Gelirleri, Sigara ve Tütün Vergileri, Kolalı Gazoz İçecekleri Vergileri.*

ABSTRACT

One of the most important tax revenues of the state is the Special Consumption Tax (SCT). Special Consumption Tax is applied in order to deter consumption demerit goods such as especially cigarette, alcohol and cola soft drinks. Such taxes imposed on demerit goods are also called sin taxes. High rates of SCT are levied on cigarettes and tobacco products that are harmful to public health. The tax on cola soft drinks are not as successful in deterring consumption as the tax on cigarettes.

In our study on related to less taxation of cola soft drinks, the taxes which are levied on cola soft drinks and cigarette and tobacco products were handled comparatively and analyzed using the Likert-scale survey technique. In the study, it has been seen that cola soft drinks were consumed as much as cigarettes and tobacco products and were as harmful as cigarettes and tobacco products. As a result of the analysis, it has been concluded that cola soft drinks should be taxed higher as well as cigarettes and tobacco products and the sale of cola soft drinks such as cigarettes and tobacco products should be prohibited to under a certain age group.

Keywords: *Public Revenues, Cigarette and Tobacco Taxes, Cola Soft Drinks Taxes.*

* Doç. Dr. Kırıkkale Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü, alparslanugur@hotmail.com, **ORCID NO:** 0000-0001-8881-1745.

** Doktorant, Kırıkkale Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü, kizilkayaarzu3@gmail.com, **ORCID NO:** 000-0003-1122-6323.

¹ Kolalı gazoz ifadesi ÖTV III Sayılı Liste’ye uygun olarak kolalı içecekler için kullanılmıştır.

GİRİŞ

Paternalist devlet anlayışında, devlet bir baba gibi vatandaşları için neyin doğru neyin yanlış olduğuna karar vermekte ve bu yönde idari ve mali tedbirler uygulamaktadır. Negatif dışsallık durumlarında bireyler üçüncü kişilere dışsal zararlar oluşturmaktadır. Bireyler kararlarında hata yaptıklarında, devlet paternalist politikalarla yanlış kararları düzeltmek amacıyla sigara, alkol, uyuşturucu vb. gibi ürünleri vergilemek, lisanslamak ve yasaklamak gibi farklı şekillerde müdahalelerde bulunmaktadır (Grand, 2018: 281-282).

Sigara, alkol, şeker ve hatta çalışma kapsamında incelenen kolalı gazozlar zararlı olmasına rağmen bireylerin tüketmeye devam ettiği erdemsiz mallardır. Erdemsiz malların tüketimini kısmak ve toplum sağlığını korumak amacıyla ülkelerde pigoviyen vergiler uygulanmaktadır. Toplum sağlığının ve refahının korunması için faydasız ve maliyetli olan erdemsiz malların vergilendirilmesi, hem toplum için hem de toplumun tüm ihtiyaçlarını en verimli bir şekilde karşılamakla yükümlü olan devlet için önemli bir konudur. Devletin paternalist bir yaklaşımla vatandaşlarının sağlığı için erdemsiz mallara yüksek vergiler uygulaması genel kabul gören bir yaklaşımdır.

Türkiye’de ÖTV, 4760 Sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu’na göre dört liste halinde belirtilen mallar üzerinden uygulanmaktadır. Kanununun III sayılı listesinde A ve B cetvelleri söz konusudur. A cetveli; meyva suları, sade gazozlar, kolalı gazozlar, alkolsüz içecekleri kapsarken, B cetveli; sigara ve tütün ürünlerini kapsamaktadır. Özel tüketim vergisiyle devlet; kaynak dağılımında etkinliğin sağlanmasını, gelir dağılımında adaletin sağlanmasını, gelir elde etmeyi, erdemsiz mallara olan aşırı talebi kısmayı, belirli mal ve hizmetlere yönelik aşırı talebi kontrol altında tutup talebin yönünü değiştirmeyi amaçlamaktadır. Bu sayede talep fiyat esnekliği düşük ve gelir esnekliği yüksek olan ürünler vergilendirildiği için kaynak dağılımında etkinlik sağlanmaya çalışılır (Şen ve Sağbaşı, 2019: 88; Giray ve Zeren, 2020: 242).

Sigara ve tütün ürünleri üzerine konulan yüksek vergilerin amacı tüketimi azaltmaktır. Ülkemizde gerek alkol gerekse de sigara ve tütün ürünlerine yüksek oranlı ÖTV uygulanmaktadır. İnsan vücuduna çok sayıda zarar veren bu tür ürünlerde yüksek vergileme, farklı etkileri olsa da (kayıtdışı vb. gibi) tüketimi önemli düzeyde caydırmaktadır. İnsan vücuduna sigara ve tütün ürünleri kadar zarar veren kolalı gazoz ürünlerine de ÖTV uygulanmaktadır. Fakat temel sorun kolalı gazoz ürünlerinin sigara ve alkol kadar yüksek düzeyde vergilendirilmemesidir. Çalışmanın temel amacı kolalı gazoz ürünlerinin, sigara ve tütün ürünleri kadar yüksek oranda vergilendirilmesi gerektiğini açıklamaktır. Bu amaçla likert ölçekli anket çalışması yapılmış ve sonuçlar analiz edilmiştir.

1. SİGARA VE TÜTÜN ÜRÜNLERİ KADAR BİLİNMEYEN TEHLİKE: KOLALI GAZOZ İÇECEKLERİ

İnsan sağlığına ve çevreye zararlı şans oyunları ve kumar, alkol, tütün kullanımı ve sosyal açıdan uygun olmayan ve negatif dışsallık veren ürünlere getirilen vergilere günah vergileri denilmektedir (Sandalcı ve Sandalcı 2018: 2). Günah vergileri topluma zararlı olan malların tutarlarını yükseltmek amacıyla getirilen vergilerdir (Buyrukoğlu, vd., 2016:18). Geçmiş çok eski olmakla birlikte, Amerika’da sigara üzerinden ilk kez 1791 yılında ve viski üzerinden ilk kez 1794

yılında günah vergileri adıyla toplanan vergilerin (Taylor, 2010: 455), Türkiye'deki uygulama şekli ÖTV'dir. Sosyal faydası düşük, erdemsiz olarak nitelendirilen kolalı gazoz, sigara, alkol, tütün, şekerli içecekler gibi mallar üzerinden alınan ÖTV bu kapsamda düşünülebilir (Avcı ve Demirci, 2017:53). Türkiye'de yüksek oranlı uygulanan ÖTV, hazineye önemli bir gelir sağlama amacını da taşımaktadır.

Sigara ve tütün ürünlerinin zararlarıyla ilgili literatürde çok sayıda çalışma yapılmıştır. Dünya Bankası verilerine göre sağlık bakım maliyetinin %6'sı ile %15'i arasında bir oran sigaradan kaynaklı maliyetlerden ileri gelmektedir. Yapılan çalışmalarda dünya üzerindeki bütün ülkeler her bir sigara paketine uygulanan vergileri %50 artırırlarsa, dünya ülkelerinde 49 milyon kişi daha az sigara içecek, 11 milyon kişi sigarayla ilgili daha nadir sebeplerle ölüm riski taşıyacaktı. Bireylerin yüksek vergilerle sigarayı bırakmaları durumunda koroner kalp riskleri yaklaşık yarı yarıya düşecek, 10 yıl geçtikten sonra ise akciğer kanseri riski %50 azalacaktır (Uğur ve Kömürçüler, 2015:339-330).

Kola ve türevlerinin de en az sigara kadar vücuda zararları söz konusudur. Yapılan çalışmalarda kolanın zararlarının düşünülenenden çok fazla olduğu ve sürekli içenlerin yaşam fonksiyonlarında önemli bozulmaların olduğu gözlenmektedir. Kola içilebilir özellikte olan içerisinde su, şeker, kafein ve diğer bileşenler ile izin verilen katkı maddelerinden oluşan karbondioksit ile gazlandırılmış bir içecek türüdür (Karalar ve Kiracı, 2007: 206). Küresel ölçekte her gün önemli miktarlarda satılan kolalı gazoz içecekleri, ülkemizde gazlı içecekler arasında yer alan erdemsiz mallar arasındadır.

Dünya genelinde hızla yayılan kolalı gazozların tüketimi barındırmış olduğu şeker oranı ile obeziteye neden olmaktadır. Bu içeceklerin artan tüketimi ile artan obezite oranları arasında ilişki söz konusudur (Pereira, 2006: 28). Kolalı gazozlar diğer şekerli içecekler gibi genel olarak; az beslenme değerine sahip, bağımlılık yapan, yaşam kalite ve ömrünü azaltan, tip 2 diyabet, metabolik sendrom gibi hastalıklara sebep olan, bol miktarda şeker içeren, genel olarak açlık hissini daha çok tetikleyen ve obeziteye yol açan ürünlerdir (Duckett ve Swerissen, 2016: 26).

Kola içeriğindeki yoğun asit mide mukozasına zarar vermekte ve bireylerin ilerleyen yaşlarında gastrit, ülser gibi rahatsızlıklar yaşamasına neden olmaktadır (Gökhan, 2013: 32-33). Kola gibi şekerli içecekler aynı zamanda kemik erimesine de neden olabilmektedir. Bu tür içecekleri çok sık tüketenlerde böbrek taşı ve kalp hastalıkları olma riski çok yüksektir. Diş hekimleri dişlerin erozyona uğramaması için kola gibi şekerli içeceklerin kesinlikle içilmemesini tavsiye etmektedir (Jacobson, 2005: 4-5). Kolada kullanılan şeker ve yapay tatlandırıcılar şekerli bir tat sağlamaktadır. 150 ml kolada 15.9 gr şeker bulunmaktadır. Alkol içermeyen meyve suyu ve enerji içeceklerinde $ph < 4$ iken, kolada $ph = 2.7$ düzeyindedir. Yüksek asit ve şeker dişlere önemli zararlar vermekte diş kayıplarına yol açmaktadır (Ignjatović, vd., 2012:148-149). Kola'da bulunan yüksek glikoz ve früktoz insülin direncini düşürmekte ve yüksek kan şekerine yol açmaktadır (Tóthová, vd., 2013:343). Sürekli kola içenler için bu durum daha büyük sorunlara neden olmakta ve böylece obezite ve şeker hastalığı riskini artırmaktadır. Kolada bulunan ve gıda koruyucusu olarak kullanılan benzoik asitin maddesi de toksik etkiye sahip bir maddedir (Özpinar, vd., 2014:13).

Kola içen bir kişide ilk 10 dakika içerisinde günlük dozun yaklaşık 100 katı olan 10 çay kaşığı şeker vücuda girmektedir. İlk 20 dakika içerisinde kan şekeri yükselmekte, pankreas aşırı derece insülin salgılamakta ve fazla olan kan şekeri karaciğerde yağ olarak kalmaktadır. İlk 40 dakika içerisinde kafeinin tamamı dolaşıma girdiğinden kan basıncı yükselmekte, karaciğerde daha çok şeker yapılarak kana karışmaktadır. İlk 45 dakika içerisinde beyinde depomin yapımı artmakta ve eroin etkisine benzer bir etki meydana gelerek mutluluk hissi oluşmaktadır. İlk 60 dakikada açlık hissi oluşmakta ve tekrar kola içme isteği söz konusu olmaktadır. Sonuçta karaciğer ve böbrek yağlanmaları söz konusu olmakta insülin direnci gelişmektedir (Karatay, 2021).

2015 yılında hayvanlar üzerinde yapılan bir çalışmada karamel boyasının; kansorejen bir madde olduğu belirtilmiştir. Karamel boyasının kanserojen olmasının nedeni üretimi sürecinde açığa çıkan 4-metilimidazol (4-MI) denilen bir maddeden dolayıdır. Bu madde buzlu çaylarda ve kola gibi gazlı içeceklerde renklendirme yapmak için kullanılmaktadır. Ürünün renklendirme dışında başkaca bir fonksiyonu yoktur. Çalışma sonucunda günlük 29 mikrogramdan daha yüksek (yaklaşık 1 kutu kola 140 mikrogram) 4-MI tüketiminin her 100.000 kişiden birinde kansere neden olabileceği açıklanmıştır. Buna göre günde 1 kutu kola içmek önemli riskler oluşturmaktadır (Özdoğan, 2021; Smith, vd., 2015:2-13).

Kolalı gazoz gibi şekerli içeceklerin içerisindeki ilave şeker obeziteye yol açıp fiziki hastalıkların yanı sıra kamusal ve bireysel maliyetlere neden olmaktadır. Hastane, ilaç, tedavi, beşeri sermaye ve sağlık araştırma giderleri gibi kamusal giderler ve aynı zamanda fiziki elverişsizliğin getirmiş olduğu işsizlik, ücret kaybı, kişisel sağlık harcamaları ve hepsinin bir sonucu olarak ortaya çıkan maliyetlerin ülke ekonomilerine önemli yansımaları olmaktadır (Rakıcı ve Yılmaz, 2021: 30).

2. TÜRKİYE'DE KOLALI GAZOZ İÇECEKLERİ İLE SİGARA VE TÜTÜN ÜRÜNLERİNDEKİ VERGİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Sigara ve tütün ürünleri ile kolalı gazoz ürünlerinin halk sağlığı açısından ciddi riskler oluşturması devletin bu yönde vergi politikaları geliştirmelerini zorunlu kılmaktadır. Birçok ülke sigara ve tütün ürünlerine yüksek vergiler uygularken şekerli içecek olarak kolalı gazozları daha düşük düzeyde vergilendirmektedir. Kolalı gazozların şekerli bir içecek olarak daha yüksek vergilendirilmesiyle ürünün fiyatı önemli ölçüde artacak ve tüketimde azalma söz konusu olacak, şeker ve tatlandırıcı alımı ve böylelikle enerji alımı azalacak, psikolojik risk faktörleri düşecek, hastalık ve ölüm oranları ciddi şekilde azalacaktır (Wilson ve Hogan, 2017: 12; Rakıcı ve Yılmaz, 2021: 34).

Tablo 1: Özel Tüketim Vergisi III Sayılı Liste Vergi Oranları*

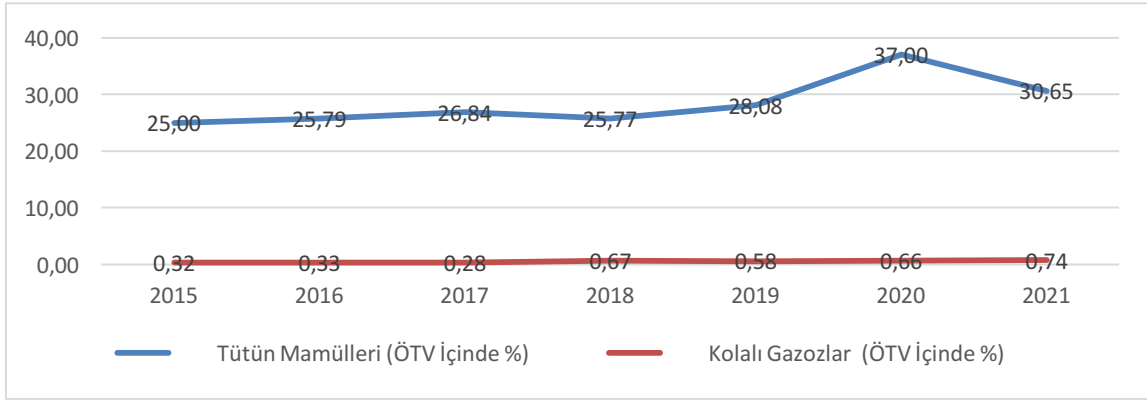
(A) CETVELİ				
Mal İsmi	Vergi Oranı (%)	Asgari Maktu Vergi (TL)		
Sular (mineral sular ve gazlı sular dahil) (ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler katılmış veya aromalandırılmış) ve alkolsüz diğer içecekler	10	-		
Meyve suları (üzüm sırası dahil) ve sebze suları (fermente edilmemiş ve alkol katılmamış), ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler katılmış olsun olmasın	10	-		
Meyvalı gazozlar	10	-		
Alkolsüz Biralalar	10	-		
Sade gazozlar	10	-		
Kolalı Gazozlar	35	-		
(B) CETVELİ				
Mal İsmi	Vergi Oranı (%)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL)	Maktu Tutarı (TL)	Vergi
Uçları açık purolar	45	0,7110	0,9506	
Tütün içeren purolar	45	0,7110	0,9506	
Sigarillolar	45	0,7110	0,9506	
Tütün İçeren Sigaralar	63	0,7916	0,7865	

Kaynak: (GİB, 2022). *27.05.2022 yürürlük tarihli liste.

Tablo 1’de Türkiye’de Özel Tüketim Vergisinin (A) ve (B) cetvelinde yer alan mallar ve bu mallara ait vergi oranları gösterilmiştir. Meyve ve sebze sularında, mineral ve gazlı sularda, sade ve meyvalı gazozlarda ÖTV oranı %10’dur. Kolalı gazozlarda ÖTV oranı daha önceleri %25 olarak uygulanırken Cumhurbaşkanlığı kararıyla %25’ten %35’e yükseltilmiştir. Gerek meyve ve sebze sularında gerekse de kolalı gazozlarda asgari maktu söz konusu değildir. Kolalı gazozların satış fiyatına önce %35 ÖTV uygulanmakta daha sonra KDV uygulanarak fiyat belirlenmektedir.

Tütün içeren sigaralarda ise vergi oranı %63’tür. Perakende satış fiyatı üzerinden %63’lük vergi alındıktan sonra ayrıca 0,7865 TL’lik maktu vergi alınmaktadır. Paket satış fiyatına %63’lük vergi uygulandıktan sonra bulunan tutar asgari maktudan düşükse $(0,7916 \times 20 = 15.832 \text{ TL})^2$, asgari maktu tutarları dikkate alınmaktadır. Eğer %63’lük vergi uygulandıktan sonra bulunan tutar asgari maktu tutarından yüksekse vergi oranı uygulandıktan sonraki fiyat geçerlidir. Asgari maktu uygulamasının amacı sigara üreticilerinin fiyatları ne kadar düşürürlerse düşürsünler devletin paket başına alacağı minimum vergiyi sabitlemesindedir. Paket fiyatları düşse de devlet, her türlü paket başına en az $0,7916 \times 20 = 15,832 \text{ TL}$ asgari maktu vergi almaktadır. Paket satış fiyatı bulunduktan sonra paket başına 0,7865 TL’lik maktu vergi tutarları eklenmektedir. Nispi ve maktu vergiler eklendikten sonra %18’lik KDV uygulanmaktadır.

² Asgari maktu tutarı olan 0,7916 TL tek bir sigara için geçerlidir. Bir pakette 20 sigara olduğundan dolayı $20 \times 0,7916 = 15.832 \text{ TL}$ paket başına fiyat bulunur.

Şekil-1: Tütün Mamulleri ve Kolalı Gazozların ÖTV İçerisindeki Oranı (%)

Kaynak: (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2022).

Şekilde yıllar itibariyle kolalı gazoz ve tütün mamullerinden elde edilen gelirlerin ÖTV içerisindeki payları verilmiştir. Tütün mamullerinin ÖTV içerisindeki payı 2015 yılında %25 iken bu rakam 2019 yılında %28,08'e 2021 yılında ise %30,65'e yükselmiştir. Vergi gelirleri içerisinde çok önemli bir paya sahip olan ÖTV'nin, en önemli kalemlerinden biri tütün mamulleridir. Kolalı gazozların ÖTV içerisindeki payı çok sınırlıdır. Nitekim 2015 yılında kolalı gazozların ÖTV içerisindeki payı %0,32 iken bu rakam 2019 yılında %0,59'a, 2021 yılında ise %0,74'e yükselmiştir. İnsan sağlığına önemli zararlar veren kolalı gazozların daha fazla vergilendirilmesi, negatif dışsallıkların daha fazla içselleştirilmesini sağlarken aynı zamanda ÖTV gelirlerinde de kısmi artışlara yol açacaktır.

3. ŞEKERLİ İÇECEKLERİN ZARARLARI VE VERGİLENDİRİLMESİNE YÖNELİK YAPILMIŞ AMPİRİK ÇALIŞMALAR

Kolanın vergilendirilmesine yönelik çalışmalar çok sınırlıdır. Fakat kolalı içeceklerin de dahil olduğu şekerli içeceklerin zararları ve vergilendirilmesine yönelik yurt içi ve yurt dışında yapılmış çok sayıda ampirik çalışma vardır. Çalışmalarda, kolanın da dahil olduğu şekerli içeceklere yönelik vergilerin tüketim üzerinde belirgin bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gözener ve Sayılı (2015), çalışmasında Ankara ili merkez ilçelerini baz alarak tüketicilerin kolalı gazoz içecekleri ve gazlı içecekler tüketimlerini incelemiştir. Çalışmada 272 aileye anket uygulanmış ve çeşitli sorular sorulmuştur. Çalışma sonucunda, ailelerin kolalı gazoz ve gazlı içeceklerin sağlığa zararlı olduğunu kabul etmelerine rağmen bu içecekleri tüketmeye devam ettikleri ortaya çıkmıştır.

Karaçor, vd., (2018), çalışmasında çocuklarda obezite artışı ile gazlı-şekerli içecek tüketiminin ve kalorili yiyecek alışkanlıklarının televizyon reklamlarıyla nasıl değiştiği konusunu ele almış ve analiz yapmışlardır. Çalışmada Eskişehir ilinde iki ilkokulda (7-10) yaş arasında olan 45 öğrenci üzerinde anket uygulanmıştır. Anket sonucunda reklamların etkisi ile şekerli-gazlı ve sağlıksız içeceklerin, sağlıklı içeceklere oranla daha fazla tüketildiği ve obeziteye neden olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Yılmaz ve Özel (2016), çalışmasında okul çağı çocuklarda şekerli içecek tüketimi ile obezite riski arasındaki ilişkiyi ele almış ve 6-10 yaş grubu 300 öğrenci üzerinde analiz yapmıştır. Öğrencilerin boy, vücut ağırlığı ve bel çevresi not alınmış, şekerli içecek tüketme sıklığı incelenmiş ve çocukların bir günde tükettiği şekerli içecek miktarları hesaplanmıştır. Çocukların %88,7'sinin günde bir defa, %11,3'ünün ise günde birden daha fazla şekerli içecek tükettiği ve beden kitle indeksi ile şekerli içecekler arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Şekerli içecekleri azaltılması ile çocukluk obezitesinin düşürüleceği sonucuna ulaşılmıştır.

Ceylan ve Turan (2008), çalışmasında ilköğretim okulunda 11-14 yaş arasındaki öğrencilerde beslenme alışkanlığına bağlı obezite sıklığı ve bunu etkileyen faktörleri analiz etmişlerdir. Ankete 375 öğrenci dahil edilmiştir. SPSS programı ile ki-kare, standart sapma ve yüzde ve ortalamalar ile analizler yapılmıştır. %48,3 kız, %51,7 erkek katılımcının obezite oranı %13,3 bulunmuştur. Bu oranın yüksek olmasının nedeni, şekerli-gazlı içecek tüketimi ve hazır yiyecek tüketiminin fazla olmasıdır.

Dahms (2017), çalışmasında Güney Afrika'da şekerli içecekler vergisini aynı vergi oranlarını uygulayan Finlandiya, Macaristan ve Birleşik Krallık ülkeleriyle karşılaştırmıştır. 4 ülke karşılaştırmasında Birleşik Krallıktan sonra ikinci en yüksek şekerli içecek vergisi yüzdesine sahip olan Güney Afrika ülkesidir. Güney Afrika'da vergi politikasının 4 ilkesi (adalet, belirlilik, uygunluk, iktisadilik) karşılanmadığı için şekerli içecekler için vergi uygulamalarında etkili sonuca ulaşamamıştır. Diğer üç ülkeye göre daha fazla şekerli içecek vergisi uygulanmasına rağmen tüketicilerin daha ucuz şekerli içecekler yöneldiği etkin vergi tahsilini zorlaştırmıştır.

Fletcher, v.d., (2010), çalışmalarında alkolsüz içecek vergilerinin çocuklar ve ergenlerin meşrubat tüketim ve kilo alımı üzerindeki etkisini; 1989-2006 yılı arasında uygulanan meşrubat vergileri ve satışı ile beslenmeye yönelik yapılan bir anket çalışmasından yararlanarak ele almışlardır. Meşrubat vergilerinin insanların daha az kalori alımına neden olmasından dolayı gizli bir obezite vergisi olabileceği düşünülmüştür. Fakat çocuk ve ergenlerde meşrubattan alınan kalorinin diğer içeceklerden alınan kalori ile dengelendiği ve kiloda herhangi bir azalmanın olmadığı saptanmıştır. Bu kapsamda alınan vergi etkisiz bir obezite vergisi olacaktır.

Jou ve Techakehakij (2012), çalışmalarında obezitenin azaltılmasında şekerli içecek vergilerinin uluslararası uygulamalarını ele almış ve şekerli içecek vergisini uygulayan 19 ülkeyi nüfus, obezite yaygınlığı, meşrubat tüketim seviyeleri ve mevcut temel vergi oranları göz önünde bulundurarak karşılaştırmıştır. Şekerli içecek vergilerinin etkinliğinin ülkeler arasında farklı olduğu ve nüfus yoğunluğuna bağlı değiştiği, her ülke için farklı olmasının yanında farklı gruplar arasında bile şekerli içecek vergisinin farklı oranlarda uygulanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre şekerli içecek vergilerinin obezite yaygınlığı olan bölgelerde daha etkin olduğu vurgulanmıştır.

Stacey, v.d., (2017), çalışmalarında Güney Afrika'daki şekerli içeceklerin neden olduğu hastalıklar ve bu hastalıklara bağlı oluşan kamu sağlık harcamalarını ele almış, şekerli içecek vergilerinin, tüketimden kaynaklı zararları azaltmada etkili olacağını ifade etmişlerdir. Hane halkı harcamaları ve talep esneklikleri üzerinden analiz yapılmış şekerli içecek, çay ve kahve, meyve suyu, karbonatlı alkolsüz içecek, konsantre, süt ve şekerli içecek olmak üzere altı kategori de şeker tüketimi ele alınmıştır. Sonuçlara göre en çok tüketim miktarının şekerli içecekler grubuna ait olduğu, en çok harcamanın bu ürünlere yapıldığı ve bu durumun da sağlık harcamalarını artırdığı

vurgulanmıştır. Caydırıcı bir şekerli içecek vergisi uygulanmasının halk sağlığı üzerinde olumlu bir etki oluşturacağı ifade edilmiştir.

Sharma, vd. (2014), çalışmalarında şekerle içeceklerin vergilendirilmesinin farklı gelir gruplarındaki etkilerini ele almıştır. Çalışmada şekerli içecek vergilerinin, tüketim ve vücut ağırlığı ile düşük, orta, ve yüksek gelir gruplarında vergi yüküne etkisi analiz edilmiştir. 52 haftada 1390 hane halkı üzerinde analiz yapılmış ve 10 kategoride içecekler değerlendirilmiştir. Vergi hem değer hem de miktar olarak hesaplanmış, vergi sonucunda şekerli içeceklerin tüketiminde bir azalma olduğu sonucuna varılmış ve düşük gelir gruplarının daha fazla kilo kaybedecekleri sonucuna ulaşılmıştır.

Caro ve vd., (2018), çalışmalarında, Şili hükümetinin yüksek düzeyde şeker içeren sanayileşmiş içeceklerden alınan vergi oranını %13'den %18'e çıkarmasının ve düşük veya şekersiz sanayileşmiş içeceklerdeki vergi oranlarını ise %13 'den %10'a düşürmesinin ev içi içecek alımları ve kalori düzeylerindeki etkisini incelemişlerdir. Hanelerde kişi başına yüksek şekerli içeceklerde aylık satın almaların hacimce %3,4, kalori olarak ise %4,0 azaldığı ifade edilmiştir. Yüksek gelirli grupların, şekersiz veya az şekerli içecek satın alma hacminin %10,7 arttığı gözlemlenmiştir. Fiyatlar ve içecek alımları üzerindeki daha büyük etkilerin gözlemlenebilmesi için vergi oranlarında daha büyük değişimlere ihtiyaç duyulduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Alvarado ve vd., (2019), çalışmalarında 2015 yılında Barbados Hükümeti'nin şekerli içecekler üzerine koymuş olduğu verginin, şekerli içecek alımlarındaki etkisini analiz etmişlerdir. Buna göre şekerli içecek ürünlerinde, vergisiz ürünlere göre satın almaların haftalık %4,3 düştüğü, şekersiz içecek satışlarının ise haftalık %5,2 arttığı gözlemlenmiştir. Sonuç olarak şekerli içecekler üzerine uygulanan verginin tüketici davranışlarını değiştirdiği ve şekersiz içecek veya daha ucuz şekerli içecekler üzerine yönelimin arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bordonada v.d., (2019), çalışmalarında Katalonya'nın yoksul mahallelerinde şekerle tatlandırılmış içecek vergilerinin tüketime etkisini değerlendirmişlerdir. Barselona ve Madrid de bulunan 12-40 yaş arasındaki düşük gelirli 1929 kişinin vergi öncesi ve vergi sonrası tüketim eğilimleri, anket yardımı ile regresyon yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Barselona'da vergilendirilmiş içecek tüketiminin Madrid ile karşılaştırıldığında %39 azaldığı, vergilendirilmemiş içecek tüketiminin ise değişmediği gözlemlenmiştir. Katalonya'da tüketim vergisinin şekerli içecek tüketimi üzerinde bir yılda azalmaya neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Cawley, v.d., (2020), çalışmalarında, ABD'nin dört büyük şehrinde (Philadelphia, San Francisco, Seattle ve Oakland) şekerle tatlandırılmış içecek vergilerinin satın alma üzerindeki etkisi ve birey davranışlarını ele almıştır. Vergi oranlarına bağlı olarak fatura üzerindeki artış ve azalışların genel olarak şekerli içeceklerin vergi artış ve azalışına bağlı olarak değiştiği yani vergilerin alıcıların satın alma davranışlarını etkilediği görülmüştür. Buna göre vergi oranlarındaki 1 sentlik artış, kişilerin aylık içecek tüketimini %12,2 azaltmaktadır. Bu durum insanların günlük tüketimlerinde 5 kalori azalmaya neden olmaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu araştırmada, kolalı gazoz içecekleri üzerine uygulanan vergiler ile sigara ve tütün ürünlerinden alınan vergiler karşılaştırılarak değerlendirilmiştir. Çalışmamızda, kolalı gazoz içeceklerinin, sigara ve tütün ürünleri kadar zararlı olduğunu ve sigara ve tütün ürünleri kadar vergilendirilmesi gerektiğini analiz etmek amaçlanmıştır. Bu amaçla, değerlendirme yapılırken

internet (online) üzerinden 210 tüketiciye yönelik anket yapılmıştır. Ankette 5 demografik, 15 tane likert ölçekli soru olmak üzere toplamda 20 soru sorulmuştur. Anket sonuçları sonucunda elde edilen verilerde basit regresyon yöntemi kullanılmış ayrıca çapraz tablo analizi ve kare analizi yapılmıştır. Sonuçlar, frekans dağılım tabloları ve histogram grafikleri göz önünde bulundurularak tablolar halinde değerlendirilmiştir.

5. ARAŞTIRMADAN ELDE EDİLEN DEMOGRAFİK BULGULAR VE GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Çalışmada kullanılan çeşitli demografik değişkenlerin frekans dağılımları ve kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizine ilişkin test sonuçları aşağıda yer almaktadır. Demografik sorular genel olarak cinsiyet, eğitim düzeyi, yaş aralığı, meslek grupları ve gelir aralığı dikkate alınarak hazırlanmıştır.

Tablo-2: Demografik Soruların Frekans Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	%	Kümülatif %
Erkek	106	50,5	50,5
Kadın	104	49,5	100,0
Toplam	210	100,0	
Yaş Grupları			
0-20	25	11,9	11,9
20-40	82	39,0	51,0
40-60	74	35,2	86,2
60 ve üstü	29	13,8	100,0
Toplam	210	100,0	
Eğitim Düzeyi			
İlkokul	24	11,4	11,4
Lise	41	19,5	31,0
Ön lisans	53	25,2	56,2
Lisans	63	30,0	86,2
Lisansüstü	29	13,8	100,0
Toplam	210	100,0	
Meslek Sektörü			
Eğitim	40	19,0	19,0
Sağlık	49	23,3	42,4
Ticaret	49	23,3	65,7
Diğer	72	34,3	100,0
Toplam	210	100,0	
Gelir Dağılım Aralığı			
0-3.000	56	26,7	26,7
3.000-5.000	73	34,8	61,4
5.000-10.000	59	28,1	89,5
10.000-20.000	16	7,6	97,1
20.000 ve üstü	6	2,9	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 2’de ankette sorulan demografik soruların (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, meslek ve gelir dağılımı) frekans dağılımları gösterilmiştir.

Tablo-3: Verginin Ne Anlama Geldiğini Tam Olarak Bildiğimi Düşünüyorum* Dağılımı

Verginin ne anlama geldiğini tam olarak bildiğimi düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	5	2,4	2,4
Katılmıyorum	6	2,9	5,2
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	16	7,6	12,9
Katılıyorum	151	71,9	84,8
Kesinlikle Katılıyorum	32	15,2	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 3’ te verginin ne anlama geldiğini tam olarak bildiğimi düşünme konusunda likert ölçekli sorularla analiz yapılmış, katılımcıların %71,9’u (n:151) “Katılıyorum” yanıtını vermiş ve en yüksek kesimi oluşturmuştur.

Tablo-4: Bir Mükellef Olarak Ödediğim Vergilerin Tamamını Bildiğimi Düşünüyorum* Dağılımı

Bir Mükellef Olarak Ödediğim Vergilerin Tamamını Bildiğimi Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	9	4,3	4,3
Katılmıyorum	42	20,0	24,3
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	88	41,9	66,2
Katılıyorum	53	25,2	91,4
Kesinlikle Katılıyorum	18	8,6	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 4’te bir mükellef olarak ödediğim vergilerin tamamını bildiğimi düşünüyorum durumu için likert ölçekli sorularla analiz yapılmış, katılımcıların %41,9’u (n:88) “Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum” yanıtını vermiş ve en yüksek kesimi oluşturmuştur. Bu durumda tüketicilerin ödedikleri vergiyi tam olarak bilme konusunda kararsız kaldıkları ve yeterince bilinçli olmadıkları görülmüştür.

Tablo-5: Sigara ve Tütün Ürünlerinin Zorunlu Bir İhtiyaç Olduğunu Düşünüyorum *Dağılımı

Sigara ve Tütün Ürünlerinin Zorunlu Bir İhtiyaç Olduğunu Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	46	21,9	21,9
Katılmıyorum	90	42,9	64,8
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	33	15,7	80,5
Katılıyorum	34	16,2	96,7
Kesinlikle Katılıyorum	7	3,3	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 5’te sigara ve tütün ürünlerinin zorunlu bir ihtiyaç olduğunu düşünüyorum konusunda likert ölçekli sorularla analiz yapılmış, katılımcıların %42,9’u (n:90) “Katılmıyorum” yanıtını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Sigara ve tütün ürünlerinin tüketiciler tarafından zorunlu bir ihtiyaç olarak görülmediği ifade edilmiştir.

Tablo-6: Kolalı Gazoz İçeceklerinin Zorunlu Bir İhtiyaç Olduğunu Düşünüyorum *Dağılımı

Kolalı Gazoz İçeceklerinin Zorunlu Bir İhtiyaç Olduğunu Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	38	18,1	18,1
Katılmıyorum	57	27,1	45,2
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	37	17,6	62,9
Katılıyorum	69	32,9	95,7
Kesinlikle Katılıyorum	9	4,3	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 6’da kolalı gazoz içeceklerinin zorunlu bir ihtiyaç olduğunu düşünüyorum konusu üzerine likert ölçekli analiz yapılmış, katılımcıların %32,9’u (n:69) “Katılıyorum” yanıtını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Genel olarak ankete katılan tüketicilerin kolalı gazozları zorunlu bir ihtiyaç kabul ettikleri görülmektedir. Bir önceki tablo ile (tablo 5) karşılaştırdığımızda sigara ve tütün ürünleri zorunlu bir ihtiyaç olarak görülmezken, kolalı gazoz içeceklerinin zorunlu bir ihtiyaç olarak görüldüğü ortaya çıkmıştır.

Tablo-7: Sağlığa Zararlı Ürünlerin Vergilendirilmesi Gerektiğini Düşünüyorum *Dağılımı

Sağlığa Zararlı Ürünlerin Vergilendirilmesi Gerektiğini Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	5	2,4	2,4
Katılmıyorum	8	3,8	6,2
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	15	7,1	13,3
Katılıyorum	124	59,0	72,4
Kesinlikle Katılıyorum	58	27,6	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 7’de sağlığa zararlı ürünlerin vergilendirilmesi gerektiğini düşünme konusu üzerine likert ölçekli analiz yapılmış, katılımcıların %59,0’u (n:124) “Katılıyorum” yanıtını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Ankete katılan tüm tüketicilerin yarısından fazlasının sağlığa zararlı ürünlerin vergilendirilmesi gerektiğini düşündüğü görülmektedir.

Tablo-8: Kolalı Gazoz İçeceklerinin Sağlığa Zararlı Olduğunu Düşünüyorum *Dağılımı

Kolalı Gazoz İçeceklerinin Sağlığa Zararlı Olduğunu Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,0	1,0
Katılmıyorum	2	1,0	1,9
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	11	5,2	7,1
Katılıyorum	138	65,7	72,9
Kesinlikle Katılıyorum	57	27,1	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 8’de kolalı gazozların sağlığa zararlı olduğunu düşünme konusunda likert ölçekli analiz yapılmış, katılımcıların %65,7’si (n:138) “Katılıyorum” yanıtını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Kolalı gazoz içeceklerinin sağlığa zararlı olduğunun genel olarak düşünülmesine rağmen tablo 6’da kolalı gazozların zorunlu bir ihtiyaç olarak düşünüldüğü de görülmektedir. Bu

durumda tüketicilerin kolalı gazozları sağlığa zararlı olmasına rağmen zorunlu bir ihtiyaç olarak tükettikleri sonucuna ulaşmıştır.

Tablo-9: Sigara ve Tütün Ürünlerinin Sağlığa Zararlı Olduğunu Düşünüyorum *Dağılımı

Sigara ve Tütün Ürünlerinin Sağlığa Zararlı Olduğunu Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	1	0,5	0,5
Katılmıyorum	2	1,0	1,4
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	3	1,4	2,9
Katılıyorum	131	62,4	65,2
Kesinlikle Katılıyorum	73	34,8	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 9’da sigara ve tütün ürünlerinin sağlığa zararlı olduğunu düşünüyorum konusunda likert ölçekli analiz yapılmış, katılımcıların %62,4’ü (n:131) “Katılıyorum” yanıtını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Sigara ve tütün ürünlerinin sağlığa zararlı olduğu konusunun, zorunlu bir ihtiyaç olmadığı (tablo 5) konusu ile doğru orantılı olduğu görülmüştür.

Tablo-10: Kolalı Gazoz İçeceklerinin Sigara ve Tütün Ürünlerinden Daha Fazla Tüketildiğini Düşünüyorum *Dağılımı

Kolalı Gazoz İçeceklerinin Sigara ve Tütün Ürünlerinden Daha Fazla Tüketildiğini Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	0	0	0
Katılmıyorum	5	2,4	2,4
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	26	12,4	14,8
Katılıyorum	113	53,8	68,6
Kesinlikle Katılıyorum	66	31,4	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 10’da kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünlerinden daha fazla tüketildiğini düşünüyorum konusunda likert ölçekli analiz yapılmış, katılımcıların %53,8’i (n:113) “Katılıyorum” yanıtını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünlerinden daha fazla tüketildiği, ankete katılan tüketicilerin yarısından fazlası tarafından kabul edilmektedir.

Tablo-11: Kolalı Gazoz İçeceklerinin Sigara ve Tütün Ürünleri Kadar Zararlı Olduğunu Düşünüyorum *Dağılımı

Kolalı Gazoz İçeceklerinin Sigara ve Tütün Ürünleri Kadar Zararlı Olduğunu Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,0	1,0
Katılmıyorum	10	4,8	5,7
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	25	11,9	17,6
Katılıyorum	119	56,7	74,3
Kesinlikle Katılıyorum	54	25,7	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 11’de kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünleri kadar zararlı olduğunu düşünüyorum konusunda likert ölçekli analiz yapılmış, katılımcıların %56,7’si (n:119) “Katılıyorum” yanıtını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Ankete katılan katılımcıların yarısından fazlasının kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünleri kadar zararlı olduğunu düşündüğü sonucuna ulaşılmıştır. Kolalı gazozların sigara ve tütün ürünleri kadar zararlı olduğu bilinmesine rağmen bir önceki tablo da (tablo 10) kolalı gazozların sigara ve tütün ürünlerinden daha fazla tüketildiği görülmüştür. Bu durumda zararlı olan bu içeceklerin fazla tüketiminin bir önlem veya mali tedbirle daha düşük bir düzeye indirilmesi gerekliliğinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo-12: Reklam ve Görsellerin Kolalı Gazoz İçeceklerinin Tüketimini Artırdığını Düşünüyorum * Dağılımı

Reklam ve İçeceklerinin Düşünüyorum	Görsellerin Tüketimini Artırdığını	Kolalı Gazoz	Frekans	%	Kümülatif %
	Kesinlikle Katılmıyorum		6	2,9	2,9
	Katılmıyorum		6	2,9	5,7
	Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum		33	15,7	21,4
	Katılıyorum		87	41,4	62,9
	Kesinlikle Katılıyorum		78	37,1	100,0
	Toplam		210	100,0	

Tablo 12’de reklam ve görsellerin kolalı gazoz içeceklerinin tüketimini artırdığını düşünüyorum konusunda likert ölçekli analiz yapılmış, katılımcıların %41,4’ü (n:87) “Katılıyorum” yanıtını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Katılımcıların, %37,1’lik (n:78) oranla reklam ve görsellerin kolalı gazoz içeceklerinin tüketimini artırdığı yönünde “Kesinlikle Katılıyorum” yanıtını verdikleri görülmektedir. Bu durumda toplum sağlığına zararlı olan bu içeceklerin tüketimini artırmaya yönelik teşvik edici dış etmenlerin (reklam ve görseller gibi) ortadan kaldırılması gerektiği söylenebilir.

Tablo-13: Kolalı Gazoz İçeceklerinin Yüksek Vergilendirilmesi Gerektiğini Düşünüyorum *Dağılımı

Kolalı Gazoz İçeceklerinin Yüksek Vergilendirilmesi Gerektiğini Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	7	3,3	3,3
Katılmıyorum	19	9,0	12,4
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	27	12,9	25,2
Katılıyorum	130	61,9	87,1
Kesinlikle Katılıyorum	27	12,9	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 13’te kolalı gazoz içeceklerinin yüksek vergilendirilmesi gerektiğini düşünme konusunda likert ölçekli analiz yapılmış, katılımcıların %61,9’u (n:130) “Katılıyorum” yanıtını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Analiz sonucuna bakıldığında, bağımlılık veya başka sebeplerden kaynaklı her ne kadar kolalı gazoz içecekleri zorunlu bir ihtiyaç olarak düşünülse (tablo

6) veya sigara ve tütün ürünlerinden daha fazla tüketildiği ifade edilmiş olsa da (tablo 10) aslında kolalı gazozların sağlığa zararlı olduğu ve yüksek vergilendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo-14: Kolalı Gazoz İçeceklerinin Sigara ve Tütün Ürünleri Kadar Vergilendirilmesi Gerektiğini Düşünüyorum *Dağılımı

Kolalı Gazoz İçeceklerinin Sigara ve Tütün Ürünleri Kadar Vergilendirilmesi Gerektiğini Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	3	1,4	1,4
Katılmıyorum	17	8,1	9,5
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	43	20,5	30,0
Katılıyorum	121	57,6	87,6
Kesinlikle Katılıyorum	26	12,4	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 14’te kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünleri kadar vergilendirilmesi gerektiğini düşünme konusunda likert ölçekli analiz yapılmış, katılımcıların %57,6’sı (n:121) “Katılıyorum” cevabını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Katılımcıların kolalı gazoz içeceklerinin, sigara ve tütün ürünleri kadar vergilendirilmesi gerektiğini düşündükleri ve kolalı gazozları erdemsiz bir mal olarak kabul ettikleri görülmektedir.

Tablo-15: Kolalı Gazoz İçeceklerindeki Yüksek Vergilerin Tüketimi Azaltacağını Düşünüyorum *Dağılımı

Kolalı Gazoz İçeceklerindeki Yüksek Vergilerin Tüketimi Azaltacağını Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	7	3,3	3,3
Katılmıyorum	24	11,4	14,8
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	42	20,0	34,8
Katılıyorum	118	56,2	91,0
Kesinlikle Katılıyorum	19	9,0	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 15’te kolalı gazoz içeceklerindeki yüksek vergilerin tüketimi azaltacağını düşünüyorum konusunda likert ölçekli analiz yapılmış, katılımcıların %56,2’si (n:118) “Katılıyorum” cevabını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Katılımcılar, kolalı gazoz içeceklerindeki yüksek vergilerin tüketimi azaltacağını, bu şekilde negatif dışsallığa sahip olan bu içeceklere karşı bir mali tedbir alınmasının faydalı olabileceğini öngörmüşlerdir.

Tablo-16: Sigara ve Tütün Ürünlerindeki Yüksek Vergilerin Tüketimi Azaltacağını Düşünüyorum *Dağılımı

Sigara ve Tütün Ürünlerindeki Yüksek Vergilerin Tüketimi Azaltacağını Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	28	13,3	13,3
Katılmıyorum	45	21,4	34,8
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	42	20,0	54,8
Katılıyorum	81	38,6	93,3
Kesinlikle Katılıyorum	14	6,7	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 16’da sigara ve tütün ürünlerindeki yüksek vergilerin tüketimi azaltacağını düşünüyorum konusunda likert ölçekli analiz yapılmış, katılımcıların %38,6’sı (n:81) “Katılıyorum” cevabını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Buna rağmen katılmayan veya kararsız kalan tüketicilerin de cevaplarının yakın olduğu görülmektedir. Bu durumda sigara ve tütün ürünlerindeki yüksek vergilerin bağımlılıktan dolayı tüketimi azaltmada çok etkili olamayacağı da söylenebilir.

Tablo-17: On Yaş Altı Çocuklara Kolalı Gazoz Satışlarının Yasaklanması Gerektiğini Düşünüyorum * Dağılımı

On Yaş Altı Çocuklara Kolalı Gazoz Satışlarının Yasaklanması Gerektiğini Düşünüyorum	Frekans	%	Kümülatif %
Kesinlikle Katılmıyorum	5	2,4	2,4
Katılmıyorum	16	7,6	10,0
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	36	17,1	27,1
Katılıyorum	60	28,6	55,7
Kesinlikle Katılıyorum	93	44,3	100,0
Toplam	210	100,0	

Tablo 17’de on yaş altı çocuklara kolalı gazoz satışlarının yasaklanması gerektiğini düşünüyorum konusunda likert ölçekli analiz yapılmış, katılımcıların %44,3’ü (n:93) “Kesinlikle Katılıyorum” cevabını vererek en yüksek kesimi oluşturmuştur. Yine %28,6’lık bir oranla katılımcıların (n:60) “Katılıyorum” cevabını verdikleri görülmüştür. Genel olarak on yaş altı çocuklara kolalı gazoz satışlarının sigara ve tütün ürünleri gibi yasaklanması gerektiği ve bir yaş sınırı uygulamasının faydalı olabileceği ön görülmüştür.

Tablo-18: Güvenilirlik Analizi (Cronbach Alpha Katsayısı)

Gözlem Sayısı = 210,0					
Ortalama:	Ortalama Minimum	Ortalama Maksimum	Aralık	Maximum/Minimum	
3,807	3,038	4,171	1,133		1,373
Analiz Edilen Madde Sayısı: 15					
Cronbach Alpha = 0,610			Standardize Edilmiş Alpha = 0,624		

Tablo 18, güvenilirlik (reliability) analiz sonuçlarını içermektedir. Demografik sorular analize dahil edilmemiştir ve anketin güvenilirliği için dikkate alınan *Cronbach alpha katsayısı* 0,610 olup, standardize edilmiş alpha katsayısı ise 0,624 'dür. Bu sonuçlara göre anketin sosyal bilimler için kabul edilir güvenilirlikte olduğunu ifade etmek mümkündür.

6. TÜRKİYE'DE KOLALI GAZOZ İÇECEKLERİNDEKİ VERGİ İLE SİGARA VE TÜTÜN ÜRÜNLERİNDEKİ VERGİNİN KARŞILAŞTIRILMASINA YÖNELİK BULGULAR

Ankete katılan 210 kişiye 20 tane soru yöneltilmiş, elde edilen verilerle çapraz tablo analizi yapılmış ve bulgular gruplandırılıp raporlanarak yorumlanmıştır. Her tablo için ayrı hipotezler kurulmuş, değişkenlerin istatistiksel anlamlılıkları Ki-kare testleriyle doğrulanmış ve elde edilen bulgular sonucunda red veya kabul edilen hipotezler belirtilmiştir.

Tablo-19: Cinsiyet Durumu * Kolalı Gazoz İçeceklerinin Sigara ve Tütün Ürünleri Kadar Vergilendirilmesi Gerektiğini Düşünüyorum Crosstabulation

Cinsiyet Durumu		Kolarlı Gazoz İçeceklerinin Sigara ve Tütün Ürünleri Kadar Vergilendirilmesi Gerektiğini Düşünüyorum			
		Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum/ Kısmen Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlik Katılıyorum
Erkek	Frekans	8	30	55	13
	%	40,0	69,8	45,5	50,0
Kadın	Frekans	12	13	66	13
	%	60,0	30,2	54,5	50,0
Toplam	Frekans	20	43	121	26
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

Tablo 19'da cinsiyet durumu ile kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünleri kadar vergilendirilmesi gerektiğini düşünme konusu arasında çapraz tablo analizi yapılmıştır. **H₀**: Cinsiyet durumu ile kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünleri kadar vergilendirilmesi gerektiğini düşünüyorum durumu arasında anlamlı bir ilişki yoktur. **H₁**: Cinsiyet durumu ile kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünleri kadar vergilendirilmesi gerektiğini düşünüyorum durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır hipotezleri oluşturulmuştur. Pearson Chi-Square değerimiz (Sig.: 0,037), $p=0,037<0.05$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır ve dolayısıyla **H₀** hipotezi reddedilir. Tabloda (n:121) kişi "Katılıyorum" cevabını vermiş olup bunların %54,5'inin kadın katılımcıdan oluştuğu görülmektedir. Bu durumda kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünleri kadar vergilendirilmesi gerektiğini düşünme konusunda "Kadın" katılımcıların daha duyarlı olduğu öngörülmüştür.

Tablo-20: Yaş Durumu* Kolalı Gazoz İçeceklerinin Sigara ve Tütün Ürünleri Kadar Zararlı Olduğunu Düşünüyorum Crosstabulation

Yaş Durumu		Kolarlı Gazoz İçeceklerinin Sigara ve Tütün Ürünleri Kadar Zararlı Olduğunu Düşünüyorum			
		Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum/ Kısmen Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
0-20	Frekans	2	7	10	6
	%	16,7	28,0	8,4	11,1
20-40	Frekans	9	10	46	17
	%	75,0	40,0	38,7	31,5
40-60	Frekans	0	6	46	22
	%	0,0	24,0	38,7	40,7
60-üstü	Frekans	1	2	17	9
	%	8,3	8,0	14,3	16,7
Toplam	Frekans	12	25	119	54
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

Tablo 20’de yaş durumu ile kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünleri kadar zararlı olduğunu düşünüyorum arasında çapraz tablo analizi yapılmıştır. **H0:** Yaş durumu ile kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünleri kadar zararlı olduğunu düşünüyorum durumu arasında anlamlı bir ilişki yoktur. **H1:** Yaş durumu ile kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünleri kadar zararlı olduğunu düşünüyorum durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır hipotezleri oluşturulmuştur. Pearson Chi-Square değerimiz (Sig.: 0,026), $p=0,026<0.05$ olduğu için bu iki durum arasında anlamlı bir ilişki vardır ve dolayısıyla **H0** hipotezi reddedilir. Tablo 20’de (n:119) kişi “Katılıyorum” cevabını vermiş ve “20-40” ile “40-60” yaş arası katılımcıların kolalı gazoz içeceklerinin sigara ve tütün ürünleri kadar zararlı olduğunu ifade ettiği görülmüştür.

Tablo-21: Kolalı Gazoz İçeceklerinin Zorunlu Bir İhtiyaç Olduğunu Düşünüyorum * On Yaş Altı Çocuklara Kolalı Gazoz Satışlarının Yasaklanması Gerektiğini Düşünüyorum Crosstabulation

		On Yaş Altı Çocuklara Kolalı Gazoz Satışlarının Yasaklanması Gerektiğini Düşünüyorum			
		Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum/ Kısmen Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Kesinlikle Katılmıyorum	Frekans	1	3	3	2
	%	4,8	8,3	5,0	2,2
Katılmıyorum	Frekans	7	17	28	17
	%	33,3	47,2	46,7	18,3
Kısmen Katılıyorum/Kısmen Katılmıyorum	Frekans	7	5	11	14
	%	33,3	13,9	18,3	15,1
Katılıyorum	Frekans	6	11	18	60
	%	28,6	30,6	30,0	64,5
Toplam	Frekans	21	36	60	93
	%	100,0	100,0	100,0	100,0

Tablo 21’de kolalı gazoz içeceklerinin zorunlu bir ihtiyaç olduğunu düşünüyorum ile on yaş altı çocuklara kolalı gazoz satışlarının yasaklanması gerektiğini düşünüyorum konusu arasında çapraz tablo analizi yapılmıştır. **H0:** Kolalı gazoz içeceklerinin zorunlu bir ihtiyaç olduğunu düşünüyorum ile on yaş altı çocuklara kolalı gazoz satışlarının yasaklanması gerektiğini düşünüyorum durumu arasında anlamlı bir ilişki yoktur. **H1:** Kolalı gazoz içeceklerinin zorunlu bir ihtiyaç olduğunu düşünüyorum ile on yaş altı çocuklara kolalı gazoz satışlarının yasaklanması gerektiğini düşünüyorum durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır hipotezleri oluşturulmuştur. Pearson Chi-Square değerimiz (Sig.: 0,000), $p=0,000<0.05$ olduğu için anlamlı bir ilişki vardır ve dolayısıyla **H0** hipotezi reddedilir. Tabloda on yaş altı çocuklara kolalı gazoz içeceklerinin yasaklanması gerektiğine %64,5 oranla “Kesinlikle Katılıyorum” cevabını veren katılımcılar, yine aynı oranda kolalı gazoz içeceklerinin zorunlu bir ihtiyaç olarak görüyorum sorusuna “Katılıyorum” yanıtını vermişlerdir. Sonuç olarak, kolalı gazoz içeceklerinin zorunlu bir ihtiyaç olduğunun düşünülmesine rağmen aynı katılımcılar tarafından bu içeceklerin yaş sınırlaması ile satışında bir kısıtlamanın olabileceği ifade edilmiştir.

SONUÇ

Son yıllarda birçok ülkede beslenme alışkanlıkları önemli ölçüde değişmiştir. Bireylerin sağlıksız beslenmesinin ve obezite rakamlarının artması devletlerin erdemsiz mallara karşı vergi başta olmak üzere yeni mali tedbirler uygulamasını zorunlu kılmaktadır. Günah vergileri olarak insanlara ve çevreye zararlı başta sigara ve tütün ürünleri, alkol, şekerli içeceklere yüksek vergi uygulanması bütün ülkelerde kabul gören bir mali politika uygulamasıdır. Kolalı gazozlar olarak ifade edilen kola ürünleri de bu kapsamda ele alınması gereken ürünlerdir.

Sigara ve tütün ürünlerinin zararları ve vergilendirilmesine yönelik literatürde çok sayıda çalışma yapılmasına karşılık erdemsiz mal kategorisinde yer alan kolalı gazozların tüketimi ve vergilendirilmesine yönelik çalışmalar çok kısıtlıdır. Sigara ve tütün ürünlerinin yanı sıra kolalı gazoz içecekleri de sigara ve tütün ürünleri kadar zararlı ve çok tüketilen ürünler arasındadır. Bu amaçla yaptığımız çalışmamızda; 210 katılımcıya anket uygulanmış, sigara ve tütün ürünlerinin sağlığa ciddi oranda zararlı olduğu, yüksek vergilendirilmesi ve mali tedbir alınmasına rağmen tüketimin artan oranda devam ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı şekilde kolalı gazoz içeceklerinin bilindiğinden daha çok tehlikeli olduğu ve toplum tarafından zorunlu bir ihtiyaç olarak düşünüldüğü sonucuna ulaşılmış ve genel olarak tüketicilerin bu içeceklerin sağlığa zararlı olduğunu kabul ettikleri öngörülmüştür. Ankete katılanlar kolalı gazoz ürünlerinin sigara ve tütün ürünleri kadar yüksek vergilendirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Çalışmada, sigara ve tütün ürünlerinin satışındaki yaş sınırı kısıtlamasının kolalı gazoz içecekleri içinde uygulanmasının gerekliliği ankete katılanlarca onaylanmıştır.

Kolalı gazozların insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkileri bu konuda çeşitli önlemler alınmasını gerekli kılmaktadır. Bu kapsamda belirtilen düzenlemelerin yapılması elzemdir:

- Kolalı gazoz ürünlerinin TV & radyo reklamlarının yasaklanması ya da ilgili reklamlara gece 10’dan sonra izin verilmesi,
- Kolalı gazoz üreticilerinin çocuk ve genç kulüplerine sponsor olmasının önlenmesi,

- Kolalı gazoz satışının 10 yaş altı çocuklara yasaklanması,
- Kolanın içerdiği şeker ve asit miktarının ürün ambalajlarında büyük puntolarla yazılması,
- Kolalı gazoz ürünlerine obez insan fotoğraflarının olduğu zorunlu resimler konulması,
- Kolalı gazozlardaki ÖTV oranının, tütün içeren sigaralarda olduğu gibi %35'ten %63'e yükseltilmesi. Üreticilerin fiyat düşürme politikalarına karşı maktu ya da asgari maktu tutarların getirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Alvarado, M., Unwin, N., Sharp, S. J., Hambleton, I., Murphy, M. M., Samuels, T. A., Suhrcke, M., Adams, J. (2019), "Assessing The Impact Of The Barbados Sugar-Sweetened Beverage Tax On Beverage Sales: An Observational Study", *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 16:13, s. 1-11.
- Avcı, O., Demirci, Z., (2017), "Türkiye'de Günah Vergisi Olarak ÖTV III Sayılı Listenin Değerlendirilmesi", *Maliye Araştırmaları I*, Editörler: Adnan Gerçek, Özhan Çetinkaya, Bursa: Ekin Yayınevi, s. 47-60.
- Bordonada, M. Á R., Escobar, C. F., Simón, L., Barbero, S. B., Padilla, J. (2019), "Impact Of An Excise Tax On The Consumption Of Sugar-Sweetened Beverages In Young People Living In Poorer Neighbourhoods Of Catalonia, Spain: A Difference In Differences Study," *BMC Public Health*, Volume:19, s. 1-11.
- Buyrukoğlu, S., Bozdoğan, D., Köktaş, A. (2016), "Paternalist Devlet Anlayışının Bir Gereği Olarak Günah Vergileri: Türkiye Örneği", *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Temmuz, 9(3), s. 15-31.
- Caro, J. C., Corvalán, C., Reyes, M., Silva, A., Popkin, B., Taillie, L. S., (2018), "Chile's 2014 Sugarsweetened Beverage Tax And Changes In Prices And Purchases Of Sugar-Sweetened Beverages: An Observational Study In An Urban Environment," *PLoS Med* 15(7), s. 1-19.
- Cawley, J., Frisvold, D., and Jones, D., (2020), "The Impact of Sugar-Sweetened Beverage Taxes On Purchases: Evidence From Four City-Level Taxes in The United States", *Health Economics Research Article*, Volume: 29, Issue: 10, s. 1289-1306.
- Ceylan, S. S., Turan, T., (2008), "Bir İlköğretim Okulunda 11-14 Yaş Arasındaki Öğrencilerde Obesite Sıklığı Ve Etkileyen Etmenler", *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 2008; 11: 4, s. 76-84.
- Dahms, J., (2017), "Evaluating The Effectiveness Of Sugar Tax To Combat South African's Sweet Tooth", *International Journal Of Economics And Finance Studies Vol 9*, No 2, s. 83-98.
- Duckett, S. and Swerissen, H., (2016), "A Sugary Drinks Tax: Recovering the Community Costs of Obesity" *Grattan Institute*, s. 2-76.

- Fletcher, J. M., Frisvold, D. E., Tefft, N., (2010), “The Effects Of Soft Drink Taxes On Child And Adolescent Consumption And Weight Outcomes”, *Journal of Public Economics*, 94, s. 967-974.
- GİB, (2022), “III Sayılı Liste”, <https://www.gib.gov.tr/fileadmin/mevzuatek/otv_oranlari_tum/03012022_III_sayili_liste.pdf>, (30.01.2022).
- Giray, F., Zeren, G., (2020), “Özel Tüketim Vergilerinde Vergi Gelir Esnekliği: Türkiye ve OECD Karşılaştırması,” *Journal of Life Economics*, Cilt. 4, Sayı: 3, s. 239-256.
- Gökhan, H., (2013), 100 Türk Şey. İstanbul: Kafekültür Yayıncılık.
- Gözener, B., ve Sayılı, M., (2015), “Ankara İli Merkez İlçede Bireylerin Gazlı İçecek Tüketimine İlişkin Bir Değerlendirme”, *Türk Tarım- Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*,3 (6), s. 453-458.
- Grand, J., (2018). “Future Imperfect: Behavioral Economics and Government Paternalism”, *Review of Behavioral Economics*, 2018, 5, s. 281-290.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı, (2022), “Merkezi Yönetim Bütçe İstatistikleri”, <<https://muhasebat.hmb.gov.tr/merkezi-yonetim-butce-istatistikleri>>, (30.01.2022).
- Ignjatović Z., Stojšin, I., Brkanić, T., Lončar, J., (2012), “The Effect of Excessive Coca-Cola Consumption on the Development of Dental Erosions”, *Serbian Dental Journal*, vol. 59, No 3, s. 148-153.
- Jacobson, M. F., (2005), “Liquid Candy: How Soft drinks are Harming Americans' Health” *Center for Science in the Public Interest*, s: 1-35.
- Jou, J., Techakehakij, W., (2012), “International Application of Sugar-Sweetened Beverage (SSB) Taxation In Obesity Reduction: Factors That May Influence Policy Effectiveness In Country-Specific Contexts”, *Health Policy*, 107, s. 83-90.
- Karaçor, S., Tuncer, T., Bulduklu, Y., (2018), “Çocuklarda Obezite Artışı ile Yiyecek ve İçecek Reklamları Arasındaki İlişki”, *Pesa International Journal Of Social Studies*, Cilt:4, Sayı:1, s. 134-141.
- Karalar, R., ve Kiracı, H., (2007), “Marka Değeri Bileşeni Olarak Marka Bağımlılığı: Kolalı İçecekler Üzerine Bir Araştırma”, *Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:7, Sayı:2, s. 205-226.
- Karatay, C., (2021), “Kolanın Zararları! 60 Dakikada Vücuda Verdiği Zarar”, <<https://www.florence.com.tr/kolanin-60-dakikada-vucuda-verdigi-zararlar>>, (29.01.2022).
- Özdoğan, M., (2021), “Bir Kutu Kola Kanseri Riskini Artırabilir mi?”, <<https://www.drozdogan.com/bir-kutu-kola-kanser-riskini-artirabilir-mi/>>, (29.01.2021).
- Özpinar, N., Türkoğlu, Ş., Dağ, Ş., Özpinar, H., (2014), “Kola Özütünün Farklı Dozlarının Caenorhabditiselegans Bireylerinde Yaşam Süresi, Yumurtadan Çıkma Oranı ve Fiziksel Büyüme Üzerine Etkileri,” *Cumhuriyet Üniversitesi Fen Fakültesi Fen Bilimleri Dergisi (CFD)*, Cilt 35, No.1, s. 12-20.
- Pereira, M. A., (2006), “The Possible Role of Sugar-Sweetened Beverages in Obesity Etiology: A Review of the Evidence”, *International Journal of Obesity*, No: 30, s. 28–36.
- Rakıcı, C., ve Yılmaz, Tarık Z., (2021), “Obezite İle Mücadelede İlave Şekerli İçeceklerin Vergilendirilmesi”, *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl:11, Sayı:21, Haziran, s.25-45.

- Sandalcı, U., ve Sandalcı, İ., (2018), “Türkiye’de Günah Vergileri Kapsamında Özel Tüketim Vergisi Uygulaması ve Etkinliği”, *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Cilt:4, Sayı: 4, s. 1-14.
- Sharma, A., Hauck, K., Hollingsworth, B., Siciliani, L., (2014), “The Effects of Taxing Sugar-Sweetened Beverages across different Income Groups”, *Health Economics*, 23 (/9), s. 1159-1184.
- Smith, T., Wolfson, J.A., Jiao, D., Crupain, M. J., Rangan, U., Sapkota, A., Bleich, S. N., Nachman, K.E., (2015), “Caramel Color in Soft Drinks and Exposure to 4-Methylimidazole: A Quantitative Risk Assessment”, *PLOS ONE*, February 18, s. 1-13, <<https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0118138&type=printable>>, (29.01.2022).
- Stacey, N., Tugendhaft, A., Hofman, K., (2017), “Sugary Beverage Taxation In South Africa: Household Expenditure, Demand System Elasticities, And Policy Implications”, *Preventive Medicine*, 105, s. 26-31.
- Şen, H., ve Sağbaş, İ., (2019), *Vergi Teorisi ve Politikası*, Ankara: Barış Arıkan Yayınları.
- Taylar, Y., (2010), “Vergi Teorisi Açısından Özel Tüketim Vergileri ve Türk Özel Tüketim Vergisi Uygulaması”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 12 (Özel Sayı), s. 435-467.
- Tóthová, L., Hodosy J., Mettenburg, K., Fábryová, H., Wagnerová, A., Bábicková, J., Okuliarová, M., Zeman, M., Celec, P., (2013), “No Harmful Effect of Different Coca-Cola Beverages After 6 Months Of intake on Rat Testes”, *Food and Chemical Toxicology* 62, s. 343-348.
- Uğur, A., ve Kömürcüler, E., (2015), “Türkiye’de Sigaranın Vergilendirilmesinin Etkinliği”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:20, Sayı:4, p. 327-346.
- Wilson, P., and Hogan, S., (2017), “Sugar Taxes: A Review of the Evidence”, <https://nzier.org.nz/publication/sugar-taxes-a-review-of-the-evidence> (29.11.2021).
- Yılmaz, K., Y., Özel, H., G., (2016), “Okul Çağı Çocuklarda Şekerli İçecek Tüketimi ile Obezite Riski Arasındaki İlişki”, *Bes Diy Derg* 2016:44(1), s. 3-9.

Devletler, Korku ve Silahların Kontrolü¹

States, Fear and Arms Control

Tolga OTABATMAZ· Hüseyin EMİROĞLU**

Makale Geliş Tarihi / Received :03.05.2022
Makale Kabul Tarihi / Accepted :23.05.2022

ÖZET

Bu makalenin amacı, devletlerin tehdit kavramını askeri anlamda algıladığı ve bundan dolayı güven kaybı yaşadıkları, güvenin tekrar inşa edilmesi için ise tehdit olarak görülen silahların kontrol edilmesinin önemli olduğunu ortaya koymaktır. Devletler, tarihleri boyunca yaşadıkları acı olayların neticesinde korku ve akabinde bir tehdit algısı oluştururlar. Bu algı çerçevesinde yaşanan güven kaybından dolayı ise diğer devletleri güvenlik sorunu olarak görmeye başlamaktadırlar. Devletlerin hissettiği korkular, diğer devletlerin sahip oldukları silahlardan kaynaklandığından dolayı silahların kontrol edilmesi büyük önem taşımaktadır. Bir diğer deyişle silahların kontrolü, korkuların azalması ve güvenin tekrar inşa edilmesini sağlayabilir. Yani, devletlerin hissettikleri korkular silahlardan kaynaklandığından dolayı, silahların kontrol edilmesi de o korkuyu yenerek güven inşa etmenin yolu olarak ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kavramlar: *Korku, güven, AKKA, Viyana Belgesi, algı*

ABSTRACT

The purpose of this article is to put forth that governments have a military understanding of threat conception and thus experience loss of trust, and that it is important to control arms which are considered a threat to rebuild trust. The states develop a sense of fear and afterwards a threat perception as a result of the bitter events that they have experienced throughout their history. Due to the loss of trust which is experienced as a part of this perception, they begin to see other states as a security problem. It is crucial to control the arms, as the fears of the states stem from the arms of other states. In other words, the arms control may reduce fear and restore trust. That is, as the states' fears stem from the arms, the control of the arms emerges to be a way to build trust by overcoming that fear.

Keywords: *Fear, confidence, CFE, Vienna Document, perception*

¹ Tolga OTABATMAZ'a ait "Güvenikleştirme ve Güvenlik Dışlaştırma Kavramları Çerçevesinde Avrupa Konvansiyonel Kuvvetler Antlaşması ve Viyana Belgesinin Analizi" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

· Doktora öğrencisi, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, tolgaotabatmaz@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-0332-4065

** Prof.Dr., Kırıkkale Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, hemioglu9@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9980-1083

GİRİŞ

Korku, insanlar arası ilişkileri olduğu gibi devletler arası ilişkileri de etkileyen önemli bir duygudur. Devletlerde bu duygu, tarihleri boyunca yaşadıkları deneyimler neticesinde ortaya çıkmakta ve kendini güvenlik algısı olarak göstermektedir. Yani, devletlerin güvenlik algıları aslında, o devletlerin tarihleri boyunca yaşamış oldukları acı olayların yaratmış olduğu korku duygusu neticesinde şekillenmiş algılardır. Askeri anlamda hissedilen korkular temelinde inşa edilmiş bu algılar ise devletlerin tehdit algıladıkları diğer devletlerle ilişkilerini olumsuz olarak etkilemektedirler. Bu durum, devletler arasındaki ilişkilerde temel problem olarak ortaya çıkmaktadır. Devletler, korkuyu her zaman yaşamaktadırlar fakat bu duyguyu en aza indirmek amacıyla da diğer devletlerle birlikte bir takım düzenlemeler ortaya koymaktadırlar. Bu düzenlemelerden bir tanesi de silahsızlanma/silahların kontrolüdür. Bu kapsamda, tarih boyunca silahsızlanma ve silahların kontrolü ile ilgili pek çok antlaşma hayata geçirilmiştir. Bu antlaşmalar her ne kadar sonuçta başarısız olmuş ve zaman zaman istenen sonucu verememişlerse de aslında askeri anlamda hissedilen korkuların giderilmesi veya azaltılması için henüz daha iyi bir yol bulunamamıştır. Bu konuda AKKA ve Viyana Belgesi, tarih boyunca hayata geçirilmiş antlaşmaların en başarılıları olarak göze çarpmaktadırlar. Makalede, devletlerin inşa etmiş oldukları korkuların azaltılmasında silahsızlanma/silahların kontrolü ile ilgili antlaşmaların rolü nedir sorusunun cevabı aranmaktadır.

Bu kapsamda iki adet hipotez belirlenmiştir. Bunlar;

- Devletlerin tehdit algılarının temelinde askeri tehditler yatmaktadır.
- Korkuların azaltılması ve güven inşası süreçlerinde silahların kontrolü önemli bir role sahiptir.

Makalede, yukarıda da belirtildiği gibi silahsızlanma/silahların kontrolü ile ilgili antlaşmaların, devletlerin hissettikleri korkunun azaltılmasında ve güven inşasındaki rollerinin ne olduğu incelenmektedir. Bu kapsamda, silahsızlanma/silahların kontrolünün ne olduğu açıklanmış, müteakiben tarihin en başarılı silahsızlanma/silahların kontrolü antlaşmaları olan AKKA ve Viyana Belgesi ile ilgili bilgi verilmiş, akabinde silahların kontrolü antlaşmalarının korkuların azaltılmasındaki rolleri tartışılmıştır. Bu kapsamda makalede, silahların kontrol edilmesinin korkuların azaltılmasında olumlu anlamda rolü olduğu savunulmaktadır. Yani makalede bağımsız değişken silahsızlanma/silahların kontrolü ile ilgili antlaşmalar, bağımlı değişken ise korkular ve algılardır.

Makalede, güvenliğin devletler arası etkileşim ve ilişkilerin sonucu ulaşılabilir bir amaç olduğu düşüncesi savunulmaktadır. Günümüzde devletler, güvenlik kavramını halen “ulusal güvenlik” anlayışı çerçevesinde değerlendirmektedirler ve bundan dolayı güvenlik konusunda ana aktörler olarak öne çıkmaktadırlar. Dolayısıyla makalenin analiz düzeyi devlet düzeyidir.

Bu noktada makalenin amacının, AKKA ve Viyana Belgesinin incelenmesinden ziyade silahsızlanma ve silahların kontrolü kavramlarının rollerinin incelenmesi olduğu unutulmamalıdır. AKKA ve Viyana Belgesinin incelenmelerinin sebebi, makale içerisinde verilen teorik yaklaşımın pratikteki yansımaları olmaları ve anlatılmak istenen konunun daha rahat anlaşılmasına verecekleri katkılardır.

Devletler, askeri tehditlerle ilgili olan antlaşmalardan zarar görmedikleri veya söz konusu antlaşmaların kendilerini kısıtladığını düşünmediklerinde antlaşmalardan çıkma teşebbüsünde bulunmamaktadırlar. Çünkü bu antlaşmalar sayesinde birbirleri hakkında bilgi edinmektedirler, ayrıca diyalog kurmak yoluyla birbirlerinin niyetlerini anlamaktadırlar. Bu durum ise güvenin inşasına katkı sağlamaktadır. Zira birbirleri hakkında bilgi sahibi olmayan devletlerin, birbirlerini tehdit olarak görme olasılıkları ilişki içerisinde olan devletlere göre daha fazladır.

Devletlerin yaşamış oldukları coğrafyaların farklı olması, farklı tehditlerle yüzyüze olmaları, farklı tarihi geçmişlere sahip olmaları, zaman zaman imzalamış oldukları antlaşmalar çerçevesinde sorunların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Çünkü devletler, sorunları kendi bakış açılarına göre anlamlandırmaktadırlar. Yani, devletlerin yaşadıkları korkular aralarında çatışmaya neden olabilmektedir.

Soğuk Savaş döneminde bloklar, güven inşası kapsamında farklı anlayışlara sahip olmuşlardır. Bu kapsamda, NATO için güven inşası, düşmanın niyeti konusundaki belirsizlik sebebiyle ortaya çıkan güvensizlik ile korkunun ortadan kaldırılması çerçevesinde ele alınmış ve şeffaflık, kısıtlama, doğrulama rejimine vurgu yapılmıştır. Varşova Paketi tarafından ise güven inşası, silahlanma yarışının durdurulması ve siyasi-bölgesel statükonun teyit edilmesi temelinde ele alınmıştır (Rittberger, Efinger ve Mendler, 2002: 102). Günümüze gelindiğinde de aynı durumun devam ettiği ve güven oluşumunda batı dünyası ile Rusya'nın farklı görüşlere sahip oldukları görülmektedir. Şu anda, en başarılı silahsızlanma/silahların kontrolü antlaşmaları olan Viyana Belgesi ve AKKA'da yaşanan durum da bundan kaynaklanmaktadır.

AKKA ile Viyana Belgesinin güvenlik ve algılamalarla ilişkisi incelenmeden önce silahsızlanma ile silahların kontrolü konularının incelenmesi önemlidir.

Silahsızlanma ve silahların kontrolü kavramları arasındaki temel fark; "indirim" ve "kısıtlama" kelimelerinde gizlidir. Silahsızlanma indirim, silahların kontrolü ise kısıtlama ile ilgili kavramlardır. İndirim, silah sayılarının indirilmesine atıfta bulunmaktadır, buna mukabil kısıtlama ise silahların sayılarından ziyade kullanımları ile ilgilidir. Öyle ki, silahların kontrol edildiği bir durumda silah sayıları artış dahi gösterebilir (Booth, 1987: 140-141). Silahsızlanma, silahların kontrolünden sonraki bir aşamadır, silahsızlanmanın gerçekleştirilmesi için barışa ihtiyaç vardır. Silahların kontrolü, silahsızlanmaya göre daha fazla uygulanan bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Silahların kontrolü ile istikrar, savaş riskinin azalması ve caydırıcılık sisteminin daha iyi çalışması sağlanabilmektedir (Brown, 1989: 286).

Silahsızlanma konusunda J.David Singer tarafından üç adet yaklaşım geliştirilmiştir. Bunlardan birincisi, insan zihnine hitap etmeyi amaçlayan, insanların eğitilmeleri ve anlayış oluşturmak vasıtasıyla çatışmaların ortadan kaldırılmasını amaçlayan "önce gerilimler" yaklaşımıdır. Bu yaklaşımda silahlara olan ihtiyacın azaltılması amaçlanmaktadır. İkinci olarak ise siyasi problemlerin çözülmesinden sonra silahsızlanmanın gerçekleştirilmesini amaçlayan "siyasi olarak anlaşma" yaklaşımıdır. Üçüncü olarak ise öncelikle silahsızlanma sürecinin başlatılması ve akabinde siyasi problemlerin çözülmesini amaçlayan "önce silahlar" yaklaşımıdır. Bu yaklaşıma göre, siyasi problemler sadece silahsızlanma süreci başlatıldıktan sonra çözülebilirler (Singer, aktaran: Booth K., 1987: 152-153). Rusya ve ABD/NATO'nun silahların kontrolü konusundaki yaklaşımları da Singer'ın "siyasi olarak anlaşma" ve "önce silahlar" yaklaşımları ile mantık olarak

aynıdır. Rusya “önce silahlar”, ABD/NATO ise “siyasi olarak anlaşma” yaklaşımına yakın politika yürütmektedir. Bu kapsamda makalenin analiz çerçevesi J.David Singer tarafından ortaya konulan yaklaşımdır.

Silahlar, kullanıldıkları yere göre anlam kazanmaktadırlar. Bu kapsamda, savaşta askeri bir araç olan silahlar, siyasi mücadelede ise siyasi bir araç olarak kullanılmaktadırlar (Kitching, 2003: 10). Dolayısıyla, devletlerin birbirlerinden algıladıkları tehditler silahların kontrolü üzerinde etkiye sahiptir çıkarımı yapılabilir. Bu kapsamda daha az tehdit algılanması daha kapsamlı sınırlamaların uygulanmasını sağlayabilir (Altmann, 2006: 124).

Güvenlik, diğer devletler ile işbirliği içerisinde sağlanabilecek bir kavram haline gelmiştir. Bundan dolayı, devletlerin sahip olduğu ulusal güvenlik mantığının tek başına güvenliği sağlayamayacağının kabul edilmesi önemlidir. Bu mantık, devletlerden biri güvendeyse diğeri de güvendedir şeklinde formüle edilebilir (Altes, 1989: 311-312). Yani güvenliğin, devletlerin karşılıklı çabaları sonucu elde edileceğinin kabul edilmesi olmazsa olmaz bir husustur (Altes, 1989: 315).

Silahlar, düşmana zarar vermek amacıyla üretilen araçlardır. Bu araçların kullanımları önceden kestirilemeyen ek zararlara ve maliyetlere yol açabilirler. Bu kapsamda düşünüldüğünde silahların kontrolünün amacının, silahlar kullanıldıkları takdirde oluşacak zararlar ve maliyetlerin azaltılması olduğu söylenebilir. Yani, silahların kontrolü ile ilgili olarak atılacak adımlar askeri anlamda alınan önlemlerden oluşur. Silahlar bir karar sonucunda üretilir, üretimi için araçlar edinilir, kullanımı için ise eğitimi verilir. Yani, silahların kontrolü sadece silahların kendileri ile alakalı olmayabilir ve silahlardan daha fazla bir anlam içerebilir (Morgan, 2012: 16-17).

Silahların kontrolü ile ulaşılabilecek bir takım amaçlar vardır. Bunlar, korkuların, savaş riskinin ve silahlanma yarışının azaltılması, devletler arası ilişkilerde öngörülebilirliğin artırılması, yeni silah tiplerinin geliştirilmesinin önlenmesi, devletlerin silahlı kuvvetleri arasındaki güç farkının azaltılması ve bu yolla istikrar sağlanması, barışçıl çözüm yollarının teşvik edilmesi, askeri harcamalardan artırılabilecek kaynakların ekonomik ve sosyal kalkınma için kullanılması, savaşlarda yıkımın azaltılması, çevrenin korunması, devletler arasında anlayış geliştirilmesidir (Goldblat, 2003: 11-12).

İç ve dış unsurlar, silahların kontrolü ile silahsızlanma kavramlarını etkilemektedir. Dış unsurlar, devletlerin güvenlik endişeleri, hali hazırdaki statükonun kabul edilme(me)si, denetimlerle ilgili olarak ortaya çıkan problemler (Ayman, 1994: 42-48), devletlerin takip ettikleri özel politikalar, milletler arası genel siyasi durum, askeri güçler arasındaki farklılıklar, silahsızlanma ve silahların kontrolü faaliyetlerinin yapılacağı kriterlerin belirlenmesi (Ayman, 1994: 53-57), müttefiklerin konuya ilişkin yaklaşımlarıdır (Sulfaro, 1989: 70-71). İç unsurlar ise ülkede yapılan genel seçimler, yönetici sınıfın sürekliliği, kamuoyunun silahsızlanma ve silahların kontrolü süreçlerine etkisi ve ekonomik konulardır (Ayman, 1994: 58-63).

Silahların kontrolü için devletlerin birbirine düşmanca niyet beslemediği algısına sahip olmak büyük önem taşımaktadır, bu algının oluşturulması güven inşası ile sağlanmaktadır. Bu noktada güven inşasının, rekabet ile ilgili değil düşmanca niyetlerle ilgili olduğunu belirtmekte fayda vardır. Bu inşanın temel amacı, siyasi hedeflere ulaşmak için askeri gücün kullanılmamasının sağlanmasıdır (MacIntosh, 1989: 42). Bilindiği üzere güvenlik sadece askeri yönü olan bir konu

değildir ve ekonomik, siyasi, sosyal yönleri de bulunmaktadır. Güven ve güvenlik artırıcı önlemlerin uygulanması için savaşın olmaması çok büyük önem taşımaktadır ve askeri olmayan önlemlerin uygulanması için barışa ihtiyaç vardır. Yani askeri anlamdaki önlemler güven ve güvenlik artırıcı önlemlerin en önemlisi olarak öne çıkmaktadır (Goldblat, 2003: 11). Güven ve güvenlik artırıcı önlemlerin bir takım özellikleri vardır. Bu özellikler; birliklerin kabiliyetlerinden ziyade hareketleriyle ilgilendirilir, askeri hareketliliğin niteliği hakkında bilgi alışverişini sağlarlar, devletleri savaş zamanı dışında ortaya çıkan gerilimlerin nedenlerinin ortadan kaldırılması, yanlış anlamalar veya hesaplamalar sebebiyle ortaya çıkmış olan tehlikelerin azaltılması için çalışmaya teşvik ederler, birbirini düşman gören devletlerin işbirliği alışkanlığı kazanmalarını teşvik ederler, çatışma dönemlerinde istikrarı güçlendirmek veya dengeyi yeniden sağlamaya hizmet ederler (Rittberger, Efinger ve Mendler, 2002: 99).

Silahların kontrolü ile ilgili olarak günümüzü de etkileyen iki olay yaşanmıştır. Bunlardan bir tanesi Küba Füze Krizidir. Bu krizden sonra ABD ve SSCB nükleer savaş riskinin azaltılması amacıyla görüşmeye karar vermişlerdir. İkinci olay ise Berlin Duvarının inşasıdır. Söz konusu duvarın inşa edilmesinden sonra, komünist sistemin yıkılacağı ve bu yolla Avrupa'nın tekrar birleşeceği fikri son bulmuştur. Avrupalı liderler Varşova Paktı ile masaya oturmanın önemli olduğunun farkına varmışlardır. ABD ve SSCB arasındaki nükleer görüşmelere paralel olarak NATO ülkeleri ile doğu bloku arasında askeri ortamın normalleştirilmesi için çabalar başlamıştır. Bu kapsamda, Doğu ve Batı blokları arasında Karşılıklı Dengeli Kuvvet İndirimi müzakereleri başlamıştır. Bu müzakere sürecinin sonunda her iki taraf da önemli çıkarımlar yapmışlardır. Bunlar, güvenlik konusunun siyaset dışı bir alan olarak kabul edilmesi ve farklı bir çerçevede ele alınması, ikincisi ise sadece silahların azaltılmasının istikrarı sağlayamayacağı, aynı zamanda güven ve güvenlik artırıcı önlemlerin de silahların azaltılması süreci ile birlikte uygulanması gerektiği hususlarıdır (Dean, 2014: 129-130).

1975 yılında Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Konferansı (AGİK) süreci başlatılmıştır ve aynı yıl Helsinki Nihai Senedi imzalanmıştır. Bu senedin önemi, güvenliğin sadece askeri yönü olmadığını aynı zamanda siyasi-askeri, ekonomik-çevresel, insani boyutlarının da olduğunu ortaya koymasındır (T.C. Dışişleri Bakanlığı, Türkiye ve Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT), 2021). Karşılıklı ve dengeli kuvvet indirimi konusundaki müzakereler başarısızlıkla sonuçlanmış ve 1980'li yılların sonunda Avrupa'da Konvansiyonel Kuvvet İndirimi Müzakereleri başlamıştır. Bu sürecin sonunda ise 1990 yılında Paris'teki AGİK zirvesinde AKKA ile Viyana Belgesi imzalanmıştır (Akçapar, 1996: 117).

1. AVRUPA KONVANSİYONEL KUVVETLER ANTLAŞMASI (AKKA)

AKKA iki yönlü bir antlaşmadır, hem uygulama alanındaki (AGİK, 1990: 6) silahların kontrolünü (AGİK, 1990: 84) hem de silahsızlanmayı içermektedir. Söz konusu antlaşma NATO ve Varşova Paktı arasındaki silah sayılarının eşitlenmesi amacıyla imzalanmıştır ve bu kapsamda Soğuk Savaş döneminin bir uygulaması olarak ortaya çıkmıştır.

AKKA'nın amacı antlaşma metninde şu şekilde ortaya konulmuştur; uluslararası ilişkilerde ve devletlerin toprak bütünlüğü ile siyasi bağımsızlığına karşı kuvvet ve kuvvet kullanma tehdidinden kaçınmak, askeri çatışmaların önlenmesi, devletlerin silahlı kuvvetleri arasında denge tesis

edilmesi, istikrarı bozan ve güvenliğe zarar veren eşitsizliklerin giderilmesi, baskın tarzında taarruz ve geniş çaplı taarruz hareketi başlatma yeteneklerinin ortadan kaldırılması (AGİK, 1990: 1).

AKKA, savaşların ve çatışmaların çıkmasını engelleyemez, bu çerçeveden bakıldığında antlaşmanın amacı barış sağlamak değil, güven ve güvenliğin inşa edilmesidir. Yani gerginliklerin azaltılması ve anlaşmazlıkların barışçıl şekilde çözülmesini sağlama potansiyeline sahiptir (Dettke, 2012: 124). Soğuk Savaş döneminde ortaya çıkan ve o dönemin anlayışını taşıyan antlaşmada, Soğuk Savaşın bitişini müteakip bir takım uygulama sorunları ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu sorunların aşılması amacıyla güncelleme çalışmaları sürdürülmüş ve 1999 yılında İstanbul'da gerçekleştirilen Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı'nın (AGİT) zirvesinde antlaşmanın güncellenmiş hali olan Uyarlanmış AKKA (UAKKA) kabul edilmiştir. Ayrıca zirvede, UAKKA'nın onaylanarak yürürlüğe girmesi için bir takım yükümlülükler kabul edilmiştir. Bu yükümlülükler Rusya tarafından yerine getirilmemiştir ve dolayısıyla UAKKA da yürürlüğe girmemiş, antlaşma eski haliyle uygulanmaya devam edilmiştir. Bu durum bir takım sorunlar ortaya çıkarmış ve Rusya 12 Aralık 2007 tarihinde antlaşma çerçevesindeki yükümlülüklerini yerine getirmeyeceğini beyan ederek antlaşmayı askıya almıştır. AKKA güven inşası amacıyla imzalanmış bir antlaşmayken zaman içerisinde devletler arasında güvensizlik yaratan bir antlaşma geline gelmiştir. Bunun en büyük sebebi komünizm yıkıldıktan sonraki döneme uygun bir şekilde güncellenmemesidir.

SSCB'nin yıkılmasından sonraki dönemde Baltık devletleri, Rus etkisinden uzaklaşmak amacıyla hakları olmasına rağmen AKKA rejimine katılmamışlardır (Lachowski, 2002: 23). Bu ülkelerin NATO üyesi olmaları Rusya'da rahatsızlığa yol açmıştır ve bu durum Rusya'nın AKKA'yı dondurmasındaki sebeplerden bir tanesi olmuştur. Rusya, söz konusu ülkelerin UAKKA'nın onaylanması ile birlikte antlaşmaya taraf olmalarını desteklemiştir. Rusya'nın bu şekilde düşünmesinin altındaki mantık, NATO tarafından resmi olarak konuşlandırılacak olan birlikleri UAKKA çerçevesinde denetleyebilmektir. Yani müdahale edemeyeceği bir alanın oluşmasını engellemektir. Bu mantığın temelinde ise Rusya'nın tarih boyunca oluşturduğu güvenlik algılamaları bulunmaktadır. Bu algılar ise kuşatılma korkusu, güvensizlik hissi, yaşanan işgaller, güvenlik kavramının askeri çerçevede değerlendirilmesi ve sağlam güvenlik önlemleri alınmasının gerekliliği gibi düşünceler tarafından beslenmiştir. Bu yaklaşım Rusların güvenliğe bakışının önemli bileşenleridir (Lachowski, 2002: 25-26).

AKKA'nın işlerliğini etkileyen bir takım uygulama sorunları bulunmaktadır. Bu sorunlar tek bir devletten kaynaklanmamakta, pek çok ülkenin antlaşmayı tam olarak uygulamamasından dolayı çıkan sorunlardır. Bu sorunlar, antlaşmaya taraf devletler arasında güvensizliğin baş göstermesine sebep olmakta ve birbirleri hakkındaki algılarını etkilemektedir. Çünkü devletler, birbirlerinin gizli niyetleri olduğu düşüncesine kapılmışlar ve akabinde aralarında güvensizlik hissi ortaya çıkmıştır.

1.1. Avrupa Konvansiyonel Kuvvetler Antlaşmasının Yürütülmesinde Karşılaşılan Sorunlar

Antlaşmanın işlerliğini ve devletlerin algılarını etkileyen bir takım uygulama sorunları bulunmaktadır. Bunlar, mevcut tipler protokolü kaynaklı sıkıntılar (Mevcut Tipler Protokolü antlaşmanın önemli protokollerinden bir tanesidir. Bu protokolde antlaşmayla sayısı

sınırlandırılan/sınırlandırılmayan silahların isimleri bulunmaktadır. Devletler antlaşma kapsamındaki yıllık bilgi değişimlerini bu protokoldeki silahlara göre yapmaktadırlar. Ülkelerin ellerindeki bazı silahlar antlaşmadaki tanımlamaların kapsamına girmemektedir ve protokoldeki listede yer almamaktadırlar, bundan dolayı söz konusu silahlarla ilgili bilgi vermemektedirler. Fakat aynı zamanda bu silahları etkin bir şekilde de kullanmaya devam etmektedirler.), antlaşmanın Kanat Bölgesi ile ilgili ortaya çıkan sıkıntılar (Antlaşmanın uygulama alanındaki dört bölgeden biri olan Kanat Bölgesi, antlaşma kapsamında en çok problem yaratan konulardan bir tanesidir. Bu problemin ortaya çıkmasının en büyük sebebi antlaşma imzalandığı dönemde Sovyetler Birliği, antlaşmayı askıya alana kadar geçen sürede ise Rusya Federasyonu topraklarının antlaşmada belirlenmiş olan dört alt bölgenin üçünde topraklarının (Merkez Dışı, Geri Bölge ve Kanat Bölgesi) olmasıdır. Bundan dolayı, geçmişte Sovyetler Birliği daha sonra ise Rusya kendi toprakları içerisinde silah transferini istediği şekilde gerçekleştirememiştir.), ev sahibi ülke rızası kavramı (Bu kavram halen önemli bir problem olarak antlaşmanın yürütülmesinde sıkıntı yaratmaktadır. Ukrayna ile Kafkasya'daki bazı bölgelerde, AKKA ve Viyana Belgesi-2011 kapsamında denetimler yapılamamaktadır. Bunun sebebi, söz konusu bölgelerde gerçekleştirilen işgallerdir.), envantere yeni giren silahlar (Ermenistan ve Rusya envantere giren yeni silahlarının bildirimlerini ya hiç yapmamakta ya da geç yapmaktadırlar. Antlaşmada envantere yeni giren silahlarla ilgili ne yapılması gerektiği ile ilgili hüküm bulunmasına rağmen söz konusu devletler güvenlik gerekçelerini öne sürerek bu silahlarını bildirmemektedirler (Otabatmaz, 2014: 45-47).

Söz konusu sorunlar, tek bir devlet tarafından yapılan ihlaller değildir. Her devlet zaman zaman ihlaller yapmaktadır. Burada önemli olan, yapılan ihlallerin diğer devletler tarafından “gizli ajandaya sahip” olarak değerlendirilmesidir. Bu antlaşma, kurallarına uygun olarak uygulandığında karşılıklı anlayışın oluşması ve diyalog yolunun açılmasını sağlamaktadır, fakat antlaşmanın lafzına ve ruhuna uygun davranılmadığında ise algılamalar olumsuz hale gelmeye başlamaktadır.

1.2. Avrupa Konvansiyonel Kuvvetler Antlaşmasında Son Durum ve Antlaşmaya Taraf Ülkelerin Politikaları

Rusya Federasyonu 12 Aralık 2007'de AKKA ile ilgili yükümlülüklerini yerine getirmeyi durdurmuştur. Bu kapsamda bilgi değişimi ile denetimlerin icrası sona erdirilmiştir. Rusya aynı dönemde UAKKA'nın² parlamentolarda onaylanması için NATO ülkelerine çağrı yapmıştır fakat antlaşma onaylanmamıştır. 2008 yılından 2011 yılına kadar AKKA'nın canlandırılması amacıyla görüşmeler yapılmış fakat görüşmeler başarısızlıkla sonuçlanmış, bundan dolayı da resmi görüşmeler 2011 yılında kesilmiştir. Bu tarihten itibaren ise NATO ülkeleri, antlaşma çerçevesinde Rusya'ya karşı yerine getirmeleri gereken yükümlülüklerine son vermişlerdir. AKKA artık Rusya olmadan yürütülmektedir, UAKKA gündemden düşmüştür, konvansiyonel kuvvetleri kapsayan yeni bir güvenlik antlaşmasının yazılması ile ilgili görüşmeler ise yine 2011 yılı itibariyle durdurulmuştur.

² AKKA'nın güncelleştirilmiş versiyonu AGİT'in 1999 yılında İstanbul'da gerçekleştirdiği zirvede onaylanarak Uyarlanmış AKKA adını almıştır. Sonrasında antlaşmanın parlamentolarda onaylanma süreci başlamıştır. Zirvede kabul edilen ve Rusya'nın gerçekleştirmesi gereken “İstanbul Yükümlülükleri” isimli bir takım yükümlülükler yerine getirilmemiştir. Bundan dolayı ise UAKKA NATO üyesi ülkelere onaylanmamıştır.

AKKA artık işlerliğini kaybetmiştir. Bu en büyük sebebi halen antlaşmanın imzalandığı dönemdeki pakt mantığı ile yürütülmeye çalışılması, günümüzün gereklerine göre güncellenmemesi ve bundan dolayı Rusya'nın antlaşmayı askıya almasıdır. Antlaşma çerçevesinde Varşova Paketi tarafında görülen devletlerin bir kısmı NATO'ya girmiş, bir kısmı NATO'ya girmeye çalışmakta, bir diğer kısmı ise birbiri ile savaşmıştır. Dolayısıyla artık antlaşmanın pakt mantığı ile yürütülmesinin bir anlamı kalmamıştır. Ayrıca ülkelerin birbirleriyle ilgili sahip oldukları olumsuz algılar da antlaşmanın işlerliğini olumsuz anlamda etkilemiştir. Devletlerin uygulamada yapmış oldukları en küçük bir hata karşı taraftaki devletlerce olumsuz bir şekilde algılanmıştır. Antlaşmadaki en büyük sıkıntı kaynağı sayısal kısıtlamalar olmasıdır. Rusya bu kısıtlamalara tabi olmak istememektedir. Ne geçmişte ne de günümüzde, Rusya dışındaki devletler AKKA'nın güncellenmesi gerektiği ile ilgili bir düşünceye sahip olmamışlardır. Silah sayılarında eşitlik sağlanması ile Batı Avrupa devletlerin üzerlerindeki baskı kalkmış ve rahatlamışlardır, ayrıca Rusya'nın silahlı kuvvetleri hakkında bilgi sahibi olma fırsatına kavuşmuşlardır. Bundan dolayı antlaşmanın güncellenmesi ile ilgili konulara ilgisiz kalmışlardır. Avrupalı devletler bu rahat durum neticesinde NATO ittifakı ile birlikte hareket etmektense kendi çıkarları çerçevesinde politikalar yürütmüşlerdir.³ ABD de Rusya'nın antlaşmanın uygulama alanındaki tüm birliklerini denetleme imkanına kavuşması, buna mukabil kendi ülkesinin topraklarındaki değil sadece Avrupa'daki birliklerinde denetim yapılabilmesi gibi avantajlı bir pozisyon elde ettiğinden dolayı Rusya'ya karşı yumuşak davranarak karşı karşıya gelmekten kaçınmıştır (T.C. Genelkurmay Başkanlığı, 2011: 36-37).

Rusya, AKKA'da değişikliği isteyen devlet olmuştur. Bu kapsamda Rusya, kanat rejimi, Baltık devletleri ile Slovenya'nın NATO üyesi olmaları fakat antlaşmanın dışında kalmaları, eskiden Varşova Paketi üyesi olan devletlerin NATO üyesi olmaları,⁴ UAKKA'nın ulusal parlamentolarda onaylanma sürecinin kesilmesi, yeni NATO üyesi devletlere asker konuşlandırılması (Gonçarov, aktaran: Otabatmaz T., 2014: 47-48), NATO'nun genişlemesi konularında sıkıntılarını beyan ederek bu sorunların çözüme kavuşturulmasını istemiştir (Delegation of the Russian Federation to the Vienna Negotiations on Military Security and Arms Control, 2013: 24). 2007 yılında UAKKA'nın onaylanması ve diyalogun yeniden tesis edilmesi gerektiğini beyan etmiş, 2008 yılında yeni bir güvenlik antlaşmasının gerekliliğini vurgulamış, 2013 yılında ise silahların kontrolü konusunda yeni bir antlaşmaya dahil olabileceğini (Delegation of the Russian Federation to the Vienna Negotiations on Military Security and Arms Control, 2013: 23) ve söz konusunun antlaşmanın İHA ile stratejik olmayan füzeleri de içermesi gerektiğini beyan etmiştir (Rusya Federasyonu delegasyonu, 2013: 2-3). Rusya'nın antlaşma ile ilgili yükümlülüklerini durdurmasının temelinde Batı karşısında hissettiği güvensizlik duygusu bulunmaktadır (Rogozin, 2015: 105).

³ 1996 yılındaki Gözden Geçirme Konferansında kanat rejimi gündeme geldiğinde ve müteakip dönemde Rusya'nın kanat bölgesinde daha fazla serbestlik istediğini beyan ettiği zaman Avrupalı devletler, Rusya'nın antlaşmadan çıkmaması ve tam olarak uygulamaya devam etmesi için Türkiye ile Norveç'in taleplerini görmezden gelmişler ve ayrıca kanat rejiminin tartışılabilirliğini beyan etmişlerdir. Yani ittifak ile birlikte değil kendi ulusal çıkarları doğrultusunda hareket etmişlerdir.

⁴ Söz konusu ülkeler NATO'ya üye olduktan sonra, NATO antlaşma ile belirlenen silah tavanlarını aşmıştır. Fakat bu devletler AKKA çerçevesinde Varşova Paketi üyesi devletler gibi görüldüklerinden dolayı Varşova Paketi'nin tavanlarına dahildirler. Aynı durum günümüzde de geçerlidir.

2. VIYANA BELGESİ-2011

Viyana Belgesi (VB) bir Güven ve Güvenlik Artırıcı Önlemdir (GGAÖ). GGAÖ, askeri alandaki işbirliğini geliştirmeyi amaçlayan mekanizmaların yanı sıra yapılan bilgi değişimi ve denetim uygulamalarıdır. VB, GGAÖ çerçevesinde imzalanmış ve halen yürürlükte olan en önemli belgedir (T.C. Genelkurmay Başkanlığı, 2014: 29). VB'nin ortaya konulma amacı çatışmaların önlenmesidir (Ermenistan delegasyonu, 2021: 1). Belge, AKKA'nın aksine güncel şartlara göre modernize edilmektedir. Şimdiye kadar 1992, 1994, 1999, 2011 yıllarında güncellenmiştir. 2011 yılından itibaren ise beş senede bir veya daha kısa süreler içerisinde güncellenmesi konusunda anlaşmaya varılmıştır (AGİT, 2011: 1-2).

VB çerçevesinde çeşitli faaliyetler icra edilmektedir. Bu faaliyetler; silahlı kuvvetlerle ilgili olarak yapılan yıllık askeri bilgi değişimleri, ülkelerin yıllık savunma planlamalarının diğer devletlere yayınlanması, risklerin azaltılması, diğer ordularla ilişki tesis etmek, askeri faaliyetlerin önceden bildirim (AGİT, 2011: 20), askeri faaliyetlerin gözlenmesi (AGİT, 2011: 24), yıllık takvimlerin açıklanması, kısıtlayıcı hükümlerin uygulanması, uyum ve doğrulama yapılması, devletler arasında bölgesel tedbirler alınması, yıllık uygulama değerlendirme toplantısı icra edilmesi ve diğer konuları kapsayan nihai hükümlerdir (AGİT, 2011: 47).

VB, devletler arasında şeffaflığın sağlanmasına katkı sağlamaktadır. Bu katkı, ordular arasında yüzyüze iletişime imkan tanınması ve ordular hakkındaki bilgilerin diğer devletlerle paylaşılmasına imkan sağlamasıdır. Bu iki katkı VB'nin önemli iki özelliği olarak öne çıkmaktadır. Bilgi paylaşımları ve yüzyüze iletişim ile yanlış anlamalar önlenilmekte, birliklerin hareketleri ile konuş durumları hakkında bilgi alınabilmekte ve muhatap devletin niyeti hakkında fikir sahibi olunabilmektedir. Bu durum ise birbirlerini tehdit olarak gören ve olumsuz algılara sahip devletlerin doğruyu görebilmelerine ve gerginliklerin azaltılmasına yardımcı olmaktadır.

2.1. Viyana Belgesi-2011 Antlaşmasının Yürütülmesinde Karşılaşılan Sorunlar

VB, mantığı itibariyle birlik içindeki değil birlik dışındaki faaliyetlere odaklanmış bir antlaşmadır. Bundan dolayı, denetim faaliyetleri icra edilirken birlik içine girilmemektedir, silah sayılarına sınırlamalar getirmemektedir ve silah sayıları ile ilgili verilen bilgiler sayım yoluyla doğrulanmamaktadır. Bu durum ise antlaşma kapsamında icra edilen faaliyetlerin daha sakin geçmesini ve sorunla karşılaşılmasını sağlamaktadır.

Dolayısıyla VB, Avrupa'daki güvenlik antlaşmalarından en sağlam olanı ve taraf devletlerin rahatsızlık hissetmediği bir antlaşmadır. Sadece iki husus zaman zaman antlaşmada sıkıntı yaratmaktadır. Birincisi, Ermenistan ve Gürcistan gibi devletlerin, denetim timlerine denetimler esnasında helikopter tahsis etmemesi ve bu ülkelerde havadan denetim yapılamamasıdır (Otabatmaz, 2014: 66). Bundan dolayı üzerinde denetim icra edilen arazi tam olarak görülememektedir, bu durum ise zaman zaman şüphelerin doğmasına sebep olmaktadır.⁵ İkinci husus ise antlaşmanın 81. maddesinde belirtildiği üzere, denetim timleri askeri tesisler ile hassas

⁵ Ermenistan ve Gürcistan'da icra edilen denetimlerde bu makalenin yazarı tarafından bahsedilen durumla karşılaşılmıştır. Havadan denetimle daha fazla arazi gözlenebilmektedir. Bu durum, muhatap devletin, birliklerin hareketlerinin gözlenmesini engellemeye çalıştığı şüphesini doğurmaktadır.

bölgeler dışındaki her bölgeye giriş yapabilirler. Girişin yasaklandığı bu hassas bölgeler ise mümkün mertebe kısıtlı olmalıdır (AGİT, 2011: 33) ve antlaşmanın uygulanmasını engellememelidir. Fakat Rusya, havadan denetim icra edildiği durumlarda zaman zaman askeri birliklerin kışla dışında konuşlanıp tatbikat yaptıkları alanlara iniş yapılması ve brifing alınmasına izin vermemektedir. Ayrıca bazı bölgeleri kimi zaman uçuşa kapatmaktadır.

2.2. Viyana Belgesi-2011 Antlaşmasında Son Durum ve Antlaşmaya Taraf Ülkelerin Politikaları⁶

VB, devletlerin beyanını esas alan ve sayısal/bölgesel sınırlamalar içermemesi sebebiyle uygulanmasında çok fazla sıkıntı yaşanmayan bir antlaşma olarak öne çıkmaktadır. Dolayısıyla, antlaşmanın temel noktalarında değişiklik yapılmasını gerektirecek bir durum bulunmamaktadır.

VB, 2011 yılında güncellendikten sonra Rusya tarafından güncelleme ile ilgili bir takım öneriler getirilmiştir. Bu kapsamda Rusya, denetim ve değerlendirme ziyaretleri sürelerinin değiştirilmesini talep etmiş (antlaşmaya göre 48 saat (AGİT, 2011: 34) olan denetimin süresinin 72 saate çıkarılması, 12 saat (AGİT, 2011: 41) olan değerlendirme ziyaretinin süresinin ise 2 güne çıkarılması), denetim timinde görevli denetimci sayılarının artırılması (antlaşmaya göre denetim timinde 4 olan denetimci (AGİT, 2011: 34) sayısının 6 denetimciye, değerlendirme ziyareti timinde 3 olan denetimci (AGİT, 2011: 41) sayısının ise 5'e çıkarılması), silahlı kuvvetlerinin envanterine yeni girmiş olan silahların tanıtımlarının 5 senelik bir süreç içerisinde yapılması (antlaşmanın şu anki versiyonuna göre tanıtımlar bir sene içerisinde yapılmalıdır (AGİT, 2011: 19)), denetim ve değerlendirme ziyareti gerçekleştirecek timlerin daha fazla ülkeden katılımcı ile oluşturulması (denetim timinin 4 yerine 5, değerlendirme ziyareti timinin 3 yerine 4 devletin temsilcisinden oluşturulması) tekliflerini yapmıştır (Rusya Federasyonu delegasyonu, 2014a: 1-2, ayrıca Rusya Federasyonu delegasyonu, 2014b: 1-2, Rusya Federasyonu delegasyonu, 2014c: 1). Bu değişiklik tekliflerinin yanı sıra Rusya, silahlı kuvvetler hakkında yapılan bilgi değişimlerinin deniz kuvvetlerini de kapsamayı, yeni silah sistemlerinin antlaşmaya dahil edilmesi, ayrıca karşılıklı anlayış ve güven inşasının oluşması amacıyla diğer ülkelerin silahlı kuvvetleri ile müşterek eğitimler yapılması ve birliklerin hareketlerinin göz önünde bulundurulması gerektiği ile ilgili düşüncelerini ortaya getirmiştir (Rusya Federasyonu delegasyonu, 2013: 3, ayrıca Ulyanov, 2008: 3). Rusya'nın yapmış olduğu bazı teklifler NATO tarafından kabul edilmemiştir. NATO bu dönemde kendi tekliflerinin oluşturulması amacıyla çalışmalar başlatmıştır.

Silah teknolojisinde yaşanan gelişmeler orduların daha küçük hale gelmesini ve ateş güçlerinin artmasını sağlamıştır. AGİT toplantılarında da teknolojik gelişme ile Avrupa'daki güncel güvenlik durumu göz önüne alınarak VB'nin güncellenmesinin bir gereklilik olduğu vurgulanmıştır (OSCE, Progress on Modernizing the Vienna Document Vital to Making the Agreement Effective in Current Challenging Security Environment, 2017).

VB'nin modernize edilmesi ile ilgili NATO tarafından yapılan çalışma tamamlandıktan sonra teklifler AGİT'e sunulmuştur. Rusya'nın yapmış olduğu tekliflere benzerlik gösteren söz konusu

⁶ Taraf ülkelerin politikaları ülke bazında ele alınmamıştır. Genel olarak ABD/NATO, AB ve Rusya'nın politikalarından söz edilmiştir. Bunun sebebi, ABD/NATO ve AB tarafından yapılan açıklamaların söz konusu örgütlere üye devletlerin ortak kararı olmasından kaynaklanmaktadır.

teklifler şunlardır; büyük çaptaki askeri faaliyetlerin önceden bildirilip, gözlemlenmesi için eşiklerin düşürülmesi, gerçekleştirilecek olan denetim ve değerlendirme ziyaretlerinin sayısında artırıma gidilmesi, denetim/değerlendirme ziyareti timlerindeki personel sayılarının artırılması, olağandışı askeri faaliyetler hakkında bilgi toplamayı kolaylaştıracak adımların atılması, bildirim yapılmadan gerçekleştirilen büyük çaplı askeri faaliyetlere katılan birliklerle ilgili daha fazla şeffaflık sağlanması (ABD delegasyonu, 2020a: 1-3). Bu tekliflere Rusya karşı çıkmış ve belgenin güncellenmesini engellemiştir. Bu yaklaşımın altında NATO'nun kendisini çevrelemeye çalıştığı düşüncesi yatmaktadır (TASS, Russia Sees No Sense in Modernizing Vienna Document Amid Containment Policy-Lavrov, 2019). AGİT kararları oy çokluğu değil oybirliği ile alınmaktadır. Bundan dolayı Rusya'nın tekliflerinin atıl hale geldiği gibi NATO'nun teklifleri de atıl hale gelmiştir.

İki taraf arasındaki olumsuz algılar yine çözümsüz bir durum yaratmış ve belgenin güncellenmesi konusunu da etkilemiştir. Rusya, ABD/NATO tarafından çevrelendiğini ve sınırlarının etrafında yığılmak yapıldığını beyan etmiş ve bu politikanın Avrupa kıtasındaki güvenlik durumunu etkilediğini açıklamıştır. Buna mukabil ABD/NATO ise kıtadaki güvenlik durumunun bozulmasının sebebi olarak Rusya'nın Kırım'ı ilhak etmesi ve Ukrayna müdahalesini işaret etmiştir.

Tarafların belgenin güncellenmesi ile ilgili politikaları, silahların kontrolü ve güvenlik ile ilgili düşünceleri, birbirleri hakkındaki olumsuz algıları ve hissettikleri korkuları anlamının en iyi yolu AGİT toplantılarında yapmış oldukları resmi beyanları incelemektir.⁷

ABD tarafından 2016 tarihinde AGİT toplantısında yapılan beyanda, Rusya'nın Gürcistan ve Ukrayna'ya karşı yürüttüğü politikanın kıtanın güvenlik durumunu olumsuz anlamda etkilediği belirtilmiştir. ABD'ye göre, Rusya devletlerin toprak bütünlüğüne saygı, sınırların dokunulmazlığı gibi ilkeleri ihlal etmiştir. Ayrıca, Rus ordusunun modernize edilmeye başladığı dönemde Rusya'nın AKKA ile ilgili yükümlülüklerini askıya almasının, silahların kontrolü faaliyetini olumsuz etkilediği, bunun sonucu olarak ise diyalog ve güven tesisinin zor hale geldiği belirtilmiştir. Bundan dolayı, ABD'nin de kendisi ile müttefiklerinin güvenliğini sağlamak için askeri alana yatırım yaptığı beyan edilmiştir. Ayrıca kıtadaki güvenlik durumunun normale dönmesi için VB'nin güncellenmesi, Açık Semalar Antlaşması ile AKKA'nın tam olarak uygulanması gerektiği belirtilmiştir (Carpenter, 2016: 1-5).

Yine ABD tarafından 2019 tarihinde yapılan açıklamada, Kırım'ın ilhakından sonraki dönemde kıtadaki güvenlik durumunun kötüye gittiği, Rusya'nın bildirim yapmadan diğer ülkelerin sınırlarına yakın bölgelerde yapmış olduğu tatbikatların tedirginlik yarattığı ve tehdit olarak algılandığı, bu tatbikatların kıtadaki güvenlik durumunun kötüye gitmesinin sebeplerinden birisi olduğu belirtilmiştir. Rusya'nın VB hükümlerine uymadığı ve şeffaflığın artırılmasının VB'nin güncellenmesinden geçtiği, dolayısıyla bütün devletlerin güncelleme çalışmalarına katılması gerektiği ifade edilmiştir (ABD delegasyonu, 2019a: 1-2). Ayrıca, NATO faaliyetlerinin savunma amaçlı olduğu ve Rusya'nın faaliyetlerine cevap niteliği taşıdığı ifade edilmiştir (ABD delegasyonu, 2019b: 1).

⁷ Belgenin güncellendiği 2011 yılından itibaren güncelleme konusunda yapılmış pek çok açıklama vardır. Bundan dolayı bu bölümde sunulacak açıklamalar 2011'den itibaren yapılan bütün beyanları kapsamamaktadır. Son dönemde yapılmış beyanları kapsayan ve tarafların fikirlerini genel olarak ortaya koyduğu düşünülen son bir kaç yıla ait olan evraklar sunulmuştur.

AGİT'in 2020 yılında yapılan Gözden Geçirme Konferansında yine ABD tarafından, Rusya'nın hibrit faaliyetler yürüttüğü, komşularına karşı saldırgan bir tutum içinde bulunduğu belirtilmiş ve yine VB'nin güncellenmesinin güvenlik ile ilgili endişelerin giderilmesinin en iyi yolu olduğu belirtilmiştir (Robinson, 2020: 1-2). Ayrıca, 02 Temmuz 2020 tarihinde yapılan açıklamada, NATO'nun Rus saldırganlığı karşısında savunma pozisyonunda olduğu, NATO'nun Rusya'yı çevrelemediği ve Rusya'nın Ukrayna ile Gürcistan'daki faaliyetlerine karşı cevap niteliğinde bir politika yürüttüğü ifade edilmiştir. Ayrıca, VB'nin güncellenme ihtiyacının aslen Ukrayna ile Gürcistan'da yaşanan durumdan kaynaklı olduğu belirtilmiştir (Gilmore, 2020: 1-2).

30 Eylül 2020 tarihinde yapılan AGİT toplantısında yine ABD tarafından, Rusya tarafından yürütölen saldırgan politikaların güven krizine sebep olduğu ve VB'nin güvenlik problemlerinin çözümüne katkı sağlayabilmesi için yeni kavramların belgeye dahil edilmesi yoluyla güncellenmesi gerektiği beyan edilmiştir (ABD delegasyonu, 2020b: 1-2).

ABD tarafından 03 Şubat 2021 tarihinde AGİT toplantısında yapılan açıklamada, AGİT prensipleri ile uluslararası hukuka uyulmamasından dolayı 2014'ten itibaren güvenlik durumunun kötüye gittiği, ayrıca önceden bildirilmeden yapılan tatbikatların genel istikrarı etkilediği ve devletlerin tehdit algılarını yükselttiği belirtilerek NATO'nun hiç bir öлкеye tehdit olmadığı beyan edilmiştir. Ayrıca yine VB'nin güncellenmesi gerektiği hususu vurgulanmıştır (ABD delegasyonu, 2021: 1-3).

ABD'nin 25 Mart 2021 tarihindeki toplantıda yaptığı açıklamada yine ABD'nin, Rusya tarafından Ukrayna ile Gürcistan'da yürütölen politikalar yüzünden Polonya ve Baltık ölkelerinde asker konuşlandırdığı, VB'nin ise güvenlik konusunda anahtar bir konuma sahip olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca, Moskova'daki askeri ataşé tarafından ABD birliklerinin eğitim ve tatbikatları hakkında Rusya'ya düzenli olarak bilgilerin sunulduğu, buna mukabil Rusya'nın ise kendi birlikleri ile ilgili bilgileri aynı şekilde kendilerine sunmadığı belirtilmiştir (Cooper, 2021: 1-4).

Avrupa Birliği tarafından da ABD ile aynı yönde açıklamalar yapılmıştır. Bu kapsamda 31 Ocak 2018 tarihindeki AGİT toplantısında, artık farklı tehditlerle de karşı karşıya kalındığı, askeri alanda bilgi değişimi yapılmasının güven ve güvenlik artırıcı önlemlerin önemli bir bileşeni olduğu, yapılan bilgi değişimlerinin VB üyesi devletler arasında güvenin oluşmasına katkı sağladđı ifade edilmiştir (European Union, 2018: ss.1-2).

30 Eylül 2020 tarihinde, Ukrayna'daki mevcut durumun bölge güvenliği için büyük bir tehdit olduğu, AB'nin önündeki en önemli güvenlik problemlerinin Ukrayna ve Kırım'daki durum olduğu açıklanmıştır. Bu durumun ise VB'nin önemini ve güncellenmesinin gerektiğini gösterdiği belirtilmiştir (European Union, 2020: 1-3). Ayrıca, 20 Ocak 2021 tarihinde yine aynı meyanda açıklamalar yapılmış ve askeri alanda şeffaflığın önemli bir konu olduğu, bu şeffaflığın sağlanması için VB'nin güncellenmesi ve silahların kontrolü faaliyetlerinin geliştirilmesinin önemli olduğu ifade edilmiştir (European Union, 2021: 1-2). 03 Şubat 2021 tarihinde ise silahların kontrolü ile güven ve güvenlik artırıcı önlemlerin yanlış anlamaların önlenmesi, tehdit algılanan faaliyetlerin anlaşılması, tehditlerin azaltılması ve güven inşası için katkı sağlayabilecekleri belirtilerek bunun için VB'nin güncellenmesi gerektiği ifade edilmiştir (Norway, EU Statement on the Vienna Document Modernisation, 2021).

Rusya ise VB'nin güncellenmesi için ilk adım atan devlet olarak öne çıkmıştır. Rusya'nın yapmış olduğu ve yukarıda da belirtilen teklifler NATO ülkeleri ile batılı devletlerin tekliflerine bir nevi temel oluşturmuştur.

Rusya tarafından öne sürülen teklifler NATO müttefikleri tarafından değerlendirmeye tabi tutulmuş, akabinde NATO'nun yapacağı teklifler konusunda istişareler ve hazırlıklar başlatılmıştır. NATO tarafından yapılan teklifler, VB antlaşması bloklar temelinde değil ülkeler temelinde imzalandığından dolayı AGİT'e (dolayısıyla Rusya'ya) NATO'nun değil ülkelerin kendi teklifleri şeklinde sunulmuştur. Sonraki dönemde ise yukarıda ABD/NATO'nun, AGİT bölgesindeki güvenlik durumu ve VB hakkında yapmış olduğu açıklamaların sunulduğu kısımdaki teklifler yapılmıştır.

2019 yılına gelindiğinde Rusya, NATO'nun kendisini çevreleme politikası yürüttüğünü ve bu durumun belgenin güncellenmesini imkansızlaştırdığını belirtmiştir. Ayrıca, 2003-2014 yılları arasında güncelleme ile ilgili olarak Rusya tarafından 25 teklif yapıldığı ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra, NATO ve ABD'nin askeri anlamda Rusya sınırlarına yaklaştığı, Romanya, Polonya ve Baltık devletlerine kalıcı temelde asker konuşlandırıldığı, NATO'nun Baltık bölgesi ve Karadeniz'deki kara ve deniz faaliyetlerini artırdığı, Avrupa'nın doğusuna depolar kurulduğu belirtilmiştir. Ayrıca, NATO'nun Rusya sınırlarına yakın bölgelerdeki faaliyetlerinin azaltmasının gerilimi azaltacağı, fakat NATO'nun personel artırımına gittiği ve bununla ilgili bildirimde bulunmadığı ifade edilmiştir. VB'nin güncellenmesi ile ilgili olarak ise Rusya'nın çıkarları kabul edilip, saygı duyulduğu, askeri çerçevede ilişkiler normalleştiği takdirde VB'nin güncellenmesinin düşünülebileceği belirtilmiştir (Rusya Federasyonu delegasyonu, 2019: 1-5).

01 Temmuz 2020 tarihinde icra edilmiş olan AGİT toplantısında Rusya tarafından, VB'nin güven/güvenliği güçlendiren bir mekanizma olduğu ve askeri anlamda şeffaflığı sağladığı belirtilmiştir. Bunun yanı sıra NATO'nun Rusya sınırlarına yaklaştığı tekrar beyan edilerek, NATO'nun elinde ya Rusya'yı tehdit etmeye devam edeceği ya da silahların kontrolü alanında ileriye adım atacağı şeklinde iki seçeneği olduğu ifade edilmiştir (Rusya Federasyonu delegasyonu, 2020a, 1-3).

30 Eylül 2020 tarihindeki toplantıda ise Rusya, VB'nin güncellenmesi ile ilgili pozisyonunun değişmediğini açıklamıştır. Yine, NATO'nun kendisini çevrelediği ve sınırlarına yakın bölgedeki faaliyetlerinden rahatsız olduğu konusundaki fikirlerini tekrar etmiştir. Rusya ayrıca, ABD ve NATO üyesi ülkelerin icra ettikleri tatbikatlardan rahatsızlık duyduğunu çünkü bunların saldırgan ve provokatif eylemler olduğunu belirtmiştir. VB ile ilgili olarak ise Avrupa'daki güvenlik durumunun belgenin güncellenmesini imkansız bir hale getirdiği, güncelleme konusunun ancak yaptırımların sona erdirilmesi, askeri gerginliklerin azalması ve bunların sonucu olarak güven inşa edildiği takdirde değerlendirilebileceği ifade edilmiştir (Rusya Federasyonu delegasyonu, 2020b: 2-3).

03 Şubat 2021 tarihinde Rusya tarafından yapılan açıklamada, güvenlik durumunun kötüleşmesinin asıl sebebinin NATO, ABD ve Avrupalı devletlerin Rusya'ya uyguladığı baskılar ve askeri ilişkilerin sona erdirilmesi olduğu, güven/güvenlik artırıcı önlemler ile güvenlik durumunun kötüleşmesi arasında bir ilişki bulunmadığı ifade edilmiştir. 27 Ocak 2021 tarihinde NATO Genel Sekreteri Jan Stoltenberg'in silahlara yapılan yatırımların artırılması ile ilgili yapmış olduğu çağrı

hatırlatılmış ve NATO ile Rusya arasında savunma alanında bir karşılaştırma yapılmıştır. Bu karşılaştırmaya göre, NATO ülkelerinin 2015 yılındaki toplam savunma harcamalarının Rusya'nın harcamalarından 15 kat fazla olduğu, bugün ise farkın 22 kat olduğu, NATO'nun sahip olduğu zırhlı muharebe aracı sayısının Rusya'nın sahip olduklarından 2.5 kat, tank, top, savaş gemisi ve denizaltı miktarlarının 3-4 kat, savaş uçağı sayısının 5 kat, taarruz helikopteri sayısının ise 7 kat daha fazla olduğu ifade edilmiştir. Bundan dolayı, Rusya'nın çıkarlarını korumak adına önlem alma hakkına sahip olduğu belirtilmiştir. VB'nin güncellenebilmesi için ise Rusya sınırları yakınındaki NATO faaliyetlerinin azalması neticesinde gerekli koşulların sağlanacağı, güvenin tekrar inşa edilmesinden sonra ise güncelleme konusunun tartışılacağı beyan edilmiştir (Rusya Federasyonu delegasyonu, 2021: 1-3).

SONUÇ

Devletlerin tarihleri boyunca yaşamış oldukları acı olaylar sonucunda oluşturdukları tehdit algılarının temelinde, bu acı olayların sonucunda ortaya çıkmış olan korkular yatmaktadır. Bu korkuların sonucu olarak ortaya çıkan tehdit duygusu, makalenin genelinde açıklandığı gibi devletler arasındaki güvenin kaybolmasına sebep olmaktadır. Bu durum ise zincirleme bir şekilde devletlerin politikalarını, üyesi oldukları kuruluşların işleyişini ve bu kuruluşlar çerçevesinde imzalanan antlaşmaların uygulanmasını etkilemektedir. Bu kapsamda, genelde silahsızlanma/silahların kontrolü antlaşmaları, özelde ise AKKA ve VB'nin uygulanmasında ortaya çıkan sıkıntılar da bundan kaynaklanmaktadır. Devletlerin korkuları diğer devletlerin ellerindeki silahlardan kaynaklandığı için bu durumda yapılması gereken ise silahların kontrol edilmesidir. Yani silahsızlanma/silahların kontrolü antlaşmalarının uygulanması (bu kapsamda AKKA ve VB) devletlerin korkularının azalması ve güvenin tekrar inşa edilmesini sağlayabilir. Yani korku silahlardan kaynaklanıyor, korkuyu yenmek için silahlanılıyor fakat hala korku yenilemiyorsa, bu durumda o korkuyu ortaya çıkaran silahların kontrol edilmesi korkuyu yenmenin yolu olarak ortaya çıkmaktadır. Yani süreç tersten işletilmelidir; silahlanmak yerine silahsızlanmak ve silahları kontrol etmek. Antlaşmaların doğru bir şekilde uygulanması, güvenin ortaya çıkmasını sağlar, güvenin inşası ile tehdit duygusu azalır, tehdit duygusu azaldıktan sonra ise korkular azalır. Silahların kontrolü ile ilgili antlaşmalar, yanlış hesaplamalar yapıldığının veya hissedilen tehdidin tahmin edildiği gibi olmadığının anlaşılmasını sağlayabilirler ve bu yolla güven tekrar inşa edilebilir.

Fakat devletlerin tarihsel süreçte yaşadıkları olaylar farklı bakış açılarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu kapsamda Rusya, VB'nin güncellenmesi için ABD/NATO'nun sınırlarından uzaklaşması ve sınırlarının yakınında icra ettikleri faaliyetleri azaltmasını istemektedir. Yani Rusya, öncelikle kendisine tehdit olunmadığı duygusunu edinip, ardından güven inşası için VB'nin uygulanmasını istemektedir. ABD/NATO ise öncelikle VB'nin uygulanması gerektiğini düşünmektedir. Bu yolla ABD/NATO'nun tehdit olmadığını anlayacağına öne sürmektedir. Yani, VB'nin uygulanmasıyla birlikte, askeri birlikler geri çekilmeden veya askeri faaliyetler azaltılmadan ABD/NATO'nun tehdit olmadığını anlayacağını düşünmektedir. Rusya, öncelikle silahların geri çekilmesi ve askeri faaliyetlerin sonlandırılmasını müteakip antlaşmanın güncellenip uygulanmasını isterken, ABD/NATO ise önce belgenin güncellenip uygulanması gerektiğini savunmaktadır. Aslında her iki taraf da antlaşmaların gerekli olduğu ve güven inşasında rolleri olduğu düşüncesindedir. Fakat yaklaşım farkı vardır, bu durum ise yukarıda da belirtildiği gibi

devletlerin tarihsel süreçte oluşturdukları korkular ve tehdit algılarından kaynaklanmaktadır. Bu çerçeveden bakıldığında; Batı, Rusya'dan algıladığı tehdit sebebiyle silahlar geri çekilmeden güven oluşturulabilir, Rusya ise Batıdan algıladığı tehdit sebebiyle silahlar geri çekildiği takdirde güven oluşturulabilir düşüncesindedir. Yani kısaca söylemek gerekirse, korkular antlaşmaların işlerliğini olumsuz yönde etkilemektedir.

Algılamalar, tehdit ve korkular söz konusu olduğunda büyük önem taşımaktadırlar. Bundan dolayı algılamaların değiştirilmesi korkuların azaltılmasında zaruridir. Silahlar farklı bölgelere gönderilebilir, sonra eski yerlerine tekrar getirilebilirler. Silahların kullanımı söz konusu olduğunda artık mesafeler önem taşımamaktadır. Dolayısıyla, silahların hangi noktada konuşlandırıldıklarından çok silahların kullanılmayacaklarının ve muhatap devletlere tehdit olmadıklarının gösterilmesi daha büyük önem taşımaktadır. Yani, silahların antlaşmalar çerçevesinde kontrol edilmesi ve haklarında bilgi verilmesi güven inşası için önem taşımaktadır. Bu durum ise diyalog kurmanın gereğini ortaya koymaktadır. Korkuların azalması ve akabinde algıların değişmesinde atılması gereken ilk adım güven inşasıdır. Güven inşasına ise bir devlet, karşıdaki devlet/devletler grubunun sahip olduğu silahları kendisine karşı kullanmayacağı duygusuna sahip olduğunda başlanabilir.

KAYNAKÇA

- ABD delegasyonu, (2019a), 928th Plenary Meeting of the Forum, Annex 3, Statement by the Delegation of the United States of America, FSC.JOUR/934, Viyana.
- ABD delegasyonu, (2019b), 928th Plenary Meeting of the Forum, Annex 4, Statement by the Delegation of the United States of America, FSC.JOUR/934, Viyana.
- ABD delegasyonu, (2020a), 950th Plenary Meeting of the Forum, Annex 1, Statement by the Delegation of the United States of America, FSC.JOUR/956, Viyana.
- ABD delegasyonu, (2020b), 956th Plenary Meeting of the Forum, Annex 2, Statement by the Delegation of the United States of America, FSC.JOUR/962, Viyana.
- ABD delegasyonu, (2021), 967th Plenary Meeting of the Forum, Annex 2, Statement by the Delegation of the United States of America, FSC.JOUR/973, Viyana.
- AGİK, (1990), Treaty on Conventional Armed Forces in Europe.
- AGİT, (2011), Vienna Document-2011.
- Akçapar, B., (1996), The International Law of Conventional Arms Control in Europe, Munich: Nomos Verlagsgesellschaft Baden-Baden.
- Altes, E.K., (1989), "New Technologies and the Arms Race", Schaerf C., Reid B.H., Carlton D., der., içinde Progress and Failure in Arms Control, Hampshire, London: The Macmillan Press, ss.310-316.
- Altmann, J., (2006) Military Nanotechnology, Potential Applications and Preventive Arms Control, London, New York: Routledge.
- Ayman, G., (1994), Konvansiyonel Kuvvetlerin Denetimi, İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Booth, K., (1987), "Contemporary Strategy 1", Baylis J., Booth K., Garnett J., Williams P., der., içinde Disarmament and Arms Control, New York, London: Holmes and Meier Publishers, ss.140-186.
- Brown, P.S., (1989) "New Technologies and the Arms Race", Schaerf C., Reid B.H., Carlton D., der., içinde The Purposes, Achievements and Priorities of Arms Control, Hampshire, London: The Macmillan Press, s.285-310.

- Carpenter, M.R., (2016), Working Session II: Conventional Arms Control and Confidence- and Security-Building Measures: Problems and Prospects, PC.DEL/984/16, Viyana.
- Cooper, L., (2021), Closing Session of the U.S. FSC Chairpersonship, Remarks by Deputy Assistant Secretary for Russia, Ukraine and Eurasia, Office of the Secretary of Defense, Laura Cooper, FSC.DEL/102/21, Viyana.
- Dean, J., (2014), “Jonathan Dean Pioneer in Detente in Europe, Global Cooperative Security, Arms Control and Disarmament”, Brauch H.G., Grimwood T., der., içinde Conventional Arms Reduction in Europe: Past. Present and Future, Cham, Heidelberg, New York, Dordrecht, London: Springer, s.129-139.
- Dettke, D., (2012), “Arms Control, History, Theory, and Policy, Volume 2: Contemporary Problems and Policies”, Williams R.E., Viotti P.R., der., içinde Conventional Arms Control in the Context of European Security, Santa Barbara, Denver, Oxford: Praeger Security International, s.113-130.
- Delegation of the Russian Federation to the Vienna Negotiations on Military Security and Arms Control, (2013), Otveti Rosiisskoy Federatsii na Voprosnik po Kodeksu Povedeniya, Kasayuschemusya Voenno-Politiçeskih Aspektov Besopasnosti, FSC.EMI/94/13, Viyana.
- Ermenistan delegasyonu, (2021), 2021 Annual Implementation Assessment Meeting, Annex 7, Statement by the Delegation of Armenia, FSC-AIAM.JOUR/24, Viyana.
- European Union, (2018), EU Statement on the Importance of Transparency and Reliability of Military Information, FSC.DEL/19/18, Viyana.
- European Union, (2020), OSCE Forum for Security Co-operation 956th Plenary Meeting. Security Dialogue: Vienna Document, FSC.DEL/224/20, Viyana.
- European Union, (2021), EU Statement at the Opening Session of the US FSC Chairpersonship, FSC.DEL/12/21, Viyana.
- Gilmore, J.S., (2020), FSC Security Dialogue on Vienna Document, U.S. Right of Reply to Russian Federation, FSC.DEL/145/20, Viyana.
- Goldblat, J., (2003), Arms Control, The New Guide to Negotiations and Agreements, London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Gonçarov, V.İ., (2009) Krizis v Oblasti Kontrolya Nad Obıchnimi Vooruzenhiyami, Obozrevhatel/Observer, s.49, aktaran: Otabatmaz T., (2014), Avrupa Güvenlik Anlaşmaları Çerçevesinde Güney Kafkasya Bölgesi İçin Bir Çözüm Modeli, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kitching, C.J., (2003), Britain and the Geneva Disarmament Conference, A Study in International History, Hampshire, New York: Palgrave Macmillan.
- Lachowski, Z., (2002), The Adapted CFE Treaty and the Admission of the Baltic States to NATO, Stockholm: SIPRI.
- MacIntosh, J., (1989), “Back to the Future: Lessons from Experience for Regional Arms Control and Verification”, Mandell B.S., der., içinde Future Verification Requirements: Conventional Arms Control in Europe, Ottawa: Carleton International Proceedings, s.19-48.
- Morgan, P.M., (2012), “Arms Control, History, Theory, and Policy, Volume 1: Foundations of Arms Control”, Williams R.E., Viotti P.R., der., içinde Elements of a General Theory of Arms Control, Santa Barbara, Denver, Oxford: Praeger Security International, s.15-41.

- Norway, “EU Statement on the Vienna Document Modernisation”, Norway and the OSCE, The Permanent Delegation to OSCE, Erişim Tarihi: Mayıs 10, 2021, <https://www.norway.no/no/missions/osce/norway-and-the-osce/statements/statements-with-norwegian-alignment-2021/eu-statement-on-the-vienna-document-modernisation/>
- OSCE, “Progress on Modernizing the Vienna Document Vital to Making the Agreement Effective in Current Challenging Security Environment”, OSCE, Erişim Tarihi: Mayıs 08, 2021, <https://www.osce.org/fsc/296801>
- Otabatmaz, T., (2014), Avrupa Güvenlik Anlaşmaları Çerçevesinde Güney Kafkasya Bölgesi İçin Bir Çözüm Modeli, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Rittberger, V., Efinger, M. ve Mendler, M., (2002), “East–West Arms Control, Challenges for the Western Alliance”, Dewitt D., Rattinger H., der., içinde Confidence- and Security-Building Measures: An Evolving East–West Security Regime?, New York, London: Routledge, s.89-119.
- Robinson C., (2020), Annual Security Review Conference Closing Session, PC.DEL/774/20, Viyana.
- Rogozin, D., (2015), NATO i Rassiya, Naş Atvet na Ugrozı Zapada, Moskva: TD Algoritm.
- Rusya Federasyonu delegasyonu, (2013), Statement by the Delegation of the Russian Federation, FSC.JOUR/729, Viyana.
- Rusya Federasyonu delegasyonu, (2014a), Proposal for a Draft FSC Vienna Document Plus Decision on Increasing of the Duration of Inspections and Evaluation Visits, FSC.DEL/9/14, Viyana.
- Rusya Federasyonu delegasyonu, (2014b), Proposal for a Draft FSC Vienna Document Plus Decision on Increasing the Size of Inspection and Evaluation Teams, FSC.DEL/8/14, Viyana.
- Rusya Federasyonu delegasyonu, (2014c), 724th Plenary Meeting of the Forum, Annex 4, Statement by the Delegation of the Russian Federation, FSC.JOUR/730, Viyana.
- Rusya Federasyonu delegasyonu, (2019), 928th Plenary Meeting of the Forum, Annex 7, Statement by the Delegation of the Russian Federation, FSC.JOUR/934, Viyana.
- Rusya Federasyonu delegasyonu, (2020a), 950th Plenary Meeting of the Forum, Annex 3, Statement by the Delegation of the Russian Federation, FSC.JOUR/956, Viyana.
- Rusya Federasyonu delegasyonu, (2020b), 956th Plenary Meeting of the Forum, Annex 6, Statement by the Delegation of the Russian Federation, FSC.JOUR/962, Viyana.
- Rusya Federasyonu delegasyonu, (2021), 967th Plenary Meeting of the Forum, Annex 6, Statement by the Delegation of the Russian Federation, FSC.JOUR/973, Viyana.
- Singer J.D., (1962), Deterrence, Arms Control and Disarmament: Towards a Synthesis in National Security Policy, Columbus, Ohio: Ohio State University Press, 1962, chapter 7, aktaran: Booth K., (1987) “Contemporary Strategy 1”, Baylis J., Booth K., Garnett J., Williams P., der., içinde Disarmament and Arms Control, New York, London: Holmes and Meier Publishers, ss.140-186.
- Sulfaro V.A., (1989), Factors Influencing Arms Control, Honors Theses, Paper 296, Illinois: Southern Illinois University Carbondale.

- TASS, “Russia Sees No Sense in Modernizing Vienna Document Amid Containment Policy-Lavrov”, TASS, Erişim Tarihi: Mayıs 05, 2021, <https://tass.com/politics/1096069>
- T.C. Dışışleri Bakanlığı, “Türkiye ve Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT)”, Türkiye Cumhuriyeti Dışışleri Bakanlığı, Erişim Tarihi: Mayıs 05, 2021, https://www.mfa.gov.tr/turkiye-ve-avrupa-guvenli-ve-isbirligi-teskilati-_agit_.tr.mfa
- T.C. Genelkurmay Başkanlığı, (2011), Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Uygulamaları, Ankara: Genelkurmay Basımevi.
- T.C. Genelkurmay Başkanlığı, (2014), “Güven ve Güvenlik Artırıcı Önlemler (GGAÖ) Faaliyetleri”, Silahlı Kuvvetler Dergisi, Sayı: 419, Ankara: Genelkurmay Basımevi.
- Ulyanov M., (2008), Statement by Mr.Mikhail Ulyanov, Head of the Delegation of the Russian Federation to the Vienna Talks on Military Security and Arms Control, at the 2008 OSCE Annual Security Review Conference, PC.DEL/557/08/Corr.1, Viyana.

1983 Genel Seçimleri ve Anavatan Partisi

1983 General Elections and The Motherland Party

Hüseyin ÇAVUŞOĞLU¹

Makale Geliş Tarihi / Received : 07.07.2021
Makale Kabul Tarihi / Accepted : 23.06.2022

ÖZET

1983 genel seçimleri, 12 Eylül 1980 darbesi sonrası yapılan ilk seçimdir. Türk siyasal hayatında en yenilikçi, en modern, ilk seçim kampanyası 1983 seçimlerinde yaşanmıştır. 1983 genel seçimlerine Milliyetçi Demokrasi Partisi, Halkçı Parti ve Anavatan Partisi katıldı ve Turgut Özal liderliğinde Anavatan Partisi, tek başına iktidara geldi. Böylece Anavatan Partisi, kurulduktan sonra yapılan ilk genel seçimde, iktidara gelen ilk parti oldu. Bu çalışmada, 1983 genel seçimlerinde Anavatan Partisi'nin başarısının nedenleri ele alındı. Anavatan Partisi'nin başarısında Turgut Özal'ın kişisel özellikleriyle diğer liderlere göre önde olması, yüz yüze seçim stratejisinin izlenmesi, halkın talepleri doğrultusunda bir seçim kampanyasının izlenmesi, gazete ilanı, mahalle gezileri, özel toplantılar, video kaset gibi farklı kampanya araçlarına yer verilmesi, uzlaşmaya dayalı bir siyasi üslup kullanılması, ekonomik politikalarının, hizmete dayalı politika anlayışının ön planda tutulması ve ekonomik çözüm önerilerinin halka sunulması, Milliyetçi Demokrasi Partisi, Halkçı Parti, Anavatan Partisi dışındaki partilerin, 1983 seçimlerine katılamaması gibi faktörlerin etkili olduğu sonucuna ulaşıldı.

Anahtar Kavramlar: *Siyasal partiler, Turgut Özal, Anavatan Partisi, seçim.*

ABSTRACT

The 1983 general elections were the first elections held after the September 12, 1980 coup. The most innovative and modern first election campaign in Turkish political life was experienced in the 1983 elections. The Nationalist Democracy Party, the People's Party and the Motherland Party participated in the 1983 general elections, and under the leadership of Turgut Özal, Motherland Party came to power alone. Thus, Motherland Party became the first party to come to power in the first general election held after its establishment. In this study, the reasons for Motherland Party 's success in the 1983 general elections were discussed. In the success of Motherland Party , Turgut Özal is ahead of other leaders with his personal characteristics, following the face-to-face election strategy, watching an election campaign in line with the demands of the public, using different campaign tools such as newspaper advertisements, neighborhood visits, special meetings, video cassettes, It was concluded that factors such as the use of a political style based on unification, prioritizing economic policies and service-based policy understanding and presenting economic solutions to the public, inability of parties other than the Nationalist Democracy Party, Populist Party, Motherland Party to participate in the 1983 elections were effective.

Keywords: *Political parties, Turgut Özal, Motherland Party, election.*

¹ Doç. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, huseyindp@hotmail.com **ORCID NO:** 0000-0001-7132-3833.

GİRİŞ

Demokrasinin temel unsurlarından biri olan siyasal partiler, 19. yüzyılın sonunda, temsili, sorumlu hükümet ilkesinin yerleşmesi ve oy hakkının genişlemesi sonucu ortaya çıkmıştır (Teziç, 1976: 13). Türkiye’de Demokrat Parti ile çok partili hayata geçildi. 12 Eylül darbesi ile Türk siyasetini yeniden şekillendirildi. Türkiye’de 12 Eylül 1980 darbesi ile Milli Güvenlik Konseyi (MGK), ülke yönetimine el koymuş ve Bülend Ulusu’nun Başbakanlığında bir askeri hükümet kurulmuştur. Ulusu hükümetinde, 24 Ocak kararlarının mimarı olarak adlandırılan Turgut Özal Başbakan Yardımcı olarak görev almıştır (Yaşar, 1990: 112-13). 16 Ekim 1981’de çıkarılan kanunla bütün siyasal partiler kapatıldı. Ülke yönetimine el koyan asker, anayasa yapımı için harekete geçti ve MGK, Danışma Meclisinden oluşan bir Kurucu Meclis oluşturuldu. 9 Kasım 1982 günü halk oymasına sunulan anayasa, %91.3 gibi yüksek bir oy oranıyla kabul edildi (Gözler, 2012: 190-192). Anayasanın kabul edilmesi ile Kenan Evren Cumhurbaşkanı seçilirken; 11 Eylül’de Mecliste yer alan siyasetçilere de beş ve on yıl süreli siyasi yasaklar getirildi. Asker, 12 Eylül öncesi ülkenin içinde bulunduğu siyasi, ekonomik durumdan dönemin siyasetçilerini sorumlu tuttu ve 12 Eylül sonrası yeni siyasi düzende eski siyasetçilere yer vermedi. Anayasanın kabulü ile 12 Eylül öncesinin önemli isimleri arasında yer alan Süleyman Demirel, Bülent Ecevit, Necmettin Erbakan, Alparslan Türkeş gibi liderler, siyasi yasaklı durumuna düşmüştür. 24 Nisan 1983 günü siyasal parti faaliyetlerinin serbest bırakılmasıyla ilk olarak 16 Mayıs 1983 günü Turgut Sunalp liderliğinde, askerin desteklediği parti olarak bilinen Milliyetçi Demokrasi Partisi (MDP) kuruldu. 20 Mayıs günü ise Anavatan Partisi (ANAP), Büyük Türkiye Partisi (BTP), Halkçı Parti (HP) kuruldu. Kurulan siyasal partilerin 6 Kasım 1983 genel seçimlerine girebilmesi için yerine getirmeleri gereken en önemli şart, bir partinin 30 kurucu üyesinin MGK tarafından onaylanmasıydı. MGK, 1983 genel seçimleriyle tek başına bir partinin iktidara gelmesini istemişti. MGK, 12 Eylül öncesi ekonomik durumun kötü olmasından, anarşi ve terörden koalisyon hükümetlerini sorumlu tutmuştu. Bundan dolayı üç partinin MDP, HP ve ANAP’ın 6 Kasım 1983 genel seçimlerine girmesine izin verilmiştir. Diğer siyasal partiler, vetolarla 30 kurucu üye şartını sağlayamamışlar ve seçimlere girememişlerdir. Üç parti ile 6 Kasım 1983 genel seçimlerine gidilmiştir.

Bu çalışmada, 1983 genel seçimlerinde ANAP’ın başarısının nedenleri ele alınmıştır. Bu bağlamda, öncelikle ANAP’ın kuruluşu, ANAP’ın seçim kampanyası incelenmiş ve daha sonra 1983 seçim sonuçları değerlendirilmiştir. Bu konunun seçilmesinin en önemli nedenlerinden biri, 1983 genel seçimlerinin 12 Eylül 1980 darbesi sonrası yapılan ilk seçim olmasıdır. Diğer bir neden de 1983 seçim kampanyasının Türk siyasal hayatında en yenilikçi, en modern ilk seçim kampanyası olmasıdır. Bundan dolayı, 1983 genel seçimleri üzerinde bir inceleme yapılmaya karar verildi. Bu araştırmada, literatür taraması amaçlı “Belgesel Tarama” yöntemi kullanıldı. Bu yöntem “*Var olan kayıt ve belgeleri inceleyerek veri toplama*” olarak tanımlanmaktadır. Belgesel tarama yöntemi kaynaklara erişme, okuma, fişleme ve değerlendirme olmak üzere dört bölümden oluşmaktadır (Karasar, 1991:183-184). Literatüre bakıldığında, literatür taraması amaçlı “Belgesel Tarama” yöntemi kullanılarak, hem ANAP’ın kuruluşunu hem de ANAP’ın seçim kampanyasını ve 1983 seçimlerinde ANAP’ın başarısının nedenlerini ayrıntılı bir biçimde ele alan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu söylenebilir. Bu çalışmayla literatürdeki bu boşluğun giderilmesi amaçlanmaktadır.

1. ANAP'IN KURULUŞU

24.04.1983 günü “Siyasal Partiler Kanunu’nun” yürürlüğe girmesiyle siyasal parti kurma faaliyetlerine izin verilmiştir. Merkez sağın önemli isimlerinden Süleyman Demirel, Turgut Özal’ın BTP’den siyasete katılması istemiştir. Fakat Özal, bu isteği kabul etmemiştir (Cemal, 1986: 325-26; Akyol, 1985: 6; Çetiner, 1994: 20). Demirel ile Özal arasındaki yakınlık eskilere dayanmaktaydı. Demirel, Özal’ı 1966’da DPT’nin ve 1979’da Başbakanlık Müsteşarlığına getirmişti (Altuğ, 1993: 69-76; Kahraman, 2007: 94-96). ANAP, 20 Mayıs 1983’te kurulmuştur. Düşünülen parti isimleri arasında “Anadolu” da vardı. Trakya’yı içermediğinden ötürü bu isimden vazgeçmiştir (Birand ve Yalçın, 2012: 139). Vatanın bütünlüğünün tehlikede olduğu bir ortama atıfta bulunularak, “Anavatan” ismi alınmıştır. Partinin ismi belirlenirken, 12 Eylül sonrası ülkenin içinde bulunduğu koşullar göz önüne alınmıştır (Doğan, 1985: 332-33). ANAP’ın amblemine bakıldığında, amblemdaki arı figürü, çalışkanlığı simgelemektedir ve İstanbul Teknik Üniversitesi’nin ambleminden esinlenilmiştir.

Turgut Özal, 4 Temmuz 1982’de Bülent Ulusu hükümetinden istifa ettikten sonra Kenan Evren ile yaptığı görüşmede, kuracağı parti için Evren’den onay almıştır. Özal, istifası sonrası Side’ye giderek, parti kurma çalışmalarına başlamıştır. Özal, Türkiye’nin farklı bölgelerinden gelen kişi ve gruplarla yaptığı görüşmelerde, kuracağı partiyle ilgili fikir alışverişinde bulunmuştur. Dinlenme yapıldığı duyumları üzerine, çalışmalar, görüşmeler denizde yapılmaya başlanmıştır. Kuruluş çalışmalarında partinin mali sorunu, bazı iş adamlarının sağladığı maddi destekle aşılmıştır (Yavuz, 2013: 99). Özal, yaklaşık altı aylık bir çalışma Türkiye’de gerçekleştirdikten sonra 14 Aralık 1982’de ABD’ye gitti. ABD’de Özal, kuracağı parti ile ilgili farklı kesimlerle görüşmeler gerçekleştirdi. Bu kesimler arasında ağırlıklı olarak iş insanları, siyasiler, medya, bankacılar yer almaktaydı (Turgut, 1986: 133). Necmettin Erbakan da benzer bir biçimde Özal’ın, ABD’de Dünya Bankası’ndan, IMF’den, Beyaz Saray’dan önemli isimlerle parti çalışmalarıyla ilgili görüştüğünü belirtmektedir. Özal, ABD gezisini 6 Şubat 1983’te tamamlamıştır (Türk, 2014: 130). ANAP’ın 1983 genel seçimlerine girmesinde, ABD’nin etkisi olduğu belirtilmektedir. ABD’nin eski Dışişleri Bakanlarından Haig’in bu dönemde MGK üyeleri ile temasları, görüşmeleri bu doğrultuda değerlendirilmektedir (Aşık, 2018: 42-43).

Özal, Türkiye’ye döndükten sonra hem Bülent Ulusu’nun hem de Süleyman Demirel’in aynı partide yer alma önerilerini kabul etmemiştir. Süleyman Demirel, Turgut Özal’ın bir parti kurmasını istemedi. Ayrıca Özal, Türkiye’ye geldikten sonra MGK üyeleriyle bir daha görüşmüş ve bu temaslarında ABD’ye gitmeden önceki görüşmesinde olduğu gibi parti kurabileceği yönünde bir yanıt almıştır. Turgut Özal, kurucu listesini oluştururken oldukça zorlandı. Hem 12 Eylül sonrası politik ortamın durumu hem de ANAP’ın iktidar olma şansının oldukça az görülmesinden dolayı aralarında İlhan Kesici, Nevzat Yalçıntaş gibi önemli isimlerin yer aldığı bazı kişiler, ANAP’ta kurucu olmayı kabul etmediler (Donat, 1987: 399-400). Dönemin Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Başkanı Mehmet Yazar ve iş insanı Şarık Tara gibi önemli isimlerin aracılığıyla bazı kişiler, ANAP’ın kurucuları arasında yer aldı (Barlas, 1994: 34). ANAP lideri Turgut Özal, Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) kökeninden gelmektedir. 37 kişiden oluşan kurucular listesinde, 5 kurucu DPT’de görev almış isimlerdi. DPT’den birçok ismin kurucular listesinde olması durumunda, ANAP’ın veto edileceği asker tarafından belirtilmiştir. Bu durum, ANAP’ın kurucular listesini hazırlarken yaşadığı sıkıntıyı kanıtlamaktadır. Listede yeni ve genç isimlere yer verilerek,

ANAP'ın hiçbir partinin devamı olmadığı gösterilmiştir (Güzel, 2008: 501-502). Kurucu listesi oluşturulurken, yeni ve genç isimlere öncelik verildiği görülmektedir. Listede, 12 Eylül 1980 darbesi öncesinin uzlaşmadan yana olmayan isimlerine yer verilmedi (Barlas, 1994: 37). Kurucu listesi ağırlıklı olarak, bürokrat ve iş insanlarından oluştu ve listede genç, yeni, mühendis ve devlet tecrübesi olan isimlere yer verildiği görülmektedir.

2. 1983 SEÇİM KAMPANYASI

6 Kasım 1983 genel seçimlerine MDP, HP, ANAP katılmıştır. MDP'ye bakıldığında, kurucuları arasında Süleyman Demirel'e muhalif AP'liler, Danışma Meclisi üyeleri, hukukçu ve akademisyenler ağırlıktadır. MDP, ilk teşkilatlanmasını doğu illerinde gerçekleştirmiştir. MDP milletvekilleri belirlenirken, MGK'nın müdahalesi olmuş, 400 milletvekilinin belirlenmesinde MGK etkili olmuştur (Doğan, 1985: 394). MDP, ilk mitingini İzmir'de yapmıştır. Fakat İzmir'deki mitinge katılım oldukça az olmuştur. MDP lideri Turgut Sunalp, İzmir'den sonra Kütahya, Trabzon, Samsun, Afyon, Eskişehir, Kayseri, Erzurum, Elazığ, Diyarbakır, Şanlıurfa, Gaziantep, Kahramanmaraş, Adana, Mardin, Konya, Isparta, Antalya, Ankara, İstanbul'da halka hitap etmiştir. Sunalp, konuşmalarında ağırlık olarak ANAP'ı ve HP'yi, eleştirmiş, komünizm tehlikesi, ekonomi ve terör üzerinde durmuştur (Çölük, 2018: 73-84).

20 Mayıs 1983 günü Necdet Calp'ın genel başkanlığında HP kurulmuştur. Necdet Calp, Bülent Ulusu'nun başbakanlığındaki askeri hükümette, Başbakanlık müsteşarı olarak görev almıştır. HP, seçim mitinglerine İsmet İnönü'nün memleketi olan Malatya'dan başlamıştır. Calp, Malatya'dan sonra da Kahramanmaraş, Gaziantep, Şanlıurfa, Erzurum, Kars, Ağrı, Hakkari, Van, Adana, Hatay, Mersin, İzmir, Samsun'da halka seslenmiştir. HP lideri, mitinglerde ağırlıklı olarak ekonomi üzerinde durmuş ve iktidara geldiklerinde yapacaklarını anlatmıştır (Seçkin, 2019: 101-103).

1983 genel seçimleri, Türkiye'de seçim kampanyalarının miladı olarak görülmektedir. 1983 genel seçimlerinde ANAP, Man Ajansla anlaştı. Ajansın, seçim kampanyasındaki ilgisi, en küçük detaya kadar olmuştur. ANAP seçim kampanyasına 240 milyon lira ayırdı. ANAP'ın uyguladığı seçim kampanyasındaki araçlar, bir milat olarak kabul edilmektedir. ANAP, seçim kampanyasında gazete ilanı, video kaset gibi araçları ilk kez kullanan partidir (Özkan, 2007: 66-71). ANAP seçim kampanyası döneminde, 12 Eylül ile sağlanan güven ortamının sürmesi, enflasyon, işsizlik, orta direk, konut sorunu ve bürokrasi gibi konular üzerinde ağırlıklı olarak durmuştur. Halkın talepleri doğrultusunda bir seçim kampanyası takip edilmiştir. ANAP, dört eğilimi birleştirdiğini iddia ederek, seçmenin karşısına çıkmıştır. Dört eğilimden, 12 Eylül öncesinin dört partisi (AP-CHP-MSP, MHP) kastedilmekteydi ve ANAP, bu partilerin tabanından oy almaya çalışmış, uzlaşmacı bir üslup kullanılmıştır (Birand ve Yalçın, 2012: 184; Sakallıoğlu, 1996: 1251).

Seçim kampanyası döneminde ANAP, alışagelmış araçlardan farklı olarak, bireysel iletişim faaliyetleri olarak adlandırılan miting, özel toplantılar, seçim büroları, mahalle gezileri gibi araçlarla seçmene ulaşmaya çalışmıştır. ANAP, seçmene ulaşabilmek için mitinglere, 1983 seçim kampanyasında çokça başvurmuştur. 44 ilde miting düzenleyen ANAP, ilk mitingini Erzurum'da yaptı ve 14 bin kilometre yol kat edildi. Demokrat Parti ve Adalet Partisi gibi merkez sağın iki önemli partisi, ilk mitinglerini Erzurum'da yaptığından dolayı ANAP da 1983 seçimlerine bu ilden başlamıştır. Saraçhane'de yapılan mitingde, bal paketleri dağıtıldı. Seçim kampanyası boyunca

mitinglerde “Arım balım peteğim” şarkısı kullanılmıştır. Coşkunun ve katılımın oldukça fazla olduğu mitinglerde, ANAP lideri Turgut Özal, 12 Eylül öncesi siyasetçilerin söylemlerinden farklı olarak, ılımlı bir üslup ve uzlaşmanın ön planda olduğu bir siyasi söylem kullanmıştır. ANAP sivil toplum örgütleri, iş dünyası, yazılı ve görsel medya, üniversite temsilcileri ile toplantılar gerçekleştirmiştir. Partide yer alan Erol Aksoy ve Vural Arıkan gibi iş insanları aracılığıyla büyük şirketlerin temsilcileriyle yapılan toplantılarda, maddi ve manevi destek alınmaya çalışılmıştır. Benzer bir biçimde sivil toplum örgütleri, yazılı ve görsel medya, üniversite, yabancı sermaye temsilcileri ile gerçekleştirilen toplantılarda, partinin politikaları, hedefleri ve iktidara geldiğinde yapacakları anlatılmış ve destek istenmiştir. 67 ilde kurulan seçim büroları vasıtasıyla partinin projeleri, genel ve yerel politikalarını anlatmak için dolaylı olarak seçmenlere ulaşılmaya çalışılmıştır. Özellikle kadınların içinde yer aldığı gönüllüler grubu, düzenledikleri ev ziyaretleriyle de bayan seçmenlerin sorunları dinlenmiş ve ANAP’ın kadın seçmenlere yönelik çözüm yolları anlatılmıştır. ANAP’lı milletvekillerinin seçmenlere tanıtılması ve kararsız seçmen grubundan oy alabilmek için ANAP, mahalle gezilerine yer vermiştir. Miting yapılmayan illerde gerçekleştirilen mahalle gezileriyle seçmene ulaşılmıştır. Turgut Özal pazar gezileriyle, esnafla, yolda gördüğü kişilerle yaptığı sohbetlerde, hem seçmenlerin taleplerini dinlemiş hem de partinin politikalarını ve iktidara geldiklerinde yapacaklarını anlatma fırsatı bulmuştur. Böylece seçmenle yüz yüze temas kurulmuştur (Kalçık, 2013: 135-140).

Bireysel iletişim faaliyetleri dışında, kitle iletişim araçları da seçim kampanyasında kullanılmıştır ve ANAP, seçim kampanyasında kitle iletişim araçlarını en çok kullanan partidir. Televizyon, 1983 genel seçimlerinde de ANAP’ın kullandığı en etkili araçlardan biridir. MDP ve HP, televizyonda farklı kişilere yer verirken, ANAP ise yalnızca Turgut Özal’a yer verdi. Televizyonda, afişlerde ele alınan konulara paralel olarak, konular belirlenmiştir. Televizyon programlarında ağırlıklı olarak, partinin izleyeceği yeni siyaset, projeler, vatandaşların en önemli sorunları ve bunlara yönelik partinin çözüm yollarına değinilmiştir. ANAP lideri Turgut Özal da televizyonda, herkesin anlayabileceği bir biçimde konuşmuş, içten ve rahat tavırlarıyla halkın sempatisini kazanmıştır (Topuz, 1991: 24). İlk kez siyasal parti liderlerinin katıldığı bir açık oturum yapıldı. 22 Ekim günü TRT ekranlarında gerçekleşen bu oturumda, Turgut Özal ekonomi bilgisi, ülkenin içinde bulunduğu sorunlara hakim olması, üslubu, rahat tavırları, içtenliği ile seçmen tarafından daha çok beğenildi. Oturumda Özal, ekonomiye ne kadar hakim olduğunu kanıtlamıştır. Açık oturuma damga vuran olay ise “Boğaz Köprüsü” üzerinde yaşanmıştır. Özal’ın “Köprüyü satarım” çıkışına, Calp’ın “Sattırمام” yanıtı damga vurmuştur (Çankaya, 2008: 171). Açık oturum sonrası yapılan anket çalışmasında, ankete katılanların %70’i Turgut Özal’ı becerikli, %48’i de liderlik özelliklerine sahip olarak tanımlamışlardır. Yine aynı anket çalışmasında, seçmenlerin yaklaşık %27’sinin ANAP’a yöneldiği sonucuna ulaşılmıştır (Milliyet, 24 Ekim 1983). Televizyon ile ulaşılamayan vatandaşlara ANAP, radyo ile ulaşmaya çalışmıştır. Televizyonda olduğu gibi radyo da sadece Turgut Özal yer almıştır. Yine televizyonda uygulandığı üzere herkesin anlayabileceği, içten, samimi bir dile başvurulmuştur. ANAP, MDP ve HP’ye göre radyoyu da daha etkili bir şekilde kullanmıştır (Kalçık, 2013: 143-44). Yoğun bir şekilde kullanılan bir değer araçta afiştir. Gazetelerde 21 afiş yayımlanmış ve 2.5 milyon lira harcanmıştır. Afişler özellikle partinin tanınması, kararsız seçmeni etkileyebilmek, iktidara gelindiğinde yapılacak faaliyetleri anlatmak için kullanılmıştır. Afişlerde Turgut Özal ön plana çıkarılmış, enflasyon, işsizlik, din ve vicdan özgürlüğü, devlet-toplum ilişkisi, serbest piyasa ekonomisi, vergi politikası, 12 Eylül öncesi ülkenin içinde bulunduğu duruma, ekonomik vaatlere, orta direk kavramına ağırlıklı olarak yer verilmiştir.

Afişler, herkes tarafından anlaşılabilen ve akılda kalan, sade bir dilin kullanıldığı kısa mesajlarla hazırlanmıştır. ANAP, 1983 genel seçimlerinde afişleri en verimli bir şekilde kullanan partidir. Afişlerin ulaşmadığı seçmenlere, afişlerle benzer formatta hazırlanan el ilanlarıyla ulaşılmaya çalışılmıştır. Ses ve görsel kasetlere de seçim kampanyasında yer verilmiştir. Hazırlanan 3 video kasette, ANAP, Turgut Özal'ın röportajı ve Turgut Özal tanıtılmıştır. Seçmenlere ulaşılamayan yerlerde, ses ve görsel kasetler aracılığıyla partinin vaatleri anlatılmıştır. ANAP, gazete ve dergilere 21 ilan verdi ve toplam 12 milyon lira ödendi. Gazete ve dergi ilanlarında ağırlık olarak parti amblemi kullanılırken; iki ilanda da ANAP lideri Turgut Özal'ın fotoğrafına yer verildi. İlanlarda hem ANAP programına hem de iktidarda partinin yapacaklarına yer verilirken; "Ekonominin mimari Özal", "Özal'ın partisi" gibi sloganlar kullanıldı. ANAP, seçim kampanyası döneminde dört kitap çıkardı. Bu kitaplarla Turgut Özal'ın tanıtılması, parti ve politikaların vatandaşlara aktarılması amaçlanmıştır. Diğer kampanya araçlarında olduğu gibi parti yayınlarında da sade bir dil kullanılmış, ekonomik sorunlara yönelik çözüm yollarına vurgu yapılmıştır (Kalçık, 2013: 144-57).

3.1983 SEÇİM SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

1983 seçim sonuçlarını ele almadan önce, seçim sistemine ana hatlarıyla değinilecektir. 1983 seçimlerinde, çifte barajlı (ülke barajı ve seçim çevresi barajı) d'Hondt sistemi kullanılmıştır. Seçim sistemleri, çoğunluk sistemi ve nispi temsil sistemi olmak üzere ikiye ayrılır. Nispi temsil sistemi de ulusal düzeyde ve seçim çevresi düzeyinde olarak ayrılır. 1983 seçimlerinde, seçim çevresi düzeyinin bir usulü olan d'Hondt Usulü kullanılmıştır. D'Hondt Usulü, siyasal partilerin seçim çevresinde aldıkları oyların, seçim çevresinin çıkaracağı milletvekili sayısına kadar bölünmesi sonucunda milletvekillerinin dağıtılmasıdır. Bu usulde, artık oy ya da açık milletvekili bırakma gibi bir durum söz konusu değildir (Gözler, 2012: 125-132).

Katılımın %92.3 olduğu 1983 genel seçimlerinde ANAP, %45.1 oy oranı ile birinci, HP %30.5 ile ikinci, MDP %23.3 ile üçüncü parti olmuştur. ANAP, 211 milletvekili ile tek başına iktidara gelirken, HP 117, MDP 71 milletvekili çıkarmıştır. Böylece ANAP, kurulduktan sonra yapılan ilk genel seçimde, iktidara gelen ilk parti olmuştur. ANAP, 67 ilin 63'ncünde milletvekilliğini kazanmıştır. ANAP, 33 ilde Türkiye ortalamasının üstünde oy alabilmeyi başarmış ve en çok oyu Isparta'dan (%66.2), en düşük oyu Hakkâri'den (%16.1) almıştır. MGK'nın son vetosuyla HP'den 11, ANAP'tan 8, MDP'den 2 milletvekili adayı seçimlere girememiştir. ANAP, Bingöl'den 3 milletvekilliğini kazanmıştı. Fakat MGK'nın vetosundan dolayı, ANAP Bingöl 3. sıradan aday gösterememiş ve toplam milletvekili sayısı 399'da kalmıştır.

Tablo 1: 1983 Genel Seçim Sonuçları

Partiler	Oy Oranı	Milletvekili Sayısı
Anavatan Partisi	45.1	211
Halkçı Parti	30.5	117
Milliyetçi Demokrasi Partisi	23.3	71
Bağımsızlar	1.1	-
Toplam	100	399

Kaynak: Resmi Gazete, 14 Kasım 1983, Sayı: 18221, 1. Mükerrer.

İdeoloji yerine hizmete dayalı siyaset anlayışının ön planda tutulması, 12 Eylül öncesinin siyasal partilerinden farklı olarak, uzlaşmacı bir siyaset anlayışının benimsenmesi ve muhafazakâr değerlerle liberal değerlerin birleştirilmesinin ANAP'ın 1983 seçimlerindeki başarısında etkili olduğu söylenebilir (Kalaycıoğlu ve Sarıbay, 2008: 509-514). Ayrıca ANAP'ın sivil yönetime vurgu yapması, askeri yönetimden memnun olmayan bazı seçmenleri, ANAP'a yönelttiği söylenebilir. ANAP, ekonomik politikaları ön planda tuttu, ılımlı bir üslup kullandı ve toplumun isteklerini dikkate alarak, politika ve vaatler oluşturdu. MDP ve HP'nin ekonomi ile ilgili politikaları ve çözüm önerileri yok iken; ANAP'ın ise halkın önemli bir kesiminin temel sorunu olan ekonomi ile ilgili hem politikaları hem de çözüm önerileri vardı. Ve bu çözüm önerileri, seçmen tarafından da benimsenmiştir. Ayrıca Türk halkı, 12 Eylül darbesi sonrası ekonomik durumun kötü olmasından, askerin desteklediği MDP'yi sorumlu tuttuğu da söylenebilir (Özkazanç, 1995: 1221). Turgut Özal'ın kampanya döneminde “Askeri hükümet döneminde *Bütün yapılanları kendi yaptığı*” şeklindeki sözlerine sinirlenen Cumhurbaşkanı Kenan Evren, genel seçimlerden iki gün önce, 4 Kasım'da yaptığı konuşmada MDP'ye destek istemiştir (Yılmaz, 2007: 190; Arcayürek, 1999: 113). Ayrıca Evren, Turgut Özal'ı eleştiren bir konuşma yapmış ve konuşmasında Özal'ı “Sözüne güvenilmez” olarak adlandırmıştır. Evren'in bu konuşmasının, ANAP'ı mağdur durumuna düşürdüğü, genel seçimlerde ANAP'ın lehine yansıdığı şeklinde görüşler vardır (Çavdar, 2000: 293).

ANAP, kadroları ile ön planda olmuş ve bu kadroları halk, benimsemiştir. MDP ve HP'de yer alan bazı güçlü adayların, MGK tarafından veto edilmesi ve merkez sağda yer alan DYP'nin seçimlere katılamaması, ANAP'ın lehine olan gelişmelerdendir (Yayla, 2003: 428). Anayasanın geçici 4.maddesiyle getirilen yasaktan dolayı ANAP, 12 Eylül öncesi partilerin tabanına yönelik çalışma yapmıştır. Aralarında Mehmet Keçeciler'in yer aldığı grup Milli Selamet Partisi (MSP), aralarında Mustafa Taşar'ın yer aldığı grup Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) tabanından oy alabilmek için çaba gösterdiler (Cemal, 2013, 33-34). ANAP'ın seçimlerdeki başarısında, illerde uygulanan seçim barajının da etkili olduğu görülmektedir. MDP ve HP'nin il barajını geçemediği Burdur, Nevşehir gibi illerde ANAP, bu illerdeki milletvekillerinin tamamını kazanmıştır. Dört eğilimi birleştirdiğini belirten ANAP, 1983 seçimlerinde farklı seçmen gruplarından oy alabilmeye başarmıştır. ANAP, 12 Eylül öncesi partilerden AP, CHP, MSP, MHP seçmeninden oy alabilmeyi başarmıştır. Bu partilerden en çok AP'den, en az ise MHP seçmeninden ANAP, destek almıştır (Cemal, 2000: 79). MDP'nin askerin desteklediği bir parti olarak görülmesi, merkez sağda BTP'nin kapatılması ve DYP'nin seçimlere girememesi, merkez sağ seçmeni ANAP'a kaydıracağı söylenebilir.

Lider faktörü, seçimlerde ANAP'ın başarısında bir diğer etkidir. Bir lider imajı çizilmeye çalışılmıştır. 1983 seçimlerinde Özal, eski siyasetçilerin tam tersi bir görüntü vermiştir (Çavuşoğlu, 2010: 21; Demirtepe, 1991: 11). Turgut Özal'ın muhafazakârlığı, giyimi, halkla iletişimi (seçim otobüsü üzerinde şarkı söylemesi, vatandaşlarla birlikte halay çekmesi, eşi ile halkın arasına karışması, vatandaşlarla birlikte namaz kılması), hitabet tarzı, uluslararası arenadaki saygınlığı, pozitif enerjisi, sempatikliği, halka ümit veren kişiliği ve ekonomik bilgisinin seçimdeki başarıda etkili olduğu belirtilebilir (Aşık, 2018: 111-112; Aykan, 2007: 22). “Tonton Amca” imajı ile Turgut Özal'ın halktan biri olduğu imajı verilmeye çalışılmıştır. Bu durumda, Özal'ın 24 Ocak kararlarının mimarı olması ve 12 Eylül sonrası kurulan askeri hükümette ekonomiden sorumlu Başbakan Yardımcı olmasının rolü vardır. Özal, icraatları dışında renkli kişiliğiyle Türk siyasal hayatına

damga vuran liderlerden biri olmuştur. Özal'ın gerçek değişimi, zihinlerde başlattığı söylenebilir (Sarier, 1999: 21). Özal, Türk siyasetinde modern dindar yapısı, liberal Müslüman kimliği ve yenilikçi bir muhafazakar olarak anılmaktadır (Erdoğan, 2000: 246).

SONUÇ

1983 genel seçimlerinde, Anavatan Partisi'nin başarısının nedenlerinin ele alındığı bu çalışmada, ANAP'ın tek başına iktidara gelmesinde birden fazla faktörün etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ANAP'ın 1983 seçim kampanyası, en yenilikçi, en modern seçim kampanyası olup, partinin belirlediği ilkelere bağlı olarak coşkulu ve renkli geçmiştir. ANAP'ın başarısında, uygulanan seçim kampanyası, en önemli faktörlerden biridir. Seçmene verdiği dinamik görüntüsü, kitle iletişim araçlarından doğru bir biçimde yararlanması, yüz yüze seçim stratejisinin izlenmesi, gazete ilanı, mahalle gezileri, özel toplantılar, video kaset gibi farklı kampanya araçlarının kullanılması ile ANAP, 1983 genel seçimlerinde iktidarı ele geçirmiştir. ANAP'ın seçim kampanyasında, icraata dayalı bir siyasi üslup kullandığı, icraata dayalı politika anlayışını ön planda tuttuğu ve toplumsal yapıyı dikkate alarak muhafazakâr değerlere önem verdiği söylenebilir (Göle, 2000: 432).

ANAP'ın halkın önemli bir kesiminin temel sorunu olan ekonomi ile ilgili politikaları ön planda tuttuğu görülmekte ve toplumun taleplerin doğrultusunda, çözüm önerilerinin ortaya konulması, 1983 seçimlerindeki başarısında önemli bir etkidir. MDP ve HP, ekonomi ile ilgili çözüm önerileri sunmaz iken; ANAP'ın ise ekonomi ile ilgili hem politikaları hem de çözüm önerileri bulunmaktaydı. ANAP'ın çözüm yolları da halk tarafından benimsenmiştir.

Merkez sağda yer alan MDP'nin "asker partisi" olarak görülmesi ve 12 Eylül öncesinin merkez sağda en büyük partisi olan Adalet Partisi'nin devamı olarak kurulan Büyük Türkiye Partisi'nin kapatılması, yerine kurulan Doğru Yol Partisi'nin 1983 seçimlerine girememesi, merkez sağ seçmenin önemli bir bölümünü ANAP'a yönlendirmiştir. Ayrıca MDP, HP, ANAP dışında kurulan partilerin de seçime girememesi, ANAP'ın lehine olmuştur. ANAP'ın karşısında bir siyasal partinin olmaması da ANAP'ın başarısında etkilidir. ANAP'ın seçimlerdeki başarısında, illerde uygulanan seçim barajı da önemli bir unsurdur.

ANAP'ın, 12 Eylül öncesi hiçbir siyasi teşekkülle bağlantısı olmadığını göstermek ve Turgut Özal'ın yeni ve genç isimlere partide yer vermek istemesinden ötürü, ANAP'ın kurucuları tanınmamış kişilerden meydana gelmiştir. ANAP'ın kurucuları arasında ağırlıklı olarak iş insanları yer aldığından, partinin örgütlenmesi ve kampanya çalışmaları hızlı bir şekilde tamamlanmıştır. Turgut Özal, diğer liderlere göre farklılık göstermiş, kişisel özellikleriyle önde olmuştur. Turgut Özal'ı halk benimsemiş, kendinden biri olarak görmüştür.

ANAP, seçimlerde sivil yönetime vurgu yapmıştır. 12 Eylül 1980'den 6 Kasım 1983 genel seçimlerine kadar süren askeri yönetimin varlığından memnun olmayan halk, sivil görünüm veren ve sivil yönetime her zaman vurgu yapan ANAP'a yönelmiştir. 1983 seçimleriyle Türkiye, normalleşme sürecine girmiştir. Seçim sonuçları da Türk halkının sivilleşmeyi seçtiğini göstermektedir. ANAP'ın iktidara gelişi, sivil yönetimin başarısı, askerin mağlubiyeti olarak adlandırılabilir. Böylece ANAP, kurulduktan sonra yapılan ilk genel seçimde iktidara gelen ilk parti olmuştur.

KAYNAKÇA

- Akyol, T., (1985), Objektif “Demirel ve Özal”, Tercüman, 7 Eylül 1985, s. 6.
- Altuğ, K., (1993), Demokrasinin Yaralı Yılları, İstanbul: Tekin Yayınevi.
- Arcayürek, C., (1999), Demokrasi Sürecinde Üç Adam, Ankara: Bilgi yayınevi.
- Aşık, S., (2018), Türkiye’de Demokrasinin Yeniden İnşası Sürecinde Anavatan Partisi (1983-1991), Celal Bayar Üniversitesi SBE, (Yayımlanmamış Doktora tezi), Manisa.
- Aykan, C., (2007), Demokratik Süreç ve Anılar (1946-2000), Ankara: Grafiker Yayıncılık.
- Barlas, M., (1994), Turgut Özal’ın Anıları, İstanbul: Sabah Kitapları.
- Birand, M. A. ve Yalçın, S., (2012), The Özal Bir Davanın Öyküsü, İstanbul: Doğan Kitap.
- Cemal, H., (1986), 12 Eylül Günlüğü Demokrasi Korkusu, Ankara: Bilgi yayınevi.
- Cemal, H., (2000), Özal Hikâyesi, İstanbul: Doğan kitap.
- Cemal, H., (2013), Özal Hikayesi, İstanbul: Everest yayınları.
- Çavdar, T., (2000), Türkiye’nin Demokrasi Tarihi 1950-1995, Ankara: İmge kitabevi.
- Çavuşoğlu, H., (2010). Anavatan Partisi İle Doğru Yol Partisinin Karşılaştırmalı Analizi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(1): 19-33.
- Çetiner, Y., (1994), “Mesut Yılmaz Anlatıyor Son On Yılın Perde Arkası”, Milliyet, 7 Kasım 1994, s. 20.
- Çölük, Ö., (2018), Milliyetçi Demokrasi Partisi’nin Kuruluşu ve Faaliyetleri (1983-1986), Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi), İstanbul.
- Demirtepe, Ü., (1991), “Politikacılarımızın Röntgeni”, Milliyet, 22 Ekim 1991, (Yazı Dizisi: 19-26 Ekim 1991), 11.
- Doğan, Y., (1985), Dar Sokakta Siyaset (1980-1983), İstanbul: Tekin Yayınevi.
- Donat, Y., (1987), Yavuz Donat’ın Vitrininden 2- Buyruklu Demokrasi 1980-1983, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Erdoğan, M., (2000), Demokrasi Laiklik Resmi İdeoloji, Ankara: Liberte Yayınları.
- Göle, N., (2000), “80 Sonrası Politik Kültür”, Kalaycıoğlu, E. ve Sarıbay, A. Y., der., içinde Türkiye’de Politik Değişim Ve Modernleşme,, İstanbul: Alfa Aktuel Kitabevleri, s. 425-434.
- Gözler, K., (2012), Anayasa Hukukuna Giriş. Bursa: Ekin yayınevi.
- Güzel, U., (2008), Özalçılık, İstanbul, Emre Yayınları.
- Kahraman, H. B., (2007), Türk Sağı ve AKP, İstanbul: Agora kitaplığı.
- Kalaycıoğlu E. ve Sarıbay A. Y., (2008), Türkiye’de Siyaset, İstanbul: Der Yayınları.
- Kalçık, T., (2013), Türkiye’nin Siyasal ve Toplumsal Dönüşüm Sürecinde 1983 ANAP ve 2002 AK PARTİ Siyasal Kampanyaları Üzerine Karşılaştırmalı Analiz, İstanbul Üniversitesi SBE (Yayımlanmış doktora tezi), İstanbul.
- Karasar, N., (1991), Bilimsel Araştırma Yönetimi, Sanem: Ankara.
- Özkan, N., (2007), Türkiye ve Dünyadan Örneklerle Seçim Kazandıran Kampanyalar, İstanbul: MediaCat yayınları.
- Özkazanç, A., (1995), “Türkiye’de Yeni Sağ”, Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Cilt: 15, İstanbul: İletişim Yayınları, s. 1218-1224.
- Resmi Gazete, 14 Kasım 1983, Sayı: 18221, 1. Mükerrer.

- Sakallıoğlu, Ü. C., (1996), “1983-1994: Siyasal Parti Topoğrafyası”. CDTA, İstanbul: İletişim Yayınları, 15, s. 1251.
- Sarıer, İ. (1999), “Zaferden Hezimete”, Sabah, 23 Nisan 1999, 21.
- Seçkin, A., (2019), Türk Siyasi Yaşamında Halkçı Parti, Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İlkeleri Ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi), İzmir.
- Teziç, E., (1976), 100 Soruda Siyasi Partiler, Ankara: Gerçek Yayınevi.
- Topuz, H., (1991). Siyasal Reklamcılık Dünyadan ve Türkiye’den Örneklerle, İstanbul: Cem Yayınevi.
- Turgut, H., (1986), 12 Eylül Partileri, İstanbul: ABC Ajansı Yayınları.
- Türk, H. B., (2014), Muktedir Türk Sağ Geleneği ve Recep Tayyip Erdoğan, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yaşar, M. (1990), Paşalar Politikası, Ankara: Tekin yayınevi.
- Yavuz, T., (2013), Anılarıyla Ekrem Pakdemirli Özal’ın Mirası, İstanbul: Ufuk Kitapları.
- Yayla, A., (2003), “Liberal Siyaset/Liberal İktisat Özal Çizgisi”, Sezal İ. ve Dağı, İ., içinde Kim Bu Özal? Siyaset, İktisat, Zihniyet, İstanbul: Boyut Kitapları.
- Yılmaz, E., (2007), Çankaya Savaşları, İstanbul: Birey yayıncılık.

2015'ten Günümüze Türkiye-Rusya İlişkilerindeki Güvenlik Sorunsalına Dair Söylem Analizi¹

Discourse Analysis on Security Problem in Turkey-Russia Relations from 2015 to Present

Merve Nilay SAYGI· Kürşat KORKMAZ**

Makale Geliş Tarihi / Received :17.05.2022
Makale Kabul Tarihi / Accepted :20.06.2022

ÖZET

Köklü bir geçmişe dayanan Türkiye-Rusya ilişkilerinin her dönem içinde bulunduğu şartlara göre şekillendiği görülmektedir. Rekabet ve işbirliği içerisinde geçen bu süreçte Sovyetler Birliği'nin yıkılması ve yerine yeni bir devlet olan Rusya Federasyonu'nun kurulması Türkiye-Rusya ilişkilerinde yeni bir dönemin başlangıcını beraberinde getirmiştir. 2000'li yıllarda iki devletin de yeni liderlerle yeni bir döneme başlaması ve benzer dış politika siyaseti izlemeleri bu işbirliği alanlarını genişletmiştir. Ancak 2010 yılında bölgesel sorunlar bağlamında yaşanan kırımlar ve güvenlik sorunları her iki tarafı da etkilemiştir. 2015 yılında yaşanan uçak krizi ise güvenlik sorunsalını daha da derinleştirirken Rusya ve Türkiye için tam bir güvensizlik ortamının oluşmasına neden olmuştur. Rusya'nın sert önlemlerine karşı bu güvensizlik ortamı Türkiye'nin tek taraflı çabaları ile düzeltilmeye çalışılmış olup, bu çabalar 2016 yılında meyvelerini vermeye başlamış ve normalleşme sürecine girilmiştir. Ancak her ne kadar taraf devletler için ilişkiler eskiye döndürülmeye çalışılsa da fikir ayrılıkları yaşadıkları konular bu güvensizlik ortamının devam etmesine neden olmakta ve karar alıcıların söylemlerine yansımaktadır.

Anahtar Kavramlar: *Güvensizlik, Güvenlikleştirme, Söylem Analizi*

ABSTRACT

It is seen that Turkey-Russia relations, based on a deep-rooted past, have been shaped by the conditions of each period. In this process, which took place in competition and cooperation, the collapse of the Soviet Union and the establishment of a new state, the Russian Federation, brought about the beginning of a new era in Turkey-Russia relations. In the 2000s, the two states started a new era with new leaders and followed similar foreign policy policies, which expanded these areas of cooperation. However, the ruptures and security problems experienced in the context of regional problems in 2010 affected both sides. The aircraft crisis in 2015, on the other hand, deepened the security problem and created an atmosphere of complete insecurity for Russia and Turkey. This distrust, which was tried to be corrected by Turkey's unilateral efforts against Russia's harsh measures, started to bear fruit in 2016 and the normalization process was entered. However, although the relations between the states parties are tried to be restored, the issues that they differ in opinions cause this atmosphere of insecurity to continue and are reflected in the discourses of the decision makers.

Keywords: *Distrust, Securitization, Discourse Analysis*

¹ Bu makale "2015 Sonrası Türkiye-Rusya İlişkilerinde Güvenlik Sorunsalı: Bir Söylem Analizi" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir,

·Yüksek Lisans Öğrencisi, Kırıkkale Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü,, e-posta: nilay.m21@gmail.com, **ORCID NO:** 0000-0001-9320-9732.

** Dr. Öğretim Üyesi, Kırıkkale Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü, kursatkorkmaz@kku.edu.tr, **ORCID NO:** 0000-0003-3004-4349

GİRİŞ

Türkiye ve Rusya aynı coğrafya üzerinde varlığını sürdüren iki büyük devlettir. Geçmişten günümüze rekabet ve işbirliği içerisinde ilişkilerini sürdüren bu iki devlet, Soğuk Savaş'ın bitmesi ve Sovyetler Birliği'nin çökmesiyle beraber yeni bir döneme geçmişlerdir. Rusya Federasyonu ile ilk olarak ticaret alanında gelişmeye başlayan işbirliği 2000'li yıllarla beraber çok geniş alana taşınarak büyük bir gelişim göstermiştir. İki devletin benzer dış politika yenilikleri ile hareket etmesi bu gelişimin daha hızlı olmasını sağlamıştır. 2000'li yıllar Türkiye ve Rusya ilişkileri açısından tam bir güvenlik içerisinde devam ederken bu ilişki ağı Arap Baharı'nın Suriye'ye etkisi ile çatırdamaya başlamıştır.

2010 yılında Suriye'de yankıları duyulan Arap Baharı etkisinin bölgesel bir sorun haline gelmesi Türkiye ve Rusya açısından fikir ayrılıklarını ve dolayısıyla bir güvensizlik durumunu da beraberinde getirmiştir. Bu dönemde iki devletin bölgesel sorunlara müdahale etme konusunda fikir ayrılığı yaşamaları onları güvensizlik sorunu ile karşı karşıya getirmiştir. Bu güvensizlik ve fikir ayrılığı o dönem için ikili ilişkilere yansımamış, pek çok alanda işbirliği devam etmiştir. Ancak 2015 yılının sonlarına doğru meydana gelen uçak krizi olayı iki devlet için bir dönüm noktası olmuş ve güvensizlik ortamı üst düzeye çıkmıştır. Bu olay sonrası taraf devletlerin karar alıcıları tarafından yapılan açıklamalar ile bu güvensizlik durumu ciddi olarak hissedilmiş ve söylemlerin sıkça dile getirilmesi bir güvensizleştirme eylemine dönüşmüştür.

Türk ve Rus karar alıcıları uçak krizi sonrası tehdit olarak algıladıkları konuları sıklıkla dile getirerek, bu konuları bir güvenlik sorunu haline getirmişlerdir. Bu tehdit ve güvensizlik ile hareket eden karar alıcılar algı yönetimi ile vatandaşlarını tehdit olduğuna dair ikna etme çabası içerisinde olmuşlardır. Türkiye-Rusya ilişkilerindeki güvenlik sorunlarına odaklanan bu çalışmanın ana sorunsalı uçak krizi sonrası Türk ve Rus karar alıcıların, fikir ayrılığı olan konuları, söylemleri ile nasıl güvensizleştirme eylemine dönüştürdükleridir. 2015 yılından günümüze kadar olan süreçte yaşanan ikili ve bölgesel konulardaki anlaşmazlıkların güvensizleştirme haline gelmesi söylem analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bu çalışmada cevap aranan sorular şu şekilde sıralanabilir: Türkiye ve Rusya ilişkilerinde hangi taraf güvensizlik yönünden sert söylemlerde bulunmuştur? Hangi taraf ılımlı yaklaşım içerisinde olmuştur? Güvensizliğin derinleşmesi ya da sonlanması açısından Türk ve Rus karar alıcıları istekli mi yoksa isteksiz mi tutum sergilemiştir? Bu çalışmada söylem analizine tabi tutulan karar alıcıların konuşma metinleri, video kayıtları, gazeteler ve resmi dışişleri bakanlığı siteleri incelenmiştir.

Türkiye-Rusya ilişkilerindeki güvensizliği konu alan bu çalışmanın birinci bölümünde kuramsal ve kavramsal çerçeveyi oluşturan uluslararası ilişkilerde güvenlik kavramına yer verilmiştir. İkinci bölümde güvensizleştirme teorisi ele alınmıştır. Üçüncü bölümde söylem analizi hakkında bilgi verilmiştir. Söylem analizi aktörlerin söylemlerinde doğrudan dile getiremedikleri gizli mesajları açığa çıkartmak için kullanılan bir araştırma yöntemidir. Söylem analizine yardımcı olarak söylem ve algı kavramlarına da yer verilmiştir. Çünkü aktörlerin bir olayı algılaması, değerlendirmesi, yorumlaması ve bunu söylem ile aktarması farklılık göstermektedir. O nedenle kuramsal ve kavramsal çerçeve oluşturulurken kavramların birbirini tamamlayıcı olmasına dikkat edilmiştir. Dördüncü bölümde Türkiye ve Rusya ilişkilerinde güvensizliğe yol açan uçak düşürme hadisesinden günümüze kadar ki süreç içerisinde Türk-Rus karar alıcılarının söylemleri söylem analizi ile incelenmiştir. Bu bölümde söylem analizine tabi tutulan veriler kelime sıklıklarını

görmek açısından tablo haline getirilmiştir. Söylem analizinde önemli olan aktörlerin söylemlerinde açıkça ifade edilmeyen durumların/üstü örtülü anlamların açığa çıkarılmasıdır. Güvenlikleştirmede ise önemli olan bir durumun sık sık söz edim yolu ile dile getirilerek o durumun bir sorun/tehdit içerdiğini karşı tarafa aktararak ikna etmektir. Bu bölümde de Türk ve Rus karar alıcılarının uçak krizi sonrası sıklıkla dile getirdikleri durumların fikir ayrılığı yaşadıkları konular olduğu gözlemlenmiştir. İki tarafın karar alıcılarının fikir ayrılığı yaşadıkları konuların bir güvensizlik olarak görülmesi ve bu konuları sıklıkla dile getirmeleri güvenlikleştirme eylemine dönüşmüştür. Bu bölümde de Türk ve Rus karar alıcılar açısından fikir ayrılığı olan konuların güvenlikleştirilmesi ve söylem analizi bağlamında güvensizliği nasıl etkilediği irdelenmiştir. Sonuç bölümünde ise Türkiye-Rusya ilişkilerindeki güvenlik sorunsalı bağlamında incelenen iki devlet arasındaki güvensizlikle ilgili bulgular yer almaktadır. Bu bölümde çalışmanın konusu dahilinde hazırlanan araştırma sorularına da cevaplar verilmeye çalışılmıştır.

1. ULUSLARARASI İLİŞKİLERDE GÜVENLİK

Son zamanlarda akademik araştırmalarda popüler bir konu haline gelen güvenlik kavramı İngilizcede kullanılan security kelimesinden gelmektedir. Daha çok endişenin, korkunun ve tehlikenin olmadığı durumları anlatmak için kullanılan güvenlik kavramı uluslararası alanda kişi, toplum, örgüt veya devlet/devletlere yapılan ya da yapılma ihtimali olan her türlü saldırı durumlarına yönelik alınan tedbirleri ve yapılan savunmaları ifade etmek için kullanılmaktadır. Uluslararası alanda devletler nezdinde güvenlik kavramı farklı olarak algılandığından dolayı güvenlik kavramının net bir tanımı bulunmamaktadır. Çünkü her devletin sınırlarının, tarihinin, kültürünün, ekonomisinin ve bulunduğu coğrafyasının farklı olması devletler için tehdit algısının farklı olmasına ve bununla beraber güvenlik algısının da farklı olmasına da sebep olmaktadır.

Güvenlik kavramının tarihi süreç içerisinde kesin bir tanımının yapılamamasında güvenlik kavramının odak noktasındaki öznenin değişiklik göstermesi de önemli bir neden olmuştur. Bu değişikliğin kaynağı ise her dönem kimin veya neyin güvenliğinin sağlanması gerektiği konusunda değişiklik olması ile ilgilidir. Örneğin güvenliği sağlanması gereken öznenin devlet olduğu dönemlerde devletin sınırlarının, siyasi yapısının ve kurumlarının yapısının bozulmasına yönelik her türlü tehdit güvenlik sorunu olarak algılanırken güvenliğin odağında bireyin olduğu liberal ortamda bireysel özgürlüklere yönelik her türlü tehdit güvenlik sorunu olarak algılanmıştır (Birdişi, 2011; 152). Ken Booth'a göre devletler güvenliği sağlayan bir araç görevi görmektedir. Çünkü eğer bir devlet güvenliğin odak noktası haline getirilirse amaç ve araç arasında bir karmaşa meydana gelecektir (Booth, 1991; 320). Arnold Wolfers güvenlik kavramını devletlerin daha önceden elde edilen değerlerinin eldeki imkanlar dahilinde korunması olarak tanımlamıştır (Wolfers, 1952; 484).

Soğuk Savaş dönemine kadar askeri sektör güvenliğin sağlanmasında önemli bir alan olarak görülmekteydi. Ancak Soğuk Savaş sonrası dönemde askeri alanın yanı sıra ekonomi, siyaset, kültür, insan hakları ve sosyal çevre gibi farklı alanların önem kazanmasıyla birlikte güvenliğin sağlanması gereken konularda meydana gelen değişikliklerle beraber güvenlik kavramının da yeniden tanımlanma ihtiyacı ortaya çıkmıştır (Buzan, 1983; 214-242). Böylece güvenlik kavramı öngörülebilir tehdit algısından uzaklaşarak bir değişim/dönüşüm evresi geçirerek askeri saldırılar karşısında ülke topraklarının savunulmasından çıkarak anlamsal olarak genişleme yaşamıştır. Siyasi, göç, kültür, sosyal hayat, kaçakçılık, terör, nükleer faaliyetler ve doğa gibi insan hayatını etkileyecek birçok alan güvenlik kavramının tanımında yer almaya başlamış ve uluslararası

güvenliğin öngörülebilir olmasını da zorlaştırmıştır. Bu öngörülemez tehdit algısı önceki dönemler gibi sadece bir devleti değil birçok devleti hatta tüm uluslararası toplumun güvenliğini etkileyecek boyuta ulaşmıştır (Büyükanıt, 2007: 10-19).

Soğuk Savaş'ın bitmesi güvenlik algısındaki değişimin önemli gelişmeler yaşamasında etkili olan bir dönüm noktası olmuştur diyebiliriz. Çünkü Soğuk Savaş'ın bitimi uluslararası alanda iki kutuplu sisteminde son bulmasına ve ABD'nin hegemon güç olarak yükselmesine yol açan bir galibiyeti beraberinde getirmiştir. Bu dönem güvenlik alanında yaşanan bir diğer önemli gelişme de Varşova Paketi'nin son bulması ile birlikte NATO'nun da artık sonlandırılacak mı yoksa varlığına başka şekilde mi devam ettireceği düşüncesi olmuştur. Uluslararası güvenliğin sağlanmasında önemli bir rolü olan NATO'ya dair bu düşünceler devam ederken terör sorununun ortaya çıkması ve küresel boyutta etkili olması hem NATO'nun varlığının devam etmesi gerektiğini hem de topyekün tüm devletleri kapsayan bir sorunun ortaya çıktığını göstermiştir. Özellikle 11 Eylül saldırılarının terör faaliyetleri sonucu olması uluslararası güvenliği tehdit eden ve önceden öngörülemez bir sorunun ciddiyetini ortaya sermekteydi. Kısacası uluslararası ilişkiler alanında son dönemlerde analizlerde sıkça kullanılan güvenlik kavramı Soğuk Savaş döneminden sonra anlam genişlemesine girerek bir değişim geçirmiştir. Daha öncesinde uluslararası güvenlik alanında tehdidin ilk kaynağı olarak görülen askeri sektör Soğuk Savaş bitimiyle birlikte çok boyutlu bir hal almıştır. Kaçakçılık, insan hakları, göç, çevresel faktörler ve terör gibi pek çok konu artık güvenliği tehdit eden sorunlar haline gelmiştir. Özellikle karar alıcılar tarafından sürekli söylemlerinde yer alan bu kavramlar güvenlikleştirme teorisini başlatmıştır.

2. GENEL OLARAK GÜVENLİKLEŞTİRME TEORİSİ

Buzan güvenlik kavramının çok açık olmadığını, güvenliğin uluslararası alandaki aktörlerin kendilerini güvene almaktan ibaret olduğunu, bu durumda onları diğer aktörlerle karşılıklı bağımlılığa yönelttiğini ve o nedenle aktörlerin güvenliğe bakışlarının da ulusal güvenlikle sınırlı olduğundan bahsetmiştir (Buzan, 1983; 1). Buzan ulusal güvenlik kavramını genel olarak sosyal ve siyasal seferberliği başlatmak için gerekli yetkileri elinde bulundurmak olarak tanımlamaktadır (Buzan, 1984; 6-7). Ona göre güvenlik devletler açısından devletlerin tehditten uzak durabilmesini ve bağımsızlıklarını koruyabilmesini ifade etmektedir. Güvenlik kavramının muğlaklığını dile getiren Waeber ise güvenlikten bahsederken hem bir tehdidin var olması hem de bu tehdide yönelik önlemlerin alınması gerektiğinden bahsetmektedir. Ona göre güvenlik kendiliğinden var olmaz, o nedenle güvenlik kavramının özünde ne anlatmak istediğinin anlaşılması ile daha sağlıklı analizler yapılabilecektir (Sula, 2021; 91). Güvenlik kavramı üzerine araştırmalar yapan Kopenhag Okulu ise güvenliğin askeri güvenlik anlayışından ibaret olmaması gerektiğini ifade etmiştir. Çünkü güvenliğin merkezinde bireyleri ve toplumları tehdit eden herhangi bir sorun güvenlik sorunu olarak dile getirilmemelidir (Açıkmeşe, 2011; 66).

Güvenlik kavramı tanımı konusundaki muğlaklığını korurken Soğuk Savaş sonrası ile birlikte anlamsal olarak bir genişleme ve derinleşme evresine girmiştir. Böylece sadece ulusal güvenlik değil bölgesel sorunlarda uluslararası ilişkilerin araştırma konusu haline gelmiştir (Bilgin, Booth, Jones, 1998; 131-157). Çünkü artık göç, çevre, insan hakları, terör ve kaçakçılık gibi önceden öngörülemeyen yeni tehdit türlerinin ortaya çıkması ulusal, bölgesel ve küresel boyutta yeni güvenlik sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Güvenlik kavramı üzerine araştırmalar yapan Kopenhag Okulu, her konunun güvenlik sorunu teşkil etmediğini bazı güvenlik sorunların söz

edimlerinden ibaret olduğunu ortaya koymuştur. Bir başka ifadeyle Kopenhag Okulu, güvenliğin karar alıcıların söz edimleri ile güvenlikleştirildiğinden bahsetmektedir. Güvenlikleştirme, herhangi bir konunun söz edim yoluyla güvenlik tehdidi olarak algılanabileceği anlamına gelmektedir.

Güvenlikleştirme kavramı ilk olarak Kopenhag Okulu yazarlarından birisi olan Ole Waever tarafından 1995 yılında yayınlanan “Securitization and Desecuritization”da adlı bir makalede kullanılmıştır. Buna göre çok basit bir konu sözel ifadelerin sıklığına bağlı olarak güvenlikleştirme yoluyla güvenlik sorunu haline getirilebilmektedir. Güvenlikleştirme kavramını daha sonra Kopenhag yazarları olan Barry Buzan, Ole Waever ve Jaap de Wilde’nin 1998 yılında yayınladıkları *Security: A New Framework for Analysis* adlı eserlerinde detaylı olarak bahsetmişlerdir (Buzan, Waever, de Wilde, 1998; 30). Bu eserde güvenlikleştirmenin öznel arası bir durum olduğu ve basit konuların dahi söz eylem yoluyla güvenlik sorununa dönüşebileceğinden bahsedilmektedir (Buzan, Waever, de Wilde, 1998; 30). 1998 yılında Buzan, Waever ve de Wilde tarafından yayınlanan eserde güvenlikleştirme teorisinden herhangi bir konunun politika üstü bir sorun haline getirilmesi olarak bahsedilmektedir (Buzan, Waever, de Wilde, 1998; 23). Buzan, güvenlikleştirme teorisini üç aşamada ele almıştır. Birincisi sıradan bir konunun olması ve politize edilmemiş olmasıdır. Başka bir deyişle devletin gündeminde olmayan ve herhangi bir tartışma gerektirmeyen bir konudan bahsetmektedir. İkincisi, sıradan olan ilgili konunun karar alıcının söylemleri ile politik bir konu haline getirilmesidir. Başka bir deyişle, devlet karar alıcısının ilgili konuyu kamusal sorun olarak gösterip o konuya dair belirli bir kaynak ayrılmasıdır. Üçüncüsü ise ilgili konunun güvenlikleştirilmesi adımına geçilmesidir. Bu son aşamada ilgili konu ulusal bir güvenlik sorunu haline almaktadır ve sorunun çözümü olağanüstü tedbirleri de beraberinde getirmektedir (Buzan, Waever, de Wilde, 1998; 23-24). Bu üç aşamadan geçen ilgili konu kamusal gündemde olan diğer konuları geri planda bırakarak hem öncelikli hale getirilir hem de güvenlikleştirme eylemi gerçekleştirilmiş olur (Baysal, Lüleci, 2011; 76). Böylece güvenlikleştirme teorisine tabi tutulan ilgili konu dinleyici kitleye acil çözülmesi gereken güvenlik sorununun olduğu şeklinde aktarılarak tedbirlerin alınması işlemi için gereken ortam sağlanmış olur (O’Reilly, 2008; 69).

Güvenlikleştirme teorisinin uygulamadaki kısmını biraz daha açmak gerekirse herhangi bir konu güvenlikleştirici aktör tarafından halihazırdaki bir tehdit olarak siyasi gündeme taşımaktadır. Güvenlikleştirici aktör gerekli tedbirlerin alınması için durumun aciliyet gerektirdiği konusunda ikna kabiliyetini kullanmaktadır. Önce siyaset yetkililerini ikna eden güvenlikleştirici aktör daha sonrasında ortada bir güvenlik sorunu olduğuna, bu tedbirlerin gerekliliğine ve uygulanması gerektiğine dair halkı yani dinleyici kitleyi ikna etmek durumundadır. Çünkü dinleyici kitlenin normal şartlarda kabul etmeyeceği bu olağanüstü tedbirlerin kabul edilip uygulanması güvenlikleştirmenin ana unsurlarından birisidir.

Sonuç olarak Buzan ve arkadaşlarına göre güvenlikleştirme teorisinde önemli olan güvenlikleştirmenin kim olduğu, tehditlerin hangi konular olduğu, referans nesnelere kim için olduğu, nedeni, hangi şartlar altında ve nasıl sonuçlar doğurduğudur. O nedenle güvenlikleştirmenin tam olarak anlaşılması amaçlanmaktadır (Buzan, Waever, de Wilde, 1998; 32. Buzan, Waever, 2003; 71).

3. NİTEL ARAŞTIRMA YÖNTEMİ: SÖYLEM ANALİZİ

1960'ların sonunda Zelig H. Harris tarafından disiplinler arası bir yöntem olarak ortaya çıkan söylem analizi, söylem ve metinlerin arasında farklı yanların olduğunu ortaya koymak için kullanılmaktadır. Harris'in ilk olarak Dağılımsal Dilbilim adlı çalışmasında kullanılan söylem analizi böylece literatüre kazandırılan bir yöntem olmuştur (Günay,2013; 22). 1970'li yıllardan sonra yaygın olarak kullanılmaya başlayan söylem analizi, kelimelerin ne anlama geldiği ve nasıl yapılandırıldığı konusunda incelemelerde bulunmak için kullanılmıştır (Sözen, 2014; 31). Daha çok iletişim disiplininde kullanılan söylem çözümlemesi, yeni bir analiz yöntemi olarak sosyal bilimlere de alternatif bakış açısı sağlamaktadır. Söylem analizine göre içerisinde bulunduğumuz dünyayı daha iyi anlamının yolu kelimelerin derinlemesine incelenmesi gerekmektedir. Böylece sayısal verilere gerek olmadan kelimelerin kullanım yeri, şekli ve sıklığına bağlı olarak ne anlatılmak istendiği anlaşılabilir. Tüm bunların bir sonucu olarak da söylem analizi, beşeri ve sosyal bilimler içerisinde insan bilimi, halk bilimi, şiir bilimi, dil bilimi, metin ve konuşma kalıpları gibi işlev ve işlem gerektiren disiplinler arası bir çalışma yöntemi olarak kullanılmaktadır (Güllüoğlu, 2012; 226). Bu yöntem, kullanılan alanların çokluğuna bağlı olarak insanla ilgili olguları bütüncül bir yapıda incelemeye tabi tuttuğu için geleneksel yöntemlerin yanı sıra akademik çalışmalarda sıkça kullanılan yöntemlerden birisi olmuştur (Gür, 2013; 188). Çünkü söylem analizinde söylemler incelenirken aynı zamanda üstü kapalı olarak verilen kelimelerin anlamları ortaya çıkarılmaktadır. Bu incelemeler dahilinde yeni düşünceler geliştirilmek istenmektedir. Başka bir deyişle söylem analizi bir okuma/anlama yöntemine dayanmaktadır (Güllüoğlu, 2012; 226).

Söylem analizinin inceleme alanına bireyler, gruplar, toplumlar ve kurumlar girmektedir. Bunların sosyal ve kültürel hayatta dili kullanım şekilleri ve dile yükledikleri anlamlar ile dünyaları arasında nasıl bağ oluşturdukları incelenerek onların beklentileri, istekleri ve tercihleri ortaya çıkarılmak amaçlanmaktadır. İncelemeye tabi olan öznelere konuşmaları ve yazılı metinleri buldukları çevrenin, kuralların ve güç ilişkilerinin özelliklerini yansıtması bakımından önemlidir (Çelik, Ekşi, 2008; 115). Çünkü bu veri kaynakları ile incelenen öznenin hem dünya görüşü anlaşılabilir hem de öznenin dinleyici kitleyi etkileyerek onları istediği yönde değiştirebilme olasılığı artmaktadır. Çünkü dil aracılığı ile açıklamalarda bulunma ve yeni bir dünya görüşü ortaya atma gibi imkanlar bulunmaktadır.

3.1.Uluslararası İlişkilerde Söylem Kavramının Yeri

Söylem; söyleyiş ve söyleniş anlamlarına gelmektedir. Bir veya birkaç cümlenin bir araya gelerek oluşturduğu bildiri ve tez olarak da ifade edilmektedir (TDK, 2021). Etimolojik kökenine bakıldığında söylem kelimesinin Latince *discurre* kelimesinden geldiği görülmektedir. Bu kelime ise koşuşturma anlamına gelmektedir (Sözen, 2014; 13). Bu kelime için kullanılan bir diğer anlam *discursus*dir. Tanımında ise uzaklaşma, yayılma ve eritme olarak ifade edilmektedir. Söylem analizinin uluslararası alanda çıkışı post-modern ve post-yapısalcı akımlarının pozitivist geleneği eleştirmesinden sonra olmuştur. Bu iki paradigma söylemin önemini açıklarken gerçeklerin anlaşılmasında dilin yerini ve önemini belirtmişlerdir (Güllüoğlu, 2012; 227). Post-yapısalcı yaklaşımla incelemelerde bulunan araştırmacılar ancak dilin detaylı bir şekilde analiz edilmesi sonucu bireye, topluma veya bir devlete özgü olan özelliklerin anlaşılabilmesine dair fikir beyanında bulunmuşlardır (Özdemir, t.y. ; 337). Çünkü onlara göre dil, sosyal çevrenin bir göstergesidir (Davison, 2006).

Uluslararası ilişkilerde literatüre giren pek çok kavram gibi söylem kavramı da anlam genişlemesi yaşamıştır. Bu anlam genişlemesiyle birlikte söylem analizi yazılanların, söylenenlerin ve üstü kapalı bırakılan kelimelerin açıklığa kavuşturulması için kullanılmaktadır. Başka bir deyişle söylemlerde verilmek istenilen mesajın yanı sıra dilin içerisinde gizli kalan anlamları ortaya çıkarmak için söylem analizlerine başvurulmaktadır. O nedenle söylem, anlam genişlemesinde inceleme alanına anlamların stabil olması, değişme hızı ve yorumlanma düzeyi gibi alanlarını da dahil etmiştir (Karaduman, 2017; 35). Uluslararası ilişkiler alanında bir aktörün olayları güvenlik, güvensizlik ve tehdit olarak algılayıp bunu dinleyici kitleye iletmesi ve buradaki başarısı/başarısızlığı onların söylemine bakılarak anlaşılabilir. Özellikle devletler arası ilişkilerde ve dış politika kararlarının alınmasında ve uygulanmasında karar alıcıların söylemlerindeki gizli mesajların ne anlama geldiği söylem analizi yöntemi kullanılmaktadır.

Sonuç olarak söylemden bahsetmek gerekirse; söylem dünyayı şekillendirirken aynı zamanda dünyadan etkilenir. Yani söylen geçmişteki söylemlerden etkilenen ve gelecek söylemleri etkileyen bir ögedir (Arkonaç, 2017; 138). Söylemde amaç vardır. Söylemde bulunan bir aktör belli bir amaç doğrultusunda söylemlerde bulunarak hem o amacını olanaklı hale getirmeye çalışır hem de kendi ideolojisi dinleyenlere aktararak onları etkilemeye ve ikna etmeye çalışır (Arkonaç, 2017; 137). Bu doğrultuda bakılırsa söylem analizinde de bağlam ve söylem arasında bir ilişki vardır. Çünkü söylem bağlam/gerçeklik olmadan var olamaz ve bir bağlam olmadan anlaşılabilir (Çakır, Günday, 2017; 178). Söylem analizi bu ilişkiyi incelerken bağlam/gerçeklik ve söylem arasındaki ilişkide karşılıklı olarak birbirlerini nasıl şekillendirdiği ve hangi güç ilişkilerinin söylemin oluşmasında etkili olduğu, ne derece etkili olduğu gibi sorulara cevaplar ararken yardımcı olmaktadır (Sözen, 2014; 9-11).

3.2.Dış Politika Sürecinde Algı ve Yanlış Algılama

Basit bir tanımlamayla algı, bireylerin kendi çevrelerinde olan olaylara anlamlar yükleyerek onları anlamlandırma süreçleridir (Atılğan, 2018; 13). Bu süreci anlamamız ve anlamlandırmamızda kolaylık sağlayan ise beş duyu organımız aracılığı ile edindiğimiz bilgilerdir (O'Brien, 2004). Bir başka yapılan tanımlamaya göre algı, çevremizden aldığımız fiziksel sinyallerin zihinsel olarak yorumlanması şeklindedir (Atılğan, 2018; 14). TDK, algıyı bir şeyin bilincine varılması ve idrak edilmesi olarak tanımlamıştır (TDK, 2022). Sirkeş, algıdan duyular aracılığı ve zihinsel analizle ortaya çıkan karmaşık bir bilinç yapısı olarak bahsetmiştir. Tüm bunlardan hareketle genel olarak algı, dışarıdan gelen uyarıcıların zihin süzgecinden geçerek birey tarafından anlanması, yorumlanması ve anlamlandırılması şeklinde tanımlanabilmektedir. Algılama süreci birey için ayrı bir öneme sahip olmaktadır. Çünkü birey algıları sayesinde hem deneyimlerini yansıtmakta hem de gelecekteki amacını ortaya koyabilmektedir (Karabulut, 2014; 14).

Algı kavramına bakıldığı zaman psikoloji bilimi tarafından sıkça kullanıldığı ve üzerinde araştırmaların yapıldığı görülmektedir. Ancak yapılan araştırmaların çeşitlenmesi ve algı kavramında yaşanan gelişmeler neticesinde algı diğer sosyal bilimler tarafından da kullanılarak disiplinler arası çalışma alanına dönüşmüştür. Uluslararası ilişkiler alanında da algı kavramı aktör davranışlarının anlaşılmasında, anlamlandırılmasında ve yorumlanmasında kolaylık sağladığı için tercih edilmektedir. O nedenle uluslararası politika çerçevesinde yapılan aktörlerin algılarını konu alan çalışmalarda analiz düzeyi bireysel analiz düzeyinde olmaktadır (Korkmaz, 2018; 30). Çünkü uluslararası ortamda önemli olan konulardan birisi aktörlerin birbirlerinin davranışlarını ne şekilde

algıladıklarıdır. Algının uluslararası alanda önemini artıran bir diğer konu olarak karar alıcı ve dış politika arasında bir bağın olması denilebilir. Dış politika kararlarının alınma aşamasında karar alma sürecine katılanların bireysel düzeydeki algılamaları dış politikanın oluşmasında fikir birliği veya çatışması noktasında önemlidir. O nedenle karar alma sürecine dahil olan bireylerin algıları üzerinde bireysel analiz düzeyinde çalışma yapabilmesinde onların inanç, tutum, çevre, psikoloji ve değerleri konusunda da belli düzeyde veri elde etmek gerekmektedir (Tayfur, 2005; 30). Çünkü her aktörün algısını şekillendiren inançları, kültürü, eğitimi, psikolojisi değerleri ve içerisinde yaşadığı dünyadır. O nedenle karar alma sürecinde her karar alıcı kişi ya da kişilerin bireysel algı düzeylerinin farklı olması karar alma aşamasında bilginin kim tarafından, hangi şartlarda ve nasıl elde edildiği, doğruluğu ve güvenilirliği gibi konularda işbirliği ve çatışma gibi durumları sıkça gündeme getirebilmektedir (Efegil, 2012; 235).

Uluslararası ilişkiler alanına dair aktörlerin algı analizleri yapılırken dikkate alınması gereken diğer bir kavramda yanlış algılama kavramıdır. Bu kavram üzerinde daha çok Robert Jervis'in çalışmaları vardır. Jervis dış politika karar alma sürecine ilişkin olarak aktörlerin amaçlarının, çıkarlarının yanı sıra ülkenin sahip olduğu jeopolitik ve jeostratejik konum da bu kararları etkilediğini belirtmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken ise uluslararası politikada aktörlerin birbirlerinin aynı kaygıları taşıdıkları yönünde yanlış bir algıya sahip olabilecekleridir. O nedenle aktörlerin daha sağlıklı kararlar almaları ve ilişkiler kurmaları için niyet ve davranış okumalarını doğru bir şekilde gerçekleştirmeleri önemlidir (Jervis, 1976; 225). Jervis, yanlış algılama sonucu aktörler birbirleri ile olan ilişkilerinde anlaşmazlıkların çıkabileceği şeklinde yorumda bulunmuştur. Devletlerarası ilişkileri inceleyen uluslararası ilişkiler alanında algı ve yanlış algılama konuları aktör düzeyinde analizler için önemli analiz kavramlarıdır.

Aktörler arasındaki ilişkilerin daha iyi olabilmesi için algı ve gerçekliğin doğru kavranabilmesi gerekmektedir. Çünkü algı ve gerçeklik arasındaki bağın güçlü olması daha sağlam kararların alınmasını sağlamaktadır. Eğer yanlış algılama ile doğru sonuçlara ulaşılacak bilgilere ulaşılma ihtimali olsa da yanlış algılama sonucu olduğu için seçenekler arasında doğru tercihin seçilmesi mümkün olmayabilir. Nedeni ise yanlış algılamada bilginin belli bir kısmının bilindiği tam bilgiye sahip olunmadığı yönündeki görüşlerin olmasıdır (akt. Korkmaz, 2018; 31). Uluslararası ilişkiler literatüründe yer alan görüşlerde aktörlerin yanlış algılamalarında niyet ve kapasitenin yanlış anlaşılmasının payının büyük olduğu belirtilmektedir. Ancak aktörlere dair niyet ve kapasitenin yanlış algılanmasının tamamen yok olması mümkün görünmemektedir (Sönmezoğlu, 2014; 311).

Uluslararası ilişkiler alanında devletlerin algı ve gerçeklik bağını tam olarak kavrayamaması ise kaygı ve korkuya dönüşebilmekte ve yanlış algılarını tehdit olarak değerlendirebilme olasılıklarını artırabilmektedir. Burada devreye giren ise yanlış algılamanın yanında uluslararası ilişkilerde algı yönetiminin olmasıdır. Çünkü aktörler tarafından algı yönetimi bir strateji olarak kullanılabilir. Algı yönetimi ile aktörlerin birbirleri üzerinde ya da halkı üzerinde bir güvenlik sorunu oluşturması onlar için siyasi kazanımlar elde etmenin başka bir yoludur (Karabulut, 2014; 118).

Tüm bunlardan yola çıkarak son yılların popüler araştırma konusu haline gelen güvenlik kavramının algı, yanlış algılama ve algı yönetimi arasında da sıkı bir bağın olduğunu söyleyebiliriz. Güvenlik kavramının anlam genişlemesiyle beraber yeniden tanımlanması algının önemini

artırmıştır. Özellikle güvenlikleştirme teorisini kullanan Kopenhag Okulu yazarlarına göre güvenlik tehdidinin olup olmamasında algının önemli bir yeri vardır.

Güvenlikleştirme teorisi öznel bir güvenlik algısı olduğundan ve aktör söylemlerine dayandığından bahsetmektedir. Güvenlikleştirmenin eyleminin gerçekleştirilmesinde somut verilerin varlığı dikkate alınmaktadır. Karar alıcının bu durumu algılaması ve güvenlik tehdidi olarak yorumlaması sonucu siyasi sürece dahil ederek gerekli önlemlerin alınması için sık sık konuya söylemlerinde yer vermektedir. Karar alıcıların güvenlikleştirme ihtiyacı duydukları konular onlar için sorumluluk doğurduğu için sonuçlarına hazırlıklı olmaları gereken siyasi bir süreci başlatmaktadır (Miş, 2011; 354).

Sonuç olarak algı ve güvenlik arasında gerçekliklere dayanan bir bağlantı vardır. Bu bağlantının kurulmasını sağlayan ise karar alıcının algı ya da yanlış algılaması belirlemektedir. Çünkü karar alıcı inanç ve değerlerine bağlı olarak algılamaları sonucu bir konuyu tehdit olarak görüp güvenlik sorunu haline getirebilir ya da sorunlu olan bir konuyu güvenlik sorunu yokmuş gibi lanse ederek dinleyici kitle üzerinde algı yönetimi yapabilir.

4. TÜRK VE RUS KARAR ALICILARININ GÜVENSİZLİK SÖYLEMLERİ

Türkiye ve Rusya aynı coğrafya üzerinde varlıklarını sürdüren ve köklü bir geçmişe sahip iki devlettir. Bu tarihsel süreç içerisinde Türkiye ve Rusya rekabet ve işbirliği konularında sürekli olarak dalgalanmalar yaşamıştır. Tarihi süreç içerisinde çoğunlukla rekabet halinde bulunan Türkiye ve Rusya, Soğuk Savaş'ın bitimi ile birlikte yeni bir döneme girmiştir. Sovyetler Birliği'nin dağılıp yerine kurulan Rusya Federasyonu ile Türkiye-Rusya ilişkileri işbirliği ilişkileri çerçevesinde gelişmeye başlamıştır. 2000'li yıllarla birlikte altın çağını yaşayan bu işbirliği süreci 2010 yılı itibariyle yaşanan bölgesel gelişmelerin etkisiyle sekteye uğramaya başlamıştır. İşbirliği alanından rekabet alanına dönüşen Türkiye-Rusya ilişkileri 2015 yılında yaşanan uçak krizi olayı ile bir güvenlik sorununa dönüşmüştür. Güvensizlik süreci olarak ifade edebilecek bu süreç ve sonrası iki tarafa ait karar alıcıların hem ikili hem de bölgesel ilişkilerini etkilemiştir. Çünkü karar alıcılar tehdit olarak gördükleri fikir ayrılığı olan konuları söylemlerinde sıkça dile getirerek güvenlikleştirme eyleminde bulunmaktadırlar. Uçak krizinden günümüze kadar pek çok dalgalanmalar yaşayan karşılıklı ilişkilerde güvenlik ve güvensizlik durumları tarafların fikir birliği ve fikir ayrılığı yaşadıkları konulara göre şekillenmiştir. Bu çalışmada Türkiye ve Rusya ilişkileri uçak krizinden günümüze kadar geçen süreyi kapsayacak şekilde güvensizlik durumları güvenlikleştirme eylemi çerçevesinde söylem analizine tabi tutulmuştur.

Tarihsel olarak aynı coğrafyada yer almaları ve bölgedeki güçlü devletler olmaları nedeniyle Türkiye ve Rusya ilişkilerinde sıklıkla kıyaslamalar yapılmaktadır. Bu kıyaslamalar hem iki tarafı yakınlaştırıp işbirliğine götürürken hem de uzaklaştırıp rekabete sürüklemiştir. Bu rekabet ve işbirliği ortamında geçen zaman içerisinde özellikle Soğuk Savaş sonrası dönemde tarafların işbirliği alanları artmaya başlamıştır. 2000 yılı itibariyle işbirliği bağlamında güvenlik ortamının zirve yapması ilişkilerde altın çağı yaşadığı yönündeki düşünceleri güçlendirmiştir. Ancak her güzel şeyin son bulması gibi iki devlet arasındaki sıkı işbirliği 2010 yılında bölgesel sorun olarak taraflara yansıyan Arap Baharı'nın Suriye'ye etkisi nedeniyle bozulmaya başlamıştır. Rusya'nın bölge üzerindeki ulusal çıkarlarının Türkiye'nin güvenlik anlayışı ile ters düşmesi iki devleti dolaylı bir savaşın içerisine sokmuştur. Bu savaş durumu iki devlet için güvensizliği beraberinde

getirmiştir. Git-gel içerisinde süren bu ilişki ağı güvensizlik ortamında işbirliğinden rekabete doğru yol alırken 2015 yılında yaşanan uçak krizi vakası ile birlikte daha da körüklenmiştir.

Uçak krizi ile başlayan Türkiye ve Rusya arasındaki bu güvensizlik ortamı tarafların karar alıcıları tarafından sıklıkla dile getirilerek söylemlerine yansımıştır. Uçak krizinden günümüze kadar geçen zaman dilimi içerisinde hem ikili hem de bölgesel ilişkilerin söylemlerinde yer alması güvensizlik/güvenlik durumlarını etkileyen önemli konu olmuştur. Bu çalışmada tarafların birbirlerine dair ilişkileri güvenlikleştirme teorisi kapsamında değerlendirilirken tarafların fikir uzlaşısı sağladıkları konular güvenlik, fikir ayrılığı yaşadıkları konular güvensizlik olarak yorumlanmıştır. Bu çalışmada taraflara ait karar alıcılar olarak; Türkiye’den Erdoğan, Çavuşoğlu ve Davutoğlu’na, Rusya tarafından Putin ve Lavrov’a ait konuşma metinleri veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Söylem analizine tabi tutulan bu metinlerde taraflara ait ortak görüş ve fikir ayrılığı olan konular tespit edilerek 2015’ten 2022’ye kadarki süreci kapsayacak şekilde kelime olarak sayılmıştır. Elde edilen bu verilerin ise yıllara göre değişimin anlaşılmasının kolaylaştırılması açısından tablo haline getirilmiştir.

Tablo 1: Türkiye Karar Alıcılarına Ait Güvensizlik Söylemi

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Esed rejimi	12	6	1	1	1	4		
Terör destekçiliği	12	6	4				3	
Silah yardımı			1					
Enerji	6							
Ticaret	4						1	
Turizm	7							
Güvensizlik	23	3	2		5	5	9	1

Türkiye karar alıcılarının Rusya için kullandığı güvensizlik anlamı içeren konuların Türk karar alıcılarının söylemlerine yansımış şekli kelime sıklığı bakımından tablo 1’de gösterilmektedir. Bu tablonun elde edilmesinde kullanılan veriler Türk ve Rus taraflarına ait gazete, internet haberleri, video kayıtları ve tarafların dışişleri bakanlıklarına ait resmi internet sitelerinden alınmıştır. Bu tabloda yer alan kelimeler her iki tarafa ait karar alıcılarının söylemlerinde sıklıkla kullanarak bir güvenlikleştirme konusu haline getirilmiş ve tarafların görüş farklılığı olan konular olarak değerlendirilmiştir. Bu verilerden yola çıkarak 2015 yılında meydana gelen uçak krizinden itibaren Türkiye’nin güvensizlik söyleminin en fazla olduğu yıl 2015 yılının olduğunu söyleyebiliriz. Uçak krizi hadisesiyle başlayan güvenlik sorununda Türk karar alıcılarının söylemlerine nasıl yansıdığına bakılarak Türkiye’nin Rusya’ya karşı güvensizlik duyduğunu fakat bu durumun ikili ve bölgesel ilişkileri koparacak kadar ciddi boyutta olmadığı değerlendirmesini yapabiliriz. İncelenen kaynaklara göre tablolara ait verilerde Türkiye açısından güvensizlik oluşturan konulardan birincisi Rusya’nın Türkiye’ye güvensizlik içeren sözleri, ikincisi ise Esed rejimine Rusya’nın destek vermesi olmuştur. Rusya’nın Suriye konusunda geçmişten gelen ulusal çıkarlarının olması onu Suriye rejimine yakınlaştıran nedenlerden birisidir. Rusya, Doğu Akdeniz’de olan açılımını korumak, ekonomik gelir elde etmek ve Batılıları dengelemek için Suriye ile olan işbirliğini korumaya özen gösterdi (İpek, Güler, 2021; 82). Bu korumaya yönelik girişim de onu Esed rejimine yakın hale getirirken Türkiye ile arasının açılmasına neden oldu. Çünkü kendi çıkarlarını korumak ve bölgede olaylara yön vererek güçlü bir devlet olduğunu göstermek istemektedir (Özarlan, İpek, 2022; 18). Bu doğrultuda hareket eden Rusya, 2015 yılında

Suriye'deki krizin derinleşmesiyle birlikte Esed rejimine verdiği destek sayesinde hem oradaki müttefikliğini sağlamlaştırmış hem de Tartus ve Lazkiye'de üs kurmayı başarmıştır. Bu kapsamda Rusya'nın askeri olarak Suriye'de yer alması ve orada belli operasyonlar düzenlemesi Türkiye ile uçak düşürme olayının yaşanmasına neden oldu. Bu uçak krizi, iki ülke açısından bölgesel ve ikili ilişkiler üzerinde duraksamaya neden olmuştur Rusya'nın Türkiye'ye karşı sert söylemleri ve asılsız suçlamalarda bulunması iki ülke arasındaki güvensizliği derinleştirirken fikir ayrılığı yaşanan konuların sık sık konuşmalara yansması bir güvenlikleştirme eylemine dönüşmüştür. Türkiye, uçak krizi sonrası konuşmalarına bakıldığında Rusya'nın Esed rejimine verdiği destekten duyulan rahatsızlığı dile getirdiği görülmektedir. Bunların yanında Rusya'dan gelen asılsız suçlamalara karşılık Türkiye'de karşılık vererek Rusya'nın terör destekçisi olduğunu ve silah yardımıyla bulunduğunu sık sık ifade ederek güvensizliği güvenlikleştirmiştir. İkili ilişkiler bağlamında ticaret, enerji ve turizme getirilen kısıtlamalar Türk-Rus ilişkilerindeki güvensizliklerde önemli role sahip olmuşlardır. Türk karar alıcılar da bu durumdan duydukları rahatsızlıkları da sık sık dile getirirken alternatiflerden bahsederek Rusya'ya bağlı olmadıklarını göstermek istemişlerdir. Tüm bunlar karşın ilişkilerin zarar görmesi yine de Türkiye'nin ekonomisi için zor bir dönem olmuştur. Türkiye karar alıcılarının uçak krizi sonrası Rusya'nın sert çıkışlarına karşılık söylemleri olmuş olsa da yine de olayın tırmandırılmasını istemedikleri hatta Rusya için hala dost ve stratejik ortak söylemlerinde buldukları görülmektedir.

Tablo 1'deki verilere göre 2016 yılı ile başlayan Türkiye-Rusya ilişkilerindeki normalleşme süreci güvensizlik söylemlerinin azalmasını da sağlamıştır. Taraf devletlerin karar alıcıları normalleşme ile birlikte hem telefon hem de yüz yüze olarak pek çok görüşmeler gerçekleştirerek ortaklık ilişkilerini tekrardan eskiye döndürmeye başlamışlardır. Ancak ikili ilişkilerde sağlanan güven ve eskiye dönme arzusu bölgesel ilişkilerde istenildiği gibi olmamıştır. Rusya, Esed rejimine verdiği desteği bu süreçte de devam ettirmiş ve Türkiye ile bu konuda bir fikir birliği sağlayamamıştır. Türkiye, Esed rejimini kendisi için bir tehdit olarak algılamakta Rusya'nın onu desteklemesi iki devleti dolaylı olarak karşı karşıya getirerek bir savaşın içerisine sürüklemiştir. Bu dönemde bölgesel krizin ve terörün durdurulması yönünde önemli askeri operasyonlara girişen Türkiye, Rusya tarafından engellenmek de istenmiştir. Ayrıca güvensizliğe dair söylemlerin varlığı ve Rusya'nın ilişkilerin onarılmasında yavaş davranması da güvensizlik durumunun halen devam etmekte olduğuna işaret eden önemli göstergelerdir.

2017 ve 2018 yıllarında Suriye'deki soruna ve mültecilere çözüm için bir araya gelen Türkiye, Rusya ve İran üçlü toplantılar gerçekleştirerek işbirliği içerisinde olmaya başladılar. Ancak Rusya'nın terör gruplarını engelleme noktasında verdiği sözü yerine getirmemesi Türkiye açısından bir hayal kırıklığı olmuştur. Bu dönemde Türkiye, sınır ve bölgesel güvenlik açısından başlattığı çeşitli askeri operasyonlarda Rusya'nın engeli ile de karşılaşmıştır. Yine de sorunların çözülmesi açısından iki devlet 2018 ve 2019 yıllarında düzenlenen Astana ve Soçi görüşmelerinde bulunmuşlardır. Bu görüşmelerde gerilimi azaltma bölgeleri oluşturulmasına karar veren anlaşmaların imzalanması Türkiye ve Rusya'nın ortak hareket etmesi ve güvensizliğin azalması bakımından bir işaret olmuştur. Ancak 2020 yılında ise bölgesel konulardan birisi olan Suriye konusu nedeniyle güvensizlik meselesi tekrar hissedilmiştir. Astana sürecinin garantör devletlerinin imzaladığı ateşkeslere aykırı davranılarak Rusya'nın destekte bulunduğu Esed rejiminin hava güçleri Türk askerlerinin olduğu yerleri ve gözlem noktalarını hedef almaları Türkiye-Rusya

arasındaki bölgesel sorunlara yönelik fikir ayrılıklarını ve beraberinde güvensizliği devam ettiren unsurlardır.

Tablo 2: Rusya Karar Alıcılarına Ait Güvensizlik Söylemi

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Esed rejimi	11	7	1	1	2			
Terör destekçiliği	9	4	3				1	
NATO	6							
Enerji	5							
Ticaret	3							
Turizm	5	2						
Güvensizlik	27	5	1	1	1	2	7	

Rusya açısından Türkiye'ye karşı güvensizlik söylemini üst seviyeye çıkaran hadise 24 Kasım 2015 tarihinde gerçekleşen uçak krizi olayıdır. Aslında bu güvensizlik söylemi daha öncesinde Suriye'de yaşanan Arap Baharı etkilerine dayansa da zirve noktası Rusya'ya ait uçağın Türkiye tarafından düşürülmesidir. Tablo 2'ye ait verilerin elde edilmesinde Türkiye ve Rusya'ya ait gazeteler, internet haberleri, Rusya ve Türkiye dışişleri bakanlıkları resmi internet siteleri ve video kayıtları kullanılmıştır.

Rusya'nın Türkiye'ye karşı güvensizlik söylemi 2010 yılına dayanmaktadır Rusya'nın Ortadoğu'da ulaşmak istediği çıkarlar onu Türkiye ile ters düşürmüştür. Yine de aralarındaki ilişkiyi koparmayan bu iki devlet aralarındaki güvensizliğe rağmen işbirliklerine devam etmişlerdir. Fakat uçak krizi hadisesinin yaşanmış olması Türkiye-Rusya arasında oluşmaya başlamış güvensizliği bir anda üst seviyeye çıkarmıştır. Olay sonrası Türkiye'nin ilk olarak NATO'ya olayı izah etmesi Rusya için büyük bir hayal kırıklığı oluştururken güvensizlik sorununun derinleşmesine de neden olmuştur. Sonrasında yaşanan gelişmelerde Rusya karar alıcıları Türkiye'ye ekonomik ambargolar uygulamış ve vatandaşlarının Türkiye'ye gitmemeleri yönünde uyarılarda bulunmuşlardır. Putin'in her söyleminde "*sırtımızdan bıçaklandık*" şeklindeki söylemini sıklıkla dile getirmesi ise olayın ciddiyetini gözler önüne sermektedir. Uçak krizinden normalleşme sürecine kadar geçen zaman diliminde Rusya karar alıcıları Türkiye'nin kasten kendi uçaklarını düşürdükleri yönünde düşüncelerini sık sık dile getirmişlerdir. İkili ve bölgesel ilişkilerde ciddi ayrılıkların yaşanması ve sürekli ifade edilmesi bu güvensizliği güvenlikleştirmeye dönüştürerek bir tehdidin olduğuna dair vatandaşlara bildirilmiştir. Özellikle Türkiye ekonomisi açısından önemli gelir kaynağı olan Rus turistlerin Rusya karar alıcıları tarafından engellenmek istenmesi güvensizliği artıran bir nedendir. Çünkü Türkiye'nin güvenli olmadığı yönünde ve tatile gitmeyin yönündeki çağrılarını sık sık dile getirmeleri orada bir sorun yokken var olarak gösterilerek güvenlikleştirilmiştir.

Olay sonrası yapılan söylemlere ve tarafların birbirlerine karşı olan tavırlarına bakıldığında Rusya'nın güvensizlik noktasında sert, Türkiye'nin ise ılımlı yaklaştığını incelenen veriler dahilinde söyleyebiliriz. Çünkü Türkiye, her fırsatta ulusal güvenliği için daha öncesinde alınmış angajman kurallarını uyguladığı yönünde dile getirdiği söylemleri Türkiye'nin ortada bir sorun olmadığını ve olayı tırmandırmak istemediklerini göstermektedir. Rusya uçak krizi sonrası uzun bir süre Türkiye'ye karşı tavır almış olsa da ilerleyen süreçte hem ikili ilişkiler hem de bölgesel ilişkiler

iyileştirilmeye çalışılmıştır. Rus karar alıcıları Türkiye ile ikili ilişkilerin düzeltilmesi konusunda söylemlerinde ılımlı ifadeler kullanmışlardır. Fakat eskiye dönülmesinde ve aralarındaki güvensizliğin hemen sonlandırılması noktasında aceleci davranmamışlardır. Örneğin ikili ilişkilere getirilen kısıtlamaların hepsi bir anda değil sürece yayılarak kaldırılmaya başlanmıştır ki, bu da Rusya'nın hala bir güvensizlik içerisinde olduğunu göstermektedir. Bölgesel ilişkiler üzerinde de normalleşme sürecinde gerçekleştirilen görüşmelerde farklı fikirde oldukları konular devam etmekteydi. Bu da bölgesel sorunların çözümünün gecikmesini ve dolayısıyla iki ülke arasındaki güvensizliği devam ettirmektedir. Uçak krizinden sonra gelen normalleşme sürecinde güvensizlik söylemleri Esed rejimi ve güvensizlik ifade eden söylemlerden kaynaklanmaktadır. Çünkü Suriye üzerinde Rusya'nın ulusal çıkarlarının olması onu Türkiye ile farklı fikirde olmaya iterek güvensizlik meselesi haline getirmiştir. Türkiye-Rusya ilişkilerinde ilerleyen yıllarda Esed rejiminden kaynaklı güvensizlikler devam etmiştir. Soçi ve Astana sürecinin başlamasında ve buradan çıkan kararlarla güvenli bölge oluşturulmasında Esed'inde yer alması gerektiği konusunda Rusya'nın ısrarı Türk-Rus güvensizliğinin devam etmesine neden oluyordu. Rusya, bölgesel sorunlarda terör gruplarının belirlenen bölgeden çıkarılması konusunda verdiği sözü tutmayarak bir güvensizlik örneği göstermiştir. Ayrıca Esed rejiminin güçlenmesi bağlamında Rusya'nın Türkiye'nin gerçekleştirdiği askeri operasyonlara karşı Esed'i desteklemesi ve bu rejimin Türk askerlerini hedef alması Türk-Rus güvensizliği tetiklemiştir. Türk karar alıcıları bu durumdan duydukları rahatsızlığı söylemlerinde ifade etmişlerdir.

Tablo 1 ve tablo 2'ye ait veriler karşılaştırıldığında incelenen kaynaklar ışığında Rusya'nın güvensizliğe dair söylemlerinin Türkiye'nin söylemlerine göre fazla olduğu görülmektedir. Rusya, bu güvensizliğin oluşmasında Türkiye'nin payını göstererek Türkiye'nin yaptığı söylemlerde samimi olmaması, uçağın kasten düşürülmesi ve NATO'ya ilk olarak başvurulması olduğunu söylemlerinde ifade etmişlerdir. İkili ilişkiler bağlamında enerji, ticaret ve turizm gibi konuların Rusya tarafından sekteye uğratılması ise Türkiye için bir güvensizlik oluşturarak söylemlerine sıkça yansımış fakat Rusya'nın kısıtlama getirmesinden dolayı sıkça dile getirilmemiştir. Türkiye ve Rusya için fikir ayrılığı olan diğer bir konuda yaşanan güvensizlik ise terör gruplarının desteklenmesi yönünde karşılıklı suçlamalar yapılarak karşımıza çıkmaktadır. Bu suçlamaların bir nedeni olarak iki taraf içinde terör grubu olarak görülen kesimin farklı anlamlar içermesinden kaynaklı olduğudur. Türkiye açısından Esed rejimi ve IŞİD terör grubu olarak görülmekte iken Rusya açısından muhalif gruplar terör grubu olarak algılanmaktadır. Türkiye ve Rusya için güvensizlik konusunda büyük bir paya sahip olan Esed rejimine verilen desteğin Rusya tarafından sürdürülmekte olmasıdır.

İki devletin güvensizlik söylemi karşılaştırıldığında ise Rusya'nın daha fazla güvensizlik söyleminde bulunduğu görülmektedir. Rusya karar alıcıları Türkiye'ye yönelik açıklamalarında suçlayıcı ve sert ifadelerde bulunarak güvensizliği derinleştiren bir yanı olduğu görülmektedir. Türkiye karar alıcıları ise uçak krizinden itibaren başlayan süreçte Rusya'ya dair yapılan açıklamalarda genel olarak daha ılımlı olduğu, olayların bir an önce tatlıya bağlanması ve güvensizliğin son bulması gerektiği yönünde söylemlerde bulunmuşlardır. Fakat her iki tarafta söylemlerinde fikir ayrılığı yaşadıkları konuları sıklıkla söylemlerinde dile getirerek bir güvenleştirme eyleminde bulunmuşlardır.

SONUÇ

Türkiye ve Rusya ilişkileri tarihsel süreç içerisinde rekabet ve işbirliğine dayalı olarak süregelmiştir. Soğuk Savaş'ın bitmesiyle beraber yeni kurulan Rusya Federasyonu'nun Türkiye ile ilişkilerini düzeltmeye çalışması, ortaklıkların stratejik düzeye çıkarılmasında önemli bir adım olmuştur. 2000'li yıllarda ise bu ortaklık iki devletin benzer politikalarla hareket etmeleriyle daha da pekişmiştir. Çok kutuplu sisteme geçildikten sonra yeni tehdit türlerinin ortaya çıkması ve dolayısıyla bölgesel güvenliğin daha da önem kazanması ile birlikte hem ikili hem de bölgesel ilişkiler Türkiye ve Rusya açısından önem kazanmıştır. Karşılıklı güven içerisinde geçen bu işbirliği dönemi iki devlet açısından bölgesel sorun olan Suriye meselesiyle birlikte belirgin hale gelirken, 2015 yılında meydana gelen uçak krizi olayı ile doruk noktasına ulaşmıştır. Türkiye ve Rusya arasında yaşanan bu gerginlik süreci ile meydana gelen güvenlik sorunsalı karar alıcıların söylemlerinde sürekli yer bulmaya başlamıştır. İki ülke arasındaki hem ikili hem de bölgesel ilişkiler üzerindeki anlaşmazlıkların söylemlerde sıkça yer alması bir güvenikleştirme eylemine dönüşmüştür. Güvenikleştirme eyleminde karar alıcılar; sorunlu olarak gördükleri konu ya da konuları sürekli olarak söz edim yoluyla dile getirerek, ilgili konunun bir güvenlik problemi oluşturduğuna dair dinleyici kitleyi ikna ederek olağanüstü önlemler alınmasını sağlamışlardır. Örneğin Rusya, Esed rejimine destek verirken Türkiye askeri operasyonlar düzenlemiştir. Türk ve Rus karar alıcıları uzlaşamadıkları konularda karşılıklı suçlamalarla bir güvenikleştirme eyleminde bulunarak güvensizlik ortamı oluşturmuşlardır.

Türkiye ve Rusya arasındaki işbirliğini hem bölgesel hem de ikili ilişkilerde bir rekabete dönüştüren uçak krizi olayı ile birlikte iki devlet arasında derin bir güvenlik sorunsalı da meydana gelmiştir. Bu olay sonrası iki devlete ait karar alıcıları tarafından yapılan basın açıklamalarından da anlaşıldığı üzere Rusya bu güvenlik sorunsalını başlatan taraf olmuştur. Bu bağlamda, Rusya açısından güvenlik sorunsalına neden olan durumlar şu şekilde sıralanabilir: İlk olarak, olay sonrası Türkiye'nin NATO'ya başvurması; ikinci olarak, Rusya'nın Türk karar alıcıları tarafından yapılan açıklamaları yeterli ve samimi görmemesi ikili ilişkilere gölge düşürmüştür. Özellikle Putin'in sıkça "sırtımızdan bıçaklandık" şeklinde çevrilen ifadesi güvenlik sorununun ne kadar derin olduğunu göstermektedir. Üçüncü olarak, Türkiye'nin Rusya'ya karşı terör destekçisi yönündeki suçlamaları ve iki tarafın terör gruplarına farklı yaklaşımları bir diğer sorunlu durumu oluşturmaktadır. Dördüncü olarak, Rusya'nın ulusal çıkarları doğrultusunda hareket ederek Esed rejimine destek vermesi ve onlara silah satması bölgesel açıdan önemli bir sorun olarak görülmektedir. Son olarak Rusya'nın ikili ilişkilerde Türkiye'ye karşı getirmiş olduğu kısıtlamalar Rusya'nın güvensizlik oluşturmadaki sert tavrını göstermektedir.

Türkiye açısından güvenlik sorunsalına neden olan durumlar ise şu şekilde sıralanabilir: İlk olarak, uçak krizi sonrası Rusya'nın Türkiye'ye yönelik sert açıklamaları ve ekonomik ambargoları güvenlik sorununun aşılmasını zorlaştırmıştır. İkinci olarak, güvensizlik Suriye meselesinden kaynaklanmaktadır. İki tarafın da bölgeye dair farklı görüşlerinin olması onları bir güvensizliğe itmektedir. Bunların başında Esed rejiminin devamlılığı konusu vardır. Çünkü Türkiye Esed rejimine karşıyken, Rusya onu desteklemekte ve rejim güçlerine silah yardımıyla bulunmaktadır. Üçüncü olarak, bölgede farklı grupların desteklenmesi güvensizlik oluşturmaktadır. Suriye sahasında Türkiye muhalifleri desteklerken, Rusya rejim güçlerini desteklemektedir. Türkiye'nin destek verdiği muhaliflerin bölgede başarılı ilerleyişleri Esed rejiminin üzerindeki baskının

artmasına neden olmuştur. Dördüncü olarak, terör gruplarının iki taraf içinde aynı şeyi ifade etmemesidir. Çünkü Rusya; kendi desteklediklerinin dışında kalan grupları terör grubu olarak nitelemektedir.

Sonuç olarak bu çalışmada Türkiye-Rusya ilişkilerindeki güvenlik sorunsalı konusu güvenlikleştirme teorisi çerçevesinde söylem analizine tabi tutulmuştur. Bu analizde ise şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Uçak krizinden günümüze kadar geçen süreçte Türkiye ve Rusya ilişkilerinde taraf devletlerin karar alıcılarının söylemleriyle dile getirdiği sorunlar güvenlikleştirme eylemine dönüşürken aynı fikri paylaşmadığı konular bir güvensizlik meselesi olarak varlığını korumaktadır. Ortak fikri paylaşım ortak çözümde buluşamamaları bu güvensizliği tetiklemektedir. Güvensizlik durumu daha çok Rusya'dan kaynaklanmaktadır. Türkiye, güvensizliğin derinleşmemesi için ılımlı davranmaktadır. İncelenen söylemlerde işbirliğinden rekabete ve yeniden rekabetten işbirliğine geçiş dönemlerinde Türkiye, Rusya için hep ılımlı ifadelerde bulunurken Rusya sert ifadeler kullanmaktan çekinmemektedir. Bu bağlamda, Rusya Türkiye'ye göre güvensizlik söylemlerinde katı olup, güvenlik sorunsalının aşılmasında yavaş davranmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abramov, N., 29.10.2021, https://www.gazeta.ru/politics/news/2021/10/29/n_16773607.shtml, (Erişim: 18.10.2021).
- Açıkmeşe, S. Akgül (2011), Algı mı Söylem mi? Kopenhag Okulu ve Yeni-Klasik Gerçekçilikte Güvenlik Tehditleri, *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 30, s.43-73.
- Altıgan, A (2018), Uluslararası İlişkilerde Algı Yönetimi, Yüksek Lisans Tezi, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı*, Kahramanmaraş.
- Baysal, B., Lülecı Ç. (2011), Kopenhag Okulu ve Güvenlikleştirme Teorisi, *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, Sayı: 22, s.61-95.
- Bilgin, P., Booth, K., Jones, R. W. (1998), Security studies: the next stage?, *Naçao e Defesa (National Defence)*, Cilt: 82, Sayı: 99, s.131-57.
- Birdişli, F. (2011), "Ulusal Güvenlik Kavramının Tarihsel ve Düşünsel Temelleri", *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 31, s.149-169.
- Booth, K. (1991), Security and Emancipation, *Review of International Studies*, Cilt: 17, Sayı: 4, s.313-326.
- Buzan, B. (1984), Peace, Power, and Security: Contending Concepts in the Study of International Relations, *Journal of Peace Research*, , Cilt: 21, Sayı: 2, s.109-125.
- Buzan, B. (1983), *People, States and Fear: An Agenda for International Security Studies in the Post-Cold War Era*, Great Britain, Wheatsheaf Books LTD.
- Buzan, B., Waever, O. (2003), *Regions and Powers* (1.Publised), Cambridge, Cambridge University Press.
- Buzan, B., Waever, O. ve de Wilde, J. (1998), *Security: A New Framework for Analysis*, London, Lynne Rienner Publishers.
- Çelik, H., Ekşi, H. (2008), Söylem Analizi, *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 27, Sayı: 27, s.99-117.
- Davison, K. G. (2006), Dialectical İmagery and Postmodern Research, *International Journal of Qualitative Studies in Education*, Cilt: 19, Sayı: 2, s.133- 146.
- Efegil, E. (2012), Dış Politika Analizi Ders Notları, Ankara, Nobel Yayınevi.

- Güllüoğlu, Ö. (2012), Yazılı Metin Çözümleme (1.Baskı), İçinde Özlem Güllüoğlu (edt.), 'Söylen(mey)enin' Analizi: Bellona Markasına Yönelik Tüketici Algısı Üzerine Bir Söylem Çözümlemesi (s. 225-276), Ankara, Ütopya Yayınevi.
- Günay, V. D. (2013), *Söylem Çözümlemesi* (1.Baskı), İstanbul, Papatya Yayıncılık.
- Gür, T. (2013), Post-modern Bir Araştırma Yöntemi Olarak Söylem Çözümlemesi, *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, Cilt: 5, Sayı: 1, s.185-202.
- Hürriyet**, 2015-2016 yılları arası.
- İpek, C. D., Güler, M. Ç. (2021). Turkey and Russia in Syrian war: Hostile friendship, *Security and Defence Quarterly*, Cilt: 35, Sayı: 3, s.77-92.
- Jervis, R. (1976), Perception and Misperception in International Politics, New Jersey, Princeton University Press.
- Karabulut, B. (2014), *Algı Yönetimi* (1.Baskı), İstanbul, Alfa Yayınevi.
- Karaduman, S. (2017), Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Eleştirel Haber Araştırmalarına Katkısı ve Sunduğu Perspektif, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Cilt: 4, Sayı 2, s.31.46.
- Korkmaz, K. (2018), *Zoraki Birliktelik Soğuk Savaş Sonrası Türk-Amerikan İlişkilerinin Niteliğine Yönelik Bir İçerik Analizi* (1.Baskı), Ankara, Nobel Yayınevi.
- Milliyet**, 2015-2017 yılları arası.
- Miş, N. (2011), Güvenlikleştirme Teorisi ve Siyasal Olanın Güvenlikleştirilmesi, *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 2, s.345-381.
- O'Reilly, C. (2008), Primetime Patriotism: News Media and the Securitization of Iraq, *Journal of Politics and Law*, Cilt: 1, Sayı: 3, s.66-72.
- Özarlan, B. B., İpek, C. D. (2022), The Origins of The Russian Federation's Presence in Syria During The Arab Spring, *International Journal of Russian Studies*, No: 11/1, p.: 10-32.
- Özdemir, Murat (t.y.), Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 1, s.323-343.
- Sönmezoglu, F. (2014), *Uluslararası Politika ve Dış Politika Analizi*, İstanbul, Der Yayınları.
- Sözen, E. (2014), *Söylem: Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç, Rafleksivite*, Ankara, Birleşik Yayınları.
- Sula, İ. E. (2021), Güvenlikleştirme Kuramında 'Söz Edim' ve 'Pratikler': Türkçe Güvenlikleştirme Yazınında 'Yöntem' Arayışı, *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, Cilt: 17, Sayı: 37, s.85-118.
- Tayfur, M. F. (2005), Dış Politika (1.Baskı), *Devlet ve Ötesi Uluslararası İlişkilerde Temel Kavramlar*, A. Eralp (Der.), İstanbul, İletişim Yayınları.
- Wolfers, A. (1952), National Security as an Ambiguous Symbol, *Political Science Quarterly*, Cilt: 67, Sayı: 4, s.481-502.

Ziya Gökalp'in 'Mantık Ve Bilim' Anlayışı

Ziya Gokalp's Understanding of "Logic and Science"

Doç. Dr. Kamil ŞAHİN* Firaz GÜMÜŞ**

Makale Geliş Tarihi / Received :01.04.2022

Makale Kabul Tarihi / Accepted :19.04.2022

ÖZET

Bu çalışmada Türk siyaset felsefesinin önemli isimlerinden biri olan Ziya Gökalp'in pozitif bilimlere bakış açısı, değerlendirmeleri ve tespitleri ele alınmıştır. İnsan zekasının nasıl oluştuğu, nelere karşılık geldiği açıklanmış olup, beyinsel fenomenlerin bağlı olduğu akıl yürütme biçimleri ifade edilmiştir. Gökalp'in mantığın konusu olarak ele aldığı pozitif bilimler, yaşamı ve dünyayı anlama ihtiyacımıza verilen bir cevap niteliği taşımaktadır. Bilimsel veriler ışığında ele alınan mantık hem teorik hem de pratik anlamda doğru düşünebilmenin yöntemlerini bize göstermektedir. Son olarak, Gökalp'in çağının hakim bilim yöntemi olan pozitivist tarzda üretilen bilgileri bilimsel bir bakış açısıyla ele alış ve sentezleyiş tarzı açıklanmıştır.

Anahtar Kavramlar: Ziya Gökalp, Mantık, Metot, Analiz-Sentez, Deney-Gözlem, Pozitif Bilim, Bilimsel Sınıflandırma.

ABSTRACT

In this study, Ziya Gökalp's point of view, evaluations and determinations on positive sciences, one of the important figures of Turkish political philosophy, are discussed. In this framework, the formation of human intelligence and what it corresponds to are explained, and the reasoning styles that brain phenomena depend on are emphasized. The positive sciences that Gökalp deals with as the subject of logic are a response to our need to understand life and the world. The logic discussed in the light of scientific literature shows us the methods of thinking correctly both in theory and in practice. Finally, Gökalp's way of handling and synthesizing the information produced in positivist style, which is the dominant science method of his age, from a scientific point of view is explained.

Keywords: Ziya Gökalp, Logic, Method, Analysis-Synthesis, Experiment-Observation, Positive Science, Scientific Classification.

* Doç. Dr., Kırıkkale Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Felsefe Bölümü sahinkamil@kku.edu.tr ORCID NO: 0000-0002-8208-3916

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ABD firazgms@gmail.com ORCID NO: 0000-0002-8871-7211

GİRİŞ

Ziya Gökalp genellikle siyasi ve toplumsal düşünceleri bakımından ele alınmakla birlikte Türk Düşünce hayatında felsefi düşünceleri bakımından da önemli bir yeri bulunmaktadır. 20. yüzyılın başlarında Avrupa’da çoktan yerleşmiş bir düşünce olan pozitif bilim düşüncesini savunan Gökalp, bu düşüncenin ülkemizdeki en önemli savunucularındadır. Gökalp’e göre çağdaş bir millet, pozitif ilimlerle düşünmelidir ve istikamet her zaman ilmin gösterdiği yön olmalıdır (Duru, 1949: 5). Çünkü çağın güçlü, hakim milletlerinin gelişmişliklerinin sırrı ilimdir. Bu açıdan çağdaşlık gelişmiş ulusların yapıp kullandıkları aletleri bizim de yapabilmemiz ve kullanabilmemizdir (Gökalp, 2011: 49). Gökalp’in çağdaşlaşma ile ifade ettiği şey kuru bir taklitçilik değil, çağın gelişmiş milletlerinin kullanmış ve üretmiş olduğu bilim seviyesine ulaşabilme ve bu seviyenin üzerine çıkabilmektir.

Gökalp, pozitif bilimlerin önemini belirtirken çağdaş millet olgusundan hareketle, çağdaş bir milletin pozitif bilimlerle düşünmesi gerektiğini ve mutlaka pozitif bilimlere doğru yürümesi gerektiğini ifade etmektedir (Osmanağaoğlu, 2008: 50). Pozitif bilimler alanındaki bilim adamları tabiat kanunlarını ortaya koydukça, tabiat kuvvetlerine hakim olabilmek ve onları istenen yönde düzenleyebilmek ya da ona göre tedbirler alabilmek mümkün olacaktır (Güngör Ergan, 2015: 345). Gökalp uygarlığa ait olan bilimsel kavramların, tekniklerin, hatta ekonomik ürünlerin çeşitli biçimlerde bir toplumdan bir diğerine geçtiğini düşünmektedir. Böylece bir uygarlık topluluğu önce yerel nitelikte görünerek, azar azar ülkeleri, kıtaları ve sonunda bütün insanlığı kapsamaktadır (Gökalp, 2011: 31). Bu durum geleneklerden modaya, görgü kurallarından birtakım kavramlara, hukuk kurallarının evrenselleşmesinde de geçerlidir. Gökalp bu yaygınlaşma durumuna gelişme ismini vermektedir. Bu açıdan medeniyet gelişme, yaygınlaşma karakterini sergilemektedir. Ona göre her ne zaman medeniyetin temel unsurları donmuş ve durağan bir karakter izlerse o zaman o medeniyet canlılığını kaybeder. Bu açıdan gelişme ve ilerleme yaşamın özü olarak değerlendirilmelidir (Gökalp, 2011: 24). Evrimci bir bakış açısıyla konuyu ele alan Gökalp ilmin rehberliğindeki değişmeyi gelişme olarak nitelendirmektedir.

Gökalp’e göre içinde bulunulan yüzyıl, pozitif bilimin hâkim olduğu ve bu temelde kurulan medeniyetlerin çağıdır. Bu çağın hâkim unsuru pozitif bilimler ve milletlerdir. Bu çağda Türk milletinin eti, kemiği pozitif bilimlerden, ruhu ise Türk toplumunun yüreğindeki milli ülküden oluşan ‘yeni hayat’ a ihtiyacı vardır (Tuncay, 1978: 101). Yeni hayat hâkim medeniyetin temel değerlerine dayanan yeni bir yaşam felsefesi anlamına gelmektedir. Bu yaşam felsefesinin öncü kavramları ise bilim ve mantıktır.

Gökalp’e göre felsefe sadece metafizik varsayımlar seti değildir. Ona göre başlangıçta felsefe, teorik ve pratik yönleriyle kapsayıcı nitelikte bir bilim olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan felsefenin hedefleri de şimdikinden elbette farklı olarak karşımıza çıkmaktadır. Başlangıçta felsefe dinsel ve toplumsal bağlamda her şeyi açıklamaya çalışmaktaydı. Diğer taraftan felsefenin başlangıçtaki diğer hedefi ise iyiyi aramak, estetik değerleri açıklamak ve erdemli bir hayatın yolunu göstermektir. Fakat günümüze gelindiğinde felsefenin alanın farklılaştığı, daraldığı görülmektedir. Çünkü yaşanan süreçte önce matematik bilimlerin gelişmesi ve ardından diğer doğa bilimlerinin gelişmesi felsefenin alanını daraltmıştır (Karaveli, 2008: 162-163). Felsefe bugün kendi özel alanına çekilmiş durumdadır ki bu alan ahlak alanıdır. Fakat tüm bilimlerin ve felsefenin

temelinde mantık yer almaktadır. O halde her şeyden önce bilimsel düşüncenin ortaya çıkması sürecinin anlaşılabilmesi açısından mantık biliminin kavranması, anlaşılması gerekmektedir.

Genel olarak mantık, bir düşünme tarzını, akıl yürütmeyi ifade etmektedir. Akıl yürütme süreci düşünmeyi ve düşüncelerin ifadesi olan konuşmayı dolayısıyla önermeler ortaya koymayı ifade etmektedir (Öner, 1986: 1-2). Mantığın konusu bütün bilimlerin şekilleridir. Mantığın amacı ise hakikatin araştırılmasında zihni yönlendirmektir. Konu itibarıyla mantık, psikolojiye yaklaşır, çünkü her ikisi de zihnin işlemlerini inceler (Gökalp, 2006: 620). Fakat bir bilim alanı olarak psikoloji, insan davranışlarını incelemektedir. İnsan davranışlarının incelenmesi sürecinde de yine akılcı ve bilimsel yolların kullanılması gerekmektedir (Morgan, 2009: 7). Psikoloji, bizim nasıl düşündüğümüzü araştırır. Psikolojinin ilgi alanı düşüncemizin doğru mu yahut yanlış mı, kusurlu mu kusursuz mu olduğu değildir. Bu hususlar mantık biliminin ilgi alanına girmektedir. Mantık iyi düşünmek için nasıl düşünmek gerektiğini, hatadan kurtulmak ve hakikate ulaşmak için nasıl bir yöntemle yürümemiz gerektiğini bize öğretir. Psikoloji düşüncünün yasalarını formüle eder, mantıksa düşüncünün kurallarını gösterir (Gökalp, 2006: 620).

Psikoloji ile metafiziğin konusu realitedir; oysa mantık, estetik, ahlak disiplinlerinin konusu ideallerdir. Bu noktada Gökalp üç idealden bahsetmektedir. Bunlar; güzel ideali, iyi ideali ve doğru idealidir. Yani filozoflara göre ahlakın, sanatın, estetiğin konusu olan ahlaki, estetik ve mantıksal hadiseler de birer realitedir. Bunların üçü de toplumsal realitedelerdir. Bu bağlamda ahlak, toplumun fiillerinin şekillerini gösterir. Birey eylemlerini toplumun ahlaki kurallarına uydurmadıkça toplumsallaşamaz (Gökalp, 2006: 621). Böylece bireyin yaşadığı topluma karşı bir yükümlülük olarak karşımıza çıkmaktadır (Çiftçi, 2003: 45). Estetik ise toplumun tavırlarının şekillerini gösterir. Birey tavırlarını toplumun estetik şekillerine uydurmadıkça toplumsal olamaz. Mantık da toplumun fikirlerinin şekillerini gösterir. Birey ahlakını toplumun mantıksal kurallarına uydurmadıkça toplumsal olamaz. Birey ahlaksız, estetiksiz, mantıksız olabilir; fakat toplum bunlarsız yaşayamaz (Gökalp, 2006: 621). Bireyden topluma felsefenin bu günkü alanında geçerli olan mantıksal düşünme formları pozitif bilimlerinde temelinde ve gelişmesinde yatan yegâne unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.FORMEL MANTIK VE METOT

Genel manada "formel mantık", önermelerin ve tümdengelimsel akıl yürütmelerin içeriklerinden ziyade yapısının incelenmesi ve önermeleri biçimsel olarak, form bakımından değerlendirmeyi ifade etmektedir (Cevizci, 2005: 725). Gökalp'e göre hakikat araştırılmalarında zekanın temel faaliyeti, duyular ile bilincin verilerinden fikirler çıkarmak işlemidir. Akıl, bu fikirleri ortaya koyduktan sonra bunları birbirine bağlayarak bunlardan hükümleri çıkarır ve daha sonra da bu hükümleri birbirine birleştirerek sonuçlara ulaşır. Akıl bu üç işleminden formel mantığın üç konusu çıkar. Bunlar; fikirler ya da kavramlar mantığı, hüküm mantığı, muhakeme mantığıdır. Formel mantığın gayesi, bu üç türlü işlemi yalnız zihnin kendi kendisiyle uyumu açısından aramaktır, yoksa bunların nasıl gerçekleştiğini aramak değildir (Gökalp, 2006: 623). Bu biçimde Gökalp formel mantığın sınırlarını, ilgi alanını belirlemektedir.

Gökalp, şuurumuzda iki türlü olayın gerçekleştiğini düşünmektedir. Bunlar sosyolojik ve psikolojik olaylardır. Sosyolojik ruh halleri görece olup sonradan kazanılmışlardır. Diğer taraftan

psikolojik ruh halleri ise esas itibariyle organik mahiyettedirler, yer ve zamana göre değişmezler, aşağı yukarı bütün insanlarda görülen ortak ruh halleridir. Halbuki sosyolojik ruh halleri yer ve zamana göre değişirler (Celkan, 1989: 18). Mantık, zihnin ilk unsuru olarak fikirleri yani kavramları kabul eder (Gökalp, 2006: 623). Bir kavramın öğelerinin tümüne o kavramın içeriği denir. Bir kavramın içeriği, önerme biçimini oluşturan, eklemi içeren yüklemde de çıkarımlanabilir (Menne, 2005: 29). Fikirler ya da kavramlar, zekâmız dahilinde hangi biçimde oluşursa oluşsun, hiç şüphesiz bunlar zihnimize tek başlarına ve bağımsızdırlar. Gökalp'e göre formel mantık; bizim düşüncelerimizin, bilgilerimizin ve yargılarımızın, içeriğini ve olaylar mantığı deyimiyle işaret edildiği gibi, kökünü gerçek olan şeylerde bulan belirlenimleri göz önünde bulundurmaz. Böyle bir mantıkta ancak düşünme olayında gerçekleşen bilginin en genel formları; amacı bilgi, kavrama, hakikat olan düşünmemizin formu aranır. İçeriklerin çeşitliliği bir yana bırakılır, savunduğumuz düşünceler, yargılardan çıkardığımız sonuçlar, en genel form – belirlenimleri olarak ele alınır (Heimsoeth, 2013: 38). Formel mantık, yalnız zihindeki kavramları karşılaştırır ve onları bağlayan ilişkileri arar. Sentetik önermelere önem vermez. Zaten sentetik önermeleri araştıran uygulamalı mantıktır. Uygulamalı mantıkta bu önermeleri deney ve tümevarım yoluyla araştırır. Diğer yandan zihnin kendi kendisiyle uyuşması demek olan formel mantık açısından muhakeme etmek, özdeşlik ilkesi vasıtasıyla bir ya da birçok önermelerden, onlarda örtük şekilde gizli bulunan yeni bir önermeyi çıkarmak anlamına da gelmektedir (Gökalp, 2006: 629).

Gökalp, yöntem olarak kendi uzmanlık alanındaki olayları toplar, sıralar, kanunlarını arar ve sonuçlarını çıkarır (Duru, 1949: 30). Gökalp'in bir alanın bilim dalı olabilmesi için ileri sürdüğü ilkelerden onun metot anlayışı ortaya çıkarılabilir. Ona göre bilim adamı incelemelerini pratik bir sonuç endişesiyle yapmamalıdır. Bilim, gerçeği pratik ihtiyaçlara feda etmeyeceğinden dolayı aceleci açıklamalardan kaçınarak bağımsız ve sabırlı bir şekilde çalışmak durumundadır (Güngör Ergen, 2015: 340). Metot ise zekanın kabul ettiği gayeye ulaşmak için kullandığı yolların toplamıdır (Gökalp, 2006: 636). Aslında burada araştırma, doğrulama, öğretme vb. yöntemleri ele alıp inceleyen ve onlara teknik anlamda değer biçen bir yöntem teorisinden bahsedilmektedir (Cevizci, 2005: 1170). Gökalp'e göre bilimin gayesi de hakikatin keşfi ve iddiasıdır. Bu bağlamda eğer metot olmasaydı, zekâ asla bilime ulaşamazdı, hakikati aramak yolunda delalete düşer ve büyük çabalar içinde mahvolurdu. Bu konuda Descartes, “hakikati herhangi bir alan ve konuda metotsuz aramaktansa, aramayı hiç hatıra getirmemek daha iyidir” ifadesiyle metodun önemine işaret etmektedir. Bu açıdan Gökalp, düzensiz incelemeler ve karanlık düşüncülerin, düşünceyi bulandıracağını, zekâyı körleştireceğini belirtmektedir. Ona göre her kim böyle karanlıklarda yürümeye alışır, gözleri o kadar zayıflar ki, büyük bir aydınlığa tahammül edemez hale gelebilir. Yine kötü bir metot insan zekasına gereğinden fazla yorgunluklar yükler. Bir insanın metodu hatalıysa ve özellikle onu çocukluk zamanından kazanmışsa, o metodu değiştirmek kadar güç bir şey yoktur. Ancak iyi bir metot, yetilerimizi kontrol altına alır ve gereksiz emeğe ve zahmete girmeden daha kolayca, daha çabuk ve emniyetli bir biçimde hakikate ulaşmayı mümkün kılar (Gökalp, 2006: 636). Gökalp'e göre metot, zihinsel düşünüş sürecinde insanı düşebileceği hatalardan, yanlış çıkarımlardan kurtarmaktadır. Elbette insanın yanlış çıkarımlardan kurtarılabilmesi için düşünme sürecinde seçeceği metodun doğruluğu önem arz etmektedir.

Gökalp'e göre incelemelerin ilmi olması için düşünme şeklinin kuramsal ve akli olması yeterlidir. Ona göre araştırmacı, Descartes'ın düşünme yöntemini benimsemelidir. Descartes geleneksel olarak doğru kabul edilen bilgilerin ve kendisinden önce yapılan araştırmalarla ortaya

konmuş bilimsel bilgilerin şüpheli olduğunu varsayan geçici ve metodik şüpheyile işe başlamaktadır. Gökalp bundan sonraki süreçte araştırmacının dışarıdaki gerçekliği oluşturan özel ve somut olayları tespit ederek, tümevarım yoluyla bunlardan birinci derecedeki kavramları çıkarması ve sonra da aynı yolla bu birinci derecedeki kavramlardan art arda ikinci, üçüncü derecedeki genel ve soyut kavramları çıkarmaya çalışması gerektiğini düşünmektedir (Güngör Ergan, 2015: 341). Gökalp'e göre, bizim Aristoteles'in uslamlama mantığını bırakarak, Descartes'la Bacon'ın tümevarım mantığını ve bu mantıktan doğan metodolojiyi kültürümüze almamız gerekir (Gökalp, 2005: 72). Bu açıdan Aristoteles mantığı yerine Descartes'in metot anlayışını benimseyen Gökalp, subjektifliği reddederken, inceleme konusu olan şeyin bağımsız bir gerçeklik olarak alınması gerekliliğine vurgu yapmaktadır.

2.ANALİZ VE SENTEZ

Genel olarak pozitif bilimlerde uygulamaların başarısı oluşturulan teorinin isabetliliğine bağlıdır. Aynı durum sosyal bilimler için de geçerlidir. Teorilerin oluşturulmasında objektif kriterlere uyulmadığında ve araştırma sürecinde sosyal gerçeklikten uzaklaşıldığında teorik görüşlere dayanılarak yapılacak düzeltme ve uygulamalar başarılı olmayacak, dolayısıyla elde edilen verilerin analizleri sağlam bir zemine oturmamış olacaktır.

Analiz bir bütünün veya herhangi bir problemin parçalarının kısım kısım ele alınması, ele alınan bu kısımların birbiriyle olan ilişkilerinin irdelenmesi ve bir bütünü parçalarına ayırmanın sonucunda ortaya çıkan veridir (Cevizci, 2005: 97). Gökalp, analizi betimleyici ve açıklayıcı olmak üzere ikiye ayırmak suretiyle tahlil etmektedir. Ona göre en basit ve en yüzeysel şekil betimleyici analizdir. Bu analiz, bileşik fikirlerimiz arasındaki farkları aramak ve onları oluşturan unsurları tayin etmekten ibarettir. Bu durum, bileşikten basite gider ve zihnimize birleşmiş ve birbirine karışmış olan unsurları iyi ayırt eder, betimler ve iyi anlaşılmasını temin eder. Bu türlü analiz, tamamıyla zihinsel bir işlemdir. Açıklayıcı analize ise bilimsel analiz olarak nitelendirilmektedir. Bu analiz birinci analizini yani betimleyici analizini meydana getirdiği sonuçları açık kılar ve tamamlar. Açıklayıcı analiz, yalnız birleşmiş olan terimleri ayırmakla yetinmez, aynı zamanda o terimler arasındaki bağıntıları da analiz eder (Gökalp, 2006: 638). Gökalp'e göre açıklayıcı analiz olgular arasında var olabilecek her türden ilişkisel bağlantıyı keşfetmeyi de gerektirmektedir.

Mantığın konusu akıl yürütmeler, özellikle doğru bilgiye ait olan zihni işlerdir ki, bunlar analiz edilebilir, ölçüye vurulabilir ve kural altına alınabilir. Mantık, olaylarla değil, düşüncelerle ilgilenir ve sadece doğru ve mantıklı düşünmenin formlarını, ilkelerini, kavramlar, önermeler ve çıkarımların formel özelliklerini tespit etmeye çalışır (Taylan, 2011: 25-26). Diğer yandan sentez ise basit şeylerden hareketle daha karmaşık bütünlere ulaşmak için farklı öge, nitelik ya da kavramları bir araya getirme işlemidir (Cevizci, 2005: 1483). Sentez, analizini ters işlemidir. Bu işlemin basit ve bilimsel şekli elbette bulunmaktadır. Gökalp'e göre sentezin basit şeklinde, analizini olumlamaş olduğu basit şekillerin yardımı ile bileşik şekillerin meydana getirilmesi hususu söz konusudur. Bilimsel sentez ise açıklayıcı analizini yapmış olduğu gibi şeylerin bir açıklamasını meydana getirir. Sentez analiz gibi yasalara ulaşmak için olgulardan başlamaz, aksine olgulara inmek için yasalardan başlar. Bu açıdan bilimsel sentez olmayana ulaşmak için sonuçlardan başlamaz, sonuca açıklık kazandırmak için ilk ilkelerden başlar. O halde sentezin hareketi bir yükselme hareketidir. Çünkü bilinen hakikatlerden bilinmeyen hakikatlere doğru gidilir. Tümevarım analiz ağırlıklı bir yol iken tümdengelim ise sentez ağırlıklıdır (Gökalp, 2006: 638).

Bilimin görevi tabiattaki olayları, kendisinden bir şey katmaksızın olduğu gibi yani objektif bir şekilde incelemektir (Celkan, 1989: 29). Gökalp, bilimi kainattaki tüm hadiselerin objektif bir şekilde incelenmesi şeklinde ifade eder (Osmanğaoğlu, 2008: 50). Bu anlamda A. Comte pozitif bilimin temeli olan mantık bilimini, beyinsel fenomenlerin bağlı olduğu yasaların pozitif bilimi olarak nitelendirmektedir (Comte, 2001: 117). Gökalp'e göre mantıksal bağlamda sentez ve analiz ise birbirinin tamamlayıcısı olan iki yoldur. Bunu ispat etmek için, çeşitli zihinsel işlemlerimizi denetlemeli ya da o işlemlerin bize verdiği bilimsel bilgileri ve o bilgilerin elde edilme şeklini denetlemeliyiz (Gökalp, 2006: 638). Bu açıdan bilimin görevi kendi inceleme alanına giren gerçekleri tanımlamak, sınıflandırmak ve sonra da bunların kanunlarını bulmaya çalışmaktır (Celkan, 1989: 29). Gökalp bilimi öncelikle bir tasnif işi olarak ele almaktadır. Bu açıdan bilimsel prosedür aynı türden olguların toparlanması, sıralanması ve sonra onların birbirleriyle olan ilgilerinin ortaya konulması ve temel kanunların bulunup bir senteze ulaşması sürecini ifade etmektedir.

Genel olarak Gökalp'e göre analiz, yaratmaya ve keşfe elverişlidir. Sentezse, ispat ve öğretime uygun gelir. Bilimsel keşiflerimizin birçoğu analiz suretiyle meydana gelmiştir. Fakat tündengelim bilimdeki rolünü göz önünde bulundurursak, özellikle deneysel bilimlerde sentez, çoğunlukla analizin yerini tutabilir ve bize yeni olgu ve yasalar keşfettirebilir. Öğretimde de hakim olan metot şüphesiz sentezdir. Fakat analiz metodunu öğretim dışında bırakmak tehlikelidir. Gerektiği zamanlarda, sentez metodu yerine analiz metodunu koymak lazımdır. Çünkü kaşif hangi yoldan hakikati bulmuşsa, insanlara da onu o yoldan anlatmalıdır (Gökalp, 2006: 640). Bu açıdan önemli olan doğru bilgiye ulaşmada sağlam bir metot benimsemek olacaktır.

3.MATEMATİK BİLİMLERİN DEĞERİ

Gökalp bilimde nesnelliğe dikkat çekmektedir. Bu açıdan mantıksal ve matematiksel kavramların nesnelliğine vurgu yaparak bu kavramların mutlak ve uygarlık grubuna ait kavramlar olduğunu düşünmektedir (Parla, 1989: 38). Gökalp'e göre matematik bilimler, bütün bilimler içinde en kusursuz olanlardır. Bu kusursuzluğu, fikirlerinin basit ve açık olmasından, dilinin açıklığından ve sonra da metodlarının gittikçe daha sağlam, kesinlikli ve emniyetli olmasından gelmektedir. Matematik bilimlerin konusu niceliktir. Niceliğin özelliği, ancak çoğalıp azalmak suretinde değişmesinden ve bize nicelik fikrini telkin eden şeylerin tabiatlarından bağımsız bulunmasından ibarettir. Bundan başka nicelik, birtakım kısımlara ayrılabilir ki, bu kısımların sıralamaları istenildiği gibi değiştirilebilir. Bu yüzden hiçbir deneysel denetlemeye tabi olmaksızın ve zihnimizin tamamıyla zihinsel bir değerlendirmesiymiş gibi nicelik üzerinde muhakemeler elde edebiliriz (Gökalp, 2006: 641). Bu muhakemelerde ise sübjektifliğe meydan verecek herhangi bir durum bulunmamaktadır. Matematiksel ve mantıksal bilimlerin bu yapısı genel nesnel bilim mantığının temelini oluşturmaktadır.

Diğer taraftan matematikte zaman zaman farklı alan ve bağlamlardan özdeş teoremler ortaya çıkabilir. Matematik, birçok sistemden oluştuğu için, bir sistem içindeki teoremler farklı kural sistemlerine aittir. Böylece matematik, teknikler ve kanıtlardan oluşan bir karma olarak karşımıza çıkmaktadır (Karatani, 2008: 98). Gökalp, matematik bilimleri iki büyük sınıfa ayırır. İlk büyük sınıfa göre, hakiki matematik olan bilim, aritmetik ve geometridir. Aritmetik ile geometrinin konuları sayılarla, şekillerdir, bunların bir taraftan nicelikleri vardır, diğer taraftan koordinatları vardır. Bundan dolayı matematik bilimlerde bir basit aritmetik ve sonra ölçümler geometrisi, sonra

yüksek aritmetik ve koordinatlar geometrisi ve betimsel geometrinin özelliklerini görmek mümkündür (Gökalp, 2006: 642). Bilimin en önemli özelliği gözlem ile elde edilen sonuçların kaydedilmesi ve nesnelere gerçekçi bir şekilde resmetmesidir (Arıkan, 2015: 25). İfade edilen bu özellik bilimin matematik ve mantık temelli yapısından ileri gelmektedir.

Gökalp'e göre aritmetik ve geometriden sonra ikinci büyük sınıf fiziksel matematik bilimleridir ki bunlar; mekanik ve astronomidir. Ona göre astronomi bilimi de mekanik bilimin en önemli uygulamalarından birisidir (Gökalp, 2006: 642). O bu bilimleri somut gerçeklik algılarımız temelinde ele almaktadır. Bu açıdan gerçeklik algısı fiziksel dünya ile zihin arasındaki etkileşimin bir sonucu olarak düşünülebilir (Wolf, 2008: 17). Her alandaki bilimsel çalışmalar bize somut gerçeklikler hakkında birtakım bilgiler sunmaktadır. Bu anlamda gerçeklik algımız da bilimin bize sağladığı bilgilerle biçimlenmektedir. Böylece bilim, dünyayı anlama ihtiyacımıza verilen bir cevap olarak da düşünülebilir (Rosenberg, 2015: 40). Astronomi ve mekanik gerçeklik algımızın temel kriterlerini oluşturan bilgileri bize vermektedir. Matematik ve mantık temelli bilimsel düşünüş tarzı gerçeklik algılarımızı gerçeğe oturtmamızda önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gökalp'e göre çağdaş bilim anlayışında bilgi ispata dayanmaktadır. İspatlarında nesnel ve tutarlı olması gerekmektedir. Bu açıdan matematik bilimleri ispata dayanır. İspat ya dolaylı ya da doğrudan olur. Doğrudan ispat, bazı özelliklerinin belirlenmesi ve istenilen bir şeyin kavramından tümdengelim yoluyla yapılır. Bu ispat hem aydınlatır hem de ikna eder. Bu ikna hem analitik hem sentetik olur (Gökalp, 2006: 653). İspat ile ortaya çıkan bilgi tam manasıyla doğruluk ve gerçeklik olarak alınabilir.

Descartes, matematik bilimleri bilimin en mükemmel hali olarak görür. Bu görüşünün nedeni, yalnız matematiğin açık ve emin olması değildir, bundan başkada matematiksel yasaların akla ve şeylerin yasalarına tamamıyla uygun olmasıdır. Descartes'a göre aritmetik ile cebir, hakikatin keşfi için işe yarayan gerçek mantıktır. Bu iki genel bilim, bütün özel bilimleri düzenler ve içerir, bütün diğer bilimlerin esasıdır. Gökalp, Descartes'ın bu fikirlerini savunmakla birlikte içinde bulunduğumuz zamanda artık birçok bilim adamının, matematikte kâinatın değişmeyen planını gördüklerini düşünmektedir. Elbette bu düşünceye karşı çıkan ve matematiğin içerdiği birtakım itibari ve suni yönleri dikkat çeken ve matematikçilerin bunlara dikkat etmediğini ve bu yüzden matematiğin gerçek değerinin abartıldığını söyleyenlerde bulunmaktadır (Gökalp, 2006: 659). Bu hususta Gökalp yine Descartes'ın yöntemine başvurarak çözüm bulmaya çalışmaktadır. Descartes'a göre eğer bir sorun tam olarak anlaşılabilir ise o sorun her türlü gereksiz kavramdan soyutlanmalı, en yalın duruma getirilmeli ve bir sayıdan geçirilerek olabildiği kadar küçük parçalara bölünmelidir (Descartes, 2010: 73). Böylece hata kaynakları ortadan kaldırılabilir. Zaten matematik kendi içinde hatayı barındırma özelliği gösteren bir bilim de değildir.

Gökalp'e göre hafızayı dolduran şeyler, derin ve etraflı bilgiler değil; matematik, astronomi, fizik gibi müspet ilimlerdir. Kimya ve biyoloji gibi diğer ilimlerin de özellikle felsefi yönleri ile toplumsal kaynaklarının bilinmesi ve uygulamalarının öğretilmesi gerekmektedir (Gökalp, 1997: 88). Bu açıdan Gökalp'e göre yer çekimi yasası fiziksel ve kimyasal evrende nasıl geçerli ise, toplumlarında gelişmelerini sağlayan birtakım yasalar söz konusudur. Bunlara gelişme yasaları da denebilir. Bu türden yasaları ortaya çıkarabilmek için pozitif bilim yöntemlerine ihtiyaç vardır

(Tuncay, 1978: 99). Bu bakış açısından doğanın bir parçası olarak insan ve onun ürünleri doğa yasalarının kurallarına uygun olmak zorundadır.

Mantıksal ve matematiksel çıkarımlardan yola çıkılarak kimyasal ve fiziksel olayların gerekirciliğe (determinizme) bağlı yasaları bulunabilir (Tuncay, 1978: 99). Bu açıdan matematik bilimlerin konusu zihinsel iken tabii bilimlerin konusuysa, aralıksız birbirini takip eden olgularıyla ve türlü türlü varlıklarıyla beraber duyulur alemdir. Gökalp'e göre fiziğin konusu, cisimlerin genel halleriyle onların gerçek yapısını ihlal etmeyen geçici değişimlerden bahsetmektir. Fiziğin gayesi, incelediği hadiselerin nedenlerini keşfetmektir ve bu hadiselerin yasalarını bulmaktır. Kimyanın konusu da cisimlerin içsel tabiatının bulunması ve değişim kanunlarının ortaya konulmasıdır. Kimyanın gayesiyse, duyularımızın bize tanıttığı madde türlerini tayin etmektir (Gökalp, 2006: 661-662). Diğer taraftan Gökalp'e göre fizik ile kimya arasındaki ilişkiler zayıftır. Bunların birbirinden ayrı olan, konuları değildir, fakat incelemede hareket tarzları ve hedeflenen gayeleri farklıdır. Bundan dolayıdır ki, bir olay çoğunlukla fiziksel mi, kimyasal mı bunu belirlemek güçtür ve bu iki tür olay çoğunlukla aynı nedenden kaynaklanmaktadır. Yine çoğu kere de birisi diğerinin zorunlu sonucudur (Gökalp, 2006: 662). Tabii bilimlerdeki bu bağdan yola çıkarak tabii olguları inceleyen farklı bilim türlerine gidilebilir.

4.MANTIK VE DENEY

Gelinen noktada doğal olguları gözlem ve deney yöntemleriyle inceleyerek doğanın yasalarını bulmak bu günkü insanlığın doğaya karşı tutumunu göstermektedir (Gökalp, 2011: 65). Pozitif bilim yönteminin temeli olan deney, koşulları deneycinin müdahalesi sonucunda belirlenmiş olan bir gözlem olarak tanımlanabilir. Deneyci, deneyi yapan veya bilim insanı ekibidir. Deney, gözlem gibi doğaya sorulan bir soruyu yanıtlamak amacıyla yapılan bir işlem sayılabilir. Ancak deneye yol açan soru koşulludur. Yani deneyci, önce bu koşulun yerine gelmesini sağlayan bir müdahalede bulunur ve sonra gözlem yapar (Grunberg, 2013: 28). Bilim insanları, ne yaptıkları ve yaptıkları işi nasıl gördükleri konusunda bazı temel inançlar ve tutumlara sahip olabilirler. Fakat metodolojik olarak deney ve gözlem bilim insanlarının inançları ve tutumlarını aşan bir kural niteliğindedir.

Gökalp'e göre deney metodu Francis Bacon'ın tanımladığı şekliyle, zeka ile şeylerin sürekli yardımlaşmasından ibarettir. Bu yardımlaşmada zekanın kuvvetine fazlaca güvenmek birtakım tehlikelere yol açabilir. Bu açıdan Ortaçağ'daki alimlerin çoğunlukla yaptığı gibi, şeylerin ilkelerini yalnız zekadan sormak ve sonra bu zekanın bildirdiklerini birtakım mutlak hakikatler gibi ortaya koyarak bunun sonuçlarını mantıksal olarak ortaya çıkarmaya çalışmak, olguları artık olduğu gibi görmemek gibi problemler ortaya çıkabilir. Aynı şekilde aşırı deneycilik de bir o kadar tehlikeli olabilir. Deney yapmak için teorilerden bağımsız olarak sadece gözlere ve kulaklara sahip olmanın yeterli olduğu düşüncesi bir olgunun değerinin ancak ona bağlı olan bir fikir yahut onun sunduğu bir delilden ibaret olduğunun unutulması anlamına gelmektedir. Bu açıdan Claude Bernard, yeni bir olguya keşif adı verilmesini, keşfi meydana getiren olgunun kendisi değil, aksine o olgudan doğan yeni bir fikir olarak görmektedir. Bu bağlamda aynı biçimde bir olgu bir ispata yaradığı zaman ispatı yapan bizzat olgu değildir, aksine olay ile nedeni arasında kurduğu rasyonel bağlantıdır. Başka bir deyişle, doğal olayların incelenmesinde elimizde iyi bir aletin bulunması yeterli değildir, zekamız içinde iyi bir yönetici fikrin bulunması lazımdır. Bu yönetici fikir olmaksızın yeni hiçbir fikir üretilemez, araştırma yapılamaz, hiçbir bilgi meydana getirilemez (Gökalp, 2006: 662-663). Böylece Gökalp salt anlamada deneyciliğe karşı bir duruş sergilerken realiteden ilişkisini yitirmiş

zihinsel çıkarımlara da mesafeli bir durum sergilemektedir. Bilimsel faaliyet mantık ve deney arasında dengenin kurulması ile mümkün olabilir.

Genel itibariyle Gökalp'e göre deney metodu hem sistemcilikten hem de tekelci bir empirizm yolundan sakınır ve aynı zamanda hem olgulara hem de teoriye değer verir ve aklın rolünü kabul eder. Deneysel metotların yolları gözlem, deney, tümevarım ve varsayımdır (Gökalp, 2006: 663-664). Gözlem ile başlayacak olursak, araştırmalarımızın başarısı büyük bir miktarda gözlemimizin değerine bağlıdır. Bir fiziksel yöntem biçimi olarak gözlem, gözlem konusuna ait önermenin belirttiği bilgiye ulaşmayı sağlamaktadır. Gözlemlenilen gözlem önermesi, gözlem sonucunda doğrulanırsa, bu önermenin karşılığı olan bir olgu bulunur. Bu olgu gözlem önermesini doğru kılar ve gözlemci sınamaya değer bulunduğu gözlem önermesini gözleme dayanarak doğrulayabilirse, bu önermeyi doğru kılan olgunun bilgisine erişmiş olur (Grunberg, 2013: 22). Gözlemler, bilim adamının sorusunu sormasıyla birlikte bir kuramsal ufuk içine sokulmuş olurlar (Ströker, 1990: 36). Deney ise bir bilgi yaratma yöntemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgi üretenler yoktan hiçbir bilgiyi üretmezler, bilinen olaylar üzerinde, kendilerinden öncekilerin buldukları sonuçlar üzerinde çalışır çalışır yeni olaylar, bilgiler ortaya koyarlar (Duru, 1949: 30). Bu açıdan gözlem ile deney bize olguları gösterir. Son olarak tümevarım ise olguların yasalarını ifade eder (Gökalp, 2006: 669). Başka bir deyişle tümevarım, olguların bilgisinden, bu olguları idare eden yasaların bilgisine ulaştırır bir zihin işlemidir. Bir başka ifade ile zihni özel hallerden genel hale yükselten akıl yürütme şeklidir (Taylan, 2011: 237). Yani tümevarım, duyuların bize sunduğu yüzeysel bağıntılardan, hadiselerin arasında bulunan ve bize onları anlatan derin ve zorunlu bağıntılara intikal etmektir (Gökalp, 2006: 669). Gökalp'e göre bilimsel yöntem gözlem, deney ve tümevarıma dayanmaktadır. Bu yöntemler mantıksal ve matematiksel yöntemlerle sürdürülür ve böylece bilimsel bilgiye ulaşılabilir.

5.BİYOLOJİNİN KONUSU VE GAYESİ

Auguste Comte'un pozitif bilim anlayışından ve bilimler sınıflandırmasından oldukça etkilenen Gökalp, bilimlerin gelişiminde fizik ve kimya bilimlerinden sonra biyoloji bilimini pozitif bir bilim olarak ele almaktadır. Ona göre her bilimin kendi olgularına dayalı birtakım kanunları bulunmaktadır. Bu açıdan hiçbir bilim bir diğerine indirgenemez (Gökalp, 1997: 84-85). Fakat bu bilimsel bulguların başka bilimlerdeki bilimsel bulguların ortaya çıkartılmasına katkı sağlamayacağı biçiminde anlaşılmalıdır.

Gökalp'e göre biyolojinin dört temel gayesi vardır. Bunlardan birincisi; biyolojik olayların içinde geçen organizma ve organizmanın yapısını ve onun çeşitli parçalarını birbirine bağlayan bağları bilmektir. İkincisi bu organizmanın işlevlerini, aralarındaki karşılıklı bağımlılığı ve normal faaliyetindeki şartları bilmektir. Üçüncüsü organizmanın kendi özel faaliyeti ile meydana gelen değişimleri ve hayatın sürekliliğini temin eden değişimleri bilmektir. Son olarak canlı varlıkların neredeyse sonsuz olan çeşitlenmelerinin gittikçe daha genel birtakım tiplere dönüşmesi ve bu biçimde zooloji ve botanik bilimlerinin bahsettiği sınıfların, türlerin bilinmesidir (Gökalp, 2006: 681-683). Gökalp'in belirtmiş olduğu bu gayeler canlı organizmaların gelişme, büyüme ve nihai olarak var olma yasalarının ortaya konulmasını içermektedir.

Her bir organın kendine ait özelliklerinin olduğunu ifade eden (Türkdoğan, 1973: 10) Gökalp bu özelliklerin araştırılmasında bilimsel yöntemin gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Bu açıdan

biyolojide gözlem, biyolojinin başlıca ve yegane inceleme kaynağıdır (Gökalp, 2006: 683). Yapılan gözlemler daha önce gelişmiş olan bilimlerin sağladığı bilgi ve kanunlarla sürdürüldüğünde doğru bilgilerin elde edilmesi mümkün olacaktır.

Biyolojinin temel birimi olan hücreden yola çıkarak hücrelerin birbirleri ile ilişkileri ve oluşturmuş oldukları yapılar incelendiğinde biyolojik organizmaların varlıklarını, bütünlüklerini istikrarlı bir biçimde sürdürebilmesi ile ilgili yasalara ulaşılabilecektir. Bu açıdan Comte'un yöntemini benimseyen Gökalp biyoloji biliminin yasalarının belirlenmesinin insan bilimlerinin temel teorilerinin ve toplumları gözleme kurallarının ortaya çıkartılabileceği kanaatini taşımaktadır.

6.MANTIKSAL SINIFLANDIRMA

Gökalp'e göre bilimin ve dilin birinci şartı sınıflandırmadır. İnsan doğası gereği birbirine benzeyen ve üzerimizde aynı etkileri ortaya çıkaran varlıkları ve olguları aynı kategorilere koyarak sınıflandırır. Diğer taraftan gözlemlediğimiz varlıklar ve olguların hafızamıza yerleşmesi de yine onları sınıflandırmamızla mümkün hale gelir (Gökalp, 2006: 689). Bu açıdan bilim insanlarının çalışmalarında sınıflandırma yöntemi bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Gökalp sınıflandırmanın iki türü olduğunu ifade eder. Bunlar suni sınıflandırma ve tabii sınıflandırmadır. Suni sınıflandırmanın gayesi, her şeyden önce pratiktir. Bu gaye, başlangıçta duyularımızın bize gösterdiği çok sayıda karakterler yerine, az miktarda ve açık birkaç karakteri ikame ederek hafızamızı yükten kurtarmaktır. Bu aynı zamanda herhangi bir varlığı, onu çevreleyen şeyler grubu arasına dahil ederek onu hızlı ve güvenilir bir şekilde tanımak suretiyle çabalarımızın dağılmasından kurtarmaktır. Bu şartlar dahilinde sınıflandırma, şeylerin bütün özelliklerini içermeyebilir Çünkü varlıklarda gizli karakterler ile beraber intikal karakterleri de vardır. Bunlar çoğu durumda yerine getirdikleri roller itibariyle faydasız olabilirler. Bu noktada suni sınıflandırma bunları bertaraf eder. Bu sınıflandırmanın müracaat ettiği karakterler aynı zamanda hem daimi hem de açıktır. Dolayısıyla suni sınıflandırma ile elde edilen verilerin gerek ayırt edilmesi gerek muhafazası kolay olup kendilerinden doğrudan doğruya yararlanmak mümkündür (Gökalp, 2006: 690).

Suni sınıflandırmanın amacı pratik iken, tabii sınıflandırmanın amacı ise teoriktir. Bu amaç, çeşitli varlıkların karakterlerini birbirine bağlayan zorunlu bağıntıları keşfetmek ve bu varlıkları tabiatta toplandıkları ve düzenledikleri şekilde gruplara ve hiyerarşilere ayırmaktır. Böylece sınıflandırma, varlıkların yalnız bir kısım karakterlerini değil, bütün karakterlerini bilmeyi gerektirir. Bu da ancak bilim tam manasıyla geliştikten sonra mümkün olabilir. Yani bu sınıflandırma bizzat bilim demektir. Tabii sınıflandırmaları yapmak için gerek analiz ve genelleme yoluyla, gerek bölme ve sentez yoluyla hareket edilebilir. Analiz yoluyla hareket etmek, sınıflandırılacak varlıkların gözlemlenmesiyle işe başlamak ve bu varlıkları kıyaslamak, sabit olan benzerliklerini ve farklarını kaydedip ölçmek, ortak özsel karakterlere sahip olan bütün unsurları aynı grubun ve aynı ismin içinde sıralamaktır (Gökalp, 2006: 690-691). Olaylar ve kavramlar arasında bağlantı kurma ve bu sayede doğru bir sınıflandırma mantıksal çerçevede yapılan sınıflandırmadır.

Mantıksal sınıflandırmada temel öncül bilgidir. Fakat bilginin bilimsel yöntemlerle sınanabilme özelliğine sahip olması gerekir. Dolayısıyla burada doğru bilgidir söz edilmektedir. Çünkü birtakım yanlışlarda bazı insanlar tarafından bilgi olarak sunulabilmektedir (Göçgün, 1992:

83). Bu bağlamda doğru bilgi için bilim adamları tanıdığı oldukları olguları objektif bir biçimde gözlemlerken, yeni olguları keşfetme yoluna giriştikleri zaman varsayımlara başvururlar. Gözlemlenen olguların hepsini önceden bilinen olgulara bağlayarak bunlara bir yorum, anlam kazandıran bilim adamları, bilgilerini daha iyi bir biçimde basitleştirmek için olgular arasındaki yakınlık noktalarını yine varsayımlara dayanarak keşfetmeye çalışırlar. Böylece her deney girişimi bir fikri temsil eder. Akıl ya da muhakeme yoluyla bu fikrin sonuçları ortaya çıkarılır ve bu sonuçlar deney yoluyla test edilir. Peşin elde edilmiş bir fikir ya da varsayım, her deneysel muhakemenin zorunlu bir hareket kaynağıdır. Böyle bir fikir olmaksızın ne bir araştırma ne de bir öğrenme mümkün olabilir. Yönlendirici fikir bulduktan sonra örtük biçimde keşfin yapılmış olduğu kabul edilir. Yapılan bir varsayım deneysel bir şekilde realize edilebilirse, buna doğrudan doğruya soruşturma adı verilir ve doğru bilgi elde edilebilir. Bu süreç içinde insan zekası özel varsayımlar sayesinde birtakım özel yasaların bilgisine yükseldikten sonra, bu yasaları daha genel yasalara döndürmeye uğraşır ve bu yasaların idare ettiği olguların birbiri arasında ne biçimde uyum gösterdiğini ortaya çıkartabilir (Gökalp, 2006: 691). Gökalp'e göre olguların birbirleri ile ilişkilerini düzenleyen yasaların bulunması sayesinde şeylerin ve yapıların sınıflandırılması daha doğru ve mümkün olur.

Genel itibarı ile mantığın temel uğraş alanı bilgidir. Mantık bilginin içeriğinden daha çok bilginin biçimi ile ilgilenir. Bu biçimsellik düşünmenin yollarını ve kurallarının tespit edilmesi anlamına gelir. Doğru bilgi bilimsel metotlarla elde edilmiş verilerin mantıksal düşünme sürecinde geçirilmesi ile elde edilir. Bütün bilimlerde birtakım veriler elde edilmekle birlikte bu verilerin anlamlı bütünler oluşturabilmesi sağlam mantıksal çıkarımlar yapabilmeye bağlıdır. Bu bağlamda mantığın amacı, hakikatin ortaya çıkartılmasında zihinsel işlemlere yön vermektir. Mantığın yönlendirdiği zihinsel işlemler vasıtasıyla pozitif bilimler gelişimlerini sürdürebilecektir.

SONUÇ

Hakikate ulaşmak ve hatalardan kurtulmak için yöntemli bir düşünce sürecine sahip olmak gerekir. Gelişmiş çağdaş bir toplum olmak ancak bilimin rehberliği ile mümkündür. Türk düşünce tarihinde çok önemli bir yeri bulunan Ziya Gökalp, içinde yaşadığı dönemde geri kalmışlıktan kurtulmak ve gelişmiş bir toplum olmak için yeni bir hayata ihtiyaç olduğunu düşünmektedir. Gökalp'in ifade etmiş olduğu yeni hayat, yeni çağdaş bir yaşam felsefesidir. Bu yaşam felsefesinin özünde ise mantığın rehberliğindeki bilim bulunmaktadır.

Gökalp'e göre Batı medeniyetinin gelişme ve ilerlemesinin temelinde doğru mantıksal çıkarımlara dayalı olarak üretilen bilimlerin gelişmesi bulunmaktadır. Bilimin rehberliği ile oluşturulan yapılar medeniyeti ortaya çıkartmıştır. Bu bağlamda metafizik varsayımlara dayalı akıl yürütmelerden ziyade mantıksal süreçlerle yürütülen gözlem ve deneyden elde edilmiş bilgiler topluma ve bireylere rehberlik etmelidir.

Pozitif bilim anlayışını benimseyen Gökalp, pozitif bilimlerin gelişmesinin temelinde Descartes'ın tümevarıma dayalı düşünme yöntemini yerleştirmektedir. İnsanın zihinsel işlemlerini ifade eden mantık, hakikate ulaşmak ve hatalardan kurtulmak için nasıl bir yöntem izlenmesi gerektiğini göstererek, insan davranışlarının eksenini belirlemektedir. Mantıksal akıl yürütmeler pek

çok veriye dayandığı için zihnin yapacağı çıkarımlarda kendi kendisiyle çelişmesini engeller. Böylece doğru bilgilere ulaşmak mümkün olur.

Gökalp, bilgi elde etme sürecinde nesnelliğin önemini vurgulamaktadır. Ona göre matematiksel kavramların nesnelliği tartışılmaz. Bu yüzden pozitif bilimler matematiksel bilimleri temel almalıdır. Gökalp'e göre, pozitif bilimsel yöntemler sadece doğa bilimlerinde değil, sosyal bilimlerde de kullanılabilir. Böylece sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalarda elde edilen verilerin öznelliği ile ilgili tartışmalar, araştırma sürecinin pozitif bilimsel yöntemlerle sürdürülmesi ile son bulmuş olur.

Genel olarak Gökalp, pozitif bilim yönteminin yaşamın her alanına ve insanın zihniyet dünyasına hâkim olması gerektiğini düşünmektedir. Böylece toplum olarak teknik anlamda ilerlemeler kaydedilirken sosyal hayatta da hurafelerin ve yanlış inanışların etkisi ortadan kalkacak yeni bir hayata, yeni bir yaşam felsefesine sahip olunacaktır. Bilimin sağladığı imkanlar ile toplumun bireylere kattığı idealler medeniyet basamaklarının tek tek çıkılmasına vesile olacaktır.

KAYNAKÇA

- Ahmet Cevizci, Paradigma Felsefe Sözlüğü, Paradigma Yayıncılık, İstanbul, 2005.
- Albert Menne, Mantığa Giriş, Çev.: Erkan Ataçay, Sosyal Yayıncılık, İstanbul, 2005.
- Alex Rosenberg, Bilim Felsefesi "Çağdaş Bir Giriş", Çeviren: İbrahim Yıldız, Dipnot Yayınları, Ankara, 2015.
- Auguste Comte, Pozitif Felsefe Kursları, Çeviren:Erkan Ataçay, Sosyal Yayınlar, İstanbul, 2001.
- Cihan Osmanağaoğlu, Ziya Gökalp'te Türkçülük Akımı, On İki Levha Yayıncılık A. Ş., İstanbul, 2008.
- Clifford T. Morgan, Psikolojiye Giriş, Çevirenler: Sirel Karakaş – Rükzan Eski, Eğitim Akademi Yayınları, Konya, 2009.
- Descartes, Aklın Yönetimi İçin Kurallar, Çeviren: Müntekim Ökmen, Sosyal Yayınlar, İstanbul, 2010.
- Elisabeth Ströker, Bilim Kuramına Giriş, Çeviren: Doğan Özlem, Ara Yayıncılık, İstanbul, 1990.
- Fred Alan Wolf, Büyük Fikirlerin Küçük Kitabı "Bilimin Ruhla Buluştuğu Nokta", Çeviren: Hande Canlı, Crea Yayıncılık, İstanbul, 2008.
- Hasan Tuncay, Ziya Gökalp, Toker Yayınları, İstanbul, 1978.
- Heinz Heimsoeth, Felsefenin Temel Disiplinleri, Çeviren: Takiyettin Mengüşoğlu, Doğu Batı Yayınları, Ankara, 2013.
- Hikmet Yıldırım Celkan, Ziya Gökalp'in Eğitim Sosyolojisi, Milli Eğitim Gençlik Ve Spor Bakanlığı Yayınları, İstanbul, 1989.
- Kazım Nami Duru, Ziya Gökalp, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul, 1949.
- Kojin Karatani, Transkritik "Kant ve Marx Üzerine", Çeviren: Erkal Ünal, Metis Yayınları, İstanbul, 2008.
- Necati Öner, Klasik Mantık, Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları, Ankara, 1986.
- Necip Taylan, Anahatlarıyla Mantık, Ensar Neşriyat Yayınları, İstanbul, 2011.
- Nermin Çiftçi, Kohlberg'in Bilişsel Ahlak Gelişimi Teorisi: Ahlak Ve Demokrasi Eğitimi, Değerler Eğitimi Dergisi, Cilt:1, Sayı:1, 2003.

- Nevin Güngör Ergan, Türk Düşünce Geleneğinde Ziya Gökalp – Ziyaeddin Fahri Fındıkoğlu Devamlılığı, Editörler: Cevat Özyurt – Ahmet Tak, Ziya Gökalp Kitabı, Hece Yayınları, Ankara, 2015.
- Orhan Karaveli, Ziya Gökalp’i Doğru Tanımak “Türklük Hem Müfkürem Hemde Kanımdır”, Doğan Egmont Yayıncılık ve Yapımcılık Tic. A. Ş., İstanbul, 2008.
- Orhan Türkdöğan, Ziya Gökalp Sosyolojisinde Bazı Kavramların Değerlendirilmesi, Atatürk Üniversitesi Yayınları – Baylan Matbaası, Ankara, 1973.
- Önder Göçgün, Hususi Mektuplarına Göre: Ziya Gökalp’in Hayat Görüşü, Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara, 1992.
- Taha Parla, Ziya Gökalp, Kemalizm ve Türkiye’de Korporatizm, İletişim Yayınları, İstanbul, 1989.
- Teo Grunberg – David Grunberg, Bilim Felsefesi, Editör: İskender Taşdelen, Anadolu Üniversitesi Yayıncılık, Eskişehir, 2013.
- Ziya Gökalp, Felsefe Dersleri, Sadeleştirilenler ve Yayına Hazırlayanlar: Ali Utku – Erdoğan Erbay, Çizgi Kitabevi, Konya 2006.
- Ziya Gökalp, Terbiyenin Sosyal ve Kültürel Temelleri, Hazırlayan: Rıza Kardaş, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, İstanbul, 1997.
- Ziya Gökalp, Türkçülüğün Esasları, Akvaryum Yayınevi, İstanbul, 2005.
- Ziya Gökalp, Türkleşmek – İslamlaşmak – Muasırlaşmak, Akvaryum Yayınevi, İstanbul, 2011.

Mavi Okyanus Stratejisi: Covid-19 Pandemi Dönemine Yönelik Dünyadan ve Türkiye’den Örneklerle Bir Değerlendirme

Blue Ocean Strategy: An Assesment of The Covid-19 Pandemia Period with Cases from The World and Turkey

Doç. Dr. Aybike Tuba ÖZDEN¹

Makale Geliş Tarihi / Received :04.10..2021
Makale Kabul Tarihi / Accepted :06.04.2022

ÖZET

Kızıl okyanuslar yaratan pazarlarda işletmeler sürekli bir rekabet halindedirler. Bu rekabetin sonu kimi zaman kazananı olmayan bir zafere dönüşebilmektedir. Bu nedenle rakiplerin olmadığı pazarlar daha güvenilir olabilir. Mavi Okyanus Stratejisi, rekabeti anlamsız kılmaktadır ve düşük maliyetlerle oluşturulmuş değer yenileme ile başarılı olmanın mümkün olduğunu taahhüt etmektedir. Bu çalışma, Mavi Okyanus Stratejisi’ne ilişkin kavramsal bir çerçeve sunarak mevcut bilgi birikimini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, Mavi Okyanus Stratejisi ile ilgili Türkiye’de ve uluslararası alanda yapılmış araştırmalar ele alınmış, bu bakış açısıyla Covid-19 salgın süreci değerlendirilmiş ve çeşitli uygulama örneklerine yer verilmiştir. Yapılmış araştırmalara ve uygulama örneklerine bakıldığında, Mavi Okyanus Stratejisi’nin çeşitli sektörlerde uygulanabilir olduğu görülmüştür. Araştırma, kapsamlı bir literatür taraması içermesi ve güncel olması nedeniyle önem taşımaktadır. Ayrıca Covid-19 salgın sürecinde giderek zorlaşan pazar ortamında, mavi okyanuslara daha çok ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Covid-19 salgını gibi olağanüstü durumlar, yeni pazarlar oluşturabilmek için işletmelere fırsatlar sunabilmektedir. Bu bağlamda araştırmanın, işletmelere ve araştırmacılara ışık tutacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kavramlar: *Strateji, Mavi Okyanus Stratejisi, Kızıl Okyanus Stratejileri, Covid-19, Pandemi*

ABSTRACT

Businesses are in constant competition in the markets that create red oceans. The end of this competition can sometimes turn into a victory without a winner. Therefore, markets where there are no competitors can be more reliable. Blue Ocean Strategy makes competition meaningless and that it is possible to be successful with value renewal at low cost. This study aims to evaluate the existing knowledge by presenting a conceptual framework for the Blue Ocean Strategy. Research carried out in Turkey and about Blue Ocean Strategy in the study were discussed. Research carried out in Turkey and international field about Blue Ocean Strategy in the study were discussed, from this point of view, the Covid-19 pandemic process was evaluated and various application examples were included. Considering the researches and application examples, it is seen that the Blue Ocean Strategy can be applied in various sectors. The research is important because it includes a comprehensive literature review and is up-to-date. In addition, it is thought that there is a greater need for blue oceans in the market environment, which is getting more difficult during the Covid-19 pandemic process. Extraordinary situations such as the Covid-19 pandemic can offer businesses opportunities to create new markets. It is seen that businesses that make use of these opportunities can gain profitability in a challenging environment with a rapid growth. In this context, it is thought that the research will be beneficial for businesses and researchers.

Keywords: *Strategy, Blue Ocean Strategy, Red Ocean Strategies, Covid-19, Pandemic*

¹ Ondokuz Mayıs Üniversitesi Samsun Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, aybike.ozden@omu.edu.tr, **ORCID** NO: 0000-00023133-3620

GİRİŞ

İşletmeler, tüketici istek ve ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamayı hedeflemektedirler. Şüphesiz bu hedefin özünde tüketicileri, kendi ürünlerini satın almaya ikna etmeleri bulunmaktadır. Günümüz dünyasında rekabetin giderek zorlaştığı söylenebilir. Rekabetin zorlaşmasının birçok sebebi bulunmaktadır. Küreselleşmeyle birlikte pazarın büyümesi, büyüyen pazarda rakiplerin ve ürün alternatiflerinin çoğalması, tüketicilerin özel istek ve ihtiyaçlarının artması, teknolojik gelişmelerle birlikte mesajların artması ve tüketicilerin bu mesajlara karşı duyarsızlaşmaya başlamaları, işletmelerden farklı ve kişiselleştirilmiş ürün talebi gibi birçok gelişme bunlar arasında sayılabilir. Bu bağlamda işletmelerin stratejik hamlelerle pazarda değer yaratmaları gerekmektedir. Mavi Okyanus Stratejisi, en iyisi olmak için rekabet etmekten ziyade benzersiz olmak için rekabet etme sürecidir (Kirfi vd., 2013: 69).

İşletmelerin tüketicilerle kurdukları her türlü iletişim ve ilişki şeklinin rekabet sonucunda oluştuğu söylenebilir. Nitekim rekabetin az olduğu, ürünlerin hepsinin satılabildiği 1850-1900'lü yıllarda işletmeler, herhangi bir tutundurma çabası göstermeye gerek duymamışlardır (Alabay, 2010: 216). Mücadele edecek bir rakip bulunmadığında ve temel hedef olan kâr elde edildiğinde tüketicilerle iletişim kurmaya, satış ve tutundurma çabalarına ihtiyaç duyulmamaktadır. Ancak rakipler çoğaldığında ve hedef kitleyi ikna etmek zorlaştığında farklılaşmak gerekmektedir. Kim ve Mauborgne (2019), geliştirmiş oldukları stratejiyle bu sürece yeni bir boyut kazandırmışlardır. Bu bağlamda, rekabet ederken çetin mücadeleler vermek yerine yeni bir pazar yaratarak orada başarılı olmak, işletmeler için bir çözüm yolu olabilir (Kim ve Mauborgne, 2019: 4). Araştırmacılar rekabetin çetin ve sert olduğu mevcut pazarı kırmızı okyanus, henüz keşfedilmemiş pazar alanını kullanmayı ise mavi okyanus olarak tanımlamışlardır. Bu stratejilerin tanımlanmasında kullanılan renklerin manidar olduğu düşünülmektedir. Nitekim renkler, soyut olanı simgeleştiren, iletişimde rol oynayan, duygusal ve görsel yanıtlar uyandıran unsurlardır (Öztuna, 2007:91). Kırmızı renk; tehlike, heyecan, sıcak ve dışadönüklük algısı oluştururken mavi renk; serin, sakin, saygıdeğer ve otoriter algısı yaratmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2003:139). Dolayısıyla kırmızı okyanus stratejileri kullanan işletmelerin tehlikeyi, sıcak mücadeleyi ve çetin rekabeti tercih eden işletmeler olduğu; Mavi Okyanus Stratejisi'ni kullanan işletmelerin ise sakin ve huzurlu bir şekilde kendi pazarlarını yaratarak o pazarda otorite olmayı tercih eden işletmeler oldukları düşünülebilir.

Teknolojik ve toplumsal gelişmelerle birlikte pazarın sürekli yenilendiği ve değiştiği söylenebilir. İşletmeler, bu pazarda talep yaratarak gelişmiş ve büyümüşlerdir. Örneğin akıllı telefonlar ile birlikte mıknatıslı şarj aletleri, şarj kablosu koruma aparatları veya selfie çubuğu gibi birçok ürün pazara sunulmuştur. Covid-19 salgın süreciyle birlikte eve sipariş uygulamalarının artışı ve sektörde önemli bir büyüme göstermesi de örnek olarak verilebilir. Bu bağlamda yeni bir strateji gibi görünüyorsa da Mavi Okyanus Stratejisi'nin çok uzun zamandan beri var olduğu söylenebilir (Ağraş vd., 2017:131). Mavi Okyanus Stratejisi'nin öneminin, yeni olmasından ziyade mavi okyanusların değerini göstermesinden ve bu okyanusa açılabilmenin stratejik hamlelerini sunabilmesinden geldiği düşünülmektedir.

Bu çalışmada, mavi okyanus stratejisinin kavramsal bir çerçevesi oluşturularak daha önce yapılmış araştırmaların ve uygulama örneklerinin sunulması ile mevcut bilgi birikiminin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Türkiye'de Mavi Okyanus Stratejisi ile ilgili araştırmaların sınırlı olduğu görülmüştür (Uğrak ve Uğurluoğlu, 2020:246). Bu nedenle Mavi Okyanus Stratejisi

ile ilgili çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Çalışmanın, Mavi Okyanus Stratejisi'ne ilişkin Türkiye'de ve uluslararası alanda yapılmış araştırmalara yer verilmiş kapsamlı bir derleme olması açısından önem taşıdığı düşünülmektedir.

1. KIZIL OKYANUS STRATEJİLERİ

“Her şeyi kaybetmek pahasına kazanılmış anlamsız bir zafer” anlamına gelen Pirus Zaferi deyimi, Grek kolonisi Tarentum Kralı Pirus'un Roma'yla yapmış olduğu savaş sonrasında ortaya çıkmış olan ve kızıl okyanus kavramını açıklayabilecek etkileyici bir olayın sonucudur. Pirus, hırslı ve şeref düşkün bir hükümdardır. Kalabalık bir ordu ve o dönemin savaş gücü olarak görülen çok sayıdaki fillerine rağmen Pirus, yaptığı savaşta büyük kayıplar vermiştir. Pirus, savaşı kazanmış ve zafer elde etmiş olmasına rağmen sahip olduğu askerlerinin büyük bir kısmını ve fil ordusunu kaybetmiştir. Bu olaydan sonra, galibiyet elde edilmiş ancak büyük kayıplar verilmiş mücadeleler için Pirus Zaferi deyimi kullanılmıştır. Bu zafer öyle anlamsızdır ki Pirus'un savaş sonrasında “Tanrım, bana bir daha böyle bir zafer yaşatma.” dediği söylenmektedir. Bu söz “bazı savaşların kazananı olmayacağı” düşüncesini hatırlatmaktadır.

Pazarlama faaliyetlerinin yürütüldüğü pazar ikiye ayrılmaktadır: Kızıl okyanus ve mavi okyanus (Uğrak ve Uğurluoğlu, 2020:246). Kızıl okyanus, işletmelerin birbirleriyle kıyasıya mücadele ettikleri, bir nevi savaştıkları mevcut pazarı temsil etmektedir. Bu mücadele öyle çetin ve yıpratıcıdır ki Pirus Zaferi'nde olduğu gibi kimi zaman bu zafer keşke kazanılmasaydı dedirtebilir. Örneğin rekabete yönelik fiyatlandırma yapan işletmeler, fiyat politikalarını rakip işletmelerin fiyatlarına bakarak belirlemektedirler (Yıldırım, 2015:15). Fiyat indirimi yapan bu işletmelerin amacı, daha çok satış yaparak birim fiyattan elde edilen kârı telafi edebilmektir. Ancak çok fazla satış yapılamaması ve rakip işletmelerin de benzer indirimlere gitmeleri durumu, bu sürecin düşünüldüğü gibi kolay olmadığının göstergesidir. Hedef pazardaki tüm işletmelerin indirim gitmesi, hem ürünün fiyat seviyesini hem de aynı ürün kategorisindeki bu işletmelerin hepsinin kâr oranlarını düşebilmektedir. Ölümüne yapılan fiyat rekabetleri dolayısıyla bu savaşta kazanan tarafın bir Pirus Zaferi elde ettiği söylenebilir.

Rekabet halinde olan işletmeler üstünlük sağlamak için kimi zaman büyük mücadeleler verebilmektedirler. Bu mücadelenin nedeni, işletmelerin pazarda varlıklarını koruyabilmeleri ve kâr edebilmeleridir. Çetin ve zorlu mücadelenin olduğu pazarda yürütülen stratejiler, kızıl bir okyanus oluşturmaktadır. Kızıl okyanus, mevcut pazarın hepsini kapsamaktadır (Kim ve Mauborgne, 2019:16). Bu pazarda işletmeler, kimi zaman birbirlerini yok etmeye veya rakip işletmelerin kimlik ve imajlarını zedelemeye yönelik pazarlama faaliyetleri yürütebilmektedirler. Örneğin Pepsi ve Coca-Cola pazarda iki büyük rakip işletmedir. Her iki işletme, zaman zaman tutundurma çalışmalarında birbirlerine çeşitli göndermelerde bulunmaktadırlar. Pepsi, Cadılar Bayramı için Coca-Cola pelerini takmış bir Pepsi kutu içeceği görseliyle birlikte şu metni paylaşmıştır “Sizlere korkunç bir cadılar bayramı dileriz.”. Coca-Cola ise aynı görselle şu metni paylaşmıştır “Herkes kahraman olmak ister.” (Medium, 2017). Bu reklam örneğinde görüldüğü gibi her iki işletme de birbirleriyle kıyasıya rekabet halindedirler. Nitekim Pepsi; 1920'li yıllardan itibaren Coca-Cola için ciddi bir rakip olmaya başlamış, düşük fiyat politikası, atılgan ve girişken marka kişiliği ile daha rekabetçi hareket etmiştir ve nihayetinde Coca-Cola, Pepsi'yi satın almaya çalışmıştır (Doruk ve Savaş, 2017: 123). Bu noktada Coca-Cola'nın rekabet sürecinde Pepsi'yi bünyesine alarak büyük rakibinden kurtulmaya çalışmış olduğu söylenebilir.

Aynı av için birbirleriyle sürekli mücadele eden okyanus yırtıcılarının tutarlı ve şiddetli rekabeti, buldukları alanı kızıl okyanusa çevirmektedir (Ağraş vd., 2017:127). Dolayısıyla işletmeler, kızıl okyanus olarak adlandırılan pazarda, aynı av için mücadele eden yırtıcılar gibidirler. Rekabet, kanlı bir savaş alanıdır (Kim ve Mauborgne, 2019:4). Bu mücadele aynı zamanda işletmeler için fazladan emek, zaman veya bütçe gerektirmektedir. Metaforik olarak anlatmak gerekirse; maliyet yaratan bu unsurlar, işletmelerin kan kaybına neden olabilmektedir.

Kim ve Mauborgne (2005b:22), rekabeti orduların savaşma şekline benzetmektedirler ve rakiplerin aynı şeyleri yapmalarının birbirlerini sıfırladığını ve kısasa kısas bir misillemeye sebep olduğunu belirtmektedirler. Araştırmacılar, avantaj elde edebilmek için işletmelerin Mavi Okyanus Stratejisi'ne yönelmeleri gerektiğini belirtmektedirler.

Kızıl okyanuslar her zaman önemli olacaktır ve iş hayatının bir gerçeğidir ancak daralan pazardan pay almak için rekabet etmek gerekli olmakla birlikte yüksek performansı sürdürmek için yeterli olmayabilir (Kim ve Mauborgne, 2005b:26). Kızıl okyanus stratejileri yanlış değildir ancak pazardaki birçok işletmenin kullandığı stratejilerdir (Alam ve Islam, 2017:6). Bu nedenle kızıl okyanuslarda farklılaşmak, hayli güç ve maliyetlidir. Kızıl okyanusta başarı sağlayan işletmelerden biri Volvo'dur. Volvo, yeni XC90 modeli ile Amerikan Otoyol Güvenliği İçin Sigorta Enstitüsü (IIHS) tarafından Top Safety Pick+ derecesiyle ödüllendirilmiştir (Ağraş vd., 2017:136). Otomobil güvenliği, dayanıklılık ve çarpmayı önleme sistemleri ile Volvo, otomobil sektöründe rakiplerinden sıyrılmayı başaran bir marka olarak isim yapmıştır. Bir başka örnek LCW mağazalarından verilebilir. Kâr marjını düşük tutan LCW, düşük fiyatlandırma stratejisi ve "iyi giyinmek herkesin hakkı" sloganıyla rakiplerini saf dışı bırakmayı başararak önemli bir rekabet gücü kazanmıştır (Yıldız, 2019:130).

Kızıl okyanuslarda işletmeler, elbette başarı elde etmektedirler ancak tüm rakiplerin aynı pazarda olması zorlu bir rekabet ortamı yaratmaktadır. Bu nedenle kızıl okyanuslarda farklı olmak giderek zorlaşmaktadır. Nitekim kıyasıya rekabet, okyanusu kanlı hale getirmektedir, mavi okyanuslarda ise savaşmak yerine talep yaratılmaktadır (Kirfi vd., 2013:69). Sonuç olarak mavi okyanuslar rekabeti anlamsız hale getirebilmektedir.

2. MAVİ OKYANUS STRATEJİSİ

Mavi Okyanus Stratejisi 15 yılı aşan bir araştırma, 100 yıl geriye uzanan verilere, 30'u aşkın endüstri ve 150'den fazla stratejik hamlenin araştırılması sonucunda geliştirilmiştir. Bu stratejinin mimarları W. Chan Kim ve Renée Mauborgne'dir. Yapılan araştırmalar sonucunda, işletmelerin temel stratejik faaliyetleri ile başarıları arasında ilişkiler bulunmuş ve Mavi Okyanus Stratejisi'nin oluşturulmasını sağlayan temeller atılmıştır. Araştırmacılar stratejilerini aktarırlarken, Cirque du Soleil adlı bir sirkten bahsetmektedirler. Bir zamanlar akordeon çalarak, sırık üstünde yürüyen ve ateş yutarak para kazanan Guy Laliberté; Kanada'nın en büyük kültürel ihracatçılarından biri olan Cirque du Soleil'in (Güneş Sirkisi) CEO'sudur (Kim ve Mauborgne, 2019:3). Guy Laliberté, sirk endüstrisinin küresel anlamda en büyük işletmesi olan Ringing Bros. and Barnum & Bailey'in çok uzun bir sürede elde etmiş olduğu gelir düzeyine 20 yıldan kısa bir sürede ulaşmıştır. Hatta onun bu hızlı büyümesi, sirk endüstrisinin giderek zayıfladığı bir döneme denk gelmiştir. Alternatif eğlence programlarının, video oyunlarının ve hayvan hakları duyarlılığının arttığı bir dönemde Cirque du Soleil'in başarısı, yetişkin müşteri profilini kendine çekmesine bağlıdır. Tüketicilere sirkten eğlence

hayatını ve tiyatronun entelektüel özelliklerini sunan bu işletme, hayvanları sirklerde kullanmayı bırakarak hem hayvan haklarına duyarlılığını göstermiş hem de hayvanların bakım masrafları gibi tüm giderlerinden kurtulmayı başarmıştır. Bunun dışında geleneksel sirklerin çadır, palyaçolar ve kısa hüner gösterileri dışında tüm faktörleri ortadan kaldıran Cirque du Soleil, tiyatroyu andıran gösteriler, özel ışık ve dans gösterileri ve çoklu prodüksiyon gibi faktörlerle yepyeni bir sirk anlayışı geliştirmiştir. Böylece Cirque du Soleil, rakiplerinin yaptığı faaliyetleri yok sayarak sadece kendisine özel bir pazar alanı yaratmayı başarmıştır. Bu pazarın adı Mavi Okyanus olarak adlandırılmaktadır.

Mavi Okyanus Stratejisi, pazarı yeniden inşa ederek yeni pazar alanı yaratmaları için işletmelere rehberlik eden teorik bir strateji çerçevesidir (Mi, 2015:1). Bir başka tanıma göre Mavi Okyanus Stratejisi, yararlanılmamış bir potansiyeli ve rekabetin olmadığı tartışmasız bir pazar alanını tanımlamak için kullanılan bir metafordur (Yap ve Chua, 2018:5). Kim ve Mauborgne (2019) tarafından ortaya koyulan Mavi Okyanus Stratejisi, ilgili literatürde o denli ilgi ve rağbet görmüştür ki çeşitli ders kitaplarında yerini almış, üzerine makaleler ve araştırmalar yapılmış ve nihayetinde işletmelerin uygulamalarıyla geçerliliğini kanıtlamış önemli bir stratejidir. Nitekim Mavi Okyanus Stratejisi, işletmelerin pazarlama faaliyetlerinde başarılı olmalarını sağlamaktadır (Madsen ve Slåtten, 2019:2; Christodoulou ve Langley, 2020:727; Gwal ve Gwal, 2016:401; Chang, 2010:219). Mavi okyanusların çoğu kızıl okyanusların içinden yaratılmaktadır ve yeni pazarlar yaratmak için çok uzağa gitmeye gerek yoktur (Kim ve Mauborgne, 2005b:25).

Kızıl okyanus, ürünlerin metalaşmasına, fiyatlandırmada düzensizliğe ve düşük kâra neden olmaktadır (Kim ve Mauborgne, 2005b:25). Mavi Okyanus Stratejisi ise rekabetin olmadığı yenilikçi değerlere dayanmaktadır ki bu da savaşın olmadığı pazarda zaferi getirmektedir. Setiawan ve Komara (2020:26), Mavi Okyanus Stratejisi'nin kızıl okyanus arenası dışında hayatta kalmak ve genişlemek için önemli olduğunu belirtmektedirler. Mavi okyanus ile kızıl okyanus stratejileri arasındaki temel farklar Tablo 1'deki gibidir.

Tablo 1. Mavi Okyanus ve Kızıl Okyanus Stratejileri Arasındaki Farklılıklar

Kızıl Okyanus Stratejileri	Mavi Okyanus Stratejisi
Mevcut pazar alanında rekabet	Çekişmesiz pazar alanı yaratma
Rekabette galip gelme	Rekabeti anlamsız kılma
Mevcut talebi kendisi için kullanma	Yeni talep yaratma ve elde etme
Değer-maliyet değiş tokuşu yapma	Değer-maliyet değiş tokuşunu yıkma
Bir işletmenin faaliyetlerinden oluşan bütün sistemi farklılaştırma veya düşük maliyet arasındaki stratejik tercihle uyumlu hale getirmek	Farklılaştırma ve düşük maliyet gerçekleştirmeye çalışırken, işletmenin faaliyetlerinden oluşan bütün sistemi uyumlu hale getirmek

Kaynak: Kim, W.C. ve Mauborgne, R. (2019). Mavi Okyanus Stratejisi Çekişmesiz Pazar Alanı Yaratmak ve Rekabeti Etkisiz Kılmak (Çev. Ş. Alpagut.), İstanbul: CSA Global Publishing.

Tablo 1'de görüldüğü gibi Mavi Okyanus Stratejisi rekabeti yok sayarak, bambaşka yeni pazarlara yelken açmayı önermektedir. İşletmeler, yelken açtıkları mavi okyanuslardaki seyahatlerine, kızıl okyanustaki rakipleri tarafından fark edilip taklit edilene kadar keyifle devam edebilmektedirler.

Mavi Okyanus Stratejisi çerçevesi, işletmelerin sektörlerini sistematik olarak yeniden yapılandırmalarına imkân tanımaktadır, başka bir deyişle, stratejik yapıyı şekillendirmektedir (Kim ve Mauborgne, 2019:XX). Bu nedenle Mavi Okyanus Stratejisi, yeniden yapılandırıcıdır. Yeniden yapılandırıcı görüşe göre pazar yapısı değiştikçe pazardaki faaliyetlerin uygulama kuralları da değişmektedir. Bu nedenle eski pazardaki faaliyetler anlamsız kalmaktadır. İşletmeler, maliyetleri azaltılıp alıcı değeri yükselttiklerinde mavi okyanus yaratılabilecek koşullar oluşabilecektir. Değer yenileme adı verilen stratejik mantık, işletmelerin rekabeti kendilerine ölçüt olarak görmemeleri sonucunda oluşturulmuştur (Kim ve Mauborgne, 2019:11).

Bir işletmenin gerçekten başarılı olabilmesi için değer yaratması gerekmektedir (Yang ve Yang, 2011:925). Değer yenileme, Mavi Okyanus Stratejisi'nin köşe taşıdır. İşletmeler, müşterilerine üç temel değer sunmaktadırlar: Düşük fiyat, ürünlerin ihtiyaca uygunluğu ve ağ hizmeti ile müşterilere ulaşımı (Uğrak ve Uğurluoğlu, 2020:249). Mavi Okyanus Stratejisi'nde ise yenilik ile fayda, fiyat ve maliyet pozisyonları arasında uyum sağlandığında değer yenileme meydana gelmektedir. İşletmeler, hem müşteri hem de kendileri için değer yaratarak satışta başarıyı yakalayabilirler (Kişi, 2017:204). Bu nedenle değer ve yenilik bir bütün olarak ele alınmalıdır. Rekabeti hedef almayan ve yeni pazarlar yaratarak değer artışı sağlamayı öneren bu strateji, düşük maliyet ile işletmelerin başarıyı yakalayabileceklerini savunmaktadır. Yapılan çeşitli araştırmalarla bu savın doğruluğu gösterilmeye çalışılmıştır. Örneğin Aspara vd. (2008), işletmelerin satış stratejisi ve satış performansını incelemişler, Mavi Okyanus Stratejisi perspektifinden yapılan uygulamaların satış faaliyetlerinde artan kârlılıkla olumlu ilişkisi olduğunu tespit ederek küresel olarak bu stratejinin ampirik doğrulamasını yapmışlardır. Bir başka araştırmada Leavy (2018:10), Mavi Okyanus Stratejisi'nin 2017 yılına değin pratikte nasıl çalıştığını ve geliştiğini incelemiştir ve Mavi Okyanus Stratejisi'nin yeni talep kümelerini ortaya çıkartan bir değer yenileme süreci olduğunu tespit etmiştir.

2.1.Mavi Okyanus Stratejisi Analitik Araçları

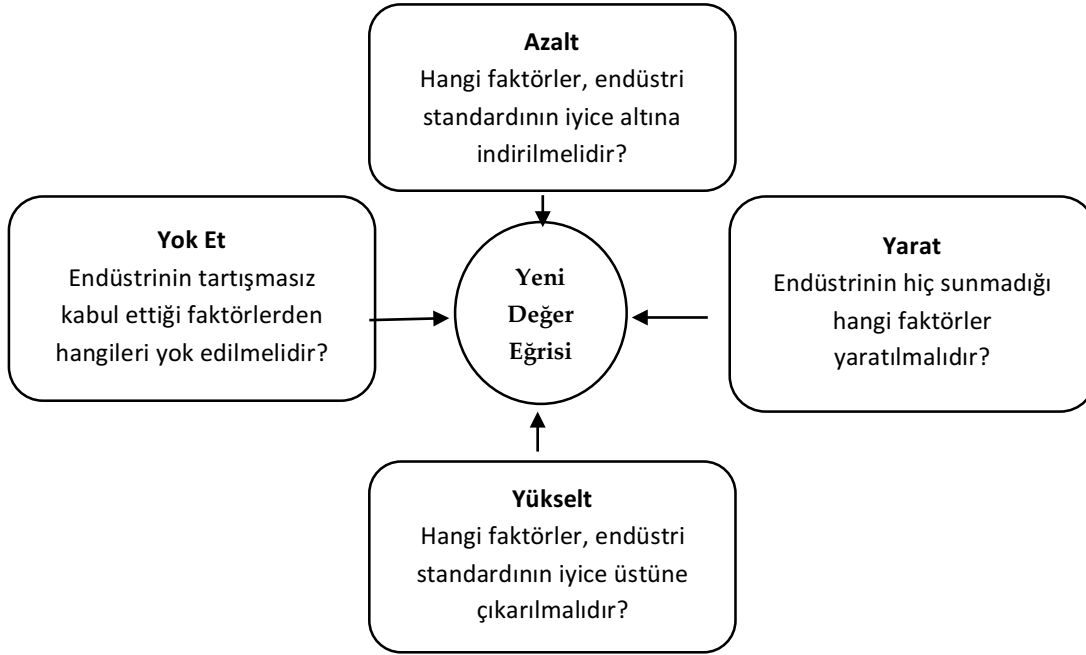
Kim ve Mauborgne (2005b) Mavi Okyanus Stratejisi'ni, sistematik ve uygulanabilir kılmak için çeşitli analitik araçlar geliştirmişlerdir. Bu analitik araçlar; dört eylem çerçevesi, strateji tuvali (yelkeni) ve yok et-azalt-yükselt-yarat tablosudur.

Dört Eylem Çerçevesi: Yeni bir değer eğrisi oluşturabilmek ve alıcı değeri öğelerini yeniden yapılandırmak için endüstrinin stratejik mantığı ile işletme modeline meydan okuyacak dört kilit sorunun cevaplandırılması gerekmektedir. Bu sorular şunlardır (Kim ve Mauborgne, 2005b:24):

- Endüstrinin tartışmasız kabul ettiği faktörlerden hangileri yok edilmelidir?
- Hangi faktörler, endüstri standardının iyice altına indirilmelidir?
- Hangi faktörler, endüstri standardının iyice üstüne çıkarılmalıdır?
- Endüstrinin hiç sunmadığı hangi faktörler yaratılmalıdır?

Bu sorular, dört eylem çerçevesini oluşturan unsurları içermektedir. Bu unsurlar; yok et, azalt, yükselt ve yarat şeklindedir. Dört eylem çerçevesi, Şekil 1'deki gibidir.

Şekil 1. Dört Eylem Çerçevesi

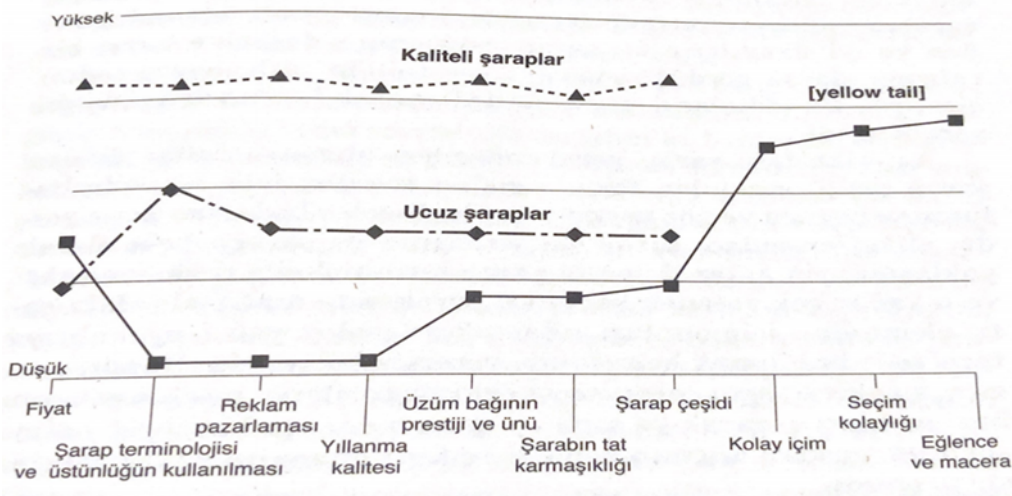


Kaynak: Kim, W.C. ve Mauborgne, R. (2019). Mavi Okyanus Stratejisi Çekişmesiz Pazar Alanı Yaratmak ve Rekabeti Etkisiz Kılmak (Çev. Ş. Alpagut.), İstanbul: CSA Global Publishing.

Şekil 1’de görüldüğü gibi dört eylem çerçevesindeki sorular ve özeti niteliğindeki unsurlar, yeni değer eğrisi oluşturmaktadır. Yok et ve azalt unsurları, rakip işletmeler karşısında maliyetlerin nasıl düşürülebileceğinin kavranmasını sağlamaktadır. Yarat ve yükselt unsurları ise alıcı değerinin nasıl yükseltileceğinin ve yeni talep yaratılacağına kavranmasını sağlamaktadır.

Strateji Tuvali (Yelkeni): Dört eylem çerçevesi, endüstrinin strateji tuvaline uygulandığında algılanan eski gerçeklerin yeni bir görüntüsü ortaya çıkmaktadır. Strateji tuvali, uygulanabilir bir Mavi Okyanus Stratejisi oluşturabilmek için bir tanı ve eylem çerçevesi sunmaktadır. Bu analitik araç iki amaca hizmet etmektedir. Öncelikle strateji tuvali, bilinen pazar alanında mevcut durumu anlamayı sağlamaktadır. İkinci olarak da rakip işletmelerin nereye yatırım yaptığını, endüstrinin ürünler için uğruna rekabet ettikleri faktörlerin, hizmetin, dağıtımın ve müşterilerin pazarda rekabet içinde olan sunumlardan ne aldığına anlaşılmasını sağlamaktadır. Strateji tuvalindeki yatay eksen, endüstrinin rekabet ettiği ve yatırım yaptığı faktör dağılımını, dikey eksen ise sunulan faktörlerin miktarını veya seviyesini göstermektedir. Strateji tuvali örneği Şekil 2’deki gibidir.

Şekil 2. Strateji Tuvali (Yellow Tail Örneği)



Kaynak: Kim, W.C. ve Mauborgne, R. (2019). Mavi Okyanus Stratejisi Çekişmesiz Pazar Alanı Yaratmak ve Rekabeti Etkisiz Kılmak (Çev. Ş. Alpagut.), İstanbul: CSA Global Publishing.

Şekil 2’de görüldüğü gibi dikey eksendeki yüksek puan, işletmelerin müşterilerine daha çok değer sunduğu ve haliyle o faktöre daha çok yatırım yaptığı anlamına gelmektedir. Örneğin fiyat faktörü ele alındığında kaliteli şarapların yüksek fiyatlı olduğu, ucuz şarapların ise düşük fiyatlı olduğu görülmektedir. Bu örnekte Yellow Tail şarabının ise kaliteli ve ucuz şaraplar arasında bir yerde fiyatlandırma yaptığı görülmektedir. Şekil 2 örneğinde yer alan strateji tuvalinde Yellow Tail isimli şarabın, şarap endüstrisinde yer alan 1600’den fazla şarap imalatçısıyla karşılaştırılması ve Mavi Okyanus Stratejisi ile pazarda yükselişi gösterilmektedir. Yellow Tail’i üreten Casella Wines ABD’de şarap sektörüne giren bir şarap markasıdır.

Casella Wines, Amerikan şarap endüstrisinin çehresini değiştiren çekişmesiz pazar alanını yaratmak için yok et, azalt, yükselt ve yarat olan dört eylemin hepsini uygulamıştır (Kim ve Mauborgne, 2019: 29). Casella Wines, şarabı şarap olarak sunmak yerine herkesin erişebileceği sosyal bir içecek ile kolay içim, kolay seçilen, eğlence ve macera faktörlerini yaratarak yıllarca beğenilmesi gerekmeyen kokteyl bir şarap yaratmıştır (Kim ve Mauborgne, 2005b:25). Marka, bunlar dışında kalan tat zenginliği, karmaşıklığı ve yıllanma (diğer şarap endüstrisinin uğruna yıllardır rekabet ettiği) faktörlerini yok etmiş veya azaltmıştır. Böylece şarap üretiminde yıllandırma tekniği için harcanan maliyeti yok etmiş ve seçim kolaylığı yaratmak adına sadece iki çeşit şarap türü üretmiştir. Bu kolaylığı şarap şişelerindeki etiketlerde yapmış olan Casella Wines, tüm teknik jargonu etiketlerden kaldırmıştır. Tutundurma faaliyetlerinde perakende çalışanlarına Avusturya kırsal kıyafetlerini veren, stokları minimuma indirerek stok devrini maksimuma çıkartan marka, çeşitliliğin azaltılmasını pazarlama faaliyetlerinin tüm alanlarına uygulamıştır. Özetle Casella Wines; şarap terminolojisi ve ayrımları, yıllanmışlık kalitesini ve reklam pazarlamasını yok etmiş; şarabın karmaşıklığını, çeşidini ve üzüm bağı prestijini azaltmış; ucuz şaraplar karşısında fiyatını yükseltmiş; kolay içimi, seçme kolaylığını ve eğlence ve macerayı yaratmıştır. Casella Wines, bu stratejisiyle Avusturya ve ABD şarap endüstrisinde en hızlı büyüyen marka olmuştur ve şarap içmeyen (bira ve içilmeye hazır kokteyl içenler) tüketicileri pazara getirmeyi başarmıştır.

Yok Et-Azalt-Yükselt-Yarat Tablosu: Bu tablo, dört eylem çerçevesine ek olarak oluşturulmuş analitik bir araçtır. Bu tablo, dört eylem çerçevesinde yer alan dört sorunun cevaplanmasını ve yeni değer eğrisi yaratmak için dördünü de uygulamaya yöneltmektedir. Örnek yok et-azalt-yükselt-yarat tablosu Tablo 2’deki gibidir.

Tablo 2. Yok Et-Azalt-Yükselt-Yarat Tablosu (Cirque du Soleil Örneği)

Yok Et Yıldız oyuncular Hayvan gösterileri Özel koltuk satışları Çoklu gösteri alanları	Yükselt Fiyat Eşsiz gösteri alanı
Azalt Eğlence ve mizah Heyecan ve tehlike	Yarat Konu Zevkli çevre Çok yönlü prodüksiyonlar Artistik müzik ve dans

Kaynak: Kim, W.C. ve Mauborgne, R. (2019). Mavi Okyanus Stratejisi Çekişmesiz Pazar Alanı Yaratmak ve Rekabeti Etkisiz Kılmak (Çev. Ş. Alpagut.), İstanbul: CSA Global Publishing.

Tablo 2’de Cirque du Soleil’in Mavi Okyanus Stratejisi ile geliştirmiş olduğu eylemleri göstermektedir. Bu işletmenin yok et-azalt-yükselt-yarat tablosunda görüldüğü gibi bir endüstrinin uzun süre uğruna rekabet ettiği faktörleri yok edilebileceği veya azaltılabileceği görülmektedir. Cirque du Soleil; yıldız oyuncularını, hayvan gösterilerini, koltuk numaralı bilet satışlarını ve çoklu gösteri alanlarını cesurca yok etmeyi seçerek yepyeni bir pazar yaratabilmiştir.

Mavi Okyanus Stratejisi; işletmelerin kendilerine rekabetin olmadığı yeni pazarlar yaratması demektir. Pazarlama stratejilerinden biri olan ürün geliştirme ile bu bağlamda benzerlikler göstermektedir. Yeni ürün geliştirme ile ilgili literatürde farklı açıklamaların olduğu görülmektedir. Yeni ürünler; dünya için yeni, yeni ürün hattı, mevcut ürün hattına ekleme, mevcut ürün hattında revizyon, yeniden konumlandırma veya maliyet kesintisi (yeni ürünün eski ürünle birlikte aynı pazara aynı fonksiyonlarla ve düşük maliyetle sunulması) şeklinde sınıflandırılabilir (Powers, 1991:199). Altuğ (2017: 21) ise yeni ürünler geliştirmeyi pazarlama alanında; buluş anlamında yeni ürün, pazar için yeni ürün ve işletme için yeni ürün olarak üç gruba ayırmaktadır:

Buluş anlamında ürün, pazarda hiç bulunmayan, gerçek anlamda yeni olan ve pazarda gizli kalmış talebi harekete geçirmek için üretilmektedir. Bilgisayarlar, akıllı cep telefonları gibi ürünler bu kategoridedir. Pazar için yeni ürün, diğer mevcut pazarlarda var olan ancak başka bir pazara yeni sunulan ürünlerdir. Mısır gevreğinin Türkiye pazarına girmesi bu kategoridedir. İşletme için yeni ürün ise başka işletmelerce üretilen bir ürünün bir işletmenin kendi ürün karmasına dâhil etmesiyle gerçekleşmektedir.

Mavi Okyanus Stratejisi’nin ise dört eylem çerçevesi bulunmaktadır ve “yarat” mak bu dört eylem çerçevesinden sadece bir tanesidir. Dolayısıyla yeni ürün geliştirmek, mavi okyanus stratejisinin bir parçasıdır denilebilir. Aynı zamanda Mavi Okyanus Stratejisi; pazar geliştirme, odaklanma/yoğunlaşma veya niş pazarlama gibi pazarlama faaliyetlerinden çeşitli özellikleriyle farklılık göstermektedir.

Pazar geliştirme stratejisi, işletmelerin mevcut pazarda mevcut ürününü farklı tüketici taleplerine veya farklı tüketici bölümlerine göre pazarlamak için yürüttüğü pazarlama faaliyetleridir. Örneğin işletmeler, mevcut ürünlerini genç tüketicilere yönelik pazarlamakla birlikte yaşlı tüketicileri de müşterisi yapmaya çalışabilirler. Odaklanma/yoğunlaşma stratejisi, işletmelerin ürünlerini bir/özel/sınırlı pazar bölümüne özel olarak ürettiklerinde söz konusu olmaktadır (Kaya, 2013: 114). Bu stratejide sınırlı bir hedef kitle söz konusudur. Örneğin bir işletme sadece belli bir bölgede yaşayan belirli bir yaş aralığındaki tüketicilere yönelik belirli bir ürün hattından ürün pazarlayabilir. Sadece takma diş yapıştırıcısı üreten bir işletme bu kategoride yer almaktadır. Niş pazarlama ise benzer istek ve ihtiyaçları olan, küçük bir hedef kitleye yönelik yapılan dar kapsamlı bir pazarlama stratejisidir. Dolayısıyla küçük bir hedef kitlenin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak olarak tanımlanabilir (Byrom ve Lehman, 2009: 518). Niş pazarlamanın odaklanma/yoğunlaşma stratejisinin bir şekli olarak ifade edildiği görülmektedir (Öztürk, 2020: 2800). Nitekim niş pazarlamada pazarın en küçük birimine odaklanılmakta ve bu birimdeki tüketicilere farklılaştırılmış, daha yüksek değer algısı ve yüksek fiyatlı ürünler sunma yaklaşımı söz konusudur (Drea ve Hanna, 2000: 33). Bu nedenle niş pazarlamada işletmeler, genellikle yüksek marjlıdır ve hedef kitleleri ürünlere fazladan ödeme yapmayı umursamamaktadırlar (Özgünay, 2020: 807). Örneğin San Francisco'da açılmış olan sadece solak tüketicilere yönelik ürünlerin yer aldığı Lefty's isimli mağaza niş pazarlama faaliyeti yürütmektedir. Benzer şekilde tasarım mücevher, lüks araba veya değerli antikalar gibi istek ve ihtiyaçları olan küçük bir müşteri kitlesine hitap eden işletmeler, niş pazarlama faaliyeti yürütmektedirler. Niş pazarlama ile pazarın en küçük bölümünde yüksek gelir elde etmek mümkündür.

Görüldüğü gibi bu pazarlama stratejileri, birbirleriyle benzer özellikler içermektedir veya birinin diğerini kapsadığı stratejilerdir. Bu noktada Mavi Okyanus Stratejisi'nin bu stratejileri kapsadığı söylenebilir. Nitekim Mavi Okyanus Stratejisi'nin var olmamış yepyeni bir strateji olduğu söylenemez. Bu strateji, yeni rakipsiz pazarlar yaratmak için işletmelere kılavuzluk eden teorik bir çerçevedir. Mavi Okyanus Stratejisi; rakipsiz pazarların olduğu, taklit edilmesi güç ve değer yaratan bir strateji olması nedeniyle yaratıcı tüm fikirlere açık bir stratejidir. Bu nedenle Mavi Okyanus Stratejisi'ni diğer stratejilerden ayıran en temel gücü, yepyeni pazarlarda rakipsiz işletmeler olabilmek için adım adım prensipleri ortaya koymasından gelmektedir.

2.2.Mavi Okyanus Stratejisi'nin Altı Prensibi

Mavi Okyanus Stratejisi, mevcut müşterilere bakarak değil, müşteri olmayanları keşfederek pazar sınırlarını yeniden inşa etme hakkında iç görüler elde edilmesini sağlamaktadır (Randall, 2015:11). Örneğin Callaway Golf işletmesi, müşteri olmayanları görerek yeni bir talep yaratmıştır. Golf topuna vurmanın çok zor olduğu algısını keşfeden işletme, bu nedenle golften çekinen müşterileri işletmeye çekebilmek için Big Bertha isimli bir golf sopası üretmiştir. Golf sopasının el-göz koordinasyonu gerektiren küçük kafası, acemi sporcular için eğlencenin azalmasına ve bu spordan uzaklaşılmasına neden olmaktadır. Big Bertha ise golf topuna daha kolay vurmaya sağlayan büyük kafalı bir sopasıydı ve hem mevcut müşterileri memnun etmiş hem de müşteri olmayanları müşteriye çevirmişti. Böylece işletme en çok satan golf sopasını üreterek on yıl devam eden bir başarıya imza atmış oldu. Callaway Golf'ün bu başarısının arkasında, mevcut talebin ötesine ulaşmak ve müşteri olmayanları görebilmek yatmaktadır.

Müşteri olmayanları görebilmek ve onları işletmeye çekebilmek elbette çok kolay bir süreç değildir. Mavi okyanuslara açılmanın da çeşitli riskleri bulunabilir ki nitekim her strateji çeşitli riskler barındırmaktadır. Mavi Okyanus Stratejisi'nin doğası gereği daha düşük risk taşıdığı düşünülebilir ancak riskleri azaltmak için çeşitli ilkeler geliştirilmiştir (Kim ve Mauborgne, 2005b:27). Bu ilkeler Tablo 3'teki gibidir.

Tablo 3. Mavi Okyanus Stratejisi'nin Altı İlkesi

Formülasyon İlkeleri	Her İlkenin Zayıflattığı Risk Faktörü
Pazar sınırlarını yeniden yapılandır	Araştırma riski
Sayılara değil büyük resme odaklan	Planlama riski
Mevcut talebin ötesine ulaş	Ölçek riski
Stratejik sırayı doğru anla	İş modeli riski
Uygulama İlkeleri	Her İlkenin Zayıflattığı Risk Faktörü
Önemli organizasyon engellerini aş	Organizasyonel risk
Stratejiyi uygulamaya dönüştür	Yönetim riski

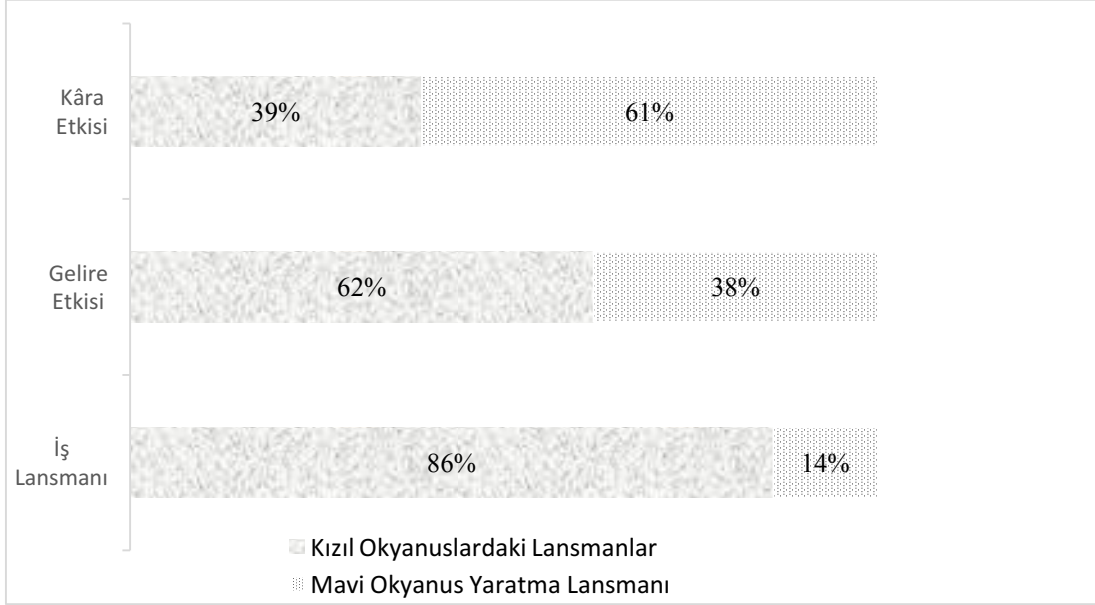
Kaynak: Kim, W.C. ve Mauborgne, R. (2019). Mavi Okyanus Stratejisi Çekişmesiz Pazar Alanı Yaratmak ve Rekabeti Etkisiz Kılmak (Çev. Ş. Alpagut.), İstanbul: CSA Global Publishing.

Tablo 3'te görülen bu altı ilke işletmelere rehberlik ederek riskleri azaltmakta ve Mavi Okyanus Stratejisi'nin formülasyonunu sunarak stratejiyi uygulanabilir kılmaktadır (Kim ve Mauborgne, 2005b:27). Mavi Okyanus Stratejisi'nin altı ilkesi, alternatif endüstrilere, stratejik gruplara, alıcı gruplarına, tamamlayıcı ürün sunumlarına, endüstrinin fonksiyonel-duygusal yönelişine ve zamana bakmaya odaklanmaktadır (Kim ve Mauborgne, 2019:20). Hersh ve Abusaleem (2016:1), Mavi Okyanus Stratejisi ilkelerinin işletmelere pazardaki rakiplerine karşı önemli bir avantaj sağladığını ve her ilke arasında güçlü pozitif bir ilişki olduğunu belirtmektedirler. Nitekim Mavi Okyanus Stratejisi, organizasyonel performansı olumlu yönde etkilemektedir (Alam ve Islam, 2017:1; Shafiq vd., 2017:75).

2.3.Mavi Okyanus Stratejisi'ne İlişkin Literatür Özeti ve Eleştiriler

Kim ve Mauborgne (2005b:23), 10 yıldan fazla süreyi kapsayan, 30'dan fazla sektörde 108 işletmenin yer aldığı veri tabanı ile yaptıkları araştırma sonucunda, bu işletmelerin %86'sının mevcut pazar alanının kıvılcık okyanusunda kademeli olarak gelişme gösterdiklerini tespit etmişlerdir. Bu işletmelerin %14'ü ise mavi okyanuslar yaratmaya çalışan işletmelerdir. Araştırma sonuçları Şekil 3'teki gibidir.

Şekil 3. Mavi Okyanus Stratejisi'nin Kâr ve Büyüme Sonuçları



Kaynak: Kim, W. C. ve Mauborgne, R. (2005b), "Value İnnovation: A Leap İnto The Blue Ocean", Journal of Business Strategy, 26(4), s.22-28.

Şekil 3'te görüldüğü gibi kırmızı okyanusta yer alan işletmeler, toplam gelirin %62'sini oluşturmaktadırlar ve toplam kârın sadece %39'unu ortaya koyabilmişlerdir. Mavi okyanus yaratmaya çalışan işletmeler ise toplam gelirin %38'ini oluşturmaktadırlar ve toplam kârın %61'ini ortaya koymuşlardır. Bu sonuçlar, mavi okyanus yaratmaya çalışan işletmelerin kırmızı okyanusta yer alan işletmelere göre önemli bir performans faydaları olduğunu göstermektedir.

Kim vd., (2008:522), lojistik sektöründe bir araştırma yürütmüşlerdir. Bu çalışmada CJ-Global Logistics Service (CJ-GLS) isimli işletme yerleşik işletmelere kıyasla nispeten küçük bir işletmedir. Radyo frekansı kullanarak nesnelere tekil ve otomatik olarak tanıma yöntemi kullanmaya başlayan işletme kendi mavi okyanusunu yaratmış ve başarı göstermiştir (Kim vd., 2008:522).

Mavi Okyanus Stratejisi'nde yenilikçi değerlere odaklanarak yeni müşterilere ulaşmak söz konusudur. Pateman (2019:353), kırmızı okyanus rekabetinde olan bir halk kütüphanesinin Mavi Okyanus Stratejisi'ni kullanarak tek amaçlı bir halk kütüphanesinden, ortaklığa dayalı çok amaçlı bir topluluk merkezine dönüştüğünü belirtmektedir. Priilaid vd. (2020:91), Güney Afrika'nın Cape bölgesinde ziyaretçilerin kırmızı okyanus ve potansiyel mavi okyanus şarap deneyimleri tercihlerini araştırmışlar; mavi okyanus strateji etkinliklerinin kırmızı okyanus strateji etkinliklerine göre daha cazip bulunduğunu tespit etmişlerdir.

Mavi Okyanus Stratejisi ile çeşitli ülkelerde farklı sektörlerden çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Örneğin Burke vd. (2009), Hollanda perakende sektörü için Mavi Okyanus Stratejisi'nin baskın bir uzun vadeli ve uygulanabilir strateji olarak galip geldiğini tespit etmişlerdir. Chang (2010:219), global markaların hakim olduğu pazarda markasız veya bilinmeyen markalara çip tedarik eden MediaTek ve ortaklarının stratejilerini analiz etmek için Mavi Okyanus Stratejisi'ni kullanmıştır. MediaTek, markasız cep telefonlarında şaşırtıcı, benzersiz ve cesur tasarımlı küçük

boyutlu uygulamaları olan cep telefonları yaratmış, fikri mülkiyet maliyeti ve marka değeri faktörlerini ortadan kaldırmıştır. Marka böylece cep telefonu pazarı için yeni iş modelleri oluşturarak değer yenileme aracılığıyla taklit edilemeyecek bir pazar yaratmayı başarmıştır (Chang, 2010:223). Wubben vd. (2012:248), yapmış oldukları araştırma ile Avrupa meyve sebze sektöründe Mavi Okyanus Stratejisi'nin önceden kullanılmamış bir pazar alanını belirlemeye olanak tanıdığını doğrulamışlardır. Yazarların ulaştığı kullanılmamış pazar alanı, yeni alıcı grubu çocukları ve gençleri hedef alan meyve ve tatlı kombinasyonu olan Youngfruit'dir (Wubben vd., 2012:260). Youngfruit; doğru ısıyık boyutunda, çekici ambalajlı, yeni konum ve parça başına fiyat faktörlerinin yükseltilmesiyle oluşturulabilecek bir mavi okyanustur. Bir diğer çalışma emlak sektöründe yapılmıştır. Yap ve Chua (2018:17) havacılık ve konaklama endüstrilerindeki başarı öykülerinden yararlanarak emlak sektöründe, e-rezervasyon sisteminin bir Mavi Okyanus Stratejisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Bourletidis (2014:645) Yunanistan'da yürüttüğü araştırmasında, Mavi Okyanus Stratejisi'nin sürdürülebilir bir kalkınma ve başarılı olmak için yenilikçi bir stratejik model olarak uygulanabileceğini belirtmektedir. Becker (2014:53), IMAX film işletmesinin küçülen pazarda mevcut durumunu incelemiş ve Mavi Okyanus Stratejisi analitik çerçevesini kullanarak IMAX için yeni bir mavi okyanus oluşturup oluşturmadığını analiz etmiştir. Araştırma sonucunda IMAX; film sayılarını azaltıp, ekran boyutunu yükselterek yeni teknoloji çekim stili, ses, görsel deneyim, görüntü netliği ve büyük ölçekli 3-D formatı faktörleriyle mavi okyanusunu yaratmıştır. Ramli vd. (2016:1702), yapmış oldukları çalışmada, mavi okyanus düşünce tarzını uygulayarak Malezya Ulusal Mavi Okyanus Stratejisi'nin değer yeniliği yarattığını tespit etmişlerdir. Malezya hükümeti, 2010 yılında maliyeti düşürmek ve kamu sektöründeki üretimi maksimize etmek için Ulusal Mavi Okyanus Stratejisini uygulamaya koymuş ve topluma ve devlete fayda sağlamayı başarmıştır. Bir başka çalışmada Au ve Tucker (2018:92); mikro ölçekli işletmelerden mavi okyanus örnekleri vermektedirler. Örneğin Walmart mağazaları, yaşlı müşteriler için mobil manikür hizmetine başlamıştır. Barnes and Noble işletmesi, kitap satışına müşteri deneyimi ekleyerek mağazaları içinde kahve ve pastane açmıştır. Au ve Tucker (2018:97) buna benzer stratejileri mikro ölçekli kitap ve video mağazalarının yapabileceğini ve bu işletmelerin çeşitli etkinliklerle (oyun geceleri, yazar/yönetmen buluşmaları vb.) işletmelerini buluşma yerlerine dönüştürebileceklerini belirtmektedirler. Araştırmacılar ayrıca zanaatkarların yüz yüze eğitim çalışmaları (bisiklet inşa etme, gitar dersleri vb.) ile mavi okyanus yaratabileceklerini aktarmaktadırlar. Bu işletmeler mikro ölçeklidir. Nitekim Mavi Okyanus Stratejisi, büyük işletmelerde olduğu gibi küçük ve orta ölçekli işletmeler için de uygulanabilir bir stratejidir (Eboreime ve Gbandi., 2014:1).

Türkiye'de yapılan Mavi Okyanus Stratejisi ile ilgili çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Ergen (2011:1), Mavi Okyanus Stratejisi'nin örgütlerde stratejik düşünce yaratmada nasıl kullanıldığını belirlemeyi hedefleyen bir çalışma yapmıştır. Güneş (2011:71), değer yaratmayı konu edinen çalışmasında Mavi Okyanus Stratejisi'ni ele almıştır. Yiğit (2015:227), Mavi Okyanus Stratejisi'nin temel taşı olan değer yenilemenin nasıl bir yol izleyeceğini tespit etmeyi amaçladığı çalışmasında, geleneksel yenileme sürecinden farklı bir süreç belirlenmesi gerektiğini belirtmiştir. Ömür (2016:59), kıvıll ve mavi okyanus metaforlarının girişimciliğin değişen profili ile ilişkilendirilebileceğini belirtmektedir. Kişi (2017:209), mavi okyanus liderliğini ele alan çalışmasında bu liderlik yaklaşımının daha az zaman ve emek harcanarak dönüşümü gerçekleştirdiğini belirtmektedir.

Ağraş vd. (2017:126), strateji geliştirme paradoksu açısından Mavi Okyanus Stratejisi'ni değerlendirmişlerdir. Emiroğlu (2017:190), çeşitli örneklerle mavi okyanus ve kırmızı okyanus stratejilerini ele almıştır. Albayrak ve Beybur (2018:186), Türkiye'deki katılım bankalarının Mavi Okyanus Stratejisi olarak kullandıkları stratejiler üzerine bir araştırma yapmışlardır. X, Y ve Z olarak kodlanan bankaların şube yöneticileri ile görüşme yapılan araştırmada X bankasının inancıları nedeniyle faiz geliri elde etmek istemeyen tüketicilere sunulan yatırım araçları, teknolojiye yatırım ve ücretsiz online hizmetleri nedeniyle büyüme gösterdiği anlaşılmıştır. Y bankası, sektörde saha satış kadrosunu müşteri ihtiyaçlarına hızla yönlendirerek ticari müşterilere hizmet vermeye başlayan ilk banka olduğunu belirtmiştir. Son olarak Z bankası, farklı katılım bankacılığı ürünleri sunarak pazar payını güçlendirmeyi hedeflemektedir. Araştırma sonucunda bu bankaların finans sektöründeki yoğun rekabet nedeniyle Mavi Okyanus Stratejisi uygulayarak rekabet avantajı elde etmeye çalıştıkları ve yeni bir değer yaratarak pazar paylarını kademeli olarak artırdıkları görülmüştür (Albayrak ve Beybur, 2018:190). Şakar ve Sürücü (2018:127) ise liman işletmesinde artırılmış gerçeklik uygulamalarının, mavi okyanus pazarlama stratejileri oluşturmaya nasıl hizmet edebileceğini araştırmışlar ve artırılmış gerçeklik bağlantı noktalarının operasyonel maliyetleri düşürebileceğini tespit etmişlerdir.

Baykal ve Mızrak (2019:465), Pegasus Havayolları ile yürüttükleri araştırmalarında işletmenin çevik olmasıyla birlikte rekabetten uzak yeni pazarlar için Mavi Okyanus Stratejisi'ne ihtiyacı olduğunu tespit etmişlerdir. Yazıcı ve Rüzgar (2019:6489), Türkiye ekonomisinin Mavi Okyanus Stratejisi olarak yıkıcı teknolojileri kullanarak uluslararası pazarlarda rekabet etme yetkinliğini değerlendirerek potansiyel fırsatları tespit etmişlerdir. Bu bağlamda, özel sektöre Ar-Ge'ye ayrılan bütçeyi artırmak, yenilikçi teknoloji yaratabilecek bilgi ve donanımı sağlamak için kalitenin artırılması gerektiği görülmüştür (Yazıcı ve Rüzgar, 2019:6496). Uğrak ve Uğurluoğlu (2020:245) yapmış oldukları araştırmalarında, çeşitli sağlık işletmelerinin uyguladıkları mavi okyanus stratejilerini aktararak sağlık sektöründe Mavi Okyanus Stratejisi'nin uygulanma potansiyeli olduğunu tespit etmişlerdir. Eğitim sektöründe çalışma yürüten Koca ve Sağsan (2020:1552), yükseköğretim kurumlarında yapmış oldukları araştırmada entelektüel sermaye ve Mavi Okyanus Stratejisi arasındaki ilişkide kurumsal yeniliğin arabuluculuk etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Kim ve Mauborgne (2005b:26), geçmişten bugüne pazarın değiştiğini ve yeni pazarlar oluştuğunu, bu durumun gelecekte de geçerli olacağını belirtmektedirler. Günümüzde mevcut pazarların birçoğu gelecekte olmayabilir. Bu nedenle yeni pazarlar, işletmelerin gelecekte var olabilmeleri için işletmelere önemli avantajlar yaratmaktadır. Güneş (2011:79-80), avantajlarına rağmen bu stratejinin uygulama, yönetim ve insan boyutlarında eleştiriye açık olduğunu belirterek şunları sıralamaktadır:

- Rekabetin anlamsız olduğu fikri, endüstrinin doğasına uyumlu değildir.

- İşletmelerin farklılaştırma ile elde ettikleri başarı, diğer işletmelerin aynı pazara gelmesi ile bozulabilmektedir.

- Her işletmenin farklılaştırma stratejisine yönelmesi, endüstrinin genel değer eğrisini değiştirerek oluşturulan yeni değerlerin zaman içerisinde endüstrinin değer eğrisini oluşturabilecektir.

- İşletmelerin yaratılan mavi okyanuslara yönelmesi bu pazara kızıl okyanusa çevirebileceğinden, mavi okyanuslar geçici rant alanları olabilmektedir.

Motley (2008), Mavi Okyanus Stratejisi'nin büyümlü bir formül sunmadığını ancak ürün farklılaştırma, pazar bölümlenme ve konumlandırma gibi kavramlarla kızıl sulardaki rakiplerinden korunma imkânı sunduğunu belirtmektedir (aktaran Ergen:15). Raith vd. (2007:226), benzer şekilde Mavi Okyanus Stratejisi'nin nasıl yürütüleceğine ilişkin ayrıntılı bir açıklama olmadığını ifade etmektedirler. Borgianni vd. (2012:125), Mavi Okyanus Stratejisi'nin yenilikçi ürün öngörebilmek için sistematik yollardan yoksun olduğunu ve yeni pazar fırsatlarının nerede aranacağına dair belirsiz göstergeler sunduğunu belirtmektedirler.

Lindič vd. (2012:928), Mavi Okyanus Stratejisi'ni inceleyerek yüksek büyüme elde etmek için nelerin desteklendiği ve teşvik edildiğini sorgulamışlardır. Slovenian Gazelles ve Amazon.com. işletmeleri ile yürütülen araştırmada, mavi okyanuslar yaratan işletmelerin daha hızlı büyüdüğü şeklindeki öneri, yalnızca kısmi olarak desteklenmiştir ve yüksek büyümenin anahtarının yeni bir pazar yaratmak değil, bu pazarı ilk geliştiren ve sömüren olmak olduğu görülmüştür (Lindič vd., 2012:933). Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç ise değer yenilemenin teknoloji yenilemesi kadar önemli olduğudur (Lindič vd., 2012:936).

Agnihotri (2016:519), yapmış olduğu araştırmada Mavi Okyanus Stratejisi'ne yönelik varsayımları, eleştirel bir şekilde analiz ederek mavi okyanus oluşturmak için önerilen yöntemlerin gelişmekte olan pazarlarda uygulanabilir olup olmadığını araştırmıştır. Araştırmada; sadece yeniliğe değer vermek yerine radikal yenilik, yıkıcı yenilik, tutumlu yenilik, tamamen farklılaştırma stratejisi ve odaklanmış farklılaşma stratejisi yoluyla değer yaratılabileceği önerileri geliştirilerek Mavi Okyanus Stratejisi'nin yalnızca değer yenilemesi için değil, her tür yenileme için geçerli olduğu tespit edilmiştir (Agnihotri, 2016:519). Araştırmacı ayrıca, Hindistan gibi gelişmekte olan pazarlarda müşteri olmayanların mavi okyanus yaratmak için hedef seçilmesinin uygulanamayabileceğini belirtmektedir.

2.4.Mavi Okyanus Stratejisi'ne Türkiye'den ve Dünya'dan Örnekler

Kim ve Mauborgne (2009:74-77) acımasız bir çölün ortasında, iş fırsatlarının ve tıbbi imkânların yetersiz olduğu, insanların palmye yapraklarından oluşan kulübelerde yaşadığı Dubai'nin eşi görülmemiş büyümesinden bahsetmektedirler. Küresel mali bir krizle mücadele eden Dubai, Mavi Okyanus Stratejisi ile yabancı yatırımcıları hedef alarak kaynak sağlamış, hükümetin bu yatırımcıların kâr ve gelir elde etmelerine izin vermiş, hem kendi vatandaşlarını hem de yabancı göçmenleri satın almaya ve bu stratejiyi desteklemeye motive etmiştir. Dubai hükümeti; yabancı mülkiyete, kârın ücretsiz geri dönüşüne olanaklar tanıyarak iş ve lojistik alanındaki hükümet politikalarını bu yönde şekillendirmiş, yabancı yatırımcılar için farklılaştırılmış ve düşük maliyetli bir paket sağlamıştır. Bu stratejilerle Dubai, çölün ortasına kurulmuş lüks ve zengin bir yerleşim yerine dönüşmüştür.

Dubai örneğindeki gibi birçok işletme Mavi Okyanus Stratejileri ile yarattıkları yeni pazarlarda büyük başarılar imza atmışlardır. Bu bölümde Türkiye'den ve Dünya'dan çeşitli örnekler Tablo 4 ve Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 4. Mavi Okyanus Stratejisi: Türkiye’den Örnekler

İşletme	Mavi Okyanus Stratejisi
TV8	Tüm haber ve siyasi televizyon programlarını yayın akışından kaldırmıştır. Eğlence, yarışma ve magazin temalı programlar ve “mutluluk veren kanal” sloganıyla faaliyetler yürütmüştür. Kendi ünlülerini yaratmıştır (Survivor Atakan, O Ses Firdevs, O Ses Aleya Tilki vb.). Gerçeksi gösterilerinde izleyicilere ve program katılımcılarına yeni bir kimlik inşası yaratmıştır (Koçak, 2021:399).
Opet	Otomatik açılan kapılar, sensörlü musluklar, sabun makineleri ve kurutma sistemleriyle müşterilerinin hiç el değmeden tuvaletleri kullanabilmelerine olanak sağlamıştır. Opet İstasyonları’na engelli tuvaleti şartı ve standardı getirmiş ve bebek bezi değişim ünitelerini istasyonlara yerleştirmiştir.
BİM	Ucuz market anlayışı ile temel tüketim ürünlerine odaklanmış ve mahalle marketi konseptini yaratmıştır. Raf sitemini ortadan kaldırarak sade tasarımlı mağaza ortamı ile müşteri hizmetleri kalitesini düşürmüş ve bunlar yerine mağaza sayısını arttırmıştır.
Garanti Bankası	Öğle saatlerinde ve Cumartesi günlerini mesai saatlerine dâhil ederek bu zaman dilimlerinde müşterilerine hizmet vermeye devam eden işletme, müşteri artışı ile başarı sağlamıştır.
Pegasus	Daha düşük gelirli tüketicileri hedef alarak “ucuza da güvenli uçulur” sloganını geliştirmiş ve bu doğrultuda birinci sınıf uçuş, yemek hizmeti, konfor, havaalanı seçimlerini değiştirerek maliyeti azaltmıştır. Böylece ucuz ve güvenli uçak yolculuğu sunarak büyük başarı göstermiştir.
Boyner	T-box isimli ürünle, sıkıştırılmış paketlerde gömlek, tişört, iç giyim gibi ürünleri yaratmış ve bir yıl gibi kısa sürede büyük satış rakamları yakalamıştır.
Tukaş	Yeni puding çeşitleri (beyaz damla çikolatalı, meyve aromalı vb.) ve katkısız ketçap-mayonez-reçel ürünleri ile yeni bir pazar alanı yaratmıştır.
Freşa	Türkiye’de ilk meyveli soda üreterek sodanın keskin tadını değiştirmiş ve rahat içilebilir içecek üretmiştir.
Ağaoğlu Şirketler Grubu	İşletme Türkiye’deki 2001 yılında yaşanan ekonomik krizde ucuz arsaları satın alarak yatırımlar yapmış ve inşaat sektöründe önemli bir ciro elde etmiştir.
Anadolu Ateşi	Yerel halk dansları (folklor) ile gösteri sanatlarını birleştirerek büyük çaplı bir izleyici kısmına ulaşmıştır. Modern dans ve halk danslarının bu kombinasyonu işletmeye kazanç sağlamakla kalmamış sanatçılara da istihdam yaratabilmiştir.
Beko	Yerli beyaz eşya markası olan Beko, yabancı ürünlerin daha kaliteli olduğu varsayımını azaltmak için “Beko, bir dünya markası” sloganı ile tüm dünyaya ihracat ve kalite faktörünü yükseltmiştir.
Torku	Konya Şeker, şeker üretmek dışında ürünlerinde glikoz şurubu yerine şeker pancarı kullanmaya başlamış, doğal şekerli gıda ürünlerinin yanında içecekler, et ürünleri, yağ, dondurulmuş ürünler ve sos ürünleri üretmiştir (Ağraş vd., 2017:137). Geleneksel ve doğal ürün anlayışıyla tarımsal üretime katkı sağlamış ve sağlıklı atıştırmalıklarla hedef kitlesini yeniden yaratmıştır.
Fokus Bilgisayar	Masaüstü bilgisayar performansına sahip taşınabilir bilgisayar üretme hedefi ile kurulan işletme Monster markası ile oyun, tasarım, CAD/CAM gibi uygulamalarda basit bileşenler içeren ama en yüksek performansı sergileyen bilgisayarlar üretmektedir. Monster, canavar gibi dizüstü bilgisayar olarak ifade edilmektedir. En yüksek performans ve en ekonomik bilgisayar olma iddiası olan işletme oyun bilgisayarında önemli bir başarı göstermiştir.

Tablo 5. Mavi Okyanus Stratejisi: Dünya'dan Örnekler

İşletme	Mavi Okyanus Stratejisi
Hello Health	Web tabanlı hasta iletişimi, dijital sağlık kayıtları, anlık mesajlaşma ve video vizite gibi online ve offline olarak hastaların kendilerine yakın olan doktorlardan hizmet almalarını sağlayan uygulamalar geliştirmiştir (Uğrak ve Uğurluoğlu, 2020:256).
Curves	Spor yapmak isteyen kadınların disipline olamadıkları için başarılı olmadıklarını ve toplu halde spor yapmayı eğlenceli bulduklarını tespit ederek, geleneksel spor merkezlerinin gereksiz olan tüm yöntemlerini yok etmiş, perde bölmelerle daire şeklinde oluşturulan spor aletleriyle sohbet ortamı yaratarak iki milyondan fazla üyeye ulaşmayı başarmıştır (Emiroğlu, 2017:194).
Lufthansa Airlines - Shop & Miles	Uçak bileti aldıkça kazanılan puanlarla kendisini tercih eden müşterilerine sonraki uçuşlarında indirim sağlayan sistem ile önemli bir başarı elde etmiştir.
Nintendo	Tuşları olmayan, hareket sensörü ile vücut hareketleri aracılığıyla kullanılabilen Wii isimli bir oyun konsolu ve bu konsolun kullanılabileceği oyun tasarlayarak her yaşta tüketiciyi müşteriye çevirerek büyük bir satış başarısı elde etmiştir.
Apple	Müzik endüstrisini inceleyerek iTunes müzik platformunu oluşturmuş ve dijital ortamda müzik albümlerine erişim imkânı yaratmıştır.
Airbnb	Tüketicilerin farklı ülke ve şehirlerde otelde konaklamak yerine buldukları yere ait olma hissi uyandırma düşüncesiyle müşterilerin ev veya odalarını kiralayabilecekleri bir sistemle sektörde başarı geliştirip yeni alışkanlıkları olan bir tüketici profili yaratmıştır.
Novo Nordisk	İnsan insülinin kimyasal olarak aynısını geliştirerek doktorlara değil hastalara odaklanmıştır. İğne ve şırınganın sebep olduğu zahmet ve utanç duygularını ortadan kaldırarak Novapen isimli dolmakalem görünümü enjektör geliştirmiştir. Sonraki yıllarda ise doz ayarlaması sistemi olan ve önceden doldurulmuş tek kullanımlık NovoLet ile entegre elektronik hafıza ve kartuş temelli Innovo'yu yaratmıştır. İşletme bu başarılarıyla insülin üreticisi olmaktan çıkarak diyabet hizmeti veren bir işletmeye dönüşmüştür.
Philips	Geleneksel su ısıtıcılarının kireç sorunu nedeniyle çay demlemede sorun yaşandığını keşfeden işletme, demleme esnasında suyu dökerken kireç tortusunu yakalayan ağız filtreli bir su ısıtıcı yaratmıştır.
IKEA	Ürünlerinin deneyimlenmesini sağlayacak mağaza atmosferi, tüm mağazanın gezilmesini sağlayan tasarımı, ürün montaj seçeneğini müşteriye bırakarak indirimli ürün satışı, mutfak tasarımı, hikayeler oluşturması (25 metrekaare ev tasarımı vb), İsveç'e özgü yemek seçenekleri gibi faktörlerle büyük bir başarı elde etmiştir.

Tablo 4 ve 5'te görüldüğü gibi birçok işletme, yarattıkları pazarda yürüttükleri faaliyetleri açısından ilk olma özellikleriyle büyük başarı kazanmışlar ve büyüme göstermişlerdir. Elbette zaman içerisinde bu işletmelerin yaptıkları rakip işletmeler tarafından taklit edilmektedir. Her mavi okyanus eninde sonunda taklit edilmekte ve kızıla dönmektedir (Kim ve Mauborgne, 2019:XI). Bu noktada önemli olan mavi okyanusların zaman içerisinde yenilenmesi gerekliliğidir. Taklit hızı endüstriden endüstriye değişse de Mavi Okyanus Stratejisi yürüten işletmeler, yıllarca ciddi bir tehditle karşılaşmamaktadırlar (Kim ve Mauborgne, 2019:XI). Mavi Okyanus Stratejisi'nin taklit edilmesinin önündeki engeller Tablo 6'daki gibidir.

Tablo 6. Mavi Okyanus Stratejisi'nin Taklit Edilmesinin Önündeki Engeller

Engel	Açıklama
Uyumlaştırma Engeli	Değer, kâr ve insan önergelerinin hem farklılaştırma hem de düşük maliyet çerçevesinde uyumlaştırılması sürdürülebilirliği genişleterek, taklidin önüne göz korkutucu bir engel diker.
Bilişsel ve Organizasyonel Engel	Değer yenileme, bir işletmenin geleneksel mantığı açısından anlam taşımaz. Taklit sıklıkla önemli organizasyonel değişiklikler gerektirir.
Marka Engeli	Mavi Okyanus Stratejisi, diğer işletmelerin marka imajıyla çatışma içinde olabilir. Değer yenilemesi yapan işletmelerin markası büyük heyecan yaratır ve sadık müşteriler kazandırır. Bu da taklitçilerin uzak durmasını sağlar.
Ekonomik ve Hukuki Engel	Doğal tekelleme: piyasa genellikle ikinci bir oyuncuyu taşıyamaz. Büyük hacim, değer yenilikçisine çabucak maliyet avantajı sağlayarak, takipçileri pazara girmekten caydırır. Ağ dışsallıkları taklitten caydırır. Patentler veya yasal izinler taklidi engeller.

Kaynak: Kim, W.C. ve Mauborgne, R. (2019). Mavi Okyanus Stratejisi Çekişmesiz Pazar Alanı Yaratmak ve Rekabeti Etkisiz Kılmak (Çev. Ş. Alpagut.), İstanbul: CSA Global Publishing.

Tablo 6’da görüldüğü gibi Mavi Okyanus Stratejisi’ni taklit etmek çok kolay değildir ancak taklitçiler inatçı olabilirler. Bu nedenle strateji tuvalindeki değer eğrilerin gözlenmesi ve değer eğrisi rakip işletmelerin değer eğrilerine yaklaşmaya başlayınca başka bir mavi okyanus arayışına giderek yenileme yapılması gerekmektedir (Kim ve Mauborgne, 2019:186).

3. COVID-19 SALGIN SÜRECİ VE MAVİ OKYANUSLAR

Covid-19 pandemisi tüm dünyayı etkisi altına almış ve tüketicilerle birlikte işletmeleri de etkilemiştir. Hastalığın yayılma şekli ve taşıdığı özellikler nedeniyle sosyal mesafe ve hijyen unsurlarının bir anda hayatımıza girmesi tüketim alışkanlıklarına da yansımıştır. Bu süreçte işletmeler, yaşanan değişikliklere ayak uydurmaya çalışacak çeşitli stratejiler geliştirmişlerdir. Covid-19 pandemi sürecinde mavi okyanuslar yaratan işletmeler ise olumsuz gelişmeleri lehlerine olacak şekilde değiştirmeyi başarmışlardır. Örneğin uçuş personeline giyim ürünleri sunmayı amaçlayarak kurulan Keyvan Havacılık, pandemi döneminde havayolu hizmetlerindeki duraklama nedeniyle zarar etmek yerine kendisine mavi okyanus yaratabilmiştir. Havayolu personeline özel antibakteriyel giysilerin olmaması nedeniyle bu personel sağlık personelinin kullandığı gibi kıyafetler giymek zorunda kalmaktaydı ve bu durum marka imajını da zedelemekteydi. Keyvan Havacılık, pandemi dönemindeki hijyen sorunu nedeniyle virüslerin vücuda temas etmesini engelleyen, geri dönüştürülebilir malzemeler ile şık, bakımı kolay ve rahat giysiler üreterek uluslararası alanda Türkiye’yi temsil eden önemli bir işletme olmuştur.

Tıbbi bitki ihracatçısı olan Zade Vital, Covid-19 pandemi döneminde önemli bir büyüme göstermiştir. İşletme, “TSE COVID-19 Güvenli Üretim Belgesi”ni alan ilk işletme olmuştur. Yüksek düzeyde hijyen kuralları ile çalışmak dışında personeline psikolojik destek ve fizyoterapi eğitimleri veren, yeni bir online platform geliştirerek marka elçileri ile doktor ve eczacıları buluşturan ve pandemi döneminde yeni ürünler yaratan işletme bu süreci başarıyla atlatan bir işletmeye dönüşmüştür (Karahasan, 2021). Bir başka işletme Arçelik, Türkiye’de sağlık sektöründe yaşanan malzeme eksikliğini gözlemleyerek ilk yerli ve milli mekanik ventilatörü (solunum cihazı) geliştirmiş ve Türkiye ihtiyacı dışında 20’den fazla ülkeye ihraç etmeyi başarmıştır.

İstek ve ihtiyaca yönelik uygun ürün geliştirilmesi Covid-19 salgını ile birlikte yaratıcı birçok ürünün oluşturulmasında da etkili olmuştur. Pazarda ilk olmayı başaran işletmeler ise yaratıcı fikirleri ile başarılı olabilmişlerdir. Örneğin Neverland, bitki satın alma ve yetiştirme ile ilgili eksikliği fark ederek pandemi sürecinde evde geçirilen zamanı daha verimli hale getirmek için kurulmuştur (btm.istanbul, 2021). Tohum satın alan müşterilerine akıllı telefon uygulamaları aracılığıyla bitki yetiştirmeye ilgili eğitim vermeye başlayan işletme bu alanda yeni bir fikre odaklanarak kendi pazarını yaratmıştır. Arone isimli işletme ise insansız hava araçları ile tıbbi ürünlerin hızlı teslimatını sağlayan bir hizmet sunmaktadır (btm.istanbul, 2021). AiFi isimli işletme, Çin’de ürünlerin kameralar ile algılanarak akıllı sepet aracılığıyla kasalarda ödemenin yapılmadığı Dünya’nın en büyük kasasız mağazasını açmıştır. Pandemi sürecinin bu gelişmeleri hızlandırdığı söylenebilir.

Bu örnekler dışında yeme-içmeyi kolaylaştıran maske tasarımları, işitme engelliler için üretilen şeffaf maskeler, kapı kollarına dokunmayı önlemek için kapı altlarına takılan aparatlar, ayakla basarak kullanılabilen dezenfektanlar gibi birçok ürün pandemi sürecinde pazarda yerini almıştır. Bunlar dışında maske takarken gözlüğü buğulanan tüketiciler için maske ve temizlik ürünü işletmeleri, buğu önleyici spreylere veya cam kaplama ürünleri üretmişlerdir. Kargo işletmeleri, hafta sonu ve mesai saatleri dışında açık olmaya başlamış, temassız teslimat uygulamasına geçilmiş, yiyecek ürünlerinde koruma bantları kullanılmaya başlanmıştır. Kozmetik ürün sektöründe işletmeler maskeye bulaşmayan kalıcı kozmetik ürün üretmeye başlamışlar ve maske dışında kalan gözler için daha etkileyici makyaj ürünleri ile tutundurma çalışmaları yapmışlardır. Bu uygulamaları hızlıca harekete geçiren işletmeler, pazarda ilk oldukları dönemde mavi okyanuslar yaratabilmişlerdir. Bu dönemde canlı yayınlarda yapılan konserler, eğitimler, tiyatrolar veya danışmanlıklar gibi birçok hizmet dijital ortamın sunduğu imkânlarla yürütülmektedir. Çeşitli sektörlerde ortaya çıkan işsizlik sorunları müzik ve eğlence sektöründe de kendisini göstermiştir. İşsiz kalan müzisyenler kapı önlerinde konser vererek geçimlerini sağlamaya çalışmışlardır.

Covid-19 pandemi döneminde yeme-içme sektörü sokağa çıkma kısıtlamaları nedeniyle çeşitli zorluklar yaşamışlardır. Bu dönemde QR kodu ile temassızlık ilkesi edinen yeme-içme restoranları kâğıt menüleri kaldırmış olmanın avantajını yaşamışlardır. Sağlık sektöründe Covid-19’lu hastalara bir aplikasyon aracılığıyla komut verilen robotlarla ilaç, su ve yemek servisi yapılmıştır. Bu işletmeler, pandeminin henüz başındayken rakiplerinden farklılaşmayı başarmışlar ve kitle iletişim araçlarında yapılan haberleriyle tüketicilerin zihninde olumlu yönde konumlanarak marka isimlerini güçlendirebilmişlerdir. Bu örneklerin pandemi süresinde artacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla işletmelerin yaratıcı ve koşullara uygun yeni pazarlar yaratmaları önem taşımaktadır.

SONUÇ

Günümüz pazarlama dünyasında temel hedef, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamaktır. Şüphesiz işletmeler, tüketicilerin istek ve ihtiyaçları karşılarken kâr edebilmeyi hedeflemektedirler. Daha yüksek büyüme; işletmelerin, hükümetlerin ve toplumların temel hedeflerinden biridir (Lindič vd., 2012:928). Rekabetin çetin bir şekilde yaşandığı pazarda kâr edebilmek, büyümek ve süreklilik kazanmak giderek zorlaşmaktadır. Dolayısıyla rekabete yeni bir şekil ve yön vermek, farklı stratejiler geliştirmek işletmeler için önem taşımaktadır.

Kızıl okyanuslar, işletmelerin birbirleri ile kıyasıyla mücadele ettikleri mevcut pazarları ifade etmektedir. Bu arenada savaşı kazanmak için işletmeler birbirleri ile sürekli yarış halindedirler. Kim ve Mauborgne (2005a, 2005b, 2008, 2019) ortaya koydukları yeni bir strateji modeli ile bu savaştan uzak pazar alanları oluşturulabileceğini belirtmektedirler. Mavi Okyanus Stratejisi adı verilen bu yöntem ile işletmeler, rekabetten uzak yeni pazar alanları yaratarak büyümeyi sağlayabilmektedirler. Mavi Okyanus Stratejisi, üst seviyede yaratıcılık gerektiren ve başarıya ulaşıldığında takdire şayan adeta sanatsal ve muhteşem bir başarının stratejisidir. Mevcut pazarın içinden veya yepyeni pazarlar oluşturularak düşük maliyetli yeni değerler yaratmak, kızıl okyanuslardan uzaklaşmayı ve çok daha kolay yollarla büyümeyi getirebilmektedir (Kim ve Mauborgne, 2005a; 2005b). Mavi Okyanus Stratejisi, keşfedilmemiş tüketici istek ve ihtiyaçlarının ortaya çıkartılması ile işletme maliyetini azaltarak bu istek ve ihtiyacın karşılanmasını sağlamaktadır. Bu noktada tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını keşfedebilmek için üç farklı araç kullanılabilir. Yok et- azalt-yükselt-yarat dört eylem çerçevesi ve tablosu ile strateji tuvali adı verilen bu araçlar, Mavi Okyanus Stratejisi'nin formüle edilmiş bir yapısını sunmaktadır. Çeşitli araştırmacılar bu formüle edilmiş yapının yeterli olmadığını düşünmektedirler (Raith vd., 2007; Borgianni vd., 2012). Bu eleştirilere rağmen Mavi Okyanus Stratejisi'nin, kızıl okyanusların yarattığı dezavantajlardan kurtulabilme yollarını sunması, taklit edilmesinin uzun zaman alması mavi okyanusların değerini gözler önüne sermesi açısından büyük önem taşıdığı düşünülmektedir. Mavi Okyanus Stratejisi, işletmelerin mevcut pazarda rekabet etmek yerine yeni ve tartışmasız pazar alanı yaratarak nasıl hayatta kalabileceklerine dair bir kılavuzdur (Kim vd., 2008:533).

Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının keşfedilmesi Mavi Okyanus Stratejisi ile kolaylaşabilmektedir. Mavi okyanusa giden yol; güçlü bir sezgi, açık fikirlilik, yaratıcılık ve en önemlisi iyi dinleme yeteneği ile müşterinin neyi sevdiğini veya sevmediğini anlamakla mümkündür (Yazıcı ve Rüzgar, 2019:6496). İhtiyaç olmayan ürünlerin yaratılarak ihtiyaçmış gibi sunulduğu, tüketimin bizatihi kendisinin istek ve ihtiyaca dönüştüğü veya daha fazla kâr edebilmek için etik olmayan çeşitli yollara başvurulduğu günümüz toplumlarında Mavi Okyanus Stratejisi'nin, tüketicilere ve işletmelere karşılıklı değer sunan bir yöntemle başarının mümkün olduğunu gösterdiği düşünülmektedir. Eğitim (Koca ve Sağsan, 2020), sağlık (Uğrak ve Uğurluoğlu, 2020), lojistik (Kim vd., 2008), turizm (Priilaid vd., 2020), içecek (Kim ve Mauborgne, 2005b), emlak (Yap ve Chua, 2018) veya sinema (Becker, 2014) gibi birçok farklı sektörde başarılı uygulamalarının olduğu Mavi Okyanus Stratejisi'nin gelecekte de kullanılabilir olacak önemli bir strateji olduğunu düşünülmektedir.

Kızıl okyanuslarda yırtıcı bir savaşı olmaksızın mavi okyanuslara yelken açmış bir işletmenin, pazarlama faaliyetleri için ayıracağı emek, bütçe ve zamanın çok daha verimli bir şekilde değerlendirilebileceğine inanılmaktadır. Bu nedenle "Marka değil pazar yarat." mottosunun Mavi Okyanus Stratejisi'ni ifade edebildiği düşünülmektedir (Görgülü, 2005). Bu çalışma, kapsamlı bir literatür taraması ve örnek olaylarla Mavi Okyanus Stratejisi'nin kavramsal bir çerçevesini sunmaktadır. Türkiye'de Mavi Okyanus Stratejisi ile ilgili yapılan çalışmaların bazı sektörlerle sınırlı olduğu görülmektedir (Albayrak ve Beybur, 2018; Şakar ve Sürücü, 2018; Baykal ve Mızrak, 2019; Yazıcı ve Rüzgar, 2019; Koca ve Sağsan, 2020 ve Uğrak ve Uğurluoğlu, 2020). Bu bağlamda, Mavi Okyanus Stratejisi ile ilgili Türkiye'de farklı sektörlerde yapılacak çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Ayrıca Covid-19 pandemisi gibi olağanüstü durumların değişen istek ve ihtiyaçlara yönelik yeni pazar alanlarını yaratma açısından işletmelere fırsatlar sunduğu

düşünülmektedir. Bu gibi olağanüstü süreçlerde Mavi Okyanus Stratejisi'nin önemi çok daha büyük olabilmektedir. Bu nedenle Mavi Okyanus Stratejisi ile ilgili işletmelere ilham verecek araştırmaların çoğalması gerektiğine inanılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Agnihotri, A. (2016), "Extending Boundaries of Blue Ocean Strategy", *Journal of Strategic Marketing*, 24(6), s.519-528.
- Ağraş, S., Atbaş, F. ve Şeyba, E. (2017), "Mavi Okyanus Stratejisi: Dünyadan Ve Türkiye'den Örnekler", *Yönetim Ekonomi Edebiyat İslami ve Politik Bilimler Dergisi*, 2(2), s.126-144.
- Alabay, M. N. (2010), "Geleneksel Pazarlamadan Yeni Pazarlama Yaklaşımlarına Geçiş Süreci", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 15(2), s.213-235.
- Alam, S. ve Islam, M. T. (2017), "Impact Of Blue Ocean Strategy On Organizational Performance: A Literature Review Toward Implementation Logic", *IOSR Journal of Business and Management*, 19(1), s.1-19.
- Albayrak, G. ve Beybur, M. (2018), "In Investigation On The Implementation Of Blue Ocean Strategy In Participation Bank Located in Turkey . *Journal of Economics Bibliography*, 5(3), s.186-192.
- Altuğ, N. (2017), "İşletmelerde Yeni Ürün Geliştirme Çalışmaları Ve Başarı Faktörleri", *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(02), s.20-28.
- Aspara J., Hietanen J., Parvinen P. ve Tikkanen H. (2008), "An Exploratory Empirical Verification Of Blue Ocean Strategies: Findings From Sales Strategy", *Proceedings of the Eighth International Business Research (IBR) Conference*, March, 2008.
- Au, A. ve Tucker, J. (2018), "Blue Ocean Strategy For Microenterprises", *International Journal of Information, Business and Management*, 10(2), s.92-98.
- Baykal, E. ve Mızrak, F. (2019), "Leading Factors Contributing International Organizations To Be Agile and Blue Ocean Strategy; An Evidence From Turkish Civil Aviation Sector", *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (3), s.465-490.
- Becker, H. (2014), "A Blue Ocean Strategy Analysis of Imax's Move To Go Hollywood", *Journal of International Management Studies*, 14(2), s.53-60.
- Borgianni, Y., Cascini, G. ve Rotini, F. (2012), "Investigating The Patterns Of Value-Oriented Innovations in Blue Ocean Strategy", *International Journal of Innovation Science*, 4 (3), s.123-142.
- Bourletidis, D. (2014), "The Strategic Model Of Innovation Clusters: Implementation Of Bos in A Typical Greek Region", *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 148, s.645-652.
- "Pandemi Sonrası Ortaya Çıkan 5 Marka", *Btm-İstanbul*, Erişim Tarihi: 10.03.2021, <https://btm.istanbul/blog/pandemi-sonrasi-ortaya-cikan-5-marka>
- Burke, A. E., Van Stel, A. J. ve Thurik, R. (2009), "Blue Ocean Versus Competitive Strategy: Theory And Evidence", *ERIM Report Series Reference No. ERS-2009-030-ORG*, Access Date: February 20, 2021, <https://ssrn.com/abstract=2024822>
- Byrom, J. ve Lehman, K. (2009), "Coopers Brewery: Heritage and Innovation Within A Family Firm, *Marketing Intelligence & Planning*, 27(4), 516-523.
- Chang, S. C. (2010), "Bandit cellphones: A Blue Ocean Strategy", *Technology in Society*, 32(3), s.219-223.

- Christodoulou, I. ve Langley, P. A. (2020), “A Gaming Simulation Approach to Understanding Blue Ocean Strategy Development As A Transition From Traditional Competitive Strategy”, *Journal of Strategic Marketing*, 28(8), s.727-752.
- Doruk, K. ve Savaş, S. (2017), “Benzer Sektörde Faaliyet Gösteren Kurumların Kuruluş Tarihi Sıralamasının Kurum Kültüründe Ortaya Çıkan Yansımaları: Alfred Adler Üzerinden Coca Cola ve Pepsi Kurumları Üzerine Bir Değerlendirme”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* | , 53, s.103-137.
- Drea, J. T. ve Hanna, J. B. (2000), “Niche Marketing in Intrastate Passenger Rail Transportation”, *Transportation Journal*, 39(3), 33-43.
- Eboreime, O. F. ve Gbandi, E. C. (2014), “Blue-Ocean Strategy: The Strategic Logic Of High Growth For Small And Medium Enterprises in Nigeria”, *Journal of Management Development*, 22, s.1-4.
- Emiroğlu, A. (2017), “Çekişmesiz Pazar Alanı Yaratmak: Mavi Okyanus Stratejisi Ve Uygulama Örnekleri”, Çeştepe H. ve Yıldırım E. der., içinde *Uluslararası Yönetim İktisat Ve İşletme Kongresi Bildiriler Kitabı ICMEB’17*, s.190-197
- Ergen, A. (2011), “Stratejik Düşünce Yaratma: Mavi Okyanusa Yelken Açmak”, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 7, s.1-21.
- Görgülü, G. (2015), “Mavi Okyanus Stratejisi; Marka Değil Pazar Yaratın”, Erişim Tarihi: 01.03.2021, <https://www.pazarlama30.com/mavi-okyanus-stratejisi-marka-degil-pazar-yaratin/>
- Güneş, S. (2011), “Değer Yaratma Bağlamında Güncel Dört Yenilik Modeli”, *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(7), s.71-89.
- Gwal, A. ve Gwal, R. (2016), “Blue Ocean Strategy-Big Vision Small Steps”, *ICTACT Journal On Management Studies*, 2(04), s.401-405.
- Hersh, A. M. ve Abusaleem, K. S. (2016), “Blue Ocean Strategy in Saudi Arabia Telecommunication Companies and Its Impact on The Competitive Advantage”. *Journal of Accounting & Marketing*, 5(3), s.1-8.
- Karahasan, F. (2021), “Zade Vital pandemide yüzde 65 büyüdü, 2021’de Ağırlık İhracatta” Erişim tarihi: 02.04.2021, <https://www.dunya.com/kose-yazisi/zade-vital-pandemide-yuzde-65-buyudu-2021de-agirlik-ihracatta/612192>
- Kaya, N. (2013), “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde (KOBİ) Stratejik Yönetim”, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kim, C., Yang, K. H. ve Kim, J. (2008), “A Strategy For Third-Party Logistics Systems: A Case Analysis Using The Blue Ocean Strategy”, *Omega*, 36(4), s.522-534.
- Kim, W. C. ve Mauborgne, R. (2005a), “Blue Ocean Strategy: From Theory to Practice”, *California management review*, 47(3), s.105-121.
- Kim, W. C. ve Mauborgne, R. (2005b), “Value İnnovation: A Leap İnto The Blue Ocean”, *Journal of Business Strategy*, 26(4), s.22-28.
- Kim, W. C. ve Mauborgne, R. (2009), “How Strategy Shapes Structure”, *Harvard Business Review*, 87(9), s.72-80.
- Kim, W.C. ve Mauborgne, R. (2019), “Mavi Okyanus Stratejisi Çekişmesiz Pazar Alanı Yaratmak ve Rekabeti Etkisiz Kılmak” (Ş. Alpagut Çev.). İstanbul: CSA Global Publishing.

- Kirfı, M. M. W., Ajadi, I. A. ve Aliyu, A. A. (2013), “Blue Ocean Strategy And The Future Of Public Sector: A Study Of Health Insurance Reforms Implementation in Nigeria”, *International Journal of Business and Management Invention*, 2(5), s.67-74.
- Kişi, N. (2017), “Etkili Rekabet İçin Mavi Okyanus Liderliği”, *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(4), s.202-210.
- Koca, S. ve Sağsan, M. (2020), “The Mediating Role Of Organizational Innovation İn The Implementation Of Intellectual Capital And Blue Ocean Strategy For Higher Education Sustainability”, *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, 29(5), s.1552-1566.
- Koçak, C. (2021), “TV8’in “Gerçeksiz Gösterilerinde” Kimlik İnşası”, *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(1), s.399-419.
- Leavy, B. (2018), “Value İnnovation And How To Successfully Incubate “Blue Ocean” Initiatives”, *Strategy & Leadership*, 46(3), s.10-20.
- Lindiç, J., Bavdaž, M. ve Kovačič, H. (2012), “Higher Growth Through The Blue Ocean Strategy: Implications For Economic Policy”, *Research Policy*, 41(5), s.928-938.
- Madsen, D.Ø. ve Slåtten, K. (2019), “Examining The Emergence And Evolution Of Blue Ocean Strategy Through The Lens Of Management Fashion Theory”, *Social Science*, 8(28), s.1-23.
- Medium (2017), “Türkiye’de Reklam Savaşları, Erişim Tarihi: 04.03.2021, <https://medium.com/@mtnafsn/t%C3%BCrkiyede-reklam-sava%C5%9Flar%C4%B1-4d5b12e3e612>
- Mi, J. (2015), “Blue Ocean Strategy”, *Wiley Encyclopedia of Management*, 1(1), s.1-3.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2003), “Tüketici Davranışı”, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- Ömür, G. A. (2016), “The Changing Profile Of Entrepreneurs in The Knowledge Age”, *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (55), s.55-65.
- Özgünay, P. (2020), “Kitleleşen Pazarlamadan Ayrışan Niş Pazarlama: Kuramsal Bir Çerçeve”, *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(10), s.800-813.
- Öztuna, H.Y. (2007), “Temel Tasarım Öğeleri: Renk”, *Grafik Tasarım –Görsel İletişim Kültürü Dergisi*, s.88-91.
- Öztürk, R. (2020), “Niş Pazarlama Yaklaşımının Bibliyometrik Analiz İle İncelenmesi”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 2799-2810.
- Pateman, J. (2019), “Blue Ocean Strategy: Making A Blue Ocean Shift At Thunder Bay Public Library”, *Public Library Quarterly*, 38(4), s.353-368.
- Priilaid, D., Ballantyne, R. ve Packer, J. (2020), “A “Blue Ocean” Strategy For Developing Visitor Wine Experiences: Unlocking Value in The Cape Region Tourism Market”, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, s.91-99.
- Powers, L. T. (1991), “Modern Business Marketing”, Birmingham: West Publishing Company.
- Raith, M.G., Staak, T. ve Wilker, H. M. (2007), “A Decision-Analytic Approach To Blue-Ocean Strategy Development”, *Kalcsics J. ve Nickel, S. der., içinde Operations Research Proceedings Springer: Berlin and Heidelberg*, s.225-229
- Ramli, A. S., Ahmad, J. B. ve Harith, N. M. (2016), “Blue Ocean Strategy İn Malaysian Public Sector: An Analysis Of The Four Action Framework”, *Advanced Science Letters*, 22(5-6), s.1702-1706.
- Randall, R.M. (2015), “W. Chan Kim and Renée Mauborgne Dispel Blue Ocean Myths”, *Strategy & Leadership*. 43(2), s.11-14.

- Setiawan, H. C. B. ve Komara, B. D. (2020), “The Alternative Blue Ocean Strategy: Bagaimana Strategi Perusahaan Industri Kopi Santri Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis?”, *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(1), s.26-32.
- Shafiq, M., Tasmin, R., Takala, J., Qureshi, M. I. ve Rashid, M. (2017), “Relationship Of Blue Ocean Strategy And Innovation Performance, An Empirical Study”, *City University Research Journal, Special Issue: AIC, Malaysia*, s.74-80.
- Şakar, G. D. ve Sürücü, E. (2018), “Augmented Reality As Blue Ocean Strategy in Port Industry”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 10(1), s.127-153.
- Uğrak, U. ve Uğurluoğlu, Ö. (2020), “Mavi Okyanus Stratejisi ve Sağlık Sektörü Uygulamaları Üzerinde Bir Çalışma”, *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), s.245-261.
- Wubben, E. F., Düsseldorf, S. ve Batterink, M. H. (2012), “Finding Uncontested Markets For European Fruit And Vegetables Through Applying The Blue Ocean Strategy”, *British Food Journal*, 114(2), s.248-271.
- Yang, C. C. ve Yang, K. J. (2011), “An Integrated Model Of Value Creation Based On The Refined Kano's Model And The Blue Ocean Strategy”, *Total Quality Management & Business Excellence*, 22(9), s.925-940.
- Yap, J.B.H. ve Chua, K.L. (2018), “Application Of E-Booking System in Enhancing Malaysian Property Developers’ Competitive Advantage: A Blue Ocean Strategy?. *Property Management*, 36(1), s.1-24.
- Yazıcı, M. ve Rüzgar, N. (2019), “Can Disruptive Technologies Be Considered As Blue Ocean Leadership Strategy And Be Used As A Tool For Competing in International Markets? Turkish Economy Case. *International Journal of Information Research and Review*, 6(10), s.6489-6497.
- Yıldırım, N. T. (2015), “Fiyatlandırma ve İnternet Ortamında Fiyatlandırma Stratejileri”, *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(8), s.10-29.
- Yıldız, Ö. G. B. (2019, Kasım), “Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Rekabetçi Yaklaşımlar (İstanbul Örneği), Umut A. der., içinde Gaziantep IERFM 3. International Economic Reserach And Financial Markets Congress Proceeding Book), Ankara: Detay Yayıncılık, s. 125-134
- Yiğit, S. (2015), “Değer İnovasyonu: İnovasyonla Değer Oluşturmak”, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11, s.227-244.

Algılanan Çatışma Çözüm Stratejilerinin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: İdari Personel Üzerinde Bir Uygulama ¹

Impact of Perceived Conflict Resolution Strategies on Organizational Commitment: An Application on Administrative Staff

Esra YILMAZ^{*} Fatma Zehra TAN^{**}

Makale Geliş Tarihi / Received :02.02.2021
Makale Kabul Tarihi / Accepted :29.03.2022

ÖZET

Çatışma kişilerin kendi çıkarlarını takip ettiğinde oluşan belirli bir sosyal etkileşim sürecidir. Çatışmalar örgütlerde zararlı olan bir işlev bozukluğu olarak tanımlanmaktadır. Örgütsel bağlılık ise, çalışanların örgüte olan bağlarını belirleyen psikolojik bir süreç olup örgütün tamamını kapsayan bağlılığı ifade etmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın ana amacını Karabük Üniversitesinde çalışan idari personelin çatışmaları çözmeye dair uyguladıkları stratejiler ile örgütlerine olan bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini Karabük Üniversitesinde görev yapan 125 idari personel oluşturmaktadır. Araştırmada yüz yüze anket yöntemiyle elde edilen veriler SPSS 22 paket programı ile Cronbach's Alpha, T Testi, One-Way Anova, Post-Hoc ve Regresyon testleri ile analiz edilmiştir. Anketin güvenilirliği (Cronbach's Alpha) ,834 olarak bulunmuştur. Analizler sonucunda çatışma çözüm stratejilerinin örgütsel bağlılık üzerinde kısmen etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmamızda kişilerin demografik özelliklerine göre uyguladıkları çatışma çözme stratejilerinde farklılık olmadığı örgütsel bağlılıkların da ise, yalnızca cinsiyete göre farklılık olduğu sonuçlarına da ulaşılmıştır.

Anahtar Kavramlar: Çatışma, Çatışma Yönetimi, Örgütsel Bağlılık.

ABSTRACT

Conflict is a specific process of social interaction that occurs when people pursue their own interests. Conflicts are defined as a dysfunction that is also harmful to organizations. Organizational commitment, on the other hand, is a psychological process that determines the bonds of employees to the organization and refers to the commitment that encompasses the entire organization. In this direction, the main purpose of the study is to examine the relationship between the strategies employed by the administrative staff of Karabük University to resolve conflicts and their loyalty to their organizations. The sample of the study consists of 125 administrative staff working at Karabük University. The data obtained by face-to-face questionnaire method in the study were analyzed with SPSS 22 package program and Cronbach's Alpha, T Test, One-Way Anova, Post-Hoc and Regression tests. The reliability of the questionnaire (Cronbach's Alpha) was found as 834. As a result of the analysis, it was concluded that conflict resolution strategies had a partial effect on organizational commitment. In our study, it was concluded that there was no difference in conflict resolution strategies applied by people according to their demographic characteristics, and that organizational commitment was different only by gender.

Keywords: Conflict, Conflict Management, Organizational Commitment.

¹ Bu makale Yüksek Lisans Tezi olarak savunulan "Algılanan Çatışma Çözüm Stratejilerinin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Rolü: Karabük Üniversitesi İdari Personel Örneği" başlıklı çalışmadan faydalanılarak hazırlanmıştır.

^{*} Dr. Öğrencisi, Karabük Üniversitesi LEE İşletme Bölümü, yilmazesraa@outlook.com, ORCID ID: 0000-0001-9028-7145.

^{**} Prof. Dr., Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü, fatmazehra@karabuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-1554-6500.

GİRİŞ

Çatışma bireyler veya gruplar arasındaki mevcut ve geçmişteki ilişkilerden oluşan bir süreçtir. Davranışların bir sonucu olan çatışma etkileşimin olduğu her durumda insan hayatının ayrılmaz bir parçasıdır. Kişilerin değer ve davranışlarının farklı olmasından dolayı iletişim halinde buldukları her alanda çatışma vardır, örgütsel anlamda çatışma ise, rekabetin olduğu her bir tarafın aynı pozisyonu istemesi gibi durumların sonucunda ortaya çıkan bir olgudur.

Çatışma durumunda grup ve örgütsel performansı iyileştirmek amacıyla, dikkatimizi ona yönlendirerek çatışmaya neden olan olguyu ortadan kaldırmalıyız. Çatışma seviyesi uygun seviyelerde tutulmadığı takdirde kişilerin örgüte olan bağlılıklarında azalma meydana gelmektedir. Dolayısı ile hem örgütsel hem de bireysel performansta önemli düşüslere sebebiyet vermektedir. Bu nedenle çatışmanın düzeyi kontrol altında tutulmalıdır (Asunakutlu ve Safran, 2004).

Artan rekabet ile birlikte günümüzde daha önemli hale gelen örgütsel bağlılık kavramı genel anlamda çalışan bireyin kimliğini örgütle bağdaştıran bir tutum, örgütün amaçları ve çalışanın amaçlarının birbiriyle uyum sağladığı bir süreçtir (Meyer ve Allen, 1991). Kişilerin örgütlerine bağlılıklarının uygun seviyede olması için grup içi ve gruplar arası düzeylerde çatışmanın olması durumunda müdahale etmek için belirli stratejiler uygulanabilmektedir.

Çatışmalar farklı şekillerde meydana gelmektedir. Potansiyel, algılanan, hissedilen ve açık çatışma şeklinde toparlanabilir. Algılanan bir çatışma olduğu durumda çatışmayı ortadan kaldırmak için uygulanan stratejileri bütünleştirme, uyma, hükmetme, kaçınma ve uzlaşma stratejileri şeklinde özetleyebiliriz. Bu müdahaleler genel olarak, çatışmayı en az seviyeye ulaştırmak ve çatışma sürecinde meydana gelen yıkıcı bileşenleri ortadan kaldırmak amacıyla tasarlanmıştır.

Çatışma anında uygulanan strateji sürece uygun bir strateji ise, kişinin örgütüne olan bağlılığına olumlu etki edecektir. Sadakat, sorumluluk, çalışmaya devam etme isteği, örgüte olan inanç gibi birkaç boyutu olan örgütsel bağlılık kavramı altında örgütüne yüksek bağlılığı (sadakati) olan bir çalışan, kendi çıkarını değil, örgütün çıkarlarını dikkate alacak ve örgüte zararlı davranmayacaktır. Bu sayede varlığını devam ettiren örgüt çatışmanın olumsuz etkilerinden en az hasarı almış olacaktır.

1.ÇATIŞMA ve ÖRGÜTSEL BAĞLILIK

1.1.Çatışmanın Tanımı

Çatışmalar hedefleri ve beklentilerinin farklı olduğunu algılayan, görüş ve düşünce ayrılıkları olan kişiler arasında oluşan anlaşmazlığın yanı sıra organizasyon için de zararlı olan bir işlev bozukluğu olarak tanımlanmaktadır (Haq, 2011).

Klasik anlayışa göre çatışma örgüt için tehlikeli olan ve önlenmesi gereken bir durum olarak ele alınırken modern yaklaşımda örgütsel canlılığı ve rekabeti artırıcı etkisi sonucunda çalışanları motive edici şekliyle örgütsel düzeyde belli ölçülerde bulunması gereken bir olgu olmaktadır (Kılıç, 2007). Çatışmanın gelişme ve yeniliğe neden olacağı, örgütsel hedeflere katkı sağlayacağı tahmin edilmektedir. Fakat üzerinde durulması gereken unsur, örgütsel çatışmanın boyutudur (Asunakutlu ve Safran, 2004).

1.2.Çatışmanın Kaynakları

Çatışma aşamalarında çatışmanın neden kaynaklandığını bilmek onların çözüme kavuşturulmasında önemli bir rol oynamaktadır. Çatışmanın birçok kaynağı olması ile birlikte aşağıda en belirgin olanların incelenmesine yer verilmiştir.

Kıt Kaynakların Paylaşılması ve Örgütün Büyüklüğü; örgüt büyüdükçe örgütün amaçları ve amaçlara ulaştıracak yöntemlerde karmaşıklaşmakta, hiyerarşik kademeler artmakta, yeni uzmanlıklar, rol ve statüler meydana gelmektedir. Bütün bunlar da örgüt içerisinde çatışmanın yaşanmasına neden olmaktadır (Ertürk, 2000). “Organizasyon içinde yer alan birey ve grupların sergiledikleri davranışlara yönelik olarak belirli kaynakları paylaşmaları ve kendi paylarını arttırmak amacı güderek aralarında rekabette bulunmaları, çatışmaların meydana gelme olasılığını arttıran bir ortam hazırlamaktadır” (Koçel, 2005).

Çıkar ve Değerlerin Farklılıkları; kişilerin sahip oldukları çıkar ve değerleri farklılık göstermektedir. İnanç, öncelik ve kurallarımızı oluşturan değerler kişiler arasında çatışmaya sebebiyet verebilir.

Algılama ve Ödül Sistemlerinin Farklılığı; “yönetim birimlerinin uyguladıkları toplam performansa göre değerlendirip ödüllendirme yerine kişilerin ayrı ayrı performanslarına göre yapılan değerlendirme ve ödüllendirme sistemleri çatışma çıkma olasılığını artırır. Örgütte yer alan ödüllendirme sistemleri aynı veya farklı bölümlerde çalışan iki kişinin birbirine düşmesine sebep olabilir” (Dinçer ve Fidan, 1996).

Statü Farklılıkları ve Denetim Biçimi; statü anlayışının farklı olması haberleşme anlamında sorunların olması ile birlikte algı olarak bireyleri etkileyecek bir çatışmaya sebebiyet yaratabilir (Koçel, 2007). Çalışan kişilerin yakın denetim esnasında rahat hareket edememelerinden dolayı da çatışma durumu meydana gelebilir ancak bireylerin kendi kendilerini denetlediği durumlarda ise çatışma oranı azaltılabilir.

Kalıtım ve Kişilik Farklılıkları; biyolojik anlamda benzer yapılara sahip olmasına rağmen insanlar birbirinden farklıdır. Dolayısı ile olaylar karşısında sergiledikleri davranışlarda farklılık arz etmektedir. Kişilik farklılıklarından kaynaklı çatışmayı engellemek için birbirleri ile iyi geçinebilenleri aynı çatı altında toplamak büyük önem arz etmektedir.

Teknolojik Değişimler; günümüz koşullarında örgütler her çeşit değişim ve yatırım yapmaktadır. Bunun en büyük sebebi ani bir şekilde farklılık gösteren teknoloji karşısında geride kalmak istememeleridir. Örgütün gerçekleştirdiği değişim karşısında personel bu duruma ayak uydurmakta güçlük çeker veya ayak uydurmak istemez ise bazı problemler yaşar (Dişbudak, 2011).

1.3.Çatışma Süreci Aşamaları ve Çatışma Çözme Stratejileri

Çatışmanın yönetimi için en etkili metodun seçiminde;

- Çatışmanın ciddiyeti (acilen ele alınması gerekiyorsa),
- Uygun sonucun dikkate alınması,
- Yönetici tarafından kullanılacak güç,

- Kişisel tercihler, dikkate alınmalıdır.

Her bir yöntemi kullanmak için uygun veya uygunsuz zamanlar vardır. Çatışma süreci aşamaları potansiyel, algılanan, hissedilen ve açık şekilde olmak üzere dört şekildedir.

Algılanan Çatışma Aşamasında Çatışma Çözme Stratejileri; Çatışmanın çözülmesi için, tüm taraflar hem onu algılamalı hem de bu konuda bir şeyler yapma ihtiyacını hissetmelidir.

Bütünleştirme Stratejisi; bütünleştirme yöntemi açık şekilde aktif iletişime, bilgi alışverişine ve kazan-kazan ilkesine dayanır. Etkili bir çözüme ulaşmak için hem kendisinin hem de karşısındakinin istek ve ilgilerini göz önünde bulundurarak her iki tarafça da kabul edilen problemi çözmeye yönelik bir yöntemdir (Rahim, 2002a).

Uyma- İtaat Etme Stratejisi; taraflardan birini yatıştırmak için karşısındakinin çıkarlarını kendi çıkarlarının önüne koyarak fedakarlık yapar. Örnek vermek gerekirse, bir konudaki çekincelerine rağmen başkasının görüşünü desteklemekten bahsedilebilir. Kaybet kaybet yaklaşımının hakim olduğu bu barışçıl birliktelik, belirli bir çatışmanın özünü görmezden gelir ve genellikle hayal kırıklığı yaratır.

Hükmetme- Üstünlük Kurma Stratejisi; kazan-kaybet yönelimine dayanan, iş birliğinin bulunmadığı ve yıkıcı etkisi olan kişinin konumundan yararlanarak kişisel çıkarlarını gözettiği davranış zorlama olarak tanımlanabilmektedir (Rahim, 2002b). Hükmetme yaklaşımı acil bir çatışmayı yönetmek gerektiğinde, konunun kurumun refahı için önemli olması durumunda, haklı olunan kişinin bilindiğinde (haklı olduğunu bildiğinde) yararlanılması uygun olan bir yöntemdir.

Kaçınma Stratejisi; aynı zamanda gizleme olarak da bilinen kaçınma var olan sorunu daha uygun bir zamana kadar erteleme veya tehdit edici durumdan çekilme biçimidir. Hiçbir çatışmayı görmemek, duymamak ve konuşmamak durumu ile ilişkilidir. Kaçınma yöntemi uygulayan bir kişi, kendi endişesini ve diğer tarafın endişesini gideremediği için her iki tarafta kaybetme yaşar ve bu durum kaybet-kaybet yaklaşımı olarak da adlandırılır.

Uzlaşma- Karşılıklı Ödün Verme Stratejisi; her iki tarafın karşılıklı olarak kabul edilebilir bir karar vermek için kendi istek ve ihtiyaçlarından vazgeçmesi veya paylaşılmasını içeren yaklaşımda kaybeden veya kazanan söz edilmez (Rahim, 2002a). Uzlaşma, zaman kısıtlamaları olduğunda geçici bir çözüm olarak kullanılabilir.

1.4. Örgütsel Bağlılığın Tanımı

Literatürde çoğu değişkeni açıklamak için araştırılmış ve kullanılmış olmasına rağmen, örgütsel bağlılığın tanımı hakkında genel bir fikir birliği yoktur. Yapılan en yaygın tanım ise, “bireyin belirli bir organizasyonla bütünleşmesinin ve katılımının göreceli gücü” şeklinde yapılan tanımdır (Porter vd., 1974, 604).

Örgütsel bağlılık, genel anlamda çalışan bireyin kimliğini örgütle bağdaştıran bir tutum, örgütün amaçları ve çalışanın amaçlarının birbiriyle uyum sağladığı bir süreçtir (Meyer ve Allen, 1991). Bir çalışanın kuruluşuna ait olma hissi geliştirdiği derece olarak tanımlanabilir.

1.5. Örgütsel Bağlılığın Boyutları

Farklı derecelerde aynı anda yaşanabilen bağlılık bileşenlerini Meyer ve Allen (1990) duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık olarak üç örgütsel bağlılık şeklinde açıklamıştır. Bu bağlılık türlerinden aşağıda bahsedilmiştir.

Duygusal Bağlılık; çalışan kişilerin duygusal olarak kendi tercihleriyle işyerinde kalma istekleridir (Meyer ve Allen, 1997). Bireyler örgütün hedeflerini ve değerlerini tam anlamıyla benimsediğinde ortaya çıkar. Yapılacak olan işin kişiyi cezbetmesi, amaç ve rollerin gayet açık olması, örgüte olan güven, eşitlik, çalışanlara gösterilen değer vb. kişilerin örgütün hedef ve değerlerini benimsemesinde önemli rol oynar. Dolayısıyla duygusal bağlılık, bir çalışanın, kuruluşa üye olmanın keyfini çıkarmanın yanı sıra kuruluşla bağlantılı olan kimlik ve katılımını açıklar. Güçlü bir duygusal bağlılığı olan kişiler istedikleri için kuruluşta kalmaya devam edecektir.

Devam Bağlılığı; bahsi geçen bağlılık türünde bireyin örgütsel bağlılığını sağlayan durum; örgüt için gösterdiği emek, zaman, bireyin sergilediği çabası sonucunda elde ettiği statü, manevi anlamda sağladığı tatmin, ücret, yetki gibi unsurları örgütten ayrılmaları durumunda kaybedeceklerine dair inançlarıdır (Obeng ve Ugboro, 2003). Devam bağlılığında olan çalışanlar zorunlu olmaları nedeniyle örgütte kalacaktır.

Normatif Bağlılık; kişinin kişisel norm ve değerlerine dayalı olarak kuruluşa karşı sorumluluk hissi ile ilgilidir. Sonay (2013), normatif bağlılık temelinde, herhangi bir çıkar, kaybetme korkusu veya buna benzer olumsuz durumları gerektirmemektedir. Bireyler bu bağlılık türünde örgütüne bir çeşit minnet hissi duyarlar. Çalışan, çalışma yaşamı boyunca, kendisine iyi bir davranış sergilenmesinin, gereken haklarının problemsiz bir biçimde karşılanmasının ardından, işten ayrılmanın örgüte nankörlük olacağını düşünmektedir.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Algılanan çatışma çözüm stratejileri ve örgütsel bağlılık ile arasındaki ilişkiye yönelik literatür araştırmasında ulaşılabilen çalışmalar incelenmiş ve bu çalışmalarla ilgili özet bilgiler burada verilmiştir.

Belek bölgesinde yer alan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde örgütsel çatışma ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik gerçekleştirilen çalışmada, duygusal bağlılığın örgüt içi çatışmaları azalttığı, devam bağlılığı ve normatif bağlılığın ise arttırdığı görülmüştür. Aynı zamanda, örgütsel bağlılığın, örgütsel çatışmanın anlamlı bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir (Kavacık vd., 2013). Banka çalışanlarının iş tatmin, örgütsel bağlılık seviyeleri ve çatışma stratejilerine bakış açılarını belirlemek amacıyla Adana, Mersin ve Kahramanmaraş illerindeki yerli ve yabancı banka çalışanlarına yönelik yapılan çalışmada, çalışanların örgütsel bağlılık seviyelerine göre çatışma stratejilerine bakış açıları arasında kısmen anlamlı farklılıkların olduğu ortaya çıkmıştır. Örgütsel bağlılık düzeyi arttıkça çalışanların güç kullanma stratejisine ve bütünleştirici stratejiye katılımı olumlu yönde olmaktadır. Fakat, göz ardı etme/kaçınma stratejisinde örgütsel

bağlılık düzeyleri ister yüksek ister düşük olsun çalışanların görüşlerinin değişmediği sonuçlarına ulaşılmıştır (Bakan vd., 2011).

Çatışma yönetimi stratejilerinin, örgütsel bağlılığa etkisinin olup olmadığını incelemek amacıyla, Aydın Adnan Menderes Üniversitesinde Meslek Yüksekokullarında görev yapan 106 öğretim görevlisi üzerinde gerçekleştirilen çalışmada, çatışma çözüm stratejilerinin, örgütsel bağlılığı pozitif yönde ve anlamlı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Duygusal bağlılığın, çatışma çözüm stratejilerinden kaçınmacı yöneme anlamlı etkisinin olduğu fakat zorlayıcı, kolaylaştırıcı, uzlaştırmacı ve karşı koyucu yöneme anlamlı etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Normatif bağlılığın, çatışma çözüm stratejilerinden uzlaştırmacı yöneme anlamlı etkisinin olduğu fakat kaçınmacı, zorlayıcı, kolaylaştırıcı ve karşı koyucu modele anlamlı katkısının olmadığı belirlenmiştir. Devam bağlılığının, çatışma çözüm stratejilerinden kaçınmacı ve karşı koyucu modele anlamlı etkisinin olduğu, zorlayıcı, kolaylaştırıcı ve uzlaştırmacı modele anlamlı etkisinin olmadığı belirlenmiştir (Çakır, 2021).

Kahramanmaraş'ta bankacılık sektöründe görev yapan kişiler üzerinde gerçekleştirilen çalışmada, iş gören ve yöneticilerin çatışmayı çözmek için çatışma yönetim stratejilerinden uzlaşma ve bütünleştirme stratejisini diğer stratejilere oranla çok daha fazla uyguladıkları sonucuna ulaşılmıştır (Çelik, 2010). İstanbul ilinde otomotiv sektöründe faaliyet gösteren 219 beyaz yakalı çalışan üzerinde gerçekleştirilen çalışmada, psikolojik güçlendirme ve duygusal zekanın çatışma yönetimi stratejileri üzerinde anlamlı etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kılıç, 2019). Konya'daki Selçuklu Belediyesi çalışanları üzerinde gerçekleştirilen çalışmada, çalışanların işten ayrılma niyetlerinin düşük düzeyde olduğu ve çatışmaların çözümünde en fazla problem çözme ve kaçınma yaklaşımlarını tercih ettikleri en az başvurdukları yöntemin ise, uzlaşma yöntemi olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır (Eryeşil ve Öztürk, 2015). Hollanda'da 91 ortaokul öğretmeni üzerinde yapılan çalışmada, çalışanların güçlendirilmesi ile örgütsel bağlılık arasındaki olumlu ilişkide üstlerle çatışmanın bir engel etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Janssen, 2004).

İki aktif ABD ordusunun askerleri üzerinde yapılan çalışmada, örgüt içindeki kişilerarası çatışma algılarının hem duygusal hem de devam bağlılığı ile olumsuz yönde ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hem üst düzey hem de orta düzey yöneticilerden gelen destek, çalışanların duygusal bağlılığı ile ilişkili olduğu ve üst düzey yöneticinin desteğinin, çalışanların devam bağlılığı ile de ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, orta düzey yönetim desteğinin kişilerarası çatışma ile devam bağlılığı arasındaki ilişkiyi zayıflattığı sonucuna da ulaşılmıştır (Thomas vd., 2005).

3. İDARİ PERSONEL ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Algılanan çatışma kapsamında uygulanan farklı çatışma çözüm stratejilerinin çalışanın örgüte bağlılığına etkisi ve demografik özelliklere göre çatışma çözüm stratejileri ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ortaya koymaya çalışan bu araştırmanın amacı, öncülleri, yöntemi, analiz süreci ve bulguları aşağıda yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın temel amacı algılanan çatışma kapsamında uygulanan çatışma çözüm stratejilerinin çalışanın örgütüne bağlılığına etkisinin incelenmesidir.

Kişilerin etkileşimde buldukları her alanda çatışma vardır. Günümüzde örgütsel veya kişisel gelişim aracı olarak da görülen çatışma çalışanları olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilmektedir bu da çalışanın çalıştığı örgüte olan bağlılığına etki etmektedir. Bu nedenle çalışanların örgüte bağlılıklarında çatışmanın çözüm stratejileri önem taşımaktadır.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Çalışmanın ana kütlesini Batı Karadeniz Bölgesinde 2007 yılında kurulmuş olan Karabük Üniversitesinde görev yapan 453 İdari Personel oluşturmaktadır. Veriler yüz yüze ve online anketler ile toplanmıştır. Çalışmanın örneklemini ise Karabük Üniversitesinde görev yapan 125 idari personel oluşturmaktadır.

3.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma için kullanılan hipotezlere aşağıda yer verilmiştir.

H₁: Algılanan çatışma çözüm stratejilerinin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1A}: Algılanan çatışma çözüm stratejilerinin duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1A1}: Bütünleştirme boyutunun duygusal bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1A2}: Uyma boyutunun duygusal bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1A3}: Hükmetme boyutunun duygusal bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1A4}: Kaçınma boyutunun duygusal bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1A5}: Uzlaşma boyutunun duygusal bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1B}: Algılanan çatışma çözüm stratejilerinin devam bağlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1B1}: Bütünleştirme boyutunun devam bağlılığına anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1B2}: Uyma boyutunun devam bağlılığına anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1B3}: Hükmetme boyutunun devam bağlılığına anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1B4}: Kaçınma boyutunun devam bağlılığına anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1B5}: Uzlaşma boyutunun devam bağlılığına anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1C}: Algılanan çatışma çözüm stratejilerinin normatif bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1C1}: Bütünleşme boyutunun normatif bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1C2}: Uyma boyutunun normatif bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1C3}: Hükmetme boyutunun normatif bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1C4}: Kaçınma boyutunun normatif bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1C5}: Uzlaşma boyutunun normatif bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.

H₂: Algılanan çatışma çözüm stratejileri demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.

H₃: Örgütsel bağlılık demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.

3.4. Veri Toplama Yöntemi

Veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılmak üzere hazırlanan elli beş adet ifadenin yer aldığı anket üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik dokuz ifade bulunmaktadır. İkinci bölümde on sekiz ifadeden oluşan Meyer ve Allen (1984-1997) tarafından geliştirilen Duygusal, Devam ve Normatif bağlılık olmak üzere üç temel bağlılık bileşenine ayırmış oldukları Örgütsel Bağlılık Ölçeği (Organizational Commitment Questionere: OCQ) yer almaktadır (Baysal ve Paksoy, 1999:8). Üçüncü bölümde yirmi sekiz ifadeden oluşan çatışmaların bireyler arasında çözüm stratejilerini saptamak amacıyla Rahim Örgütsel Çatışma Ölçeği II'nin bütünleştirme, uyma, hükmetme, kaçınma, uzlaşma olmak üzere beş farklı alt boyutu olan C formundan yararlanılmıştır (Günerhan, 2017:40). Anket formu 46 ifade 5'li likert ölçeği şeklinde toplamda 125 katılımcıya yöneltilmiştir.

3.5. Veri Analiz Yöntemi

Elde edilen verilerin analizi için SPSS 20 istatistik paket programı kullanılmıştır. Öncelikle güvenilirlik analizi yapılmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerini ve ölçek ifadelerine katılım düzeylerini incelemek için tanımlayıcı analizler yapılarak ölçek ifadelerinin aritmetik ortalama değerleri hesaplanmıştır. Algılanan çatışma çözüm stratejileri boyutlarının örgütsel bağlılık boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla Regresyon testi yapılmıştır. Demografik özelliklere göre algılanan çatışma çözüm stratejilerinin ve örgütsel bağlılığın farklılaşmasına yönelik oluşturulan hipotezleri incelemek için ise bağımsız örneklem t-Testi ve ikiden fazla bağımsız değişken olması durumunda One-Way Anova testinden faydalanılmıştır. Farklılığın olduğu durumlarda kaynağını bulmak amacıyla Post-Hoc testinden yararlanılmıştır.

3.6. Araştırmanın Bulguları

Güvenilirlik Analizi

Tablo 1. Güvenilirlik Katsayıları

	Cronbach's Alpha	İfade Sayısı
Genel	,834	46
Örgütsel Bağlılık	,668	18
Algılanan Çatışma Çözüm Stratejileri	,848	28

Çalışmamızda örgütsel bağlılık ve algılanan çatışma çözüm stratejileri olmak üzere 2 ölçekte bulunan 46 soru güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Cronbach α katsayısı ,834 olarak hesaplanmıştır. Bu katsayı $0,7 \leq \alpha \leq 0,9$ aralığında olduğundan ölçeğimizin güvenilirliğinin iyi derecede olduğunu göstermektedir.

Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Tablo 2. Sosyo-Demografik ve Mesleki Özellikler (N=125)

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Erkek	68	54,4
Kadın	57	45,6
Yaş		
21-25	6	4,8
26-30	17	13,6
31-35	41	32,8
36-40	32	25,6
41 ve Üzeri	29	23,2
Medeni Durumu		
Evli	96	76,8
Bekar	29	23,2
Eğitim Durumu		
Lise	7	5,6
Ön Lisans	18	14,4
Lisans	72	57,6
Yüksek Lisans	26	20,8
Doktora	2	1,6
Bu İşletmede Kaç Yıldan Beri Çalışıyorsunuz ?		
1 Yıldan az	7	5,6
1-5 Yıl	37	29,6
5-10 Yıl	69	55,2
10 Yıl ve Üzeri	12	9,6
İdari Personel Olarak Çalıştığınız Toplam Süre		
1 Yıldan az	7	5,6
1-5 Yıl	25	20,0

5-10 Yıl	66	52,8
10 Yıl ve Üzeri	27	21,6
İşletmedeki Pozisyonunuz		
Memur	48	38,4
Bilgisayar İşletmeni	67	53,6
Diğer	10	8,0
Çatışma Yönetimi ile İlgili Hizmet İçi Eğitim Aldım?		
Evet	21	16,8
Hayır	104	83,2

Katılımcıların %54,4'ünün erkek, %45,6'sının kadın olduğu, %4,8'inin 21-25, %13,6'sının 26-30, %32,8'inin 31-35, %25,6'sının 36-40 ve %23,2'sinin 41 ve üzeri yaşlarda olduğu görülmüştür. Katılımcıların %76,8'inin evli, %23,2'sinin bekar, %5,6'sının lise, %14,4'ünün ön lisans, %57,6'sının lisans, %20,8'inin yüksek lisans ve %1,6'sının doktora eğitime sahip olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Katılımcıların %5,6'sı 1 yıldan az, %29,6'sının 1-5 yıl arası, %55,2'sinin 5-10 yıl, %9,6'sının 10 yıl ve üzeri yıldan beri aynı örgütte çalıştığı, %5,6'sı 1 yıldan az, %20'sinin 1-5 yıl, %52,8'inin 5-10 yıl, %21,6'sının 10 yıl ve üzeri olacak şekilde toplam idari personellik yaptıkları sonuçlarına ulaşılmıştır. Katılımcıların %38,4'ünün memur, %53,6'sının bilgisayar işletmeni, %8,0'inin diğer pozisyonlarda görev aldıkları, %16,8'inin çatışma ile ilgili eğitim aldığı sonucuna ulaşılırken %83,2'sinin eğitim almadıkları sonuçlarına ulaşılmıştır.

Ortalama Değerleri

Tablo 3. Katılımcıların Örgütsel Bağlılık Ölçeği ve Çatışma Çözüm Stratejileri Ölçeğine Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Alt Boyutlar	Ort. (\bar{x})	Ss (σ)
Duygusal Bağlılık	3,0560	,78828
Devam Bağlılığı	2,8160	,70324
Normatif Bağlılık	2,8373	,64670
Örgütsel Bağlılık	2,9031	,52742
Bütünleştirme	3,9086	,56049
Uyma	3,6160	,40617
Hükmetme	3,2688	,49716
Uzlaşma	3,7640	,51617
Kaçınma	3,3000	,54625
Çatışma Çözüm Stratejileri	3,5806	,35506

Tablo 3'e bakıldığında katılımcıların örgütsel bağlılık algıları incelendiğinde duygusal bağlılığın ($3,0560 \pm ,78828$) en çok algılanan, devam bağlılığının ise ($2,8160 \pm ,70324$) en az algılanan örgütsel bağlılık boyutu olduğu gözlemlenmiştir.

Çatışma çözüm stratejileri algıları incelendiğinde bütünleştirme boyutunun ($3,9086 \pm ,56049$) en çok algılanan, hükmetme boyutunun ($3,2688 \pm ,49716$) en az algılanan boyut olduğu görülmektedir.

Katılımcıların çatışma çözümü için en fazla bütünleştirme ($\bar{x}=3,9086$) stratejisini uyguladıklarını daha sonra uzlaşma ($\bar{x}=3,7640$), uyma ($\bar{x}=3,6160$), kaçınma ($\bar{x}=3,3000$), hükmetme ($\bar{x}=3,2688$) stratejilerini uyguladıkları gözlemlenmektedir. Katılımcıların örgütlerine en çok duygusal ($\bar{x}=3,0560$) bağlı oldukları ardından normatif ($\bar{x}=2,8373$) ve devam ($\bar{x}= 2,8160$) olarak bağlı oldukları gözlemlenmektedir.

Faktör Analizi

Faktör Analizi, değişken sayısını azaltmak amacı ile yapılmaktadır. Faktör tanımlamak veya temel değişkenleri gruplandırma şeklinde yapılır. İlişkinin ölçülmesi sonucu birbiri ile ilişkili olan değişkenler aynı faktör altında yer almaktadır.

Verilerin faktör analizi ve uygunluğu için Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett's's testi yapılmıştır. Kaiser-Meyer-Olkin değeri ,692 ve Bartlett's's testine ait anlamlılık ,000 çıkmıştır. Bu oranlar istenilen seviyede olduğu için verilerin faktör analizi yapmaya uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 4. KMO ve Bartlett's's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Uygunluk Ölçümü		,692
Bartlett's's Test	Ki- Kare	3139,657
	Serbestlik Derecesi	1035
	Anlamlılık	,000

Tablo 5. Rotasyon Sonrası Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve Dönüştürülmüş Faktör Yük Değerleri	
Faktör 1- Duygusal Bağlılık	
Kariyerimin geri kalan kısmını bu örgütte geçirmek beni mutlu eder.	,491
Bu kuruluşa kendimi “duygusal olarak bağlı” hissetmiyorum.	,477
Bu kuruluşun sorunlarını gerçekten kendi sorunlarım gibi hissediyorum.	,506
Kendimi kuruluşumda “ailenin bir parçası” gibi hissetmiyorum.	,644
Bu kuruluşun benim için çok özel bir anlamı var.	,667
Kuruluşuma karşı güçlü bir ait olma hissim yok	,855
Faktör 2-Devam Bağlılığı	
Mevcut işverenimle çalışmaya devam etmek için hiçbir manevi yükümlülük hissetmiyorum.	,675
Benim için avantajlı da olsa kuruluşumdan şu anda ayrılmamın doğru olmadığını hissediyorum.	,614
Kuruluşumdan şimdi ayrılısam kendimi suçlu hissederim.	,641

Bu kuruluş benim sadakatimi hak ediyor.	,507
Buradaki insanlara karşı yükümlülük hissettiğim için kuruluştan şu anda ayrılmayı düşünmem.	,649
Kuruluşuma çok şey borçluyum.	,595
Faktör 3-Normatif Bağlılık	
Şu anda kuruluşumda kalmak istemesem bile kalmaya mecburum	,577
İstesem de şu anda kuruluştan ayrılmak benim için çok zor	,731
Şu anda kuruluştan ayrılmak istediğime karar versem, hayatımın çoğu alt üst olur	,754
Bu kuruluşu bırakmayı düşünemeyeceğim kadar az seçeneğim olduğunu düşünüyorum	,830
Bu kuruluştan ayrılmamanın az sayıda olumsuz sonuçlarından biri alternatif kıtlığı olurdu	,796
Eğer bu kuruluşa kendimden bu kadar çok vermiş olmasaydım, başka yerde çalışmayı düşünebilirdim	,453
Faktör 1- Bütünleştirme	
Herkes tarafından kabul edilebilir bir çözüm bulunabilmesi için meseleleri iş arkadaşlarımla birlikte ele almaya çalışırım.	,538
Görüşlerimi iş arkadaşlarımla görüşleriyle bütünleştirerek ortak bir karara varılmasına çalışırım.	,694
Sorunların tüm iş arkadaşlarımla beklentilerini karşılayacak şekilde çözülebilmesi için kendileriyle birlikte çalışırım.	,838
Sorunları birlikte çözebilmek için iş arkadaşlarımla tam ve doğru bilgi alışverişinde bulunurum	,594
Sorunlara en iyi çözümü bulabilmek için herkesin kaygılandığı konuları açığa çıkartmaya çalışırım.	,688
Herkes tarafından kabul edilebilir kararlara varabilmek için iş birliği yaparım.	,798
Sorunların herkes tarafından doğru anlaşılabilmesi için iş arkadaşlarımla çalışmaya çaba gösteririm.	,517
Faktör 2-Uyma	
Genellikle iş arkadaşlarımla gereksinimlerini karşılamaya çalışırım.	,605
Genellikle iş arkadaşlarımla dileklerini göz önüne alırım.	,516
İş arkadaşlarımla dileklerine boyun eğerim.	,618
İş arkadaşlarıma genellikle ayrıcalık tanırım.	,350
Genellikle iş arkadaşlarımla önerilerine uyarım	,543
İş arkadaşlarımla beklentilerini karşılamaya çalışırım.	,443
Faktör 3- Hükmetme	
Fikirlerimi kabul ettirmek için etkimi kullanırım.	,752
İstediğim doğrultuda karar çıkması için otoritemi kullanırım.	,869
İstediğim doğrultuda karar çıkması için uzmanlığımı kullanırım.	,798
Beni ilgilendiren meseleleri sonuna kadar takip ederim.	,776
Rekabet içeren bir durumda kazanmak için bazen yönetim gücümü kullanırım.	,678
Faktör 4- Uzlaşma	
Çözümsüz görünen sorunları çözebilmek için orta yol bulmaya çalışırım.	,734
Anlaşmazlıklarda tıkanmayı gidermek için bir orta yol öneririm.	,531
Uzlaşmaya varılabilmesi için iş arkadaşlarımla görüşmelerde bulunurum.	,497
Uzlaşma için bazı şeyleri alabileceğim gibi ödün de verebilirim.	,700

Faktör 5- Kaçınma	
Çözumsuz görünen sorunları çözebilmek için orta yol bulmaya çalışırım.	,408
İş arkadaşlarımla görüş farklılıklarımı açıkça konuşmaktan genellikle kaçınırım.	,518
İş arkadaşlarımla anlaşmazlık içine düşmekten uzak durmaya çalışırım.	,701
İş arkadaşlarımla karşı karşıya gelmekten kaçınırım.	,530
İnciten duygulara yol açmamak için iş arkadaşlarımla anlaşmazlıklarımı kendime saklamaya çalışırım.	,560
İş arkadaşlarımla hoş olmayan bir konuşmadan kaçınırım	,388

Faktör analizinin rotasyon seçiminde faktörler arasında ilişki olduğu düşünüldüğünden Direct Oblimin rotasyonu kullanılması uygun görülmüştür. Analiz sonucunda mevcut olan verilerden örgütsel bağlılığa ait 3 faktör ve algılanan çatışma çözüm stratejilerine ait 5 faktör olmak üzere toplamda 8 faktör elde edilmiştir. Örgütsel bağlılığa ait olan birinci faktördeki 6 ifade duygusal, ikinci faktörde 6 ifade devam ve üçüncü faktörde 6 ifade normatif bağlılığı temsil etmektedir. Algılanan çatışma çözüm stratejilerine ait olan dördüncü faktördeki 7 ifade bütünleştirme, beşinci faktördeki 6 ifade uymayı, altıncı faktördeki 5 ifade hükmetmeyi, yedinci faktördeki 4 ifade uzlaşmayı ve son olarak sekizinci faktördeki 6 ifade kaçınma boyutunu temsil etmektedir.

Her ifade için faktör yük değerinin ,30'dan yüksek değerde olmasına özen gösterilmiştir. Faktör yük değerleri 0.60 ve üzeri yük değeri olursa yüksek; 0.30 ile 0.59 arası yük değeri olursa orta düzeyde büyüklükler olarak belirtilmektedir (Kline, 1994; Büyüköztürk, 2002). Netice itibariyle faktör ifadelerinin yeterli düzeyde olduğu gözlemlenmiştir.

Regresyon Analizi

Tablo 6. H1A, H1B, H1C Hipotezlerinin Alt Hipotezlerine Yönelik Regresyon Analizleri

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R	R ²	F	B	t	p
Bütünleştirme	Duygusal Bağlılık	,224	,050	6,483	1,826	3,742	,012*
Uyma		,098	,010	1,205	2,365	3,732	,275
Hükmetme		,076	,006	,711	2,663	5,650	,401
Kaçınma		,001	,000	,000	3,053	7,014	,994
Uzlaşma		,116	,013	1,682	2,388	4,597	,197
Bütünleştirme	Devam Bağlılığı	,232	,054	6,979	1,680	3,866	,009*
Uyma		,141	,020	2,502	1,932	3,436	,116
Hükmetme		,253	,064	8,380	1,648	4,040	,004*
Kaçınma		,245	,060	7,865	1,774	4,714	,006*
Uzlaşma		,161	,026	3,266	1,991	4,323	,073
Bütünleştirme	Normatif Bağlılık	,076	,006	,709	2,496	6,094	,401
Uyma		,059	,003	,429	3,177	6,092	,514
Hükmetme		,045	,002	,251	2,645	6,829	,617

Kaçınma	,124	,015	1,922	2,353	6,641	,168
Uzlaşma	,093	,009	1,084	2,397	5,609	,300

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

Tablo 6'daki regresyon testi sonuçları incelendiğinde; algılanan çatışma çözme stratejilerinin bütünleştirme (H_{1A1}: ,012, p<0,05), boyutunun örgütsel bağlılık boyutu olan duygusal bağlılığı pozitif yönlü ve anlamlı şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak uyma (H_{1A2}: ,275, p>0,05), hükmetme (H_{1A3}: ,401, p>0,05), kaçınma (H_{1A4}: ,994, p>0,05), uzlaşma (H_{1A5}: ,197, p>0,05) boyutlarının duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Algılanan çatışma çözüm stratejilerinin devam bağlılığına etkisini incelemek gerekirse, bütünleştirme (H_{1B1}: ,009, p<0,05), hükmetme (H_{1B3}: ,004, p<0,05), kaçınma (H_{1B4}: ,006, p<0,05) boyutlarının devam bağlılığını pozitif yönlü ve anlamlı bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşılırken uyma (H_{1B2}: ,116, p>0,05) ve uzlaşma (H_{1B5}: ,073, p>0,05) boyutlarının devam bağlılığına anlamlı etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

H₁ 'in son hipotezine göre, bütünleştirme (H_{1C1}: ,401, p>0,05), uyma (H_{1C2}: ,514, p>0,05), hükmetme (H_{1C3}: ,617, p>0,05), kaçınma (H_{1C4}: ,168, p>0,05) ve uzlaşma (H_{1C5}: ,300, p>0,05) boyutlarının normatif bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı gözlemlenmiştir.

Bağımsız Örneklem T Testleri

Tablo 7. Algılanan Çatışma Çözüm Stratejileri Demografik Özelliklere Göre Farklılaşmaktadır.

	Grup	N	Ort	Ss	T	P
Cinsiyet	Erkek	68	3,5488	,36143	-1,092	,822
	Kadın	57	3,6184	,34667		
Medeni Durum	Evli	96	3,5826	,36625	,115	,550
	Bekar	29	3,5739	,32114		
Algılanan Çatışma Çözüm Stratejileri	Evli	21	3,6361	,33553	,784	,942
İle İlgili Eğitim Aldım	Hayır	104	3,5694	,35938		

Katılımcıların cinsiyetleri, medeni durumları ve algılanan çatışma çözüm stratejileri ile ilgili hizmet içi eğitim alıp almayanların uyguladıkları algılanan çatışma çözüm stratejileri arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik bağımsız örneklem t testi yapılmış ve farklılık olmadığı gözlemlenmiştir.

Tablo 8. Örgütsel Bağlılık Demografik Özelliklere Göre Farklılaşmaktadır.

	Grup	N	Ort	Ss	T	P
Cinsiyet	Erkek	68	2,8170	,43205	-2,061	,041*
	Kadın	57	2,9825	,46459		
Medeni Durum	Evli	96	2,9589	,48030	2,185	,118
	Bekar	29	2,7184	,63498		

Algılanan Çatışma Çözüm Stratejileri ile İlgili Eğitim Aldım	Evet	21	2,8783	,56700	-,235	,791
	Hayır	104	2,9081	,52183		

Örgütsel bağlılık ve cinsiyet değişkeni p değeri ,041 ($p < 0,05$) olduğundan aralarında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumu ve çatışma yönetimi ile ilgili hizmet içi eğitim alıp almadıklarına yönelik bağımsız örneklem t testi yapılmış ve anlamlı bir farklılık olmadığı gözlemlenmiştir.

Anova Testleri

Katılımcıların yaşlarına, örgütte çalıştıkları yıllara ve örgütteki pozisyonlarına göre uyguladıkları algılanan çatışma çözüm stratejileri arasındaki ilişkiyi incelemek üzere Anova testi yapılmış ve $p > 0,05$ olduğundan aralarında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Katılımcıların eğitim durumu ve idari personel olarak çalışılan toplam süreye göre uygulanan çatışma çözüm stratejileri arasında kaynaklanan farklılığı incelemek amacıyla LSD testi yapılması uygun görülmüştür.

Tablo 9. Katılımcıların Çatışma Çözüm Stratejilerine İlişkin Post-Hoc Testleri
LSD (Çatışma Çözüm Stratejileri)

(I)Eğitim Durumu	(J)Eğitim Durumu	Ortalama Fark (I-J)	Ss	P
Lise	Ön Lisans	-,33022	,35799	,033
	Yüksek Lisans	-,38776*	,35799	,009
	Doktora	-,61990*	,35799	,026
Ön Lisans	Lise	,33022*	,23978	,033
Lisans	Yüksek Lisans	-,18651*	,36497	,019
Yüksek Lisans	Lise	,38776*	,29966	,009
	Lisans	,18651*	,29966	,019
Doktora	Lise	,61990*	,83338	,026
LSD (Çatışma Çözüm Stratejileri)				
(I)İdari Personel Olarak Çalışılan Toplam Süre	(J)İdari Personel Olarak Çalışılan Toplam Süre	Ortalama Fark (I-J)	Ss	P
5-10 Yıl	10 Yıl ve Üzeri	-,18476*	,36745	,022
10 Yıl ve Üzeri	5-10 Yıl	,18476*	,28994	,022

Post-Hoc sonuçlarına göre, ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimi almış kişilerin kendi aralarında uyguladıkları çatışma çözüm stratejisinin farklı olduğu gözlemlenmiştir. İdari personel olarak ise 5-10 yıl çalışanlar ve 10 yıl üzerinde çalışanlar arasında uyguladıkları çözüm stratejilerinin farklı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Örgütsel bağlılık ve yaş arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik yapılan Anova Testi sonuçları incelendiğinde, örgütsel bağlılık ile yaş arasında ($p > 0,05$) anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Katılımcıların örgütte çalıştıkları pozisyon ve eğitim durumuna göre örgütsel bağlılıkları arasında da anlamlı bir farklılık olmadığı ($p>0,05$) gözlemlenmiştir. Katılımcıların örgütte çalıştıkları yıl, idari personel olarak çalıştıkları toplam süre, örgütte çalıştıkları pozisyon, eğitim durumu ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki incelenmiş ($p>0,05$) ve anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Tablo 10. Hipotez Testi Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Hipotezler	Sonuç
H ₁ : Algılanan çatışma çözüm stratejilerinin örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kısmen Kabul Edildi
H _{1A} : Algılanan çatışma çözüm stratejilerinin duygusal bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kısmen Kabul Edildi
H _{1A₁} : Bütünleştirme boyutunun duygusal bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul Edildi
H _{1A₂} : Uyma boyutunun duygusal bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.	Red Edildi
H _{1A₃} : Hükmetme boyutunun duygusal bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.	Red Edildi
H _{1A₄} : Kaçınma boyutunun duygusal bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.	Red Edildi
H _{1A₅} : Uzlaşma boyutunun duygusal bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.	Red Edildi
H _{1B} : Algılanan çatışma çözüm stratejilerinin devam bağlılığı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kısmen Kabul Edildi
H _{1B₁} : Bütünleştirme boyutunun devam bağlılığına anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul Edildi
H _{1B₂} : Uyma boyutunun devam bağlılığına anlamlı bir etkisi vardır.	Red Edildi
H _{1B₃} : Hükmetme boyutunun devam bağlılığına anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul Edildi
H _{1B₄} : Kaçınma boyutunun devam bağlılığına anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul Edildi
H _{1B₅} : Uzlaşma boyutunun devam bağlılığına anlamlı bir etkisi vardır.	Red Edildi
H _{1C} : Algılanan çatışma çözüm stratejilerinin normatif bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kısmen Kabul Edildi
H _{1C₁} : Bütünleştirme boyutunun normatif bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.	Red Edildi
H _{1C₂} : Uyma boyutunun normatif bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.	Red Edildi
H _{1C₃} : Hükmetme boyutunun normatif bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.	Red Edildi
H _{1C₄} : Kaçınma boyutunun normatif bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.	Red Edildi
H _{1C₅} : Uzlaşma boyutunun normatif bağlılığa anlamlı bir etkisi vardır.	Red Edildi
H ₂ : Algılanan çatışma çözüm stratejileri demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.	Kısmen Kabul Edildi
H ₃ : Örgütsel bağlılık demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.	Kısmen Kabul Edildi

SONUÇ

Çatışma yönetimi ile ilgili kapsamlı literatür olsa da bu fikri örgütsel bağlılık ile ilişkisi açısından teorik bir seviyenin ötesinde inceleyen alan araştırması sınırlıdır. Hem akademik hem de mesleki alanlarda, çatışmanın nedenine bağlı olarak, iç paydaşlar arasındaki çatışmaları yönetme konusunda açıkça farklılaşmış odakların olduğu tespit edilmiştir. Karabük Üniversitesinde idari personel olarak çalışanların örgüt içerisinde çatışma meydana geldiğinde birbirlerine karşı çatışmayı çözmeye yönelik uyguladıkları stratejilerin örgütlerine olan bağlılıkları üzerindeki etkisini incelemek amacıyla gerçekleştirilen araştırmada ulaşılan sonuçlar aşağıdaki gibidir.

Çalışmamızda yer alan üç ana hipotezden ilki algılanan çatışma çözüm stratejilerinin örgütsel bağlılıkta etkisinin anlamlı olduğu yönündedir. Yaptığımız çalışmada algılanan çatışma çözüm stratejilerinin alt boyutları ile örgütsel bağlılık alt boyutları arasında anlamlı bir etki olup olmadığına yönelik toplamda 18 alt hipotez bulunmaktadır. H_{1A}, H_{1B}, H_{1C} hipotezlerinin alt hipotezlerini kapsayan 18 hipoteze ilişkin (bütünleştirme, uyma, hükmetme, kaçınma ve uzlaşma stratejisinin örgütsel bağlılık alt boyutu olan duygusal, devam ve normatif bağlılık üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu hipotezleri) regresyon analizi yapılmıştır.

Analiz doğrultusunda, H_{1A} alt hipotezlerinde bütünleştirme boyutunun duygusal bağlılığa, H_{1B} alt hipotezlerinde bütünleştirme, hükmetme ve kaçınma boyutlarının devam bağlılığına anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır. H_{1A} alt hipotezlerinden uyma, hükmetme, kaçınma ve uzlaşma boyutunun duygusal bağlılığa, H_{1B} alt hipotezlerinde uyma ve uzlaşma boyutunun devam bağlılığına, H_{1C} alt hipotezlerinden bütünleştirme, uyma, hükmetme, kaçınma ve uzlaşma boyutlarının normatif bağlılığa etkisinin anlamlı bir sonuç içermediği saptanmıştır. Bu doğrultuda, katılımcıların çatışmalara karşı bakış açılarını ve çatışmanın varlığında onu çözmeye yönelik hangi stratejinin örgütü ile olan bağını kuvvetlendireceğini bilmek önem arz etmektedir. Katılımcıya her çatışmanın aynı strateji ile çözülemeyeceğine yönelik eğitimlerin verilmesi uygun olacaktır. Çatışma ve çözüme stratejileri ile ilgili bilgilenen personelin ise, örgütüne olan bağlılığı devam edecektir. Personeli örgütüne bağlayan bir başka etken de kendisini örgütüne ait hissetmesi ve ailenin bir parçası olarak görmesidir. Devam ve normatif bağlılıklarında kişi kısmen kendisini mecbur hissettiği için örgütte çalışmaya devam edecektir. Bu durumda çatışmaların olası olduğunu göstermektedir. Dolayısı ile, personelin örgütüne duygusal olarak bağlanması çatışmaların azalması için öncelik arz etmektedir. Bu durum örgüt iletişimi, çalışanlar arası güven, sosyal aktivitelerin yapılması, çalışanlara söz hakkı verilmesi, adil bir çalışma ortamı, yöneticinin etkili olması gibi unsurlar sayesinde mümkün olacaktır.

Çalışmamızın ikinci hipotez sonuçlarına bakıldığında, aynı seviyede çalışan kişiler arasında çatışma meydana geldiğinde birbirlerine uyguladıkları çatışma çözüm stratejilerinin demografik özellikler açısından kısmen farklılık gösterdiği saptanmıştır. Farklılığın hangi değişkenlerden kaynaklandığını bulmaya yönelik T, Anova ve Post-Hoc testleri yapılmıştır. Cinsiyet, yaş, medeni durum, örgütte kaç yıldan beri çalışıldığı, çatışma ile ilgili eğitim alma durumları, örgütteki pozisyonu ve bölümünü kapsayan demografik özelliklere ilişkin uygulanan çözüm stratejilerinin farklılaşmadığı ancak farklılığın yapılan Anova T testi sonucuna ilişkin olarak kişilerin eğitim durumu ile algılanan çatışma çözüm stratejileri arasında olduğu ikinci farklılığın ise idari personel olarak çalıştıkları toplam süreye ilişkin gerçekleştirdikleri çatışma çözüm stratejileri arasında olduğu saptanmıştır.

Çalışmamızda yer alan üçüncü ve son hipotez incelendiğinde; örgütsel bağlılığın demografik özellikler açısından yalnızca cinsiyete göre farklılık gösterdiği saptanmıştır.

Örgüt içerisinde bir çatışma algılandığı zaman çalışan kişilerin onu çözmeye odaklı faaliyetler gerçekleştirmeleri örgütlerine olan bağlılıklarını arttıracaktır. Fakat çatışmayı çözmeye yönelik uygulanan strateji kişiye göre farklılık gösterebilir, bu nedenle örgüt içerisinde görev alan kişilerin birbirlerini iyi tanımalarına olanak sağlanması hem örgütün devamlığı hem de bireyin örgütüne olan bağlılığı açısından büyük önem arz etmektedir. Yanlış uygulanan bir çatışma çözme stratejisi örgüt içerisindeki çatışmanın devam etmesine ve çatışmanın şiddetinin artmasına sebebiyet verebilir ve bu örgüt için olumsuz sonuçlara örgütün faaliyetlerinin son bulmasına olanak yaratabilir. Sonucunda ise, örgütün olumsuz etkilenmesi ile kişi de olumsuz etkilenir görevlerini tam anlamıyla yerine getirmeyen kişi işsiz kalabilir. Bu kapsamda, çalışanlara çatışmalar ve onları çözmeye ilişkin eğitimlerin verilmesi uygun olacaktır. Aynı zamanda, kişiyi işe alma aşamasında örgüt ile bütünleşik şekilde değerlendirmek ve kişinin herhangi bir çatışma aşamasında göstereceği tutumu anlamaya yönelik bazı psikolojik testler (kişiliğini ortaya çıkarmak amacıyla) gerçekleştirilmesi uygun olacaktır.

KAYNAKÇA

- Asunakutlu, T., & Safran, B. (2004). Kültürel Farklılıklardan Kaynaklanan Çatışmalara Yönelik Bir Araştırma (Marmaris Turizm Sektörü Örneği), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (1): 26-49.
- Bakan, İ., Eyitmiş, A. M., Erşahan, B., Doğan, İ. F., & Bulunmaz, G. (2011). “Banka Çalışanlarının İş Tatmin ve Örgütsel Bağlılık Düzeyleri ile Çatışma Tür ve Stratejilerine Bakış Açuları Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Alan Araştırması”, Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi, 1-31.
- Baysal, A. C., & Paksoy, M. (1999). Mesleğe ve Örgüte Bağlılığın Çok Yönlü İncelenmesinde Meyer-Allen Modeli, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 28 (1), 7-15.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavram ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı, Kuram ve Üretim Yönetimi, 32 (32), 470-483.
- Çakır, A. (2021). Meslek Yüksekokullarında Görev Yapan Öğretim Elemanlarının Çatışma Eylem Stilleri Algıları ile Örgütsel Bağlılık Algıları Arasındaki İlişki (Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi).
- Çelik, Y. (2010). Bankacılık Sektöründe Çatışma Yönetimi: Kahramanmaraş'ta Bir Alan Çalışması (Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi).
- Dinçer, Ö., & Fidan, Y. (1996). İşletme Yönetimi, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Dişbudak, T. (2011). Örgütlerde Çatışma Yönetimi: Bankacılık Sektöründe Kocaeli Örneği (Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya Üniversitesi).
- Eren, E. (1993). Yönetim Psikolojisi, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Ertürk, M. (2000). İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon, 3. Baskı, Beta Basım Yayım, İstanbul.
- Eryeşil, K., & Öztürk, M. (2015). Çatışma Yönetiminde Kullanılan Stratejilerin Çalışanların İşten Ayrılma Niyetlerine Etkisi: Selçuklu Belediyesi Örneği, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi, 18 (1), 137-154.
- Günerhan, O. (2017). Banka Çalışanlarının Yaşamış Olduğu Çatışmaların Çözümünde Duygusal Zekanın Etkisi (Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Beykent Üniversitesi).

- Güriş, S. & Astar, M. (2015). SPSS ile İstatistik, DR Yayıncılık, İstanbul.
- Haq, I. U. (2011). The Impact of Interpersonal Conflict on Job Outcomes: Mediating Role of Perception of Organizational Politics, *Social and Behavioral Sciences*, 25 (1), 287-310.
- Janssen, O. (2004). The Barrier Effect of Conflict With Superiors in the Relationship Between Employee Empowerment and Organizational Commitment, *Work and Stress*, 18 (1), 56-65.
- Kavacık, M., Baltacı, F., & Yıldız, A. (2013). Konaklama İşletmelerinde Örgütsel Çatışma ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Journal of Alanya Faculty of Business/Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5 (3), 73-85.
- Kılıç, E. (2019). Örgütsel Çatışma Yönetimi Stratejileri Üzerinde Psikolojik Güçlendirme ve Duygusal Zekâ Düzeyinin Etkilerine Yönelik Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi).
- Kılıç, M. (2007). Yönetim ve Organizasyon, Örgütsel Çatışma ve Çatışma Yönetimi, 2. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kline, P. (1994). *An Easy Guide To Factor Analysis*, Routledge, New York.
- Koç, H. (2009). Örgütsel Bağlılık ve Sadakat İlişkisi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (28), 200-211.
- Koçel, T. (2005). İşletme Yöneticiliği, 10. Baskı, Arıkan Yayınları, İstanbul.
- Madalina, O. (2016). Conflict Management, A New Challenge, *Procedia Economics and Finance*, 39 (1), 807-814.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in The Workplace*, Thousand Oaks Sage Publications, London.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The Measurements and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization, *Journal of Occupational Psychology*, 63 (1), 1-18.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment, *Human Resource Management Review*, 1 (1), 61-89.
- Obeng, K., & Ugboro, I. (2003). Organizational Commitment Among Public Transit Employees: An Assessment Study, *Journal of The Transportation Research Forum*, 57 (2), 83-98.
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., & Boulian, P. V. (1974). Organizational Commitment, Job Satisfaction and Turnover Among Psychiatric Technicians, *Journal of Applied Psychology*, 59 (5), 603-609.
- Rahim, M. A. (2002a). A Model of Emotional Intelligence and Conflict Management Strategies: A Study In Seven Countries, *The International Journal of Organizational Analysis*, 10 (4), 302-326.
- Rahim, M. A. (2002b). Toward a Theory of Managing Organizational Conflict, *The International Journal of Conflict Management*, 13 (3), 206-235.
- Thomas, J. L., Bliese, P. D., & Jex, S. M. (2005). Interpersonal Conflict and Organizational Commitment: Examining Two Levels of Supervisory Support As Multilevel Moderators, 1. *Journal Of Applied Social Psychology*, 35 (11), 2375-2398.
- Üngüren, E. (2008). Örgütsel Çatışma Yönetimi Üzerine Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1 (5), 880-909.

II. Meşrutiyet Döneminde Meydana Gelen Bir Hükümet Darbesi: 23 Ocak 1913 Babiâli Baskını¹

A Government Coup Occurred During II. The Constitutional Period: January 23, 1913, The Raid on the Sublime Porte

Hazal Ceren ÇEVİKER

Makale Geliş Tarihi / Received :05.11.2021
Makale Kabul Tarihi / Accepted :23.06.2022

ÖZET

II. Abdülhamit'in otuz yıllık istibdat döneminin Jön Türkler tarafından son bulması üzerine rafa kaldırılan Osmanlı Anayasası, 23 Temmuz 1908 yılında tekrar ilan edilmiştir. Böylece II. Meşrutiyet dönemi başlamıştır. Osmanlı tarihinde ilk çok partili hayata geçiş bu dönemde gerçekleşmiştir. Çok partili hayata geçiş beraberinde iktidar-muhalefet ilişkilerini meydana getirmiştir. Bu dönemin siyasal hayatını etkileyen en önemli aktörün İttihat ve Terakki Cemiyeti olması, ona karşı muhalefet cephesinin oluşmasına neden olmuştur. Özellikle Ahrar Fırkası ve Hürriyet ve İtilaf Fırkası, muhalefet cephesini oluşturan iki önemli aktör olarak siyasi hayatta yerini almıştır. İktidar-muhalefet ilişkileri bahsi geçen bu gruplar arasında şekillenmiştir. İktidar-muhalefet arasında tırmanan gerginliklerin sonucunda ise tarihimize 31 Mart Vakası olarak geçen askeri ayaklanma yaşanmıştır. 31 Mart Vakası sonrasında yaşanan hükümet krizleri ve seçimler ise 1913 yılında gerçekleşen Babiâli Baskını'nın temelini oluşturmuştur.

Bu makalede Babiâli Baskınına giden süreçte yaşanan; 1912 seçimleri, Arnavutluk isyanı, ordu içerisinde oluşan Halâşkârı Zabitan grubunun faaliyetleri ve darbenin sonuçları ordu-siyaset ilişkisi üzerinden anlatılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kavramlar: *II. Meşrutiyet, İttihat ve Terakki Cemiyeti, Ordu, Siyaset, Babiâli Baskını*

ABSTRACT

The Ottoman Constitution, which was put to bed after 30 years of Abdulhamid the Second's period of autocracy ended due to Jon Turks, was put into effect and declared again on July 23rd,1908. In the light of these circumstances, Second Constitutional Period had begun. For the first time in Ottoman history, a multi-party system was introduced and was put into effect. Transition to the multi-party system brought political opposition relationships within the systems nature. The fact that the most significant actor that affected the political lives of Ottomans was the Committee of Union and Progress has resulted in the formation of an opposition base towards the committee. The post prominent opposition bases, the Ahrar Party and Freedom and Entente Party, have significantly shaped the political opposition talks in the multi-party system. As a result of inclining tension these talks, a military coup which made history as the Case of March 31st had incurred. The legitimacy crises, government crises and the elections after the Case of March 31 st had established the foundations for Babiâli Raid.

In this article, the period leading Babiâli Raid; 1912 elections, Albanian upheaval, the faction of Halâşkâr Zabitan which was formed in the military, their actions and result of the government coup will be taken in hand using a lens based on the relationship between military and politics in Ottoman.

Keywords: *Second Constitutional Period, Committee of Union and Progress, Army, Politics, Babiâli Raid*

¹ Bu makale Hazal Ceren Çeviker'in Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalında Prof. Dr. Cemal Fedayi danışmanlığındaki yüksek lisans tezinden üretilmiştir. *Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi, Kırıkkale Üniversitesi, hckocak@outlook.com, ORCID No:0000-0002-1865-5908*

GİRİŞ

19.yüzyıl ile birlikte büyük bir değişim sürecine giren Osmanlı Devleti'nde, merkezi temsil eden ve egemenliği elinde bulunduran padişahın gücü ve otoritesi sarsılmaya başlamıştır. 1839 yılında Tanzimat Fermanı'nın ilan edilmesiyle başlayan süreçte vatandaşların, siyasal sürece dâhil edilmesine yönelik adımlar atılmıştır. Tanzimat dönemiyle birlikte modern eğitim veren okullardan mezun olan kişilerin, Fransızca bilmesi, Batı'da yaşanan siyasal ve düşünsel gelişmeleri yakından takip etmesine yol açmıştır. Böylece Batı'da gördükleri hak ve özgürlüklerin kendi ülkesinde uygulanmasını isteyen aydın kesim, bu dönemde ilk muhalif hareketlerin oluşmasına sebep olmuştur. Siyasal partilerin henüz varlık göstermediği bu dönemde "*Genç Osmanlılar*" olarak bilinen bir grup aydın tarafından "meşrutî" rejim talep edilmeye başlanmıştır. Tahta yer alan Sultan Abdülaziz yönetimine karşı çıkan bu kesim, 30 Mayıs 1876 tarihinde bir askeri darbe gerçekleştirmiştir. Türk siyasi tarihinin ilk darbesi olan bu hareket sonucunda Sultan Abdülaziz tahttan indirilmiş, V. Murat tahta çıkarılmıştır. Ancak sağlık sorunlarından dolayı yerine II. Abdülhamit tahta geçmiştir (Kerimoğlu, 2020: 148-151). Bu hareketin sonucunda 1876 yılında Kanuni Esasi'nin ilan edilmesiyle birlikte meşrutî rejime geçilmiştir. Ancak II. Abdülhamit, Kanuni Esasi'nin 35. Maddesinin verdiği yetkiye dayanarak Şubat 1878'de Meclisi kapatmıştır. Bunun sonucunda 1878-1908 yıllarını kapsayan II. Abdülhamit'in 30 yıllık istibdat dönemi başlamıştır (Kaan, 2021: 348).

Bunun üzerine, parlamentarizm taraftarı olan aydın kesim, faaliyetlerine izin verilmeyince yurt dışına kaçmıştır. Burada kendilerini "Batılılaşma taraftarı aydınlar" olarak adlandıran bu kişiler, yurtdışında örgütlenerek "İttihat ve Terakki Cemiyeti"nin doğmasına neden olmuştur. Bu süreçte İttihat ve Terakki Cemiyeti tarafından gerçekleştirilen faaliyetler sonucunda II. Abdülhamit'in 30 yıllık istibdat dönemi sona ermiş, 1908 yılında Meclis tekrar açılmış ve parlamentarizme yeniden geçilmiştir. Türk siyaset tarihinde parlamenter demokrasinin yerleştirilip geliştirilmesi ordunun aracılığıyla olmuştur (Safi, 2019: 142).

M.Ö. 220 yılında ilk Türk devletinin kurulmasından itibaren tarihte birçok güçlü devlet kuran Türk milleti için ordu çok önemli aktör olarak kabul edilmiştir. Ordunun elinde bulunan silahlı güç onun toplumda baskın bir güç olarak belirmesine neden olmuştur. Türk devlet tarihinde kurucu unsur olarak kabul edilen ordu, bunun üzerine devletin gerçek sahibinin kendisi olduğuna inanmıştır. Bu durum orduya diğer kurumlardan farklı olarak üstünlük kullanma hakkı vermiştir. Bu anlayış ise ordunun rejimin koruyucusu ve bekçisi olarak harekete geçmesine neden olmuştur. Böylece Türk siyasal hayatında ordu merkezli bir siyasal yapılanma görülmeye başlamıştır.

II. Meşrutiyet'in ilan edilmesinin neticesinde Türk siyasal hayatında yerini alan çok partili siyasal yaşam, ordu-siyaset arasında yaşanan gelişmelerin zeminini hazırlamıştır. Bu dönemde İttihat ve Terakki Cemiyeti orduya bağımlı bir siyasal politika uygulamıştır. Dönemin iktisadi ve sosyo-politik sorunları orduyu siyasileşme yoluna itmiştir. Özellikle 31 Mart Vakası'nın gerçekleşmesinden sonraki süreç ordunun siyaset üzerindeki gücünü ortaya koymuştur.

31 Mart Vakası'ndan sonra siyasal hayatta muhalefetin durumu zordur. İttihat ve Terakki Cemiyeti, "*bizden olmayan 31 Martçıdır*" diyerek, sıkıyönetim kimseye göz açtırmamıştır. 1910 tarihinde Ahrar Fırkası resmen kapatılmıştır. Bu süreçte, İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin kurucuları olan Dr. İbrahim Temo ve Abdullah Cevdet tarafından modern, niyeti uygar ve sadık bir muhalefet

oluşturmak amacıyla “Osmanlı Demokrat Fırkası”nı kurulmuştur. Ancak sıkıyönetim koşullarının uygulanması nedeniyle kurulan fırka başarılı olamamıştır. Yine bu dönemde kurulan bir başka fırka ise, Kasım 1909’da Mebusan’daki Arnavut ve Arap mebuslar tarafından kurulan “Mutedil Hürriyetperveran Fırkası”dır. Sıkıyönetim yüzünden bu firkada meclis dışında gelişmemiştir (Akşin, 2019: 70-71).

II. Meşrutiyet dönemindeki ordu ve siyaset arasındaki ilişkiyi görmek amacıyla, bu çalışmada, 23 Ocak 1913 tarihinde gerçekleşen Babiâli Baskını detaylarıyla incelenmeye çalışılacaktır. Bu inceleme yapılırken genel hatlarıyla 1912 seçimleri, Arnavutluk İsyanı, Halâskâr-ı Zabitan Grubu ve Balkan Savaşı’ndan bahsedilmiştir.

1. 1912 GENEL SEÇİMLERİ

13 Nisan 1909 tarihinde meydana gelen 31 Mart İsyanı’nın Harekât Ordusu tarafından bastırılmasından sonra İttihat ve Terakki Cemiyeti güç ve nüfuzunu yeniden kazanarak, kendisine muhalif olan Ahrar Fırkası’nın siyasi hayatına son vermiştir. Buna ek olarak saray etkisiz hale getirilmiş, Babiâli bürokrasisi ise sindirilerek ordunun ve Cemiyetin idaresi altına girmiştir. İsyandan sonra meydana gelen bir başka gelişme ise “Tensikat Kanunu” ile bütün memur kadrolarına İttihat ve Terakki Cemiyeti’nin güvendiği kişiler yerleştirilmiştir. Böylece 1911 yılının son aylarına kadar siyasi partilere yaşama hakkı tanınmamıştır (Alkan, 2001: 145-146).

31 Mart Vakası’ndan sonra İbrahim Hakkı Paşa tarafından yeni kabine kurulmuştur. Yeni kurulan hükümete Harbiye Nazırı olarak Mahmut Şevket Paşa atanmıştır. 16 Haziran 1910 tarihinde ordu ve askerinin ihtiyaçlarının karşılanması için Mahmut Şevket Paşa, Maliye Nezareti’nden 5 milyon Osmanlı Lirası ek bütçe talep etmiştir. Bu talep Maliye Nazırı Cavit Bey tarafından reddedilmiştir. Ek olarak, ordu harcamalarının da Divan-ı Muhasebat (Sayıştay) denetiminde olmaması, Mahmut Şevket Paşa ile Cavit Bey arasındaki ilişkilerin gerilmesine neden olmuştur. Bu gelişmeler neticesinde Maliye Nazırı Cavit Bey istifa etmiştir. Karşılıklı yaşanan bu gerginlikler sonucunda Mahmut Şevket Paşa, Miralay Sadık Bey üzerinden İttihatçılar arasında yer alan muhafazakâr mebuslara destek vermiştir (Yiğit, 2014: 107-108). Yine bu dönemde Saday-ı Hak gazetesinin başyazarı Ahmet Samim iktidara yönelik muhalif yazıları sonucunda öldürülmüştür. Bunun üzerine Mahmut Şevket Paşa, Dr. Rıza Nur’un da aralarında bulunduğu İttihat ve Terakki Cemiyeti’nin birçok üyesini tutuklattırıştır. Bu süreçte yaşanan olaylar, Mahmut Şevket Paşa’nın Cemiyetle arasının bozulmasına, ilişkilerin gerilmesine neden olmuştur (Ergin, 2017: 437).

1911 yılına gelindiğinde İttihatçı taraflar arasındaki bölünmelerin belirgin bir hal alması, 1909 yılından beri fiilen geri planda kalmış olan liberallerin siyasi olarak canlanmasına yol açmıştır. 1911 yılının ilk zamanlarında Miralay Sadık ve Abdülaziz Mehdi Bey’in önderliğindeki bir grubun İttihatçı saflardan ayrılmasıyla “Hizb-i Cedit” adında bir fırka ortaya çıkmıştır (Hale, 2014: 77). Ahali Fırkası gibi bu yeni firkada İttihat ve Terakki Cemiyeti içindeki muhalif kişiler tarafından kurulmuştur. Aynı zamanda yeni oluşan bu firkada Ahali Fırkası gibi, tutucu ve gelenekçi nitelikte olup, aynı zamanda ittihatçıların toplumsal ve siyasal görüşlerine de şiddetle karşı çıkmıştır (Ahmad, 1999: 113). Hizb-i Cedit Fırkası’nın amacı İTC içerisinde çoğunluğu ele geçirerek Hükümet’i devirmek ve muhafazakâr mebuslardan oluşan yeni bir hükümet kurmak olarak açıklanmıştır (Yiğit, 2014:114).Bu amaçla hareket eden Hizbin güçlü önderi Miralay Sadık Bey’in

etkinliklerini dizginlemek için Mahmut Şevket Paşa görevlendirilmiştir (Ergin, 2017: 437). Kabinedeki gücünün azaldığının farkında olan M. Şevket Paşa Cemiyet'in ve sarayın baskısına dayanamayarak Miralay Sadık Bey'i Selanik'e göndermiştir (Yiğit, 2014:120).

1910-1911 yılları arasında İttihat ve Terakki Cemiyeti, önce yüksek subaylar ve yaşlı devlet adamlarının desteğiyle, sonra hükümet içerisinde ve arkasında yer alan kendi adamları vasıtasıyla devletin yönetiminde etkin bir güç konumuna gelmiştir (Lewis, 1993; 219). Cemiyet'in gücünün giderek arttığı bu süreçte, muhalefetin oluşması gerekliliği üzerinde duran, muhalif kesim tarafından 21 Kasım 1911 tarihinde "Hürriyet ve İtilaf" adında yeni bir parti kurulmuştur. Hürriyet ve İtilaf Fırkası'nın muhalefeti karşısında İttihat ve Terakki Cemiyeti farklı bir tavır sergilemiştir. Mecliste güçlü olan muhalefetin 11 Aralık 1911 yılında yapılan ara seçimleri kazanması ve Kamil Paşa'nın İTC'yi eleştirmesi, İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin meclisi feshetmesi ile sonuçlanmıştır (Kayalı, 1985: 1257). 1912 yılına gelindiğinde ise Meşrutiyet tarihinin ikinci genel seçimi yapılmıştır. Tarihimize "*dayaklı, sopalı seçim*" olarak geçen 1912 seçimlerini illegal yollara başvuran İttihat ve Terakki Cemiyeti kazanmıştır (Tunaya, 1988; 272).

2. SEÇİM SONRASI İKTİDAR MÜCADELESİ

18 Nisan 1912 tarihinde seçimlerin tamamlanmasından sonra yeni Meclis-i Mebusan Başkanı olarak Halil Menteşe seçilmiştir (Akşin, 1980: 196). Maliye Nazırı Nail Bey, Cavit Bey'e görevi devretmek amacıyla, 21 Mayıs tarihinde istifa etmiştir. Cavit Bey'in başında olduğu Nafia Nazırlığı görevine de Bedros Hallaçyan gelmiştir. Ancak yeni hükümet henüz kurulamamış ve nazırlardan bazılarının istifa edeceği yönündeki konuşmalar gündemi meşgul etmiştir (Kansu, 2016: 345).

Seçimlerin hemen ardından İttihat ve Terakki Cemiyeti Kanuni Esasi'nin 7. Ve 35. maddelerinin değiştirilmesi konusunu yeniden gündemine almıştır. 7.madde ile Padişah'ın Meclis'i feshetmesi ve seçimleri tekrarlaması düzenlenmiştir. 35. madde de ise Meclis ile Hükümet arasında yaşanan uyuşmazlıkta, kanun maddelerinden birinin kabul edilmesi için Hükümet'in ısrarı sonucunda Meclis tarafından oyçokluğuyla kanunun reddedilirse, Hükümet'in değişmesi ya da dört ay içinde yeni seçim yapılarak Meclis-i Mebusan'ın yenilenmesi düzenlenmiştir (Kansu, 2016: 344-345). Sonuç olarak 210 oya karşılık 13 oy ile iki madde değiştirilmiştir (Akşin, 1980: 196).

Seçimlerin yenilenmesi hükümet bunalımı sorununa çözüm getirmemiştir. Bunalımın devam ettiği bu döneme bir de Arnavut olayları damgasını vurmuştur. 31 Mart Vakası'ndan sonra ayaklanmaları bastırmada kullanılan yöntemler, İTC ile Arnavutların arasının açılmasına neden olmuştur. Buna ek olarak vergi muafiyeti, adliye mahkemelerinin kaldırılması ve şeriata uygun kanunların uygulanmasını talep eden Arnavutların istekleri, İttihat ve Terakki Cemiyeti tarafından fazla bulunmuştur. Bu sebeplere bağlı olarak 1910 yılında başlayan olaylar 1912 yılına gelindiğinde isyana dönüşmüştür (Dülger, 2019: 39-40).

1912 yılında meydana gelen Arnavutluk İsyanı, siyasi muhalefet ve ordu arasında gelişen ilişkinin boyutunu belirlemiş ve ortaya çıkarmıştır (Alkan, 2001: 153). İttihat ve Terakki Hükümeti'nin sert askeri tedbirlerine rağmen bastırılmayan isyan, devlet merkezinde büyük

yankılar uyandırmıştır. En kıdemlisi yüzbaşı rütbesinde olan zabitlerin istekleri şöyle sıralanmıştır (Alkan, 2001: 156-157):

- *Kabinenin ıskatı*
- *Meclis'in feshi ve yeni intihab*
- *Hizmet-i askeriye'nin mahalli olması*
- *Memurların Arnavutlar'dan tayini ve Arnavutça bilmeleri*

İsyancıların istekleri kaynaklar arasında uyuşmazlık bulunduğu, hareketin planlanma ve hazırlık yönünden aceleye getirildiğine yönelik kanaatin oluşmasına neden olmuştur (Alkan, 2001: 157). Ancak Arnavutluk isyanı şu sonuçların doğmasına neden olmuştur (Alkan, 2001: 160-161):

- *Yakın zamanda isyancı askerlerin terhis edilmesi,*
- *Hükümetin siyasi ağırlığının sarsılması sebebiyle kabine içinde istifaların birbirini takip etmesi,*
- *Kısa bir süre sonra Sait Paşa Hükümeti'nin 16 Temmuz 1912'de istifa etmek zorunda kalması ve yerine geçen Ahmet Muhtar Paşa kabinesinin Meclis'i feshetmesi.*

Arnavutluk isyanının bir başka sonucu olarak kabul edilen bir diğer önemli hadisede Halaskâr-ı Zabitan grubunun faaliyetleridir.

3. HALASKÂR-I ZÂBİTAN GRUBU

İttihat ve Terakki Cemiyeti, iktidarda bulunduğu dönem boyunca orduyla bağlantılı bir politika izlemiştir. Ordudaki otoritesini arttırmayı amaçlayan İTC, II. Abdülhamit döneminin “*Alaylı*” olarak adlandırılan yaşlı subaylarını görevlerinden uzaklaştırmıştır. Görevinden uzaklaştırılan alaylıların yerine “*mektepli*” olan genç subaylar getirilmiştir. Bu durum kısa bir zaman sonra ordu içinde “*sizden, bizden*” şeklinde bir ayrımın yaşanmasına neden olmuştur. İttihat ve Terakki Cemiyeti tarafından uygulanan bu politika orduda bulunan birçok subayın rahatsız olmasına neden olmuştur. Bunun yanı sıra art arda gelen diğer sorunlar (Arnavutluk isyanı, Trablusgarp Harbi gibi) İTC'ye olan muhalefeti en üst dereceye çıkartmıştır. Bu gelişmeler üzerine ordu içinde var olan muhalif subaylar tarafından “*Halâskâr Zabitan*” yani “*Kurtarıcı Subaylar*” grubu oluşturulmuştur (Afyoncu vd., 2016: 340).

Halâskâr-ı Zabitan grubunu ortaya çıkaran şartlar genel olarak şöyle ifade edilmiştir (Yeniçeri, 2015: 196-197):

- Arnavutluk isyanının sonucu olarak Halâskâr Hareketi ortaya çıkmıştır.
- İttihat ve Terakki Cemiyeti ile bağlantılı olan subayların ordu içinde daha imtiyazlı hale gelmesi, cemiyetle bağlantısı olmayan subayların örgütlenmesine yol açmıştır.

- İttihatçıların ordunun nüfuzunu kullanması rakiplerine karşı haksız bir rekabet ortamının oluşmasına neden olmuş, bu haksızlığın giderilmesi için Halâskâr grubu çözüm yolu olarak görülmüştür.
- Diğer etken ise ordu içindeki yaşlı ve genç subaylar arasındaki görüş farklılıklarından kaynaklı olarak emir komuta zincirinde sıkıntılar meydana gelmiştir.

Halâskâr-ı Zabitan Grubu, Erkan-ı Harp Binbaşısı Gelibolulu Kemal başkanlığında, Erkan-ı Harp Kolağası Kastamonulu Hilmi, Süvari Kaymakamı Manastırlı Recep, Bahriye Binbaşısı İbrahim Aşki, Yüzbaşı Kudret gibi orta dereceli subaylar tarafından oluşmuştur (Olgun, 1999: 160). Lewis grubun amacını; gayri meşru olan hükümeti ve meclisi dağıtmak, İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin iktidarını yıkmak, yeni ve serbest seçimler yapmak ve anayasa meşruiyetine dönmek olarak ifade etmiştir (Lewis, 1993: 222). Arnavutluk olaylarının yaşandığı dönemde ortaya çıkan grup, bu olaylardan faydalanarak bir bildiri yayınlamıştır. Bu bildiriye Halâskâr'ın istekleri şu şekilde sıralanmıştır (Karal, 1996, 164):

1. *“Bugünkü hükümetin yerine, Avrupa'nın güvenliğini kazanabilecek, becerikli, namuslu ve kuvvetli bir hükümetin kurulması,*
2. *Sorumsuz hiçbir kuvvetin hükümet işlerine karışmaması,*
3. *Seçimlerin doğru yolda yapılmamış olduğunun anlaşılması halinde Meclis'in dağıtılması ve yeni seçimlere gidilmesi,*
4. *Yukarıdaki istekler yerine getirildikten sonra askerlik ile siyasetin kesin olarak ayrılması”* şeklinde ifade edilmiştir.

Halâskâr Zabitan Grubu bu amaçlar doğrultusunda ilk olarak, İttihatçı gördükleri Sait Paşa Hükümetini ve mebuslarını baskı altına almaya çalışmıştır (Olgun, 1999: 161). Sait Paşa Hükümeti'ne karşı artan baskıları bastırması amacıyla görevlendirilen Emanuel Karasu ve İsmail Canbolat gibi İttihatçı olan milletvekilleri hareketi bastırmakta gevşek davranmıştır. Bu durumun sorumlusu olarak görülen Harbiye Nazırı Mahmut Şevket Paşa şiddetli bir biçimde eleştirilmiştir. Bunun yanı sıra Mahmut Şevket Paşa, birtakım yolsuzluklara göz yumduğu gerekçesiyle de suçlamalara maruz kalmıştır. Bu gelişmeler üzerine 7 Temmuz 1912 tarihinde Mahmut Şevket Paşa istifa etmiştir (Afyoncu vd., 2016: 340). Mahmut Şevket Paşa'nın istifası bir hükümet bunalımının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Polat, 2019: 309). Bu bunalım ortamında yaşanan diğer sorunlar (Arnavutluk isyanı, Trablusgarp Savaşı) ordu içindeki muhalefeti oluşturan bu grubun baskısını gittikçe arttırmasına yol açmıştır. Meclis dışındaki muhalefet tarafından da hükümetin çekilmesini talep eden telgraf ve mektuplar yağmaya başlamıştır (Afyoncu vd., 2016: 341). Bu durum karşısında Halâskâr Hareketi bir hükümet değişikliğine yol açmış, Sait Paşa Hükümeti meclisten güvenoyu almasına rağmen istifa etmiştir (Zeyrek, 2014: 48, Yeniçeri, 2015: 197).

Sait Paşa'nın istifasından sonra Padişah V. Mehmet Reşat, Ayan Meclisi Başkanı Gazi Ahmet Muhtar Paşa ile Mebusan Meclisi Başkanı Halil Menteşe'yi saraya davet etmiş, yeni kabine için görüşlerini almıştır. Görüşme sonucunda, tarafsız bir kabinenin kurulması yönünde ortak bir fikre varılmıştır (Olgun, 1999: 164). Bunun üzerine “siyaset üstü” bir şahsiyet olarak kabul edilen Gazi Ahmet Muhtar Paşa tarafından “Büyük Kabine” kurulmuştur (Polat, 2019: 309). Kabine,

Kamil, Avlonyalı Ferit, Hüseyin Hilmi, Nâzım, Mahmut Muhtar (Gazi'nin oğlu) gibi paşalardan oluşmuştur. Yeni oluşan kabinede bu kadar çok “*ağır topun*” bulunması, bu kabinenin “*Büyük Kabine*” ya da diğer adıyla “*Baba-Oğul Kabinesi*” olarak adlandırılmasına neden olmuştur (Akşin, 2019: 74).

Gazi Ahmet Muhtar Paşa tarafından “Büyük Kabine”nin kurulmasıyla Halâskâr grubunu oluşturan muhalefetin isteği yerine gelmiş, İttihat ve Terakki Cemiyeti iktidardan uzaklaştırılmıştır (Lewis, 1993: 223). Böylece 1913 Babıâli Baskını'na kadar İTC'nin denetleme iktidarı son bulmuştur (Akşin, 2019: 74).

Kısmen de olsa amaçlarına ulaşan Halâskâr Zabitan Grubu, 24 Temmuz tarihinde yeniden harekete geçerek Mebusan Meclisi Başkanı'na ültimatoluk göndermiştir (Ahmad, 1999: 138). Meclisi Mebusan Başkanı Halil Mentеше ve Mabeyn Başkâtibi Halit Ziya Uşaklıgil'e gönderilen ültimatolukda şu istekler yer almıştır (Alkan, 2001: 169):

1. *Meclis-i Mebusan'ın, 48 saat içinde feshi,*
2. *Meclis'in feshine Halil Mentеше tarafından engel çıkarılmayacağına dair teminat verilmesi,*
3. *Halit Ziya Bey'in istifa etmesi istenmiştir.*

Bu sırada meclise programını sunan hükümet, 45 oya karşılık 167 güvenoyu alarak, İttihat ve Terakki Cemiyeti aleyhine çalışmalara başlamıştır (Akşin, 2019: 75). Bunun üzerine, İTC'yi batırmak ve İttihat ve Terakki ile ilişkisi olan devlet memurlarının işlerine son verilmesi, yerlerine Cemiyet muhalifi olan kimselerin memuriyete getirilmesi gibi bir politika izlenmiştir. Uygulanan bu siyasi politika, kabinede yer alan Hüseyin Hilmi Paşa'ya göre, bir birlik yaratmaktan ziyade aradaki uçurumu daha da açacak niteliktedir (Ahmad, 1999: 138). Bu nedenle Hüseyin Hilmi Paşa bunu protesto ederek hükümetteki görevinden istifa etmiştir (Akşin, 2019: 75). Bu gelişmeler üzerine 5 Ağustos 1912 tarihinde meclis, padişah tarafından feshedilmiştir (Yeniçeri, 2015: 193).

İttihatçılar, “Büyük Kabine'nin kurulmasından sonra çok dikkatli davranmaya çalışmıştır. 23 Temmuz'da Tanin'de çıkan başyazı, Meclis'te aktif bir muhalefet rolü oynayabilmek ümidi ile oldukça ölçülü ve ılımlı bir şekilde yazılmıştır. Ancak, meclisin dağıtılması, ittihatçıların ümitlerini yitirmesine neden olmuştur. Bu gelişme üzerine ittihatçılar, kendilerini daha da kötü günlerin beklediğini düşünerek faaliyetlerini başkentten Selanik'e kaydırmaya başlamıştır. Ancak, Makedonya'da ittihatçı gücün tekrar canlanmasından endişe duyan hükümet, 8 Ağustos tarihinde sıkıyönetim ilan etmiştir. Bunun yanı sıra Hükümet, İttihat ve Terakki Cemiyeti'ne karşı sert tedbirlere başvurmuştur. 11 Ağustos tarihinde bu baskıların sonucu olarak Tanin gazetesi “ kendi isteğiyle” yayını durdurma kararı almıştır. Bu dönemde Tanin gazetesi, “*Cenin, Senin, Hak*” gibi başka isimlerle yayın hayatında yer almaya çalışsa da başarılı olamamıştır (Ahmad, 1999: 140).

Halâskâr Hareketi'nin en önemli sonuçları;

- Ordu içindeki gruplaşmanın iyice belirgin bir hal alması,
- Askerin siyasetle uğraşmasını engelleyen kanun (Mensubin-i Askeriye'nin Siyasiyat ile Men'i İşgali Zımında Askeri Ceza Kanununa Zeyl Olmak Üzere Tanzim Olunan Lâyiha-i Kanuniye),

- Harbiye Nazırı Mahmut Şevket Paşa'nın istifası,
- İttihat ve Terakki Cemiyeti tarafından desteklenen Sait Paşa Hükümeti'nin istifası olarak ifade edilmiştir. (Alkan, 2001: 177-179).

Ordu içerisinde muhalif subaylar tarafından oluşturulan Halâskâr Zabitan Grubu'nun meydana getirdiği bu olay, İttihat ve Terakki Fırkası içinde, 31 Mart ile doruk noktasına ulaşan askeri saygınlığın zaman geçtikçe nasıl itibar kaybettiğini, sivil güçlerin ise giderek ağırlık kazandığını göstermesi bakımından oldukça önemli kabul edilmiştir (Alkan, 2001: 184).

4.BİRİNCİ BALKAN SAVAŞI

Eylül 1911 tarihinde İtalya'nın Trablusgarp'a saldırması ile başlayan Osmanlı topraklarının parçalanma süreci, 13 Ekim 1912 tarihinde Balkan müttefiklerinin Babıâli'ye verdikleri bir nota ile yeni bir safhaya girmiştir. Akşin, notada yer alan müttefiklerin isteklerini şu şekilde sıralamıştır (Akşin, 2019: 75):

1. *Vilayetler özerk olacak, başlarında Belçikalı ya da İsviçreli valiler olacaktır.*
2. *Hristiyanlar askerlik görevlerini kendi vilayetlerinde, Hristiyan subayların komutası altında yapacaktır. Bu subaylar yetişinceye dek, Hristiyan halk askerlik yapmayacaktır.*
3. *Yerel yasama meclisleri kurulacaktır.*
4. *Islahatların gözetimine büyük devletlerle birlikte Balkan devletleri de katılacaktır.*
5. *Islahat, 6 ay içinde yürürlüğe girecek, Osmanlı seferberliği tek taraflı olarak sona erdirilecektir.*

17 Ekim 1912 tarihinde Yunanistan, Bulgaristan, Sırbistan ve Karadağ tarafından oluşan koalisyonla karşı Osmanlı Devleti savaş ilan etmiştir (Alkan, 2001: 186).

Bu dönemdeki siyasi olaylar, subay grubunu askerin eğitimi ve terbiyesinden ziyade, hükümetin tenkit ve taklibiyle uğraşmaya sevk etmiş, ordu içinde yer alan grupların birbirlerine karşı siyasi gelişmelere yön vermesiyle devam etmiştir. Balkan Savaşı'na tam olarak ordu içinde birliğin olmadığı bu ortamda girilmiştir (Karaman, 2014: 15).

Savaşın başlamasından itibaren bir ay içinde Osmanlı orduları bütün cephelerde yenilgiye uğramıştır. Avrupa'daki toprakların neredeyse tamamı Grek, Sırp ve Bulgar orduları tarafından ele geçirilmiştir. Bulgarlar, İstanbul Çatalca hattında ancak durdurulmuştur (Ahmad, 1995: 59). Balkanlarda yaşanan bu yenilginin baş sorumlusu olarak Başkumandan Vekil ve Harbiye Nazırı Nâzım Paşa görülmüştür. Ancak genel siyasi sorumlu olarak, Nâzım Paşa'yı bu göreve getiren Gazi Ahmet Muhtar Paşa ve Kâmil Paşa görülmüştür (Akşin, 2019: 76).

Bu gelişmeler üzerine Osmanlı Devleti ile Bulgarlar arasında, 3 Aralık 1912 tarihinde bir ateşkes antlaşması imzalanmıştır. Savaşın sonucunda, 30 Mayıs 1913 tarihinde Londra Antlaşması ile Midye-Enez hattının batısında yer alan Balkan ve Trakya toprakları kaybedilmiş, Arnavutluk'un bağımsızlığı kabul edilmiş ve Ege adalarının geleceğini tayin hakkı da büyük devletlere bırakılmıştır (Özkan, 1985: 1373).

Balkan savaşının sonucunda Gazi Ahmet Muhtar Paşa kabinesi tutunamamış, istifa etmek zorunda kalmıştır. Yeni kabine, 29 Ekim 1912 tarihinde Kamil Paşa tarafından kurulmuştur. Yeni kurulan Kamil Paşa hükümeti, 20 Ocak 1913'te Ayan Meclisi üyeleri ile ileri gelen askeri ve mülki devlet adamlarının yer aldığı bir Şura'yı toplamıştır. Toplanılan Şurada, bazı dini ve medeni hakların korunması şartıyla Edirne'nin verilebileceği konusunda bir eğilim söz konusu olmuştur (Afyoncu vd., 2016: 342-343).

5. BABİÂLİ BASKINI

Stratejik öneminden ayrı olarak, bir zamanlar Osmanlı Devleti'nin başkenti olan Edirne, Türk milleti için çok önemlidir. Bu nedenle, Ocak 1913 tarihinde Balkan Birliğiyle barış görüşmelerine başlayan hükümetin, Edirne'yi Bulgarlara vermeye hazırlandığı söylentisinin yayılması, halkın öfkesinin giderek artmasına neden olmuştur. Halkın öfkesini sezen İttihatçılar bunu fırsat bilerek, hükümete karşı bir müdahale girişiminde bulunmuştur (Hale, 2014: 79). 23 Ocak 1913'te Enver ve Talat Paşa yönetiminde bulunan, İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin ileri gelenlerinin oluşturduğu küçük bir grup tarafından Türk tarihine "Babiâli Baskını" olarak geçen hükümet darbesi gerçekleştirilmiştir (Zürcher, 1987: 109).

23 Ocak tarihinde kabine üyeleri, büyük devletler tarafından gönderilen notaya verecekleri cevabın son halini belirlemek amacıyla Babiâli'de toplanmıştır. Hareket ise sayısı 100'ü bulmayan İttihatçının, toplantı sırasında Babiâli'nin önüne gelmesiyle başlamıştır (Karal, 1996: 195). Mabeyn Başkâtibi Ali Fuat Türkgeldi, hareketin gerçekleştiği o günü şu şekilde anlatmıştır (Türkgeldi, 2010: s.77-78):

"Dışarıdan bir gürültü işitildi. Başımı pencereye çevirince, önlerinde irili ufaklı çocuklar olduğu halde, sarıklı sarısız birtakım adamların tekbir alarak Babiâli'ye doğru gelmekte olduklarını gördüm. Sadrazama:

- *Bugün miting mi var? Ellerindeki bayraklarla birçok adam Babiâli'ye geliyorlar, dedim.*
- *Yok, öyle bir şey,*

diyerek, elindeki telgrafti okumaya devam etti. Fakat gittikçe gürültü artıyordu. Başımı çevirip baktığımda "içeriye girmek üzere parmaklıklara tırmanıyorlar efendim, parmaklıklardan aşılıyorlar", deyince "Haber veriniz de kapıları kapatsınlar" dedi. Ben haber vermek bahanesiyle odadan ayrıldım. Çünkü tehlike vardı..."

Bu sırada Harbiye Nazırı Nâzım Paşa'da kabine toplantısından bir öfkeyle çıkarak Babiâli'nin merdivenlerinde Enver Paşa ile karşılaşmıştır. Nâzım Paşa, Enver Paşa'ya dönerek: "Sen siyasetle uğraşmayacağına dair bana şahsi ve askeri şerefine üzerine yemin etmemiş miydin? Beni aldattınız." diye bağırmıştır (Öztuna ve Gökdemir, 1987: 32). O sırada İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin silahşoru olan Yakup Cemil Bey tarafından Nâzım Paşa ateş edilerek öldürülmüştür. Paşa'nın vurulmasının ardından Sadrazam Kamil Paşa'nın odasına giren Enver ve Talat Paşa, Kamil Paşa'ya zorla istifasını yazdırmıştır (Dülger, 2019: 92).

Kamil Paşa bu istifa yazısında, askerlerin isteği doğrultusunda çekildiğini ifade etmiş, ancak Enver Bey'in ısrarı üzerine "Halkın arzusu" kelimesi de mektuba eklenmiştir. Aydemir tarafından istifanın son hali şu şekilde aktarılmıştır (Aydemir, 1971: 385):

“Padişahın yüksek huzuruna:

Ahali ve askerler tarafından yapılan teklif üzerine, istifamın yüksek huzurlarınıza arzını mecbur olduğumu yüksek bilgilerine sunmakla...”

İstifa mektubuna “ahali” kelimesinin ilave edilmesindeki amaç, Sadrazamın halktan gelen tepki üzerine istifa ettiği izleniminin verilmek istenmesi olarak açıklanmıştır (Armaoğlu, 1997: 676). Sadrazam Kamil Paşa’nın istifası Sultan Mehmet Reşat’a sunulmuştur. Padişah ise, “*Peki, öyle olsun, hayırlı olsun*” diyerek istifayı onaylamıştır (Yeniçeri, 2015: 195).

Babiâli Baskını’nın gerçekleşmesinden sonra yeni kabineyi kurma görevi, 24 Ocak 1913 tarihinde Mahmut Şevket Paşa’ya verilmiştir. Yeni kabinenin sadrazam ve Harbiye Nazırlığı görevine Mahmut Şevket Paşa, Hariciye Nazırlığına Sait Halim Paşa, Dâhiliye Nazırlığına Hacı Adil, Başkumandan Vekili görevine ise Ahmet İzzet Paşa atanmıştır (Akşin, 2019: 77).

İttihatçı subayların ve sivillerin işbirliği ile gerçekleşen Babiâli Baskını’nın amacına ulaşmasında, Enver Paşa ve onun etrafında toplanan radikal subaylar grubunun etkisi oldukça büyüktür (Ergin, 2017: 441). Türk tarihine “*Babiâli Baskını*” olarak geçen bu olay sonucunda, İttihat ve Terakki Cemiyeti’nin tam iktidar dönemi başlamıştır (Kayalı, 1985: 1257).

SONUÇ

Bu çalışmada, II. Meşrutiyet’in ilan edilmesiyle beraber gelişen süreçte yaşanan olayların sonucu olarak ortaya çıkan, Babiâli Baskını genel hatlarıyla incelenmeye çalışılmıştır.

31 Mart Vakası’ndan sonra eski güç ve nüfuzunu tekrar kazanan İttihat ve Terakki Cemiyeti, orduya dayalı bir politika uygulamıştır. Uygulanan bu politikanın sonucu olarak İTC, ordudaki otoritesini arttırmak için ordu içinde alaylı-mektepli ayırımının oluşmasına neden olmuştur. II. Abdülhamit zamanının yaşlı bir diğer adıyla alaylı subaylarını görevlerinden uzaklaştırmış, yerlerine genç yani mektepli subaylar getirilmiştir. Bu durum ordu içindeki birçok subayı rahatsız etmiştir. Bunun sonucu olarak da ordu içinde birleşen muhalif güçler Halaskâr Zabitan Grubunu oluşturmuştur. Bu grubun oluşmasıyla birlikte, ordu içindeki gruplaşma daha belirgin bir hal almıştır.

13 Ekim 1912 tarihinde Balkan müttefik devletleri (Yunanistan, Sırbistan, Bulgaristan, Karadağ) tarafından Babiâli’ye nota verilmiştir. Bu nota üzerine Osmanlı Devleti, 17 Ekim tarihinde resmen savaşa girmiştir. Ancak bu dönemde ordudaki komutanların, askerlerin eğitimi ve disipliniyle ilgilenmeyip, daha çok siyasetle ilgilenmesi, bu savaştan ağır yenilgi alarak çıkmamıza neden olmuştur. Savaşın sonucunda Gazi Ahmet Muhtar Paşa kabinesi istifa etmiş, yerine Kamil Paşa tarafından yeni kabine kurulmuştur.

Kamil Paşa tarafından kurulan yeni kabine, Ocak 1913 yılında Balkan Birliğiyle barış görüşmelerine başlamıştır. Bu görüşmelerde hükümetin, Edirne’yi Bulgarlara vereceği yönündeki söylentiler etrafa yayılmıştır. Bu söylentiler üzerine Edirne’yi kaybetmemek amacıyla İttihat ve Terakki Cemiyeti, 23 Ocak 1913 tarihinde Babiâli kapısına dayanarak, Kamil Paşa hükümetini devirmiş ve iktidara gelmiştir.

Türk siyasi tarihine “Babıâli Baskını” olarak geçen bu darbe ile İttihat ve Terakki Cemiyeti, yönetimi tamamen eline alarak, tam iktidar dönemini başlatmıştır.

KAYNAKÇA

- Afyoncu, E., Önal, A., Demir, U. (2016) Osmanlı İmparatorluğu’nda Askeri İsyanlar ve Darbeler, İstanbul: Yeditepe Yayınevi.
- Ahmad, F. (1995), Modern Türkiye’nin Oluşumu, Yavuz Alogan (çev.), İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Ahmad, F. (1999), İttihat ve Terakki (1908-1914), Nuran Yavuz (çev.), İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Akşin, S. (1980), 100 Soruda Jön Türkler ve İttihat Terakki, İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Akşin, S. (2007), Kısa Türkiye Tarihi, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Alkan, A. T. (2001), İkinci Meşrutiyet Devrinde Ordu ve Siyaset, İstanbul: Ufuk Kitapları.
- Armaoğlu, F. (1997), 19. Yüzyıl Siyasi Tarihi (1789-1914), Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Aydemir, Ş. S. (1981), Makedonya’dan Orta Asya’ya Enver Paşa (1908-1914), Cilt 2, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Dülger, H. (2019), “1912 Seçimlerinden Bab-ı Âli Baskını’na Osmanlı Devleti’nde İktidar Mücadelesi (1912-1913)”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Atatürk İlkeleri Ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü.
- Ergin, K. (2017), “II. Meşrutiyet Döneminde Ordu-Siyaset İlişkisi”, Cedrus Akdeniz Uygarlıkları Araştırma Dergisi, 5, s.427-445.
- Hale, W. (2014), Türkiye’de Ordu Ve Siyaset, Ahmet Fethi (çev.), İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Kaan, O. (2021), “II. Meşrutiyet Dönemi Siyasal Gelişmelerinin Türkiye Demokrasi Tarihine Etkileri”, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırma Dergisi, 10(1), s.345-368.
- Kansu, A. (2016), İttihadçuların Rejim ve İktidar Mücadelesi 1908-1913, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Karal, E. Z. (1999), Osmanlı Tarihi, Cilt 9, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Karaman, M. A. (2014), “Meşrutiyet Dönemi Basın Ve Basında Ordu- Siyaset İlişkisi”, Studies Of The Ottoman Domain, 4(6), s.1-20.
- Kayalı, K. (1985), “Osmanlı Devleti’nde Yenileşme Hareketleri ve Ordu” Tanzimat’tan Cumhuriyete Büyük Türkiye Ansiklopedisi, Cilt 5, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kerimoğlu, H.T. (2020), “İmparatorluktan Cumhuriyete Türkiye’de Askeri Darbeler ve Toplum”, Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi, 20, s.147-160.
- Lewis, B. (1993), Modern Türkiye’nin Doğuşu, Metin Kırıatlı (çev.), Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

- Olgun, K. (1999), “Asker-Siyaset İlişkilerinde Bir Dönüm Noktası: Halaskâr Zabitan Grubu ve Faaliyetleri”, İlmî Araştırmalar Dergisi, 0(7), s.157-175.
- Özkan, C. (1985), “Tanzimat’tan Cumhuriyet’e Savaşlar ve Antlaşmalar”, Tanzimat’tan Cumhuriyete Büyük Türkiye Ansiklopedisi, Cilt 5, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Öztuna, Y. ve Gökdemir, A.(1987), Türkiye’de Askeri Müdahaleler, İstanbul: Tercüman Tesisleri.
- Polat, H. A. (2019), “Halaskâr Zâbitân Müdahalesinden Babîli Baskını’na Osmanlı Bürokrasisinin Siyasetle İmtihanı (Siyasetle İştigal Edilmeyeceğine Dair Taahhütnameler)”, Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi, Sayı 65, s.301-341.
- Safi, İ. (2019), “Osmanlı Devleti’nden Günümüze Parlamentarizm ve Parlamenter Rejime Müdahaleler - Muhtıra, Darbe ve Darbe Girişimleri Üzerine Bir Analiz”, Ege Akademik Bakış Dergisi, 19(1), s.141-157.
- Tunaya, T. Z. (1988), Türkiye’de Siyasal Partiler, Cilt 1, İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları.
- Türkgeldi, A. F. (2010), Görüp İşittiklerim, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Yeniçeri, Ö. (2015), Genç Osman’dan Menderes’e Darbe ve Demokrasi, Ankara: Kripto Yayınları.
- Yiğit, Y.(2014), “İttihat Ve Terakki Fırkası İçinde Parti İçi Muhalefet: Hizb-İ Cedit Hareketi”, Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi, 28, s.103-125.
- Zeyrek, S. (2014), “II. Meşrutiyet Sürecinde Osmanlı Devleti’nde OrduSiyaset İlişkileri Üzerine Genel Bir Bakış”, Studies Of The Ottomon Domain, 4(6), s.39-64.
- Zürcher, E. J. (1987), Milli Mücadelede İttihatçılık, Nüzhet Salihoğlu (çev.), İstanbul: Bağlam Yayınları.

İşletmelerin E-Ticaret Uygulamalarına Yönelik İnternet Kullanımlarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi¹

Examining Internet Usage of Businesses for E-Commerce Applications with Some Variables

Ceren AYDEMİR^{*} Gökçe KALALI^{**}

Makale Geliş Tarihi / Received :01.04.2021
Makale Kabul Tarihi / Accepted :08.03.2022

ÖZET

Teknolojik gelişmelerin neticesinde küreselleşen ekonomide, dış ticaret faaliyetleri hem ülkeler hem de firmalar için büyük önem taşımaktadır. İnternette ve teknolojiye yaşanan bu gelişmelere firmaların da uyum sağlaması gerekmektedir. Günümüz iş ortamında, dış ticarete başarılı olmak isteyen firmaların dış ticaret faaliyetlerinde internette en etkili şekilde yararlanmaları gerektiği yadsınmaz bir gerçektir.

Araştırmanın temel amacı, firmaların e-ticaret uygulamalarına yönelik olarak yurt içi kurumsal operasyonlarında ve dış ticaret faaliyetlerinde internet kullanımlarını ölçmek ve bunların bazı tanımlayıcı özellikler itibarıyla farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen araştırmada, şirketlerin yurt içi ticari faaliyetlerinde ve dış ticaret faaliyetlerinde interneti ne ölçüde kullandıkları, firmaların hangi sektörde ve kaç yıl boyunca faaliyet gösterdiği, en fazla hangi ülke gruplarıyla ihracat ve ithalat yaptığı; internet kullanımının bu gibi faktörler itibarıyla değişip değişmediği belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın ana kümesini Kayseri ilinde faaliyet gösteren ve dış ticaret yapan firmalar oluşturmaktadır. Örneklem ise kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenen 122 firmadan oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Online olarak hazırlanan anket formları katılımcılara çeşitli sosyal medya platformlarından ulaştırılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları ve dış ticarete internet kullanımları düzeylerinin yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Bununla birlikte firmaların tanımlayıcı özelliklerine göre internet kullanımlarının farklılaştığı tespit edilmiştir. Özellikle 11-15 yıl süredir faaliyet gösteren firmaların interneti kullanma ve internette etkin yararlanma seviyelerinin daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kavramlar: E-ticaret, e-ihracat, internet

ABSTRACT

Foreign trade activities are great importance for both countries and companies in the globalized economy as a result of technological developments. Companies must also adapt to these developments in the internet and technology. It is an undeniable fact that companies that want to be successful in foreign trade should benefit from the internet in their foreign trade activities in the most effective way in today's business environment.

The main purpose of the research is to measure the internet usage of companies in their domestic corporate operations and foreign trade activities for export-oriented e-commerce applications and to reveal whether they differ in terms of some descriptive features. In this research it has been tried to determine to what extent companies use the internet in their domestic commercial activities and foreign trade activities, in which sector and for how many years the companies have been operating, with which country groups they export and import the most; whether internet usage changes due to such factors. The universe of the research consists of foreign trade companies operating in the province of Kayseri. The sample consists of 122 companies determined by convenience sampling method. Questionnaire was used as data collection method in the research. Questionnaire forms prepared online were delivered to the participants from various social media platforms.

As a result of the research, it is observed that companies' level of both domestic corporate and foreign trade internet usage is high. However, it has been determined that the usage of internet differs according to the descriptive characteristics of the companies. It has been determined that companies, which have been operating for 11-15 years, have lower levels of using internet effectively.

Keywords: E-commerce, e-export, internet

¹ Bu çalışma Gökçe Kalalı tarafından Dr. Öğr. Üyesi Ceren Aydemir danışmanlığında hazırlanan "İşletmelerin Uluslararası Rekabetçiliğini Geliştirmek İçin Kullandıkları İhracat Odaklı E-Ticaret Uygulamaları" başlıklı tezden üretilmiştir.

^{*} Dr. Öğr. Üyesi, Nuh Naci Yazgan Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, cseyhan@nny.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-2021-7333.

^{**} İşletme Bilim Uzmanı, Aspilsan Enerji A.Ş., Kayseri, gokcekalali@hotmail.com, ORCID No: 0000-0001-8913-749X

GİRİŞ

Günümüz ekonomisinde işletmelerin, uluslararası pazarlarda faaliyet gösterme ve rekabette güç sağlama arzusunu hemen hemen her sektörde görmek mümkündür. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının oldukça önemli oranlarda olduğu ve işletmelerin uluslararası rekabet gücünü artırma isteği içinde bulunduğumuz dijital çağda e-ticaretin önemi her geçen gün artmaktadır. E-ticaret coğrafi sınırları ortadan kaldırması, pazara giriş ve iş yapma maliyetlerini azaltması gibi pek çok önemli fırsatlar sunmaktadır. Özellikle KOBİ'ler, üretici birlikler ve belli iş kollarında faaliyet gösteren esnafların ve dış ticaret alanında nispeten tecrübesiz olan işletmelerin ticari faaliyetlerini geliştirmesi ve dış ticarete aktif rol oynayabilmesi bakımından büyük imkanlar sunmaktadır. Küçük işletmeler ve girişimciler ise e-ticaret sayesinde ürün veya hizmetlerini tüm dünyaya tanıtmaya ve pazarlama imkanına sahip olmaktadır.

Ticaretin dijital mecrada yapılmasına olanak tanıyan e-ticaret, tüketicilerin veya işletmelerin herhangi bir ürün ya da hizmeti, çeşitli ödeme yöntemleri aracılığıyla bir internet sitesi üzerinden alım-satım yapmasını sağlayan bir alışveriş yöntemidir. Firmaların yurt içi kurumsal operasyonlarında ve dış ticaret faaliyetlerinde internet kullanımlarını ölçmek ve bunların bazı tanımlayıcı özellikler itibarıyla farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada, öncelikle e-ticaret kavramı ele alınmış olup daha sonra araştırma yöntemi, bulgular, sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. E-Ticaret

1995 yılından sonra internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte ticari faaliyetlerin yerine getirilmesinde oldukça kapsamlı değişiklikler meydana gelmiştir. İnternet ve bağlantılı teknolojileri, günümüz rekabetçi iş dünyasında işletmelerin hayatta kalması ve büyümesi için anahtar konuma gelmiştir. İnternet, e-ticaret gibi geniş bir potansiyel ticari faaliyetler ve bilgi alışveriş yelpazesi sunan; işletmelerin iş ortakları veya müşterileri ile iş birliği yapmasına, gerekli temel bilgileri elde etmesine olanak sağlayan yeni birçok uygulama alanı açmıştır. İş yapma biçimleri üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olan e-ticaretin de önemi günden güne artmaktadır (Al-Somali, 2011: 25-26). İşletmeler açısından e-ticaretin amacı, rekabette üstünlük sağlama, yenilikçi anlayışla pazarlama ve satış faaliyetlerini geliştirmek, satış sonrası müşteri memnuniyetini sağlamak ve karlılık elde ederek piyasa bilgisi edinmektir. Kullanıcı açısından e-ticaretin amacı ise, istenilen ülke veya şehirde, istenilen mağazayı inceleyerek anlık olarak fikir sahibi olabilmek ve istenilen ürüne çevrimiçi kanallar aracılığıyla ulaşabilmeyi sağlamaktır (Yamamoto, 2013: 24).

En kısa ve geniş tanımıyla e-ticaret; elektronik ortamda ürün veya hizmetin alınıp satılmasıdır. Buradan yola çıkarak; e-ticaret işlemi online ortamlardan yürütülmekte olup; klasik ticaretin aksine alıcı ile satıcının fiziki olarak yüz yüze gelmesinin gerekmediği söylenebilmektedir.

Elektronik ticaret ile ilgili literatüre bakıldığında akademik anlamda çok sayıda tanım olduğu görülmektedir. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'ne göre; mal veya hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtım süreçlerinin telekomünikasyon ağları üzerinden yapılması olarak ifade edilmektedir (Elmas, 2009: 13). Japonya Elektronik Ticaret Merkezi'ne göre (ECOM)' a göre; her tür bilgisayar ağı aracılığıyla herhangi bir ürünün tasarım, üretim ve reklam faaliyetlerini kapsayan ticari işlemler ile

ilgili tüm işletme etkinliklerinin yerine getirilmesidir (Arslandere, 2010: 3). E-ticaret, doğrudan mal veya hizmet alım satımı ile elektronik iletişim ortamının merkezi bir rol oynadığı diğer ilgili ticari faaliyetlerle uğraşan ticari bir faaliyettir (Heng, 2003: 105). T.C. Ulaştırma Bakanlığı Türkiye Ulusal Enformasyon Alt Yapısı raporunda elektronik ticaret; fiziksel temas kurmaya gerek kalmadan tarafların çevrimiçi ortamda kurdukları iletişim ile gerçekleştirdikleri ticari iş etkinliği olarak tanımlanmaktadır. Elektronik ticaret, işletme performanslarının iyileştirilmesi için bilgi teknolojilerinin aktif olarak kullanılmasıdır. Yeni ve potansiyel pazarlara ulaşılarak pazar payının artırılması, müşteri hizmetlerinin geliştirilmesi, karlılığın artırılması ve ürünlerin tüketiciye hızlı şekilde ulaştırılması, e-ticaretin işletmelere sunduğu olanaklardan bazılarıdır (Steyaert, 2004: 369-374). Erdağ ve Batuman (2006: 3)'ün çalışmasına göre e-ticaret, işletmelerin maliyetlerini azaltmak, verimliliklerini artırmak, yeni pazarlara ulaşmak ve iş yaptıkları alıcılara daha aktif iletişim kurabilmek amacıyla interneti kullanmalarıdır.

Elektronik ticaret bazı özellikleri itibariyle klasik ticaretten ayrılmaktadır. Elektronik ticaret ile klasik ticaret arasındaki farklar aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Küçükyılmazlar, 2006: 13):

- Klasik ticarete istenen bilgi işletme ile görüşerek, e-ticarete ise web sayfaları aracılığıyla elde edilmektedir.
- Klasik ticarete işletmeye maliyet olarak yansıyan, kira bedeli, personel gideri gibi fiziksel mağazacılığın getirmiş olduğu mali sorumluluklar, e-ticaret söz konusu olduğunda ciddi oranda düşmektedir. Maliyetlerde meydana gelen bu düşüş ise fiyatlara yansyarak, elektronik ortamda sunulan mal veya hizmetlerin daha ekonomik fiyatlarla satılmasına imkan sağlamaktadır.
- İnternet üzerinden daha geniş ürün çeşidine yer verilmesi imkanı, alıcılara daha fazla ürün sunulmasına olanak sağlamaktadır. Ancak klasik ticarete fiziksel mağaza şartlarından dolayı, satıcının alıcılara sınırlı sayıda ürün sunmasına neden olmaktadır.
- E-ticaret sitelerinde, alıcılar sadece birkaç dakika içerisinde siteye girerek, ürünlerin tüm özelliklerini veya fiyatlarını kıyaslayarak kararını verebilmektedir. Kararını verdiği ürünün siparişini saniyeler içerisinde vererek, e-ticaret sitelerinin sunduğu adrese teslim hizmeti sayesinde, ürünün istedikleri adrese ulaştırılmasını sağlayabilmektedir.

Elektronik ticaret denilince akla, internet ve ağları üzerinden gerçekleştirilen ticari faaliyetler gelmektedir. Çünkü internet, elektronik ticaretin en temel araçlarından biridir. İnternetin sunmuş olduğu en büyük olanak mesafeleri ortadan kaldırmasıdır. Günümüzde artık herkes, bulunduğu herhangi bir yerden, dünyanın bir ucundaki ürün hakkında bilgi sahibi olarak istediği ürünü satın alabilmektedir. Bu sayede, klasik ticarete sıkça karşılaşılan sorunlardan olan hem kur farkından etkilenilmemiş hem de sipariş esnasında vakit kaybetmeyerek zaman tasarrufu sağlanmış olmaktadır (Çak, 2002: 24-25).

2. YÖNTEM

Araştırmanın temel amacı, firmaların e-ticaret uygulamalarına yönelik olarak yurt içi kurumsal operasyonlarında ve dış ticaret faaliyetlerinde internet kullanımlarını ölçmek ve bunların bazı tanımlayıcı özellikler itibariyle farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymaktır. Bu amaç

doğrultusunda gerçekleştirilen araştırmada, şirketlerin yurt içi ticari faaliyetlerinde ve dış ticaret faaliyetlerinde interneti ne ölçüde kullandıkları, firmaların hangi sektörde ve kaç yıl boyunca faaliyet gösterdiği, en fazla hangi ülke gruplarıyla ihracat ve ithalat yaptığı; internet kullanımının bu gibi faktörler itibariyle değişip değişmediği belirlenmeye çalışılmıştır. Yeni ekonomi, günümüz iş dünyasındaki işletmeleri, küreselleşme ve gelişen bilgi teknolojileri ile dijital değişim sürecine zorlamaktadır. Bu değişim, ticaret modelini ve rekabet yapısını değiştirerek işletmeler için daha rekabetçi bir iş dünyası oluşturmaktadır. E-ticaret, bu değişim sürecinde yer alan önemli bir ticaret modelidir. Yeni ekonomi nedeniyle, internetin ve teknolojik faaliyetlerin yoğun kullanımı, e-ticaret faaliyetlerini sınır ötesine taşıyarak küresel bir boyut kazandırmaktadır. Bu durum neticesinde, işletmeler de uluslararası rekabette kendilerine avantaj sağlayabilecek yöntemlere yönelmek durumunda kalmaktadır. Ancak Türkiye’de faaliyet gösteren işletmelerden bazıları bu konuda başarıyı yakalamakta güçlük çekmektedir. Bu bağlamda Kayseri’de dış ticaret yapmak isteyen işletmelerin hem yurt içi ticari faaliyetlerinde hem de dış ticaretlerinde interneti kullanma oranları son derece önem arz etmektedir.

Araştırmanın ana kütesini Kayseri ilinde faaliyet gösteren ve dış ticaret yapan firmalar oluşturmaktadır. Örneklem ise kolayda örnekleme yöntemiyle belirlenen 122 firmadan oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Çevrimiçi olarak hazırlanan anket formları katılımcılara çeşitli sosyal medya platformlarından ulaştırılmıştır. Anket üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde yedi adet çoktan seçmeli soru bulunmaktadır. Bu sorularla araştırmaya katılan firmaların tanımlayıcı özellikleri (faaliyet sektörü, faaliyet süresi vb.) belirlenmeye çalışılmıştır. Anketin ikinci bölümünde yurt içi ticari faaliyetlerindeki internet kullanım düzeylerini belirleyebilmek için beşli Likert tipinde on adet öneri bulunmaktadır. Üçüncü bölümde, firmaların uluslararası ticaret faaliyetlerinde internet kullanımını belirlemeye yönelik beşli Likert türünde on sekiz adet önerme yer almaktadır. Araştırmada firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları ve dış ticarete internet kullanımlarını ölçmek için Özaçar (2019) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır.

Tablo 1: Normallik Analizi

Değişkenler	Çarpıklık (Skewness)	Basıklık (Kurtosis)
Yurtiçi Kurumsal İnternet Kullanım Düzeyi	-,957	1,087
Dış Ticarete İnternet Kullanım Düzeyi	-1,040	1,384

Veri setindeki gözlemlerin normal dağılım varsayımını karşılayıp karşılamadığını anlamak amacıyla normallik analizi yapılmıştır. Literatürde ölçeklerin normal dağıldığının kabul edilebilmesi için -1 ve +1 değerlerinin mükemmel değer olduğu, ancak; -2 ve +2 değerlerinin de kabul edilebileceği ifade edilmektedir (George & Mallery, 2010, s. 60). Bu husus neticesinde, ifadelerin normal dağıldığı söylenebilmektedir.

Tablo 1: Güvenilirlik Katsayıları

Ölçek	İfade Sayısı	Güvenilirlik Katsayısı (Cronbach's Alpha)
Yurt içi Kurumsal İnternet Kullanım Düzeyi	10	0,918
Dış Ticarete İnternet Kullanım Düzeyi	18	0,941

Önermelere ilişkin güvenilirlik analizi yapılmış olup 10 önermeli bölüm için Cronbach Alpha= 0,918 bulunmuş, 18 önermeli bölüm için ise Cronbach Alpha= 0,941 olarak bulunmuştur. Literatürde ölçeğin güvenilir olması için Cronbach Alpha değerinin 0,7'den büyük olması gerektiği ifade edilmektedir (Kerlinger ve Lee, 2000: 662). Buna göre araştırmada kullanılan firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımı ve dış ticarete internet kullanımını ölçen ifadeler yüksek güvenilirlik düzeyine sahiptir.

Alin (2004)'in Kayseri'de dış ticaret yapan 56 firmaya dair yürüttüğü anket çalışmasında firmaların dış ticaret faaliyetlerinde interneti hangi amaçlarla kullandıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma neticesinde firmaların dış ticaret faaliyetlerinde internetten yüksek seviyede faydalandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Buradan yola çıkarak, her dönemde Kayseri'de dış ticaret yapan firmaların internetten azami ölçüde yararlanarak dış pazarlara açıldığı söylenebilmektedir.

Taşdemir (2018)'in, Türkiye'nin farklı illerinde dış ticaret yapan 6 firma üzerinde ihracatta internetten ve e-ticaretten faydalanıp faydalanmadığını ölçmek amacıyla yaptığı çalışma neticesinde, firmaların hem yurt içi kurumsal faaliyetlerde hem de dış ticaret faaliyetlerinde internet kullanım düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum Kayseri'deki firmalarla kıyaslandığında benzerlik göstermektedir.

Özaçar (2019)'in Gebze Organize Sanayi Bölgesi'nde dış ticaret yapan 106 firmaya dair yürüttüğü anket çalışmasında firmaların yurt içi kurumsal ve dış ticaret faaliyetlerinde internetten ne ölçüde yararlandıkları ölçülmüştür. Çalışma neticesinde firmaların hem yurt içi kurumsal faaliyetlerde hem de dış ticaret faaliyetlerinde internet kullanım düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, 1-10 yıl süredir faaliyet gösteren firmaların dış ticarete internet kullanım düzeyleri, 11-15 yıl süredir faaliyet gösteren firmaların internet kullanım düzeylerinden yüksektir. Bu durum Kayseri'deki firmalarla kıyaslandığında benzerlik göstermektedir. Bu sonuçlardan yola çıkarak, 11-15 yıl süredir faaliyet gösteren firmaların yerleşik müşteri profilleri nedeniyle dış ticarete internet kullanımına gereken önemi vermediği söylenebilmektedir.

Delibal (2019)'in Ebay, Amazon, Etsy gibi küresel pazar yerlerinde minimum 1 yıldır faaliyet gösteren girişimcilerin e-ihracatta karşılaştıkları sorunlarının belirlenmesine yönelik olarak yürüttüğü çalışmada, en çok ihracat yapılan ülke grubunun Amerika Ülkeleri olduğu belirtilmektedir. Kayseri'deki firmalar üzerine yapılan çalışmada ise en çok ihracat yapılan ülke grubunun Avrupa Ülkeleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan literatür taramalarına göre çalışma konusuyla ilgili güncel ve yeterli sayıda araştırma olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yukarıda belirtilen çalışmalardan yola çıkılarak oluşturulan hipotezler şu şekildedir;

- H₁: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, firmaların varlıklarını sürdürdükleri yıla göre değişmektedir.
- H₂: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, faaliyet gösterdikleri sektöre göre değişmektedir.
- H₃: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, en çok ihracat yaptıkları ülke gruplarına göre değişmektedir.
- H₄: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, en çok ithalat yaptıkları ülke gruplarına göre değişmektedir.
- H₅: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, yasal statülerine göre değişmektedir.
- H₆: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, firmaların kaç farklı ülke ile dış ticaret yaptıklarına göre değişmektedir.
- H₇: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, yöneticilerinin eğitim durumlarına göre değişmektedir.
- H₈: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, firmaların varlıklarını sürdürdükleri yıla göre değişmektedir.
- H₉: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, faaliyet gösterdikleri sektöre göre değişmektedir.
- H₁₀: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, en çok ihracat yaptıkları ülke gruplarına göre değişmektedir.
- H₁₁: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, en çok ithalat yaptıkları ülke gruplarına göre değişmektedir.
- H₁₂: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, yasal statülerine göre değişmektedir.
- H₁₃: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, firmaların kaç farklı ülke ile dış ticaret yaptıklarına göre değişmektedir.
- H₁₄: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, yöneticilerinin eğitim durumlarına göre değişmektedir.

Araştırmada elde edilen verilerin analizleri SPSS 24 programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde sayı, yüzde, ortalama ve standart sapmadan yararlanılmıştır. Hipotezlerin testinde, ikiden fazla bağımsız grup arasındaki sürekli nicel verileri karşılaştırmak için Tek Yönlü Varyans (One Way Anova) Analizi kullanılmıştır. Anova testinin ardından farkları belirlemek için Post-Hoc analizi olarak Tukey ve Games Howell kullanılmıştır.

3. BULGULAR

Firmalar varlıklarını sürdürdükleri yıla göre şu şekilde dağılım göstermiştir; Firmaların 20 tanesi (%16,4) 1 yıldan az, 40 tanesi (%32,8) 1-5 yıl, 11 tanesi (%9) 6-10 yıl, 9 tanesi (%7,4), 11-15 yıl, 42 tanesi (%34,4) 16 yıldan fazla yanıtını vermiştir. Firmalar faaliyet gösterdikleri sektöre göre şu şekilde dağılım göstermiştir; Firmaların 13 tanesi (%10,7) mobilya, 2 tanesi (%1,6) makine ve teçhizat, 28 tanesi (%23) tekstil, 5 tanesi (%4,1) ana metal ve metal eşya sanayi, 12 tanesi (%9,8) elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri, 12 tanesi (%9,8) metal cevherleri, 2 tanesi (%1,6) kimyasal madde ürünler, 2 tanesi (%1,6) plastik ve kauçuk ürünleri, 6 tanesi (%4,9) tarım ve hayvancılık, 40 tanesi (%32,8) diğer yanıtını vermiştir. Firmalar en çok ihracat yaptıkları ülke gruplarına göre şu şekilde dağılım göstermiştir; Firmaların 55 tanesi (%45,1) Avrupa Ülkeleri, 2 tanesi (%1,6) Afrika Ülkeleri, 16 tanesi (%13,1) Amerika Ülkeleri, 20 tanesi (%16,4) Ortadoğu Ülkeleri, 29 tanesi (%23,8) diğer yanıtını vermiştir. Firmalar en çok ithalat yaptıkları ülke gruplarına göre şu şekilde dağılım göstermiştir; Firmaların 31 tanesi (%25,4) Avrupa Ülkeleri, 4 tanesi (%3,3) Amerika Ülkeleri, 10 tanesi (%8,2) Ortadoğu Ülkeleri, 19 tanesi (%15,6) diğer yanıtını verirken, 58 tanesi (%47,5) ithalat yapmadığını ifade etmiştir. Firmalar yasal statülerine göre şu şekilde dağılım göstermiştir; Firmaların 50 tanesi (%41) anonim şirket, 45 tanesi (%36,9) limited şirket, 5 tanesi (%4,1) kolektif şirket, 5 tanesi (%4,1) genel ortaklık şirketi (unlimited), 17 tanesi (%13,9) diğer yanıtını vermiştir. Firmalar kaç farklı ülke ile dış ticaret yaptıklarına göre şu şekilde dağılım göstermiştir; Firmaların 83 tanesi (%63) 1-5 ülke, 14 tanesi (%11,5) 6-10 ülke, 5 tanesi (%4,1) 11-15 ülke, 3 tanesi (%2,5) 16-20 ülke, 17 tanesi (%3,9) 20'den fazla ülke yanıtını vermiştir. Firmaların yöneticileri eğitim seviyelerine göre şu şekilde dağılım göstermiştir; Yöneticilerin 13 tanesi (%10,7) ortaöğretim, 71 tanesi (%58,2) lisans, 27 tanesi (%22,1) yüksek lisans, 11 tanesi (%9) doktora yanıtını vermiştir.

Tablo 3: Yurt içi Kurumsal İnternet Kullanımının Firmaların Varlık Süresi ile Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std. Sapma	F	P
1 yıldan az	20	3,5900	,96349	,929	,450
1-5 yıl	40	3,8825	,76289		
6-10 yıl	11	3,6000	,84143		
11-15 yıl	9	3,5889	,43429		
16 yıldan fazla	42	3,9000	,81060		
Toplam	122	3,7934	,80430		

Tablo 3'e göre, yurt içi kurumsal internet kullanımlarının, firmaların varlık süresi itibariyle farklılaşmadığı tespit edilmiştir ($p=0,450>0,05$). Dolayısıyla, "H₁: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, firmaların varlıklarını sürdürdükleri yıla göre değişmektedir." hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 4: Yurt içi Kurumsal İnternet Kullanımının, Faaliyet Gösterilen Sektörlere Göre Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Mobilya	13	3,7308	,94902	2,444	0,014
Makine ve Teçhizat	2	4,1000	,28284		
Tekstil	28	3,4321	,84242		
Ana Metal ve Metal Eşya Sanayi	5	2,9800	,88148		
Elektrikli Makine,Cihaz ve Ev Aletleri	12	4,1667	,41194		
Metal Cevherleri	12	3,9167	,62498		
Plastik ve Kauçuk Ürünleri	2	4,5000	,70711		
Kimyasal Madde Ürünler	2	3,1000	,14142		
Tarım ve Hayvancılık	6	4,1833	,48339		
Diğer	40	3,9450	,79128		
Toplam	122	3,7934	,80430		

Tablo 4'e göre, sektörler açısından yurt içi kurumsal internet kullanım düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır ($p=0,014<0,05$). Belirlenen farklılığın meydana geldiği sektörleri tespit edebilmek için Post-Hoc analizi olarak Games Howell kullanılmıştır. Tekstil sektöründeki yurt içi kurumsal internet kullanımları, elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri sektörüne göre farklılık göstermektedir ($p=0,022<0,05$). Tekstil sektörü için yurt içi kurumsal internet kullanım ortalaması 3,4321 iken, elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri sektörü için ortalama 4,1667 'dir. Buna göre elektrikli makine, cihaz ve aletleri sektöründeki yurt içi kurumsal elektrik kullanımları tekstil sektörüne göre daha çoktur. Dolayısıyla "H₂: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, faaliyet gösterdikleri sektöre göre değişmektedir." hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 5: Yurt içi Kurumsal İnternet Kullanımının, En Çok İhracat Yapılan Ülke Gruplarına Göre Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	P
Avrupa Ülkeleri	55	3,9345	,78321	1,237	,299
Afrika Ülkeleri	2	3,6500	,91924		
Amerika Ülkeleri	16	3,7250	,61806		
Ortadoğu Ülkeleri	20	3,4800	1,06504		
Diğer	29	3,7897	,70323		
Toplam	122	3,7934	,80430		

Tablo 5'e göre, yurt içi kurumsal internet kullanımının en çok ihracat yapılan ülke grubuna göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p=0,299>0,05$). Bu sonuca göre "H₃: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, en çok ihracat yaptıkları ülke gruplarına göre değişmektedir." hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 6: Yurt içi Kurumsal İnternet Kullanımının, En Çok İthalat Yapılan Ülke Gruplarına Göre Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	P
Avrupa Ülkeleri	31	3,8516	,86521	,966	,429
Amerika Ülkeleri	4	3,1500	1,55885		
Ortadoğu Ülkeleri	10	3,6700	,94522		
Diğer	19	3,6737	,83921		
İthalat Yapmayanlar	58	3,8672	,66633		
Toplam	122	3,7934	,80430		

Tablo 6'ya göre, yurt içi kurumsal internet kullanımının en çok ithalat yapılan ülke grubuna göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p=0,429>0,05$). Bu sonuca göre "H₄: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, en çok ithalat yaptıkları ülke gruplarına göre değişmektedir." hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 7: Yurt içi Kurumsal İnternet Kullanımının, Firmaların Yasal Statülerine Göre Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	P
Anonim Şirket	50	4,0400	,74286	7,810	,000
Limited Şirket	45	3,7822	,64501		
Kolektif Şirket	5	2,5600	,61074		
Genel Ortaklık Şirketi (Unlimited)	5	4,3600	,52726		
Diğer	17	3,2941	,92970		
Toplam	122	3,7934	,80430		

Tablo 7'ye göre, yurt içi kurumsal internet kullanım düzeyine göre, firmaların yasal statülerinin farklılaştığı tespit edilmiştir ($p=0,000<0,05$). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Post-Hoc analizi sonuçlarına göre, anonim şirketin yurt içi kurumsal internet kullanımı kolektif şirkete göre ($p=,000<0,05$); kolektif şirketin yurt içi kurumsal internet kullanımı ise genel ortaklık şirketine göre ($p=0,001<0,05$) farklılık göstermektedir. Anonim şirket için yurt içi kurumsal internet kullanım ortalaması 4,0400 iken, kolektif şirket için ortalama 2,5600 ve genel ortaklık şirketi için 4,3600'dir. Buna göre en yüksek kullanım genel ortaklık şirketine aittir. Dolayısıyla, "H₅: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, yasal statülerine göre değişiklik göstermektedir." hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 8: Yurt içi Kurumsal İnternet Kullanımının, Firmaların Dış Ticaret Yaptığı Ülke Sayısına Göre Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	P
1-5	83	3,7506	,77607	3,798	,006
6-10	14	3,6643	,85719		
11-15	5	3,1800	1,02078		
16-20	3	3,2667	1,20968		
20'den fazla	17	4,3824	,45033		
Toplam	122	3,7934	,80430		

Tablo 8'e göre, yurt içi kurumsal internet kullanım düzeyinin, firmaların dış ticaret yaptığı farklı ülke sayılarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p=0,006<0,05$). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Post-Hoc analizi sonuçlarına göre, 20'den fazla farklı ülke ile dış ticaret yapan firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımı, 1-5 farklı ülke ile dış ticaret yapan firmalara göre farklılık göstermektedir ($p=0,000<0,05$). 11-15 farklı ülke ile dış ticaret yapan firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımı ise 20'den fazla farklı ülke ile dış ticaret yapan firmalara göre farklılık göstermektedir ($p=0,022<0,05$). 20'den fazla farklı ülke ile dış ticaret yapan firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımlarının ortalaması 4,3824 iken, 1-5 farklı ülke ile dış ticaret yapan firmaların ortalaması 3,7506 ve 11-15 farklı ülke ile dış ticaret yapan firmaların ortalaması 3,1800'dir. Buna göre 20'den fazla farklı ülke ile dış ticaret yapan firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları daha çoktur. Dolayısıyla, "H₀: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, firmaların kaç farklı ülke ile dış ticaret yaptıklarına göre değişmektedir" hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 9: Yurt içi Kurumsal İnternet Kullanımının, Yöneticilerin Eğitim Durumlarına Göre Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	P
Ortaöğretim	13	3,1308	,91777	6,416	,000
Lisans	71	3,9507	,68178		
Yüksek Lisans	27	3,5370	,91448		
Doktora	11	4,1909	,53936		
Toplam	122	3,7934	,80430		

Tablo 9'a göre, firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımı, firma yöneticilerinin eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p=0,000<0,05$). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Post-Hoc analizi sonuçlarına göre, eğitim durumu ortaöğretim olan yöneticiler, eğitim durumu lisans ($p=0,003<0,05$) ve doktora ($p=0,005<0,05$) olanlara göre farklılık göstermektedir. Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımı açısından eğitim durumu ortaöğretim olan yöneticilerin ortalaması 3,1308, eğitim durumu lisans onların ortalaması 3,5370 iken doktora olanların ortalaması 4,1909'dur. Buna göre eğitim seviyesi doktora

olanların yurt içi kurumsal internet kullanımları daha fazladır. Dolayısıyla, “H₇: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, yöneticilerinin eğitim durumlarına göre değişmektedir.” hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 10: Dış Ticarete İnternet Kullanımının, Firmaların Varlık Süreleri ile Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	P
1 yıldan az	20	3,8278	,94365	2,953	,023
1-5 yıl	40	4,1611	,59991		
6-10 yıl	11	3,9040	,75690		
11-15 yıl	9	3,7593	,67586		
16 yıldan fazla	42	3,5899	,81520		
Toplam	122	3,8570	,78418		

Tablo 10’a göre, firmaların dış ticarete internet kullanımı, firmaların varlık süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p=0,023<0,05$). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Post-Hoc analizi sonuçlarına göre, 1-5 yıl faaliyet gösteren firmaların dış ticarete internet kullanımı, 16 yıldan fazla süre faaliyet gösteren firmalara göre farklılık göstermektedir ($p=0,008<0,05$). 1-5 yıl faaliyet gösteren firmaların dış ticarete internet kullanımı açısından ortalaması 3,8278 iken, 16 yıldan fazla süre faaliyet gösteren firmaların ortalaması 3,5899’dur. Buna göre 1-5 yıl faaliyet gösteren firmaların dış ticarete internet kullanımları daha fazladır. Sonuç olarak, “H₈: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, firmaların varlıklarını sürdürdükleri yıla göre değişmektedir.” hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 11: Dış Ticarete İnternet Kullanımının, Faaliyet Gösterilen Sektörlere Göre Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std. Sapma	F	P
Mobilya	13	3,6325	1,09280	1,214	0,294
Makine ve Teçhizat	2	4,0000	,47140		
Tekstil	28	3,7202	,89392		
Ana Metal ve Metal Eşya Sanayi	5	3,2111	1,18139		
Elektrikli Makine,Cihaz ve Ev Aletleri	12	4,2454	,45224		
Metal Cevherleri	12	3,8750	,85809		
Plastik ve Kauçuk Ürünleri	2	4,2222	,78567		
Kimyasal Madde Ürünler	2	3,5000	,47140		
Tarım ve Hayvancılık	6	4,2222	,49566		
Diğer	40	3,9222	,59208		
Toplam	122	3,8570	,78418		

Tablo 11’e göre, firmaların dış ticarete internet kullanımları, faaliyet gösterdikleri sektöre göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p=0,294>0,05$). Dolayısıyla, “H₉: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, faaliyet gösterdikleri sektöre göre değişiklik göstermektedir.” hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 12: Dış Ticarete İnternet Kullanımının, En Çok İhracat Yapılan Ülke Gruplarına Göre Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	P
Avrupa Ülkeleri	55	3,9879	,69395	3,068	,019
Afrika Ülkeleri	2	4,2500	,43212		
Amerika Ülkeleri	16	4,1840	,38528		
Ortadoğu Ülkeleri	20	3,4611	1,08778		
Diğer	29	3,6743	,76632		
Toplam	122	3,8570	,78418		

Tablo 12’ye göre, firmaların dış ticarete internet kullanımı, en çok ihracat yapılan ülke gruplarına göre farklılık göstermektedir ($p=0,019<0,05$). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Post-Hoc analizi sonuçlarına göre, en çok ihracatı Amerika ülkelerine yapan firmaların dış ticarete internet kullanım düzeyleri, en çok ihracatı Ortadoğu ülkelerine yapan firmalara göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p=0,042<0,05$). En çok ihracatı Amerika ülkelerine yapan firmaların dış ticarete internet kullanım düzeylerinin ortalaması 4,1840 iken, en çok ihracatı Ortadoğu ülkelerine yapan firmaların ortalaması 3,4611’dir. Buna göre en çok ihracatı Amerika ülkelerine yapan firmaların dış ticarete internet kullanım düzeyleri daha fazladır. Dolayısıyla, “ H_{10} : Firmaların dış ticarete internet kullanımları, en çok ihracat yaptıkları ülke gruplarına göre değişmektedir.” hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 13: Dış Ticarete İnternet Kullanımının, En Çok İthalat Yapılan Ülke Gruplarına Göre Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	P
Avrupa Ülkeleri	31	3,9211	,57624	1,233	,301
Amerika Ülkeleri	4	3,7361	1,89073		
Ortadoğu Ülkeleri	10	3,5944	1,09025		
Diğer	19	3,5819	,80452		
İthalat Yapmayanlar	58	3,9665	,70542		
Toplam	122	3,8570	,78418		

Tablo 13’e göre, firmaların dış ticarete internet kullanımlarının, en çok ithalat yaptıkları ülke gruplarına göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p=0,301>0,05$). Dolayısıyla “ H_{11} : Firmaların dış ticarete internet kullanımları, en çok ithalat yaptıkları ülke gruplarına göre değişmektedir.” hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 14: Dış Ticarete İnternet Kullanımının, Firmaların Yasal Statülerine Göre Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	P
Anonim Şirket	50	3,9067	,68387	2,859	,027
Limited Şirket	45	3,9173	,72451		
Kollektif Şirket	5	2,9889	1,01410		
Genel Ortaklık Şirketi (Unlimited)	5	4,4444	,21872		
Diğer	17	3,6340	1,04473		
Toplam	122	3,8570	0,78418		

Tablo 14'e göre, dış ticarete internet kullanım düzeyi, firmaların yasal statülerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p=0,027<0,05$). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Post-Hoc analizi sonuçlarına göre, kolektif şirketin dış ticarete internet kullanımı, genel ortaklık şirketine göre farklılık göstermektedir ($p=0,025<0,05$). Kolektif şirketin dış ticarete internet kullanımı ortalaması 2,9889 iken, genel ortaklık şirketinin ortalaması 4,4444'tür. Buna göre genel ortaklık şirketinin dış ticarete yönelik internet kullanımı daha fazladır. Dolayısıyla, "H₁₂: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, yasal statülerine göre değişiklik göstermektedir." hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 15: Dış Ticarete İnternet Kullanımının, Firmaların Dış Ticaret Yaptığı Ülke Sayısına Göre Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	P
1-5	83	3,9076	,75146	3,622	,008
6-10	14	3,8452	,73191		
11-15	5	3,1444	1,07769		
16-20	3	2,5926	1,28420		
20'den fazla	17	4,0523	,55883		
Toplam	122	3,8570	,78418		

Tablo 15'e göre, dış ticarete internet kullanım düzeyi, firmaların dış ticaret yaptığı ülke sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p=0,008<0,05$). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan Post-Hoc analizi sonuçlarına göre, 1-5 ülke ile dış ticaret yapan firmaların dış ticarete internet kullanım düzeyleri, 16-20 ülke ile dış ticaret yapan firmalara göre farklılık göstermektedir ($p=0,029<0,05$). 16-20 ülke ile dış ticaret yapan firmaların dış ticarete internet kullanım düzeyleri, 20'den fazla ülke ile dış ticaret yapan firmalara göre farklılık göstermektedir ($p=0,020<0,05$). 1-5 ülke ile dış ticaret yapan firmaların dış ticarete internet kullanım ortalamaları 3,9076, 16-20 ülke ile dış ticaret yapan firmaların ortalaması 2,5926 ve 20'den fazla ülke ile dış ticaret yapan firmaların ortalaması 4,0523'tür. Buna göre 20'den fazla ülke ile dış ticaret yapan firmaların dış ticarete internet kullanımları daha fazladır. Dolayısıyla, "H₁₃: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, firmaların kaç farklı ülke ile dış ticaret yaptıklarına göre değişmektedir." hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 16: Dış Ticarete İnternet Kullanımının, Yöneticilerin Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

	N	Ortalama	Std.Sapma	F	P
Ortaöğretim	13	3,3547	1,05861	2,411	,070
Lisans	71	3,9374	,72830		
Yüksek Lisans	27	3,8025	,76070		
Doktora	11	4,0657	,66982		
Toplam	122	3,8570	,78418		

Tablo 16'ya göre, dış ticarete internet kullanımının, firma yöneticilerinin eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($p=0,070>0,05$). Sonuç olarak, “H₁₄: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, yöneticilerinin eğitim durumlarına göre değişmektedir.” hipotezi reddedilmektedir.

Tablo 17: Hipotez Testleri ile İlgili Özet Tablo

H1: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, firmaların varlıklarını sürdürdükleri yıla göre değişmektedir	RET
H2: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, faaliyet gösterdikleri sektöre göre değişmektedir.	KABUL
H3: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, en çok ihracat yaptıkları ülke gruplarına göre değişmektedir.	RET
H4: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, en çok ithalat yaptıkları ülke gruplarına göre değişmektedir.	RET
H5: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, yasal statülerine göre değişiklik göstermektedir.	KABUL
H6: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, firmaların kaç farklı ülke ile dış ticaret yaptıklarına göre değişmektedir	KABUL
H7: Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımları, yöneticilerinin eğitim durumlarına göre değişmektedir.	KABUL
H8: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, firmaların varlıklarını sürdürdükleri yıla göre değişmektedir.	KABUL
H9: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, faaliyet gösterdikleri sektöre göre değişiklik göstermektedir.	RET
H10: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, en çok ihracat yaptıkları ülke gruplarına göre değişmektedir.	KABUL
H11: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, en çok ithalat yaptıkları ülke gruplarına göre değişmektedir.	RET
H12: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, yasal statülerine göre değişiklik göstermektedir.	KABUL
H13: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, firmaların kaç farklı ülke ile dış ticaret yaptıklarına göre değişmektedir.	KABUL
H14: Firmaların dış ticarete internet kullanımları, yöneticilerinin eğitim durumlarına göre değişmektedir.	RET

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kitle iletişim araçlarının ve özellikle internetin gelmiş olduğu nokta, ekonomiye küresel bir boyut kazandırırken, firmalar arası iletişimi de hızlandırmıştır. Artık dünyanın bir ucundaki tedarikçiye ve bu tedarikçinin ürettiği daha ucuz maliyetli ürünlere veya bu ürünlerin alıcılarına ulaşabilmek internet ile oldukça kolay olmaktadır. İnternette zaman ve mekân sınırının olmaması uluslararası ticaretteki önemini daha da artırmaktadır. Firmalar yurt içinde talep görmeyen ancak küresel müşterilere hitap edebilecek birtakım ürünlerine çeşitli online platformlarda alıcı bulabilmektedir. Bu da firmalar için ekstra satış, kar ve potansiyel pazar alanı oluşturmaktadır. Gerek dövizin yüksek getirisi gerek de döviz kurlarında yaşanan artışlar firmalar için ihracatta internet kullanımını oldukça cazip hale getirmektedir.

Araştırmanın temel amacı, firmaların e-ticaret uygulamalarına yönelik olarak yurt içi kurumsal operasyonlarında ve dış ticaret faaliyetlerinde internet kullanımlarını ölçmek ve bunların bazı tanımlayıcı özellikler itibariyle farklılaşp farklılaşmadığını ortaya koymaktır. Araştırma sonuçları itibariyle; sektörlere göre yurt içi kurumsal internet kullanım düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Tekstil sektöründeki yurt içi kurumsal internet kullanımları, elektrikli makine, cihaz ve ev aletleri sektörüne göre farklılık göstermektedir. Firmaların yasal statülerine göre yurt içi kurumsal internet kullanım düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Anonim şirketin yurt içi kurumsal internet kullanımı kolektif şirkete göre; kolektif şirketin yurt içi kurumsal internet kullanımı ise genel ortaklık şirketine göre farklılık göstermektedir. Yurt içi kurumsal internet kullanım düzeyinin, firmaların dış ticaret yaptığı farklı ülke sayılarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. 20'den fazla farklı ülke ile dış ticaret yapan firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımı, 1-5 farklı ülke ile dış ticaret yapan firmalara göre farklılık göstermektedir. 11-15 farklı ülke ile dış ticaret yapan firmaların yurt içi internet kullanımı ise 20'den fazla farklı ülke ile dış ticaret yapan firmalara göre farklılık göstermektedir. Firmaların yurt içi kurumsal internet kullanımı, firma yöneticilerinin eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Eğitim durumu ortaöğretim olan yöneticiler, eğitim durumu lisans ve doktora olanlara göre farklılık göstermektedir. Firmaların dış ticarete internet kullanımı, firmaların varlık süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. 1-5 yıl faaliyet gösteren firmaların dış ticarete internet kullanımı, 16 yıldan fazla süre faaliyet gösteren firmalara göre farklılık göstermektedir.

Firmaların dış ticarete internet kullanımı, en çok ihracat yapılan ülke gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. En çok ihracatı Amerika ülkelerine yapan firmaların dış ticarete internet kullanım düzeyi, en çok ihracatı Ortadoğu ülkelerine yapan firmalara göre farklılık göstermektedir. Dış ticarete internet kullanım düzeyi, firmaların yasal statülerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Kolektif şirketin dış ticarete internet kullanımı, genel ortaklık şirketine göre farklılık göstermektedir. Dış ticarete internet kullanım düzeyi, firmaların dış ticaret yaptığı ülke sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. 1-5 ülke ile dış ticaret yapan firmaların dış ticarete internet kullanım düzeyleri, 16-20 ülke ile dış ticaret yapan firmalara göre farklılık göstermektedir. 16-20 ülke ile dış ticaret yapan firmaların dış ticarete internet kullanımı, 20'den fazla ülke ile dış ticaret yapan firmalara göre farklılık göstermektedir.

Çalışmanın bulgularından yola çıkılarak, internetin firmaların dış ticaret faaliyetlerinde oldukça önemli rol oynadığını, firmaların dış pazarlara açılmaları ve dış pazardaki rekabete ayak uydurabilmeleri için internette faydalanmalarının kaçınılmaz bir gerçek olduğunu söyleyebiliriz.

İnternetin sunduğu olanaklar özellikle ihracat yapan veya ihracat yapmak isteyen firmalar için göz ardı edilemeyecek durumdadır. İnterneti ve faydalarını etkin şekilde takip ederek kullanabilen, ekibini ve vizyonunu bu doğrultuda hazırlamış olan firmaların başarı oranları daha yüksek olacaktır. Yapılan çalışmanın sonuçlarından yola çıkarak aşağıda belirtilen önerilerin uygulanması durumunda, e-ihracat uygulamalarından dış pazarlara açılmak isteyen daha fazla firmanın ve girişimcilerin yararlanabileceği düşünülmektedir.

Firmaların genel itibariyle yurt içi kurumsal internet kullanımı ve dış ticarete internet kullanım düzeyleri yüksek seviyededir. İnterneti daha etkin kullanarak, elde edecekleri faydayı artırabilmek adına, Türkiye'nin çeşitli illerinde dış ticaret yapan firmalara, online veya çeşitli fiziki kurumlar tarafından dijital pazarlama ve e-ticarete yönelik eğitim destekleri sunulmalıdır. Firma yöneticilerinin eğitim seviyesi yükseldikçe, internet kullanım düzeyinin de buna bağlı olarak arttığı görülmektedir. Bu nedenle, ihracatta internetten doğru şekilde yararlanabilmek için eğitim seviyesi yüksek yöneticilerin istihdam edilmesi gerekmektedir.

Çalışma alan yazındaki benzer nitelikteki araştırmalar ile de paralellik göstermektedir. Alın (2004)'in Kayseri'de dış ticaret yapan 56 firmaya dair yürüttüğü anket çalışmasında firmaların dış ticaret faaliyetlerinde interneti hangi amaçlarla kullandıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma neticesinde firmaların dış ticaret faaliyetlerinde internetten yüksek seviyede faydalandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Buradan yola çıkarak, her dönemde Kayseri'de dış ticaret yapan firmaların internetten azami ölçüde yararlanarak dış pazarlara açıldığı söylenebilmektedir. Taşdemir (2018)'in, Türkiye'nin farklı illerinde dış ticaret yapan 6 firma üzerinde ihracatta internetten ve e-ticaretten faydalanıp faydalanmadığını ölçmek amacıyla yaptığı çalışma neticesinde, firmaların hem yurt içi kurumsal faaliyetlerde hem de dış ticaret faaliyetlerinde internet kullanım düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum Kayseri'deki firmalarla kıyaslandığında benzerlik göstermektedir. Özaçar (2019)'ın Gebze Organize Sanayi Bölgesi'nde dış ticaret yapan 106 firmaya dair yürüttüğü anket çalışmasında firmaların yurt içi kurumsal ve dış ticaret faaliyetlerinde internetten ne ölçüde yararlandıkları ölçülmüştür. Çalışma neticesinde firmaların hem yurt içi kurumsal faaliyetlerde hem de dış ticaret faaliyetlerinde internet kullanım düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, 1-10 yıl süredir faaliyet gösteren firmaların dış ticarete internet kullanım düzeyleri, 11-15 yıl süredir faaliyet gösteren firmaların internet kullanım düzeylerinden yüksektir. Bu durum Kayseri'deki firmalarla kıyaslandığında benzerlik göstermektedir. Bu sonuçlardan yola çıkarak, 11-15 yıl süredir faaliyet gösteren firmaların yerleşik müşteri profilleri nedeniyle dış ticarete internet kullanımına gereken önemi vermediği söylenebilmektedir. Delibal (2019)'in Ebay, Amazon, Etsy gibi küresel pazar yerlerinde minimum 1 yıldır faaliyet gösteren girişimcilerin e-ihracatta karşılaştıkları sorunlarının belirlenmesine yönelik olarak yürüttüğü çalışmada, en çok ihracat yapılan ülke grubunun Amerika ülkeleri olduğu belirtilmektedir. Kayseri'deki firmalar üzerine yapılan çalışmada ise en çok ihracat yapılan ülke grubunun Avrupa Ülkeleri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gerçekleştirilen pek çok çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da bazı kısıtlar vardır. Çalışmadaki en önemli kısıt veri toplamayla ilgilidir. Veri toplama süreci, COVID-19 döneminin gerektirdiği kısıtlamalar ile birlikte ilerlemiştir. Bu durum sebebiyle anket formları online olarak e-mail veya link yoluyla ve kolayda örneklem metoduyla toplanmıştır. Bu durum araştırma sonuçlarının genellenebilirliğini kısıtlayıcı bir etkiye neden olmuştur. Diğer bir sınırlılık ise,

çalışma evreni Kayseri’de faaliyet gösteren tüm dış ticaret firmaları iken veri toplama sürecinde bu kritere uygun her firmaya ulaşılamamış olmasıdır. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda daha genellenebilir sonuçlara ulaşabilmek için geniş örneklem gruplarında araştırma yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Alin, İ., (2004), Dış Ticarete İnternetin Rolü ve Kayseri’deki Firmaların Dış Ticaret Faaliyetlerinde İnternet Kullanımı, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Al-Somali, S. A., (2011), Electronic Commerce Adoption: A Study Of Business-to-Business Practices In Saudi Arabia, Doktora Tezi, Aston Üniversitesi, Birmingham.
- Arslandere, M., (2010), Elektronik Ticaret ve Karaman’daki Kobiler Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Çak, M., (2002), Dünya’da ve Türkiye’de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi, İTO Yayınları, İstanbul.
- Delibal, Ö., (2019), Türk Girişimcilerin E-İhracat Faaliyetlerinde Global Elektronik Pazar Yerlerinde Karşılaştıkları Sorunlar ve Mikro İhracat Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Elmas, P., (2009), Ticaretin Yeni Şekli E-Ticaret! Peki Hakkında Ne Biliyoruz?. <https://silo.tips/download/ticaretn-yen-ekl-e-ticaret-pek> hakkında-ne-bilyoruz. Erişim Tarihi: 21.01.2020.
- Erdağ, N. ve Batuman, E., (2006), Elektronik Ticaret El Kitabı, Arıkan Yayıncılık, İstanbul.
- George, D. ve Mallery, M., (2010), “Spss for windows step by step: a simple guide and reference”, 17.0 update (10a ed.). Boston: Pearson.
- Heng, M., (2003), “Understanding Electronic Commerce From A Historical Perspective”, Communications of the Associationfor Information Systems, Sayı: 12, Cilt: 1, s. 114-118.
- Küçükylmazlar, A., (2006), Elektronik Ticaret Rehberi, İTO Yayınları, İstanbul.
- Özaçar, B., (2019), The Role Of The Internet In Foreign Trade And The Use Of Internet In The Foreign Trade Activities Of The Companies In The Gebze Organize Sanayi Bölgesi, Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Steyaert, J. C., (2004), “Measuring the performance of electronic government services”, Science Direct, Information & Management, 41, s. 369-375.
- Taşdemir, N., (2018), İhracatta İnternet ve E-Ticaretten Faydalanma Yolları ve Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yamamoto, G. T., (2013), E-Ticaret Kavramlar Gelişim ve Uygulamalar (2. Baskı), Kriter Yayınları, İstanbul.