



TEYD

TOPLUM, EKONOMİ VE YÖNETİM DERGİSİ
JOURNAL OF SOCIETY, ECONOMICS AND MANAGEMENT

EKİM 2023

SAYI ÖZEL



Dumlupınar'dan Cumhuriyet'e

CUMHURİYETİ
BİZ BÖYLE
KAZANDIK

100.YIL

Özel Sayı



TOPLUM, EKONOMİ VE YÖNETİM DERGİSİ
TEYD

JOURNAL OF SOCIETY, ECONOMICS AND MANAGEMENT
JSEM

**TEYD HAKEMLİ BİR DERGİDİR.
JSEM IS A PEER-REVIEWED JOURNAL**

Yayınlanan makalelerin sorumluluğu yazara/yazarlara aittir.
The responsibilities of the articles belong to the author/authors

Dergi İmtiyaz Sahibi: Prof. Dr. Süleyman KIZILTOPRAK
Journal Executive Owner

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KAVASOĞLU
Editorial Board Secretary

Baş Editör: Doç. Dr. Üyesi Yusuf UYSAL
Editor in Chief

Editör: Öğr. Gör. Selçuk ASLAN
Editor

Editör Yardımcıları: Öğr. Gör. Nemra KANLI
Associate Editors Öğr. Gör. Serhat BAYRAK

Yabancı Dil Editörleri: Öğr. Gör. Sait SARIOĞLU
English Language Editors Öğr. Gör. İsmail KARABULUT

Türkçe Dil Editörleri: Öğr. Gör. Mehmet Ali DİNÇAY
Turkish Language Editors Duygu ATEŞ

Kapak Tasarımı: Öğr. Gör. Yaşar Emin AKÇA
Cover Design

TOPLUM, EKONOMİ VE YÖNETİM DERGİSİ (TEYD)

Dumlupınar Üniversitesi Gediz Meslek Yüksekokulu'nun resmi, hakemli ve bilimsel dergisidir. Dergi, bilginin serbest dolaşımı ve yaygınlaştırılması için çalışan açık erişimli bir elektronik dergidir.

2023 yılında Haziran ve Ekim aylarında yayımlanacak dergi, **2024 yılı itibariyle Şubat, Haziran ve Ekim** olmak üzere **dört ayda bir ve yılda üç kez** yayımlanacaktır.

Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizcedir.

Derginin temel amacı; sosyal bilimler alanında bilimsel bilgi üretimine katkı sağlamaktır. Bilime yenilik getiren, yeni bir bilimsel yöntem geliştiren veya bilinen bir yöntemi yeni bir alana uygulama niteliğinde olan özgün makalelere yer vermeyi amaçlamaktadır. Dergide, İktisat, İşletme, Edebiyat, Tarih, Psikoloji, Siyaset Bilimi, Sosyoloji, Kamu Yönetimi, Ekonometri, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, Maliye ve Uluslararası İlişkiler alanlarının kapsamına giren tüm konulardaki özgün çalışmalar yayımlanır.

İNDEKSLER VE DİZİNLER
(Indexes)INDEX  COPERNICUS
I N T E R N A T I O N A L idealonline Academic
Resource
Index
ResearchBibASOS
indeks Jurix BASE

ROAD

 Cosmos ACARINDEX
academic researches indexROOTINDEXING
JOURNAL ABSTRACTING AND INDEXING SERVICE

DANIŞMA & YAYIN KURULU
(Advisory & Editorial Board)

Prof. Dr. Abdullah KARAMAN	(Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Abdullah YILMAZ	(Anadolu Üniversitesi)
Prof. Dr. Adnan ÇELİK	(Selçuk Üniversitesi)
Prof. Dr. Allahverdi MEMMEDLİ	(Bakü Devlet Üniversitesi)
Prof. Dr. Alpaslan YÜCE	(Kafkas Üniversitesi)
Prof. Dr. Atilla BATUR	(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Prof. Dr. Bekir PARLAK	(Uludağ Üniversitesi)
Prof. Dr. Fatih KIRIŞIK	(Karabük Üniversitesi)
Prof. Dr. Fatih Mehmet ÖCAL	(Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Prof. Dr. Feyzullah ÜNAL	(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Prof. Dr. Hüsametdin İNAÇ	(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Prof. Dr. Kemal VATANSEVER	(Alaaddin Keykubat Üniversitesi)
Prof. Dr. Mahmut ZORTUK	(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet Akif ÖZER	(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. Özgür ÖNDER	(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Prof. Dr. Qulu MEHERREMLİ	(Bakü Devlet Üniversitesi)
Prof. Dr. Ramiz SEVDİMALIYEV	(Bakü Devlet Üniversitesi)
Prof. Dr. Yavuz BOZKURT	(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Doç. Dr. Abdullah AYDIN	(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Doç. Dr. Aygün EZİMOVA	(Bakü Devlet Üniversitesi)
Doç. Dr. Aynur NESİROVA	(Bakü Devlet Üniversitesi)
Doç. Dr. Aytekin ZEYNALOVA	(Bakü Devlet Üniversitesi)
Doç. Dr. Eray ACAR	(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Doç. Dr. Esra KABAKLARLI	(Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Faiq ELEKBERLİ	(Azerbaycan Milli İlimler Akademisi)
Doç. Dr. Faruk TEMEL	(Erciyes Üniversitesi)
Doç. Dr. Hikmet Salahaddin GEZİCİ	(Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Liudmyla RADOVETSKA	(National Academy of Security Service of Ukraine)
Doç. Dr. Mesut DOĞAN	(Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi)
Doç. Dr. Murtaza HASANOĞLU	(Azerbaycan Devlet İdarecilik Akademisi)
Doç. Dr. Recep REHİMLİ	(Azerbaycan Devlet İdarecilik Akademisi)
Doç. Dr. Resul ÖZTÜRK	(Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Savaş ERDOĞAN	(Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. Sezgin KAYA	(Uludağ Üniversitesi)
Doç. Dr. Xatire HÜSEYNOVA	(Bakü Devlet Üniversitesi)
Doç. Dr. Yasin TAŞPINAR	(Karabük Üniversitesi)
Doç. Dr. Yıldız ATMACA	(Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Arif Behiç ÖZCAN	(Selçuk Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Selami ERDOĞAN	(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Seyhat BAYRAK GEZDİM	(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Dr. Elnur ALİYEV	(Azerbaycan Devlet İdarecilik Akademisi)

İLETİŞİM BİLGİLERİ (Contact Info)

Dumlupınar Üniversitesi Gediz Meslek Yüksekokulu, Gediz, KÜTAHYA

e-posta (e-mail): teyd@dpu.edu.trİnternet Sayfası (Web Page): <http://teyd.dpu.edu.tr>

BU SAYIDA GÖREV ALAN HAKEMLER*
(REFEREES OF THIS ISSUE)

Prof. Dr. Ahmet Yılmaz ATA	(Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi)
Prof. Dr. Fatih SARAÇOĞLU	(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Prof. Dr. Hakan ÇETİNTAŞ	(Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. İBRAHİM ARSLAN	(Gaziantep Üniversitesi)
Prof. Dr. Mete YILDIZ	(Hacettepe Üniversitesi)
Prof. Dr. Özgür ÇATIKKAŞ	(Marmara Üniversitesi)
Prof. Dr. Savaş SERTEL	(Munzur Üniversitesi)
Prof. Dr. Şaban KAYIHAN	(İstanbul Medeniyet Üniversitesi)
Doç. Dr. Ahmet TAN	(Iğdır Üniversitesi)
Doç. Dr. Ahsen SAÇLI	(Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)
Doç. Dr. Belgin UÇAR KOCAOĞLU	(Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Cenay BABAOĞLU	(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Doç. Dr. Davut KARAMAN	(Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi)
Doç. Dr. Ebru ERTÜRK	(Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Doç. Dr. Halil ÖZEKİCİOĞLU	(Akdeniz Üniversitesi)
Doç. Dr. Hikmet Selahaddin GEZİCİ	(Selçuk Üniversitesi)
Doç. Dr. İlkey NOYAN YALMAN	(Sivas Cumhuriyet Üniversitesi)
Doç. Dr. Lütfi SÜRÜCÜ	(World Peace University)
Doç. Dr. Sefa USTA	(Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi)
Doç. Dr. Seyhan ÖZDEMİR	(Sivas Cumhuriyet Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Adem ADEMOĞLU	(Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Aysun YEŞİLTAŞ	(Necmettin Erbakan Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Büşra AĞAN	(OSTİM Teknik Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Cesim BEHREMEN	(Bitlis Eren Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi İlker Mümin ÇAĞLAR	(Manisa Celal Bayar Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Kevser DEĞİRMENÇİ	(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Kübra ÖZTÜRK	(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Murat AKÇA	(Kafkas Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Burak ÇELEBİ	(Şırnak Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Nida PALABIYIK	(Yozgat Bozok Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Oğuzhan YÜKSEL	(Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep ÖZGÜNER	(Hasan Kalyoncu Üniversitesi)
Arş. Gör. Dr. HAKAN KAYA	(Bitlis Eren Üniversitesi)
Öğr. Gör. Dr. Gökhan DAĞILGAN	(Kütahya Dumlupınar Üniversitesi)
Öğr. Gör. Dr. Gökmen DURMUŞ	(Gaziantep Üniversitesi)
Dr. Subhı KORD ARABO	(Bir Kuruma Bağlı Değildir)

* Öncelikle unvan daha sonra alfabetik sıralamaya göre düzenlenmiştir.

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Araştırma Makaleleri / Research Articles

- Kamu Politikası Olarak Yaratıcı Ekonomi
Creative Economy as Public Policy
Medetkan MIRBEK UULU ve Emrah FİRİDİN.....1-27
- Sistemik Bir Literatür Taraması ile Kişiselleştirilmiş Pazarlama
Personalized Marketing with a Systematic Literature Review
İbrahim Halil EFENDİOĞLU.....28-48
- Psikolojik Güçlendirme ve Yenilikçi İş Davranışı İlişkisi
The Relationship Between Psychological Empowerment and Innovative Work Behavior
Ebru DEMİREL.....49-66
- Sağlık İşletmelerinde Dış Kaynak Kullanım Stratejileri: Hizmet Alım İhalelerine Yönelik Bir Araştırma
Outsourcing Strategies in Healthcare Organisations: A Research on Service Procurement Tenders
İsa GÜL.....67-85
- Doğal Afet Salgın ve Ekonomik Krizlerin İfa İmkansızlığına ve Aşırı İfa Güçlüğüne Etkisi
The Impact of Natural Disasters, Epidemics and Economic Crises on the Impossibility of Performance and Extreme Difficulty of Performance
Aydın ÇELİK.....86-109
- Local Governments and Activities for Rural Development and Agricultural Support
(Case of Manisa Metropolitan Municipality)
Yerel Yönetimlerin Kırsal Kalkınma ve Tarımsal Destek Faaliyetleri
(Manisa Büyükşehir Belediyesi Örneği)
Adnan SÖYLEMEZ, Hakkı Mümin AY ve Nihal GÜNEŞ AY110-120
- Factors Affecting The Political Participation Behaviours of Middle-Class Conservative Voters:
A Research on Generation Y
Orta Sınıf Muhafazakâr Seçmenlerin Siyasal Katılım Davranışlarını Etkileyen Faktörler:
Y Kuşağı Üzerine Bir Araştırma
Barış ARMUTCU.....143-165
- Türkiye’de Enflasyon Hedeflemesi ve Genişletilmiş Taylor Kuralının 2008-2023 Yılları Arasında Geçerliliğinin Test Edilmesi
Testing the Validity of Inflation Targeting and Extended Taylor Rule in Turkey Between 2008-2023
Ali DOĞDU.....166-183
- A Systematic Review on the Use of Artificial Intelligence in E-Commerce
E-Ticarette Yapay Zeka Kullanımına İlişkin Sistemik Bir İnceleme
Uğur ERDOĞAN.....184-197

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Araştırma Makaleleri / Research Articles

19. Yüzyılın İlk Yarısında Yunuslar Köyünün Demografik Yapısına Dair Bir İnceleme
A Study on the Demographic Structure of Yunuslar Village in the First Half of the 19th Century
Hüseyin GÖKSAL.....220-239
- The Dark Side of Artificial Intelligence on the Basis of Public Administration
Kamu Yönetimi Temelinde Yapay Zekânın Karanlık Yüzü
Fatih ULAŞAN.....301-323

İnceleme Makaleleri / Review Articles

- Tarihi Eserlerin Restorasyonunda Belediyelerin Rolü ve Konya Büyükşehir Belediyesi Örneği
The Role of Municipalities in the Restoration of Historical Monuments and the Case of Konya Metropolitan Municipality
Nihal GÜNEŞ AY ve Duygu İLKHAN SÖYLEMEZ240-253
- Belediye Hizmetleri İçinde Katı Atık Yönetiminin Önemi ve Konya Büyükşehir Belediyesi Örneği
The Importance of Solid Waste Management in Municipal Services and the Example of Konya Metropolitan Municipality
Hakkı Mümin AY ve Adnan SÖYLEMEZ.....273-292
- Restoration for the Sustainability of Urban Heritage Applications
(The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath)
*Kentsel Mirasın Sürdürülebilirliğine Yönelik Restorasyon Uygulamaları
(Bursa Tarihi Mahkeme Hamamı)*
Duygu İLKHAN SÖYLEMEZ ve Nihal GÜNEŞ AY293-300

Teorik Makaleler / Theoretical Articles

- Türkiye’de Yer Alan Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi
Thematic Analysis of Gastronomy Museums in Turkey
Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU, Hayriye DUMAN ve Reşat ARICA.....121-142

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Derleme Makaleler / Compilation Articles

The Role of Inclusive Leadership in Fostering Innovation: A Focused Review of The Research Literature
Yeniliği Teşvik Etmede Kapsayıcı Liderliğin Rolü: Araştırma Literatürü Odaklı Bir İnceleme

İbrahim YIKILMAZ.....198-219

Türkiye’de Kalkınma Politikaları ve Bölgesel Kalkınma Planlarının Dönüşümü
Transformation of Development Policies and Regional Development Plans in Türkiye

Aslı ARSLAN ve Aybala TÜRKMEN.....254-272

Ön Söz

Değerli Araştırmacılar,

Gediz Meslek Yüksekokulu bünyesinde, 2020 yılında yayın hayatına başlayan Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi'nin dördüncü yılını doldurmasının gururunu yaşıyoruz. Bu dört yılda altı sayı çıkaran dergimiz, birçok uluslararası dizin tarafından indekslenmeye başlamıştır. Şubat 2024 sayısından itibaren ise akademik teşvik kriterlerine uygunluğu taşımaya başlayacaktır. Dergimiz'in taşıdığı bu ivme ile kısa süre içerisinde, TR Dizin üzerinde indekslenmeye başlayacağımızı da ümit ediyorum.

Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi (TEYD) olarak, bu yıl Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100. yılına atfen özel bir sayı ile çıkarmayı planladık ve hazırlıklarımız sonucunda bu özel yayını sizlerle buluşturduk. Kuruluşun ve kurtuluşun kenti Kütahya'da, Şehit Sancaktar Mehmetçik Anıtı'nın gölgesinde çıkardığımız bu sayının temasını *Dumlupınar'dan Cumhuriyet'e* olarak belirledik.

Ülkelerin tarihlerinde iki yüz yıllık dönemler çok önemlidir. Kadim coğrafyamız üstünde hüküm sürdüğümüz Türkiye Cumhuriyeti'nin ikinci yüzyılını Türkiye Yüzyılı yapma bilinciyle canla başla çalışmaya devam edeceğiz.

Dumlupınar'dan Cumhuriyet'e temalı bu özel sayımızda sosyal bilimler alanından 20 makaleyi siz değerli araştırmacıların ilgilerine sunuyoruz.

Cumhuriyetimizin 100. yıl özel sayısına çalışmalarını ile katkı sağlayan kıymetli araştırmacılara, değerlendirmede bulunan hakemlerimize ve dergimizin editör kuruluna şükranlarımı sunuyorum.

100. yılını büyük bir gurur ve mutlulukla kutladığımız Cumhuriyetimizin ilelebet payidar olması dileğiyle başta Gazi Mustafa Kemal Atatürk ve silah arkadaşları olmak üzere tüm şehitlerimizi rahmet ve minnetle anıyorum.

Hepinize en kalbi saygılarımı ve muhabbetlerimi sunuyorum.

Prof. Dr. Süleyman KIZILTOPRAK
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Rektörü

Baş Editörden

Kıymetli Okurlarımız,

Toplum Ekonomi ve Yönetim Dergisi (TEYD) olarak, Cumhuriyetimizin ilan edilmesinin 100. yılında “Dumlupınar’dan Cumhuriyet’e 100. Yıl Özel Sayısını” siz değerli okurlarımızın beğenisine sunmanın onurunu ve gururunu yaşamaktayız. Kuruluşun ve kurtuluşun şehri olan Kütahya’da, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Gediz Meslek Yüksekokulu bünyesinde uluslararası ve hakemli bir dergi olarak yayın hayatına devam eden TEYD’in ekibi olarak bu özel sayıyı oldukça önemli ve anlamlı görüyoruz.

Cumhuriyetimizin 100. yılını kutladığımız bu günlerde hayatın her alanında olduğu gibi bilimde ve sanat da şanlı tarihimizi, kültürümüzü ve medeniyetimizi referans almamızın önemi daha iyi anlaşılmaktadır. Çünkü vatan, millet ve bayrak uğruna serden geçmenin en eşsiz örnekleriyle dolu olan tarihimiz ve medeniyetimiz, toprağın “vatan” kılınmasının ancak yüksek bir ruh ve cesaretle mümkün olabileceğinin en güzel ispatıdır. Bundan 100 yıl önce bu topraklarda gezen düşman, bu fedakarlık ve kahramanlık destanı ve milletimizin üstün mücadelesi sayesinde arkasına bakmadan kaçmıştır. Atalarımızın canı pahasına bizlere emanet ettiği bu topraklarda 100 yıldır huzur ve güven içinde yaşıyorsak bunu elbette ecdadımıza ve isimsiz kahramanlarımıza borçluyuz. Cumhuriyetimiz ise bu huzur ve güven ikliminin tesisinde en kıymetli ve ortak değerimiz, ilelebet yaşayacak devletimizin değişmez yönetim şekli, tarihin en büyük kurtuluş mücadelelerinden birine imza atarak küllerinden yeniden doğan milletimizin muasır medeniyetler seviyesinin üzerine çıkma yolunda durmaksızın yürüyeceği tek ve en doğru yoldur. Bizlere düşen ise, Cumhuriyetimize layık olmak için çalışmak, bize emanet edilen bu vatani koruyup, gelecek nesillere daha güzel bir şekilde bırakmak ve geçmişimizden aldığımız güçle geleceğe emin adımlarla ilerlemektir. 100 yıl önce, topla tüfekte canımızı ortaya koyarak verdiğimiz bağımsızlık mücadelesini bugün; bilimde, sanatta ve teknikte Türk milletine yakışır şekilde vermektir.

TEYD olarak Cumhuriyetimizin 100. yıl dönümünde, şanlı tarihimizdeki tüm zaferlerin kazanılmasında ve Cumhuriyetimizin bizlere en kıymetli bir miras olarak bırakılmasında olağanüstü bir mücadele örneği gösteren ecdadımıza vefamızı, minnetimizi ve şükranlarımızı özel bir sayı ile dile getirmeyi amaçladık. Tarihe not düşmek adına çıkardığımız bu sayıda öncelikle bizlere desteğini hiçbir zaman esirgemeyen Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Rektörü Sayın Prof. Dr. Süleyman KIZILTOPRAK hocamıza, Gediz Meslek Yüksekokulu Müdürü Dr. Öğr. Üyesi Mustafa KAVASOĞLU hocamıza, yayın ve danışma kuruluna, alan ve dil editörlerimize, tasarım ve sayfa düzeni ekibimize ayrı ayrı teşekkürlerimizi sunar,

Başta Gazi Mustafa Kemal ATATÜRK ve silah arkadaşları olmak üzere, vatan uğruna canlarını seve seve feda eden aziz şehitlerimizi ve kahraman gazilerimizi rahmet ve minnetle anıyoruz.

Doç. Dr. Yusuf UYSAL

KAMU POLİTİKASI OLARAK YARATICI EKONOMİ¹

Medetkan MIRBEK UULU²

Emrah FİRİDİN³

Öz

Kamu politikası toplumsal hayatın düzenlenmesi, yasaların uygulanması, ekonominin şekillenmesi ve diğer birçok türden konunun düzenlenmesi için karar vericiler tarafından kullanılan bir araçtır. Kamu politikaları serbest piyasa sistemini de etkilemektedir. Çünkü iktisadi sistemin ülkenin sahip olduğu potansiyel maddi ve beşeri sermaye ile uyumu, politika yapıcılarının asli görevleri arasındadır. Son yıllarda dünyada yaratıcı ekonomi modelleri iktidarlar tarafından desteklenmektedir. Hatta bu modellerin başarısının artırılmasına yönelik kamu politikası niteliğinde kararlar alınmaktadır. Yaratıcı ekonomi modelinin oluşumuna yönelik takip edilecek kamu politikaları, sahip olunan potansiyeli harekete geçirerek, özelde her bir endüstri kolunun genelde ise tüm ekonominin üretim ve rekabet gücünü artıracaktır. Çalışmada yaratıcı ekonomilerin gelişim süreci, modelleri ve ekonomiye olan etkileri analiz edilerek, kamu politikası olması gerekliliği nedenleri üzerinde durulacaktır.

Anahtar Kelimeler

Kamu Politikası
Yaratıcı Ekonomi
Yaratıcı Endüstri

Makale Hakkında

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi : 27.03.2023
Kabul Tarihi : 05.06.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1271961

¹ Bu makale; Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Yüksek Lisans programında Dr. Öğr. Üyesi Emrah FİRİDİN danışmanlığında hazırlanan "Bir Kamu Politikası Olarak Yaratıcı Ekonomi Modeli" adlı tezden üretilmiştir.

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, e-posta: medetkan23@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0429-7820.

³ Dr. Öğr. Üyesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, e-posta: efiridin@ktu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2957-7407.

CREATIVE ECONOMY AS PUBLIC POLICY

Abstract

Public policy is a tool used by decision makers to regulate social life, enforce laws, shape the economy, and regulate many other kinds of issues. Public policies also affect the free market economy. Because the harmony of the economic system with the potential material and human capital of the country is one of the main duties of policymakers. In recent years, creative economy models have been supported by governments in the world. In fact, public policy decisions are taken to increase the success of these models. The public policies to be followed for the formation of the creative economy model will activate the possessed potential, and will increase the production and competitiveness of each industry branch in particular and the whole economy in general. In the study, the development process of creative economies, their models and their effects on the economy will be analyzed and the reasons for the necessity of it being a public policy will be emphasized.

Keywords

Public Policy
Creative Economy
Creative Industry

Article Info

Research Article

Received : 27.03.2023
Accepted : 05.06.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1271961

Kaynakça Gösterimi: Firidin, E. ve Mirbek Uulu, M. (2023). Kamu Politikası Olarak Yaratıcı Ekonomi. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 1-27.

Citation Information: Firidin, E. and Mirbek Uulu, M. (2023). Creative Economy as Public Policy. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 1-27.

GİRİŞ

Kamu politikaları, ülkenin umumi ya da özel bir konuya yönelik almış olduğu kararların bir çıktısıdır. Dolayısıyla ülkeler, birtakım sorunların önlenmesine yönelik kamu politikaları ortaya koyabilecekleri gibi; kamu düzeni sağlanması, ekonomik büyüme ve kalkınma gerçekleştirilmesi ve milli hedeflere ulaşabilmek adına da kamu politikaları yapabilirler. Karar vericiler belirlenen hususlara yönelik olarak oluşturdukları kamu politikalarını, mümkün olan en uygun kamu politikası aracı kullanarak uygulamaya çalışır. Dolayısıyla bir konuda hazırlanması ve uygulanması düşünülen kamu politikasının başarısı, uygun araçların ve yöntemlerin tespitiyle de alakalıdır.

Ülkelerin ekonomik kalkınma ve büyüme hedeflerine yönelik ortaya koymuş oldukları politikalar her ne kadar farklılık arz etse de devlet olgusu kadar eskidir. Günümüzün küreselleşen dünyasında ise firmalar, ülke içerisinde yapılan rekabet kadar, diğer ülke sektörleriyle de büyük rekabet içerisindeyler. Önceleri rekabetin belirleyici ana unsurlarından biri olarak iş gücü ve hammadde olarak gösterilmekte iken; bilgi çağının yenilikçi, yaratıcı, etkileyici ve etkileşimli yapısı rekabetin belirleyici unsurları olarak, ülkeleri ve sektörleri bu olguları temel alarak yapılanmaya sevk etmektedir. Bu nedenle hem farklı endüstrileri hem de ülkeleri bilgiyi, ekonomiye konu olan aktörler ve endüstriler ağı içerisinde, birliktelik anlayışı dâhilinde kullanan yaratıcı ekonomi politikaları benimsemeye ve oluşturmaya yönlendirebilmektedir.

Yaratıcı ekonomi bilginin kullanılmasına olanak sağlayan bir süreç içerisinde gerçekleşen entelektüel çaba olarak nitelendirilebilir. Yaratıcı ekonomi kavramı kimi zaman yaratıcı endüstri ile de eş olarak kullanılmaktadır. Fakat yaratıcı endüstriler birer faaliyet alanı iken, yaratıcı ekonomi kamu politikasına konu olan bir çatı kavramdır. O nedenle yaratıcı ekonomi planlı, stratejik, yeniliğe ve değişime açık bir ekonomi modeli olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaratıcı ekonomi modeli hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için tercih edilebilir bir araç, model ya da politika olma özelliğine de sahiptir. Nitekim yaratıcı ekonomilerde atıl olarak ifade edilebilecek, ekonomi için bir girdi ya da çıktıya sebebiyet vermeyecek herhangi bir bilgi ya da materyal düşünülemez. Yaratıcı ekonomi politikaları bu anlamda sinerji etkisine sahiptir. Bütünü oluşturan endüstrilerden daha büyük bir anlam ve etkiye sahip olacak dışsallıklar arz etmektedir. Çalışmada, bir kamu politikası olarak yaratıcı ekonomi modelinin tanımı, oluşumu ve süreci analiz edilmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, dünyada yaratıcı ekonomi modeli olarak uygulanan farklı modellere yer verilmekte, sektörler ve hizmetler incelenmekte ve TÜİK verileri ışığında analiz edilmektedir.

1. Literatür Taraması

Dye (1987), *Understanding Public Policy* adlı eserinde kamu politikasını devletin yapmayı ya da yapmamayı tercih ettiği her şey olarak ifade etmektedir. Devlet bir hususa ilişkin olarak karar alır ve bu kararı uygulamaya koyabilir. Tam tersi olarak devlet bahse konu hususla ilgili bir düzenleme yapmaz ya da karar almaz. Durumu kendi akışına bırakmış olarak zimmi-yazısız bir kamu politikası uygulamış olur.

Howlett ve Ramesh (2003), *Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems* adlı çalışmada kamu politikasını; devletin yetki alanı içerisinde bir sorunu çözmek ya da bir talebe cevap vermek üzere kullanmış olduğu, yasalara dayanan faaliyetlerdir.

Peters (1986), *American Public Policy: Promise and Performance* adlı çalışmasında kamu politikalarından sağlanacak kazanımların, onun hazırlanma ve uygulanma sürecinde karşılaşılan maliyetinin üzerinde olduğunu ifade ederken; Lascoumes ve Le Gales (2012), *Sociologie De L'action Publique: Domains Et Approches* adlı çalışmasında her alanda yararlanılan kamu politikalarına toplumdaki aktörlerin katılımı oldukça önem arz ettiğini, katılım mekanizmalarının etkin ve verimli çalışması gerektiğini ifade etmektedir.

Büker'in (2017), İngiliz Dijital Kültür Medya ve Spor Dairesi'nin yaptığı alıntıda yaratıcı ekonomilerin özünde bireysel yaratıcılık ve becerileri içerdiğini, fikri mülkiyet hakkının edinilmesi ve kullanılması yoluyla, refah seviyesinin artacağını ve yeni meslek alanları yaratmaya dayalı iş potansiyeli olan endüstrilerin de bu sayede güçleneceğini ifade etmektedir.

Deloitte şirketinin (data.deloitte.com, 2021), *Yaratıcı Ekonominin Geleceği* adlı raporuna göre yaratıcı ekonomi, fikri mülkiyetin üretimini ve kullanımını yönlendiren bireysel yaratıcılık yoluyla refah ve istihdam yaratılmasıyla ayırt edilen çok çeşitli meslekleri içeren bir ekosistemdir.

Howkins (2005), *Yaratıcı Ekonomi: İnsanlar fikirlerinden nasıl para kazanabilir* adlı kitabında fikri ve maddi mülkiyet kullanılarak endüstrilerin daha etkin, verimli ve ekonomik hale nasıl gelebileceklerini ele almaktadır.

Guilherme (2017), *Creative Economy: Thematic Perspectives Addressed and Research Methodologies Adopted* adlı çalışmasında, yirminci yüzyılın son on yılında ortaya çıkan yaratıcı ekonomi kavramını; ekonomi, kültür, bilim ve teknoloji arasındaki senteze dayalı bir ekonomik sistem olarak tanımlar ve giderek artan sayıda birey ve kuruluşun yaratıcılığın gelişim motoru olduğunu vurgulamaktadırlar.

United Nations Industrial Development Organisation (UNIDO), yaratıcı ekonomilerin iktisadi, kültürel ve toplumsal kalkınmayı sağlamada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere katkı sağlayacağını ifade etmektedir (open.unido.org, 2021).

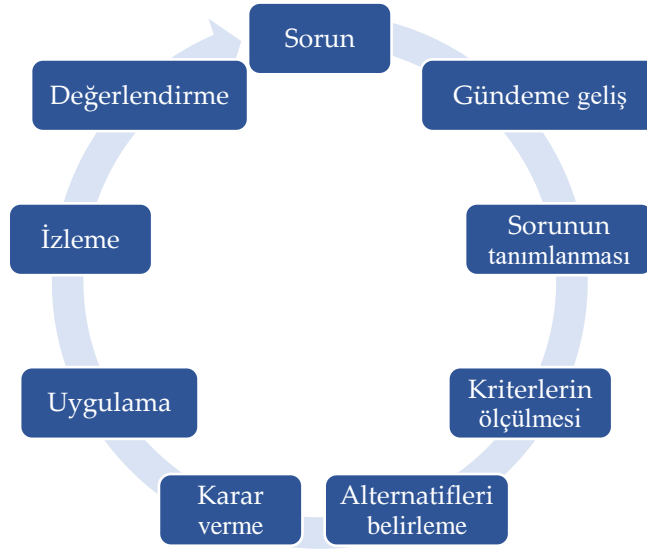
2. Kamu Politikası

Devletin, vatandaşların şikâyet ve taleplerini yerine getirmek, ortaya çıkan sorunlar için çözüm üretmek ve ülkenin refahı ve gelişimini sağlamak gibi görevleri bulunmaktadır. Bu süreçler kapsamında alınan kararlar, yapılmasına ya da yapılmamasına karar verilen olgular kamu politikası kavramının içerisinde değerlendirilmektedir. Kelimenin kökeni Yunanca'da 'politikos' olarak bilinen 'polis' kelimesinden türetilmiştir ve devlet ile alakalı her iş anlatılmaktadır (Beşkardeşler, 2021: 5). Bu kavramın kamu yönetimi açısından bakıldığında dar ve siyaset bilimi açısından ise çok geniş olduğu bilinmektedir (Nohutçu, 2007: 431).

Kamu politikası Dye tarafından dile getirilen en bilindik tanım ile; devletin bir konuda yapmak istediği ya da yapmak istemediği her şeydir (Dye, 1987: 2). Kamu politikası, bir sorun veya meseleyle ilgilenen aktör ya da ilgili gruplar tarafından yürütülen amaçlı bir faaliyettir (Howlett ve Ramesh, 2003: 8). Devlet örgütlenmiş bir yapı olarak politikalar üretmekte ve toplumdaki diğer aktörlerin düzenleme niteliğindeki kararlarından ayırmak için bu politikalar kamu politikası olarak adlandırılmaktadır (Biçer ve Yılmaz, 2009: 54). William Jankins'e göre kamu politikası, siyasi aktörlerin veya onlara ait grupların belirli durumların

çerçevesindeki hedef ve bu hedefe ulaşmak için araçların belirlenmesinde kabul edilen bir takım bağlantılı kararlardır; bu kararların onların yetki alanında olması gerekmektedir (Howlett ve Cashore, 2014: 19). Bu süreç içerisinde kamu politikası yapıcılar; sorunların tespitinden sorunun tanımlanmasına, sorunun çözümü için alternatiflerin belirlenmesinden uygulanmasına ve sonuçların değerlendirilmesine kadar birçok süreci takip etmek durumundadırlar.

Şekil 1. Kamu Politikası Oluşum Şeması



Kaynak: Kulaç ve Çalhan, 2013: 208

Kendine has bir alana sahip olan kamu politikasının özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Belirli hedefe ulaşmak için yapılır, yani amaçlı yaklaşımlardır,
- Toplumsal sorunları çözmeye odaklı bilgi birikimidir,
- Devlet tarafından yetkilendirilmiş kişilerce yapılır,
- Bir süreçtir, sadece karar alma/verme süreçlerinden daha kapsayıcıdır,
- İdarenin doğrudan gerekli gördüğü durumlarda ya da toplumdan ve/veya baskı gruplarında gelen talepler neticesinde kamu politikası oluşur, yani bir ihtiyaç ya da talebin ürünüdür,
- Pozitif ve negatif olarak ikiye ayrılmaktadır. Pozitif, sorunu çözmek için devlet tarafından faaliyet yapılması; negatif ise devletin hiçbir faaliyet yapmamayı seçmesidir,
- Tahmin edilen ve edilmeyen sonuçlara sahiptir (Erat, 2014: 96).

Kamu politikaları her ne kadar farklı yöntem ve süreçler sonrasında ortaya çıksa da kamu politikalarının amacı; kamu düzeninin sağlanması, kamu yararının önceliği ve kamusal değer niteliğindeki çıktılar üretmektir. Kamu değeri niteliğine sahip olan kamu politikaları oluşturularak ülke ekonomisini kalkındırabilecek, çağdaş teknoloji ve imkanların kullanıldığı bir ekonomik büyüme anlayışı tercih edilebilir.

2.1. Kamu Politikası Modelleri ve Araçları

Kamu politikasının oluşturulmasında kullanılabilir birçok araç ve süreç bulunmaktadır. Bu durum, kamu idarecilerinin elindeki yasal, ekonomik ve teknolojik birtakım yetkilere ve yeterliliklere sahip olunmasının bir ürünüdür. Hood bu durumu kamu politikalarının oluşturulması hususunda bir sistematik oluşturarak ortaya koymuştur. Hood'un şemasında etkinlikler 'nodalite' (bilgi), otorite, değerler ve organizasyon olarak gruplandırmıştır (Howlett ve Ramesh, 2003: 91). Aldatma, karartma ve diğer idari gecikme biçimleri, benzer şekilde, otoriteye dayalı her türlü dolaylı enstrümandır (Howlett, 2005: 36-38; Vargas ve Restropo, 2019: 107-108).

Tablo 1. Howlett'in Kamu Politikası Araçları

Nodalite (Bilgi)	Otorite	Değerler	Organizasyon
Doğrudan politika araçlarının sınıflandırılması			
Tavsiye Eğitim	Düzenleme Kullanıcı ücretleri Lisanslar	Hibeler Krediler Vergi harcamaları	Bürokratik yönetim Kamu işletmeleri
Raporlama Kayıt	Nüfus sayımı Danışmanlar	Seçim Polis raporları	Kayıt tutma Anketler
Dolaylı politika araçlarının kaynaklarına dayalı bir sınıflandırma			
Eğitim Bilgi sağlama Odak grupları	Etiketleme Antlaşmalar ve siyasi anlaşmalar Danışma grubu oluşturma	Çıkar grubu oluşturma Müdahaleci ve araştırma finansmanı	Kurumsal reform Yargısal denetim Konferanslar
Propaganda Bilgi bastırma	Grup ve derneklerin yasaklanması Erişim reddi	Finansmanı ortadan kaldırmak	İdari gecikme ve yanılma

Kaynak: Howlett, 2005: 36-37.

Kamu politikaları sadece karar alma ve uygulama aşamalarını içeren süreçlerden ibaret değildir. Kamu politikaları hazırlanırken alternatiflerin belirlenmesi ve uygulamaların sonuçlarının değerlendirilmesi süreçlerini içeren analiz aşamasına da gereksinim vardır. Dye'ye göre kamu politikası analizi, politika oluşturma sürecini anlamak, devletlerin izledikleri politikaların sebebini, gerçekleştirilmekte olan politikaların sonuç ve çıktılarının ne olduğunu ve kimleri nasıl etkilediğini tespit etmektir (Balci, 2013: 205). Buna göre kamu politikası analizi, toplumsal bir problem ve ihtiyacın sebeplerini ve etkilerini tespit etmek, çözüm ve ihtiyaçların karşılanması için farklı alternatiflerin belirlenmesi, değerlendirmesini

ve karar verilip uygulanan politikaların sonuçlarını tespit etmek ve çözümlenmek için gereken verilerin toplanmasını, işlenmesini, değerlendirmesini ve yorumlamasını içeren bir süreçtir (Çetin, 2021: 670). Sürecin işlerliği, kamu politikalarının analiz edilmesine ve uygun modeller kullanılarak uygulanmasına bağlıdır.

Politika analizi ile alakalı yapılan çalışmalar incelendiğinde genel olarak üç amacın varlığı gözlemlenmiştir:

- Bilimsel Amaç: Kamu politikasını objektif açıdan anlama çabasıdır. Politika bağımlı değişken olarak ele alınmaktadır ve politikaya etki eden sosyal ve ekonomik faktörler ele alınmaktadır. Kamu politikaları bağımsız değişken olarak politikanın sosyal, ekonomik ve siyasi sisteme etkileri incelenmektedir.
- Sorunu Çözme Odaklı Amaç: Sorunu çözmek için en uygun alternatiflerin belirlenmesi ve oluşturulacak politikalardan daha iyi sonuçları elde etmek olduğu izah edilmektedir.
- Politik Amaç: Genel olarak iktidarı ele geçirmek isteyenler veya yöneticiler toplumun isteklerine uygun politika oluşturma etkinliği olarak açıklanmaktadır (Beşkardeşler, 2021: 27).

2.1.1. Kurumsal Model

Kurumsal modelde kamu politikası yapımı, kamu kurumlarındaki faaliyetler ve ilişkiler ile anlatılmaktadır. Bir sorunun politika halini alması için kamu kurumları tarafından gündeme alınması, tanımlanması ve uygulanması gerekir. Politikalar kamu organları vasıtasıyla yasal işlemler sonucunda hukuki meşruiyet kazanıp uygulama aşamasına geçmektedir. Burada kamu kurumları ve kamu politikası yakın temastadır. Yürütülen faaliyetler iki şekilde uygulanmaktadır: ilki, yatay (yasama, yürütme, yargı), ikincisi ise dikeydir (merkez ve yerel) (Demirhan, 2016: 64). Devletlerin siyasal kurumlar olarak değerlendirilmesinden dolayı kurumlar politikaları yapma süreci açısından incelenmekte, politik faaliyetlerin çoğu hükümetler üzerinden gerçekleşmektedir. Hükümetler tarafından alınan kararlar bazı özelliklere sahiptir (Dye, 2013: 18); Birinci özelliği hükümet tarafından alınan kararlar aynı zamanda meşruluk kazanmaktadır. İkinci özelliği, hükümetin aldığı yaptırımlar uygulanmasıdır.

2.1.2. Sistem Modeli

Siyasal sistem yaklaşımı da olarak bilinen model David Easton tarafından geliştirilmiştir. Bu yaklaşımda, Bertalanffy'nin Genel Sistem Kuramı'nda olduğu gibi, siyasal sistem çevresiyle bir bütün olarak ele alınmaktadır. Kamu politikası, siyasal sistem içerisinde gelen çevresel talep ve isteklere verilen karşılık olarak kabul edilmektedir. Siyasal sistem, toplumu birleştiren idari kararların alındığı ve o toplumun değerlerini himaye eden, mütakabil ilişkide olan kurum ve faaliyetlerin bir uzlaşması olarak tanımlanmaktadır. Sistem modelinde istem ve gereklerin birer olgu olarak kamu politikalarını şekillendirdiklerini ifade edebiliriz. İlgili alana yönelik yapılan kamu politikaları sistemin alt sistemlerini oluşturmaktadır. Alt sistemler ise üst sistemi oluşturur ve kamu politikalarının genel hatları belirlenir. Siyasal sistem modelinin girdileri olan istemler ve destekler, politik karar ve çalışmalar çıktısı olarak yansımaları bulacaktır. Bu çıktılar, yani kamu politikaları çevreyi ve

talepleri değiştirerek, sistemi yeni politika çıktılarını oluşturmaya yönlendirir ve bu durum döngü halini alır (Balcı, 2013: 208).

2.1.3. Süreç Modeli

Süreç modeli kamu politikalarının analizinde yaygın şekilde kullanılan bir modeldir. Lasswell'in modeli ilk başlarda yedi aşamalı bir sıralama olarak oluşturulmuş, sonradan yapılan çalışmalarda değişiklikler yaşanmıştır. Genel olarak süreç modeli ele alındığında beş aşamadan oluştuğu görülmektedir; konunun gündeme alınması, formüle edilmesi, kanunlaştırma, uygulama ve değerlendirme. Bu sürecin aşamalara ayrılması kamu politikasının karmaşık doğasını anlamakta kolaylık sağlamaktadır (Hughes, 2013: 302; Balcı, 2013: 209).

Tablo 2. Süreç Modeli Aşamaları

Sorunun Ortaya Çıkışı ve Politika İçin Gündem Oluşturulması	Bir sorunun farklı yollardan gündeme gelmesi ve kamuoyunda yer almasıyla başlar. Bu aşamada sorunun kamunun ilgisini çekmesi gerekir. Gündem oluşturma süreci üç aşamaya ayrılmaktadır: tanımlama, ses getirme ve baskı uygulama.
Formüle Ediliş	Bu aşamada tanımlanmış sorunlara uygun politika önerileri belirlenir ve değerlendirmeden sonra arasından en uygun birisini uygulamak için seçilir. Kamu politikasını başarılı bir şekilde şekillendirmek için sorunla alakalı detaylı bilgi edinmesi, ihtiyaçların net tespit edilmesi, mümkün olan tüm alternatifleri dikkate alarak bir strateji oluşturulması gerekmektedir.
Politikanın Kanunlaştırılması	Kanunlaştırma aşamasında formüle edilmiş kamu politikası resmîyet kazanması için kanunlaştırma sürecine girmektedir. Burada yasama, yürütme, yargı organları ve bürokrasilerin rolü oldukça önemlidir.
Uygulama	Bu aşamada hangi kurumlar tarafından uygulanacağı, kaynakların ayrılması ve bütçenin dağıtılması gibi faaliyetler gerçekleşir. Uygulamada kamu görevlilerin mesleki becerileri büyük öneme sahip. Kanunların anlaşılır olması gerekir, halk tarafından yürütülen kamu politikası desteklenmesi için halkın bu politikaları anlaması lazım. Halkın karşı olması, gösteri ve protestolar kamu politikasını başarısızlığa uğratabilir.
Değerlendirme	Bu aşama son ve en önemli olanıdır. Değerlendirme aşamasında hedef ve amaçlara ulaşıp ulaşılmazlığı analiz edilir. Uygulanırken hangi sorunlarla karşılaşıldığını, ne derecede uygulandığını, hangi değişiklikler yapıldığını, nelerin düzeltilmesi gerektiğini, kimleri nasıl etkilediği gibi sorular yanıtlanır. Politikaları değerlendirmek için belirli zaman geçmesi gerekmektedir.

Kaynak: Kulaç ve Çalhan, 2013: 210-214, Çalı, 2012: 17-20

Kamu politikasının uygulayıcıları, kamu politikasını karar vermek ve özel olarak formal, matematiksel yöntemlerle kamu alanındaki sorunları çözmek ile alakalı bir şey olarak görmüşlerdir (Hughes, 2013: 191). Kamuda yaşanan gelişmeleri takip etmek ve buna uygun politikalar belirlemek ve uygulamak gerekmektedir (Moore, 1995: 32). Kamu politikalarından

sağlanacak kazanımlar, onun hazırlanma ve uygulanma sürecinde karşılaşılan maliyetinin üzerindedir (Peters, 1986: 300). Her alanda yararlanılan kamu politikalarına toplumdaki aktörlerin katılımı oldukça önem arz etmektedir (Lascoumes ve Le Gales, 2012: 14). Özel bir alan olarak ekonomi politikaları için de aynı ifadeler geçerlidir. Kamu politikası halini alan yaratıcı ekonomi politikaları, ekonominin bir üretim kaleminden daha fazla getiri elde edilmesinde yardımcı olabilecektir. Bu sayede bir sektörde yapılan üretim sektörler arası hale gelerek, daha fazla ürün çıktısına, istihdama ve alternatif endüstriler oluşturulmasına; dolayısıyla rekabet gücünün artmasına zemin hazırlayabilecektir.

3. Yaratıcı Ekonomiler

Yaratıcılık kavramı hakkında tek görüş veya tanım yoktur, farklı alanlarda farklı şekilde tanımlanmaktadır. Yaratıcılık kavramı ele alındığında, Latince’de ortaya bir şey koymak, üretmek anlamını taşıyan ‘creare’ fiili olarak bilinmektedir. Yaratıcılığın insana ait bir olgu olduğuna yönelik ilk kavramsal kullanıma Adolphus Ward’a ait bir tiyatro tarihi kitabında rastlanılmaktadır (data.izka.org, 2021).

Türk Dil Kurumu’nun sözlüğünde yaratıcılık şöyle tanımlanmaktadır: “her bireyde var olduğu kabul edilen, bir şeyi yaratmaya iten farazi yatkınlık” (TDK, 2021).

Literatüre bakıldığında yaratıcılıkla alakalı birçok tanım mevcut olduğu görülmektedir:

- Maslow’a göre yaratıcılık, her insanın içinde var olan ihamlar sonucunda ortaya getirdiği subjektif bir deneyimdir;
- Guilford’a göre yaratıcılık, düşünmenin akıcılık ve esnekliği ve aynı zamanda özgünlük, sorunlara duyarlı olma durumu, yeni bir şekilde tanımlama, çok alternatifli sonuca götürebilen yetidir;
- Karakuş’a göre yaratıcılık, probleme karşı duyarlılık, çözümü aramak, problemle alakalı birçok alternatifi ortaya koymak, problemi kendine sınırları koymadan çok geniş bir şekilde ele almak, çok farklı bakış açılarından yeni fikirleri üretmek olarak tanımlanmıştır;
- Onur ve Zorlu’ya göre yaratıcılık, tüm insanlarda mevcut, düşünürken kullanılan duygular, düşünsel, farkındalık ve zihinsel becerilerin tümü ile meydana gelen bir yetenektir (Karakuş, 2001: 4; Onur ve Zorlu, 2017: 1547; Özyaprak, 2016: 70).

Bu tanımlardan yararlanarak yaratıcılık hakkında; herkesten farklı düşünen, çoğunluk tarafından kabul gören çözümlerden farklı alternatif sunan, farklı şeyleri ortaya koyan, orijinal ve yeni şeyleri arayan bir süreç olduğu manası çıkarılabilir. Günümüzde, dünya hızlı şekilde değişmektedir, bu sebeple rekabet koşulları birey ve örgütlerden orijinal ve yeni kararları sunabilmesi için yaratıcı düşünme yetisi geliştirmesine teşvik etmektedir. Yaratıcılık, toplumların farklılaşmaları için değerler kazandırmaktadır. Eksiklere duyarlı olmak ve bu eksiklere yönelik fikir ve varsayımları oluşturmak, varsayımların denenmesini sağlamak, gerekirse düzelterip yeniden uygulanmasını ve meydana gelen sonucun hem bilimsel açıdan hem de sanatsal açıdan yeniden değerlendirilmesi fikri yaygın hale getirilmelidir (Esen, 2016: 9).

İngiliz yazar ve medya yöneticisi John Howkins’e göre yaratıcılığın iki türü vardır: birincisi, insanın kendi kendisini şahıs olarak geliştirmesi; ikincisi ise ortaya bir şey koyması, yani ürün üretmesi. Birincisi insanlığın evrensel bir özelliğidir ve tüm toplumlarda ve

kültürlerde var iken; ikincisi ise yeniliğe, bilime ve teknolojik gelişime ve fikri mülkiyet haklarına daha fazla değer veren endüstriyel toplumlarda daha güçlüdür (Howkins, 2007: 24-26). Yaratıcı ekonomiler, her bir yaratıcı endüstriyel faaliyetin toplamı olarak düşünülen yenilik ve büyüme hedefi ile içinin doldurulabileceği bir kamu politikasıdır. Dolayısıyla fikri mülkiyet, teknoloji ve kültürel birçok ögenin yaratıcılık ve ekonomiye konu olan tüm yönleri, yaratıcı ekonominin konusunu oluşturmaktadır. Yaratıcılık kapsamlı şekilde Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) çalışmalarında incelenmiştir. Bu çalışmalarda yaratıcılık hakkında ortak bir tanım olmadığını ama yaratıcılığın artistik, bilimsel ve ekonomik türleri var olduğunu ve onların nihayetinde teknolojik yaratıcılıkla bağlantılı olduğu söylenmektedir:

- Artistik yaratıcılık; metin, ses ve görüntülerden yeni orijinal fikirleri üretmek, hayal edebilmek ve dünyayı farklı yollarla yorumlamaktır;
- Bilimsel yaratıcılık; merak etme, problemi çözmek için deney yapma ve problemleri çözmede yeni bağlantıları oluşturma isteğini kapsar;
- Ekonomik yaratıcılık; yenilik içeren teknolojiye, iş uygulamalarına, pazarlamaya vb. ışık tutan dinamik bir süreçtir. Ekonomideki rekabette avantaj sağlar (data.unctad.org, 2008).

Avrupa Birliği'nde yaratıcı ekonomi, kültürel ve yaratıcı endüstriler olarak adlandırılmakta ve şu şekilde tanımlanmaktadır: kültürel değerler, kültürel çeşitlilik, bireysel ve/veya toplu yaratıcılık, yeteneği baz alan; başta entelektüel sermaye yoluyla sosyal ve ekonomik değerler aracılığıyla yenilik, refah ve istihdam yaratma potansiyeli güçlü olan endüstrilerdir (Boix-Domènech ve Rausell-Köster, 2018: 21). Yaratıcı endüstriler bilgi yoğun, yenilikçi, talep oluşturabilen ve küresel olarak ülkelerin rekabet gücünü artıran modellerdir (Esen ve Atay, 2017: 63). Yaratıcı ekonomilerin bir alt sistemi olarak yaratıcı endüstriler, kamu politikalarının farklı araçları kullanılarak ilgili sektörde ülkelerin sahip olduğu beşeri ve maddi potansiyelin harekete geçirilmesi hususunda yardımcı olabilecektir. Bu şekilde farklı sektörlerden elde edilen gerek maddi gerek fikri çıktılar birbirlerini etkileyecek ve destekleyecek bir boyuta erişebilecektir. Bu sayede ekonomiyi oluşturan değerler ve sektörler bütününde bir yaratıcı ekonomi modeli oluşturulabilir. Dolayısıyla, Avrupa Birliği'nin gerek ortak politikaları gerekse stratejik hedefleri arasında yaratıcı ekonomi politikaları ile amaçlanan hedeflerin oldukça benzer olduğunu ifade edebiliriz.

Küresel bir denetim, vergi, finansal hizmetler ve danışmanlık yapan Deloitte şirketinin Yaratıcı Ekonominin Geleceği adlı raporuna göre yaratıcı ekonomi, fikri mülkiyetin üretimini ve kullanımını yönlendiren bireysel yaratıcılık yoluyla refah ve istihdam yaratılmasıyla ayırt edilen çok çeşitli meslekleri içeren bir ekosistemdir (data.deloitte.com, 2021). Yaratıcı ekonomi politikalarına uzun zaman düşük ve orta gelirli ülkeler tarafından gerekli önem verilmemiş; daha sonra yüzden fazla ülkenin farklı seviyelerde kalkınma planında yer almaya başlamış, fakat yaratıcı ekonomi farklı ülkelerde farklı şekilde adlandırılmış. (data.ceinternational1892.org, 2020; Runde ve Metzger, 2019).

Tayvan 'Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler Geliştirme Yasası' (data.law.moj.gov, 2021), yaratıcı ekonomiyi kültürel ve yaratıcı endüstri olarak adlandırmaktadırlar. Yasaya göre; yerel halkın estetik düzeyini artırmanın ve yaşam ortamlarını iyileştirmenin yanı sıra refah ve iş

fırsatları yaratmak için fikri mülkiyeti kullanma potansiyeline sahip, yaratıcılık veya kültürel birikimden kaynaklanan endüstriler; yaratıcı ekonomi olarak nitelendirilmiştir. Columbia Bölgesi için yapılmış Yaratıcı Ekonomi Stratejisi'ne göre yaratıcı ekonomi, genellikle büyümeyi yönlendirmek için yaratıcılık, yenilikçilik ve bilgiden yararlanan ekonomik faaliyet olarak tanımlanır. Yaratıcı Ekonomide kuruluşlar çeviktir, ürünlerde ve dağıtım yöntemlerinde yenilikler yoluyla müşterilere sürekli olarak yeni değerler sunar (data.dmped.dc.gov, 2020). Avustralya'nın Ekonomik Kalkınma Çerçevesi kapsamında Kuzey Bölgesi 2020-2024 yılları için hazırlanan Yaratıcı Endüstri Stratejisi'ne göre yaratıcı endüstriler, bireysel yaratıcılık, fikirler, beceri ve yetenek tarafından yönlendirilir. Bu nedenle büyüme ve yenilikçi ekonomilere ve topluluklara katkıda bulunma potansiyeline sahiptirler (data.tfhc.nt.gov, 2021). Kore hükümetinin tanımına göre yaratıcı ekonomi, hayal gücü ve yaratıcılığı bilim, teknoloji, bilişim ve iletişim teknolojileri ile bütünleştirerek / hizalayarak yeni endüstriler ve pazarlar oluşturan ve geleneksel endüstrileri güçlendirerek insana yakışır işler yaratan yeni bir ekonomik stratejidir (data.unctad.org, 2018).

3.1. DCMS'nin Yaratıcı Ekonomi Tanımı ve Sınıflandırması

Yaratıcı ekonomi son yıllarda büyük ilgi görmektedir, buna üç ana sebep vardır. İlk olarak, hızlı büyüme potansiyeline sahip olunması; ikinci olarak, yenilik ve refah ile yüksek seviyede ilişkilendirilmesi ve üçüncü olarak uluslararası ticarete ülkelerin rekabetine katkı sağlamasıdır (data.izka.org, 2021). Yaratıcı ekonomi kavramı ilk defa yaratıcı endüstri olarak 1994 yılında 'Yaratıcı Ulus' raporunda Avustralya'da dile getirilmiştir (Hamamcı, 2020: 3982). Sonradan İngiliz Hükümeti tarafından kabul görülüp bugünkü konsepti oluşturulmuştur. İngiliz Dijital Kültür Medya ve Spor Dairesi'nin (DCMS) yaptığı tanıma göre yaratıcı ekonomilerin özünde bireysel yaratıcılık ve becerileri içeren, fikri mülkiyet hakkının edinilmesi ve kullanılması yoluyla, refah seviyesinin artırılması ve yeni meslek alanları yaratmaya dayalı iş potansiyeli olan endüstriler ifade edilmektedir (Büker, 2017: 434). Ekonomiye katkılarını değerlendirmek ve gelişimi takip etmek için geliştirilen bir politika kapsamında 1998 yılında İngiltere'de DCMS tarafından 'Yaratıcı Endüstriler Haritalama Belgesi' adlı çalışma yayınlanmıştır. Bu çalışma 2001 yılında tekrar yayınlanmış ve ulusal düzeyde başlayıp yerel düzeye kadar yaratıcı endüstrilerin politika oluşturmalarında dikkate alınması gerektiği vurgulanmıştır (O'Dair, 2019: 5).

Yaratıcı ekonomi yaratıcı endüstrilerden oluşmaktadır. Son yıllarda yaratıcı endüstrilerin yapısal özelliklerini anlamak için farklı sınıflandırma yöntemleri ortaya koyulmuştur. Her tanım ve sınıflandırma modelinin amacı, işleyiş şekli ve belirli mantığı vardır (data.unctad.org, 2008). 1998 yılında yayımlanan Haritalama Belgesi'nde 13 yaratıcı endüstri yer almışsa da yapılan değişikliklerden sonra 2014 yılında yeniden belirlenen standartlar neticesinde 9 yaratıcı endüstri oluşturulmuştur. DCMS 2002 yılında uygulamaya koyduğu politikalar kapsamında bu endüstriler her türlü istatistiksel veriyi ve çalışmayı paylaşmaktadır (data.izka.org, 2021).

Şekil 2. DMCS Yaratıcı Endüstrileri



Kaynak: kalkinmahkutuphanesi.org, 2021.

3.2. Howkins'in Yaratıcı Ekonomi Tanımı ve Sınıflandırması

2001 yılında *Howkins'in Yaratıcı Ekonomi: İnsanlar Fikirlerinden Nasıl Para Kazanabilir* adlı kitabı bugünkü anlamda yaratıcı ekonomi politikalarının oluşumunda önemli katkılar sunmuştur. Howkins'e göre yaratıcı ekonomi yaratıcılıktan kaynaklanan ve ekonomik değeri olan ekonomik bir mal veya hizmete sahip yaratıcı ürünlerin işlemleridir (data.ceinternational1892.org, 2012). Howkins yaratıcılık ve ekonomi arasındaki ilişkiyi bağdaştırmaya çalışmış ve yaratıcı ekonomi kavramını geniş çapta kullanarak bunun on beş türlü yaratıcı endüstriyi kapsadığını bunların sanattan, bilim ve teknolojiye farklı alanlarda uygulanabileceğini ifade etmiştir.

Howkins (2005), yaratıcı ekonomiyi oluşturan endüstrilerin farklı biçimde sınıflandırılabilmesinin arkasında kendisinin piyasalar üzerinde yaptığı gözlemler etkili olmuş ve insanların fikirlerini nasıl sattıklarına ve satın aldıklarına odaklanılması gerektiğine ve bunu da piyasaya en iyi biçimde nasıl yansıtılabildiğine odaklanılması gerektiğine dikkat çekmiştir. Ona göre piyasaların arz ile talepleri yansıtma düzeyi ülkelerin piyasalarını kıyaslamak için imkân tanıyacaktır. İngiltere'nin yaptığı yaratıcı endüstriler sınıflandırmasının her ülkenin koşullarına göre şekillenebileceğini ileri süren Howkins'in (2007) oluşturduğu sınıflandırma tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Howkins Sınıflandırması

Endüstri	Açıklama
Reklamcılık	Bir telif hakkı işi olmaktan, hem bir telif hakkı hem de bir ticari marka işine dönüşüyor.
Mimarlık	Mimarlar; savunma, eğitim, sağlık ve gıdadan sonra dünyanın en büyük beşinci sektörü olan yapı ve inşaat sektörünü besleyen yaratıcılığı sağlar.
Sanat	Sanat pazarı, yalnızca benzersiz veya nadir olan orijinal eserlerle ilgilenmesi bakımından tanımın dışındadır. Çoğu endüstri mümkün olduğu kadar çok yeni kopyayı çoğaltmaya ve satmaya çalışırken sanat satıcıların amacı nadirliği öne sürmektir.
El sanatları	El sanatları iki ayrı piyasada gelişir: sanat galerilerinde sergilendiği ve müzayedede satıldığı sanat piyasalarında ve ayrıca çok daha büyük turizm ve eğlence pazarlarında.
Tasarım	Kullanıcıların ve üreticilerin karşılıklı faydası için ürün ve sistemlerin işleyişini, değerini ve görünümünü optimize eden terim ve özelliklerin oluşturulma ve geliştirilmesidir.
Moda	Tasarımcı modası küçük olmasına rağmen yoğun rekabet içinde olan iştir: sanat, el sanatları, tasarım, üretim, perakendecilik ve reklamın değişkenlerinden oluşan bir karışımıdır. Boyutuyla orantısız bir etkisi olan küresel tekstil ve giyim sektörünün en görünür ucudur.
Film yapımıcılık	Film, başarının hızla gelebileceği ve bir başarının yeterli olabileceği bir sektördür (müzik ve yazın diğerleridir). Bu sektör dört ana sektörden oluşmaktadır: Amerikan üretimi; diğer ulusal üretim; Amerika'ya ait küresel dağıtım şirketleri ve sinemaları, TV kanalları ve DVD satış noktalarına sahip binlerce yerel şirketler.
Müzik	Müzik, yaratıcı ürünlerin en soyutudur. Bu sektör dört ana sektörü içermektedir: 1) besteleme 2) verim 3) yayınlama 4) ses kayıtları
Performans sanatları	Sahnede sergilenen her türlü performansı içerir. Dünyanın en büyüğü olan ve iyi bilinen yapılarından, küçük yerel mekân yönetimine kadar geniş bir alanı kapsar. Aktiviteler şunları içerir; yazma, yapımıcılık, oyuncu seçimi, yönetmenlik ve performans becerileri; tasarım, aydınlatma ve ses, kostüm, set yapımı, pazarlama, yönetim.
Yayıncılık	Müzik yayıncılığı gibi kitap ve süreli yayıncılık, gazeteler nispeten yerel kalsa da küresel holdinglerin bu sektörde önemli bir gücü vardır. Elektronik yayıncılık, özellikle internet vasıtasıyla hızla büyümüştür. Fakat elektronik yayıncılığın ne ölçüde dergi yayıncılığının bir uzantısı olduğu veya başlı başına bir endüstri olup olmadığı net değildir.

Tablo 3 (Devam). Howkins Sınıflandırması

Ar-Ge	Bu bölümde şirketler, üniversiteler ve araştırma kuruluşları tarafından yürütülen bilimsel ve teknik Ar-Ge faaliyetleri ele alınır. Ar-Ge bir patent işidir. Her Ar-Ge bir patentle sonuçlanmaz, ancak neredeyse tüm patentler Ar-Ge'den doğar veya başarılı bir başvuru hazırlamak için bir Ar-Ge unsuruna ihtiyaç duyar. Aynı zamanda, ikincil olarak, bir telif hakkı işidir. Sektör birkaç yolla ölçülebilir: en yaygın olarak kullanılan ikisi Ar-Ge harcamaları ve verilen patent sayısıdır.
Yazılım	Bilgisayar programlarının tasarımının ve yazımının bir yaratıcılık faaliyeti olduğu nettir. Her tür yazılımı ilgili kategoriye dahil etmek mantıklı olabilir; böylece endüstriyel bir süreç için yazılım yapımı ve satışı Ar-Ge'ye dahil edilecek ve bilgisayar destekli tasarımlar oluşacaktır.
Oyuncak ve oyunlar (video oyunlar dahil)	Oyuncak ve oyunların tasarımı, üretimi ve satışı, TV ve video oyunlarının büyümesinden etkilenmiştir. Bir oyuncak veya oyun, birkaç tür fikri mülkiyet için uygundur. Adı ticari marka olabilir, tasarımı ve sanatsal unsurları telif hakkı ile korunmaktadır.
Televizyon ve radyo yayıncılık	Teknik terimlerle yayıncılık, seslerin ve resimlerin frekans yoluyla alıcılara gönderilmesinden oluşan oldukça spesifik ve basit bir işidir. Radyo ile başlayan bu süreçte TV, yarım yüzyılda ilgi çekici bir teknik cihazdan dünyanın en popüler eğlence şekline dönüşmüştür.
Bilgisayar oyunları	Bu sektör üç ana sektörü kapsamaktadır: tescilli konsollara ve yazılımlara sahip konsol bazlı oyunlar; bilgisayarda oynanabilen CD ve DVD oyunları ve çevrimiçi oyunlar.

Kaynak: Howkins, 2007; Esen ve Atay, 2017: 64.

3.3. Birleşmiş Milletler'in Yaratıcı Ekonomi Sınıflandırması

Yaratıcı ekonominin gelişmesine Birleşmiş Milletler'in yaptığı katkı büyüktür. Yapılan araştırmalar, yayınlar, düzenlenen konferanslar yaratıcı ekonominin özünü, potansiyelini değerlendirmede büyük öneme sahiptir. Birleşmiş Milletler Genel Sekreterliği 2019 yılında 2021 yılını Uluslararası Yaratıcı Ekonomi ve Sürdürülebilir Kalkınma Yılı olarak ilan etmiştir. Daha öncesinde ise UNCTAD bu alanda çalışmalara başlamış ve incelemeler yaptıktan sonra 2008 yılında Yaratıcı Ekonomi Raporu'nu yayınlamıştır. Bu raporda yaratıcı endüstri ve yaratıcı ekonomiye ilişkin açıklamalar yer almaktadır. UNCTAD, yaratıcı endüstrileri yaratıcılığın ve entelektüel sermayenin ana kaynak olarak görüldüğü ürünlerin ve hizmetlerin ortaya konulduğu, üretme ve dağıtım aşamalarını kapsayan bir işlem olarak tanımlamaktadır (data.unctad.org, 2008). Yaratıcı endüstriler farklı küçük sektörlerden oluşan faaliyetleri kapsar. UNCTAD özelliklerine göre bunları dört ana gruba ayırmıştır: kültürel miras, medya, sanat ve fonksiyonel yaratıcılık (data.unctad.org, 2010). Bu endüstrilerin çekirdeği sadece sanatla sınırlı kalmayıp ticaret ve telif haklarından gelir oluşturan bilgi bazlı faaliyetleri içermektedir ve yaratıcı içerikli, ekonomik değeri olan ve piyasa hedefli somut ürünler, entelektüel ya da sanatsal hizmetleri kapsamaktadır (data.open.unido.org, 2021). Buna benzer

bir tanımı da United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organisation (UNESCO)'dan gelmiştir: "bireysel yaratıcılık, yetenekleri baz alan refah ve yeni iş yeri yaratma potansiyeli var olan, fikri mülkiyet oluşturabilen ve bunları işleten tüm sektörlerdir". Sanayileşmiş ve gelişmekte olan devletlerin hem iktisadi hem kültürel kalkınmasına olan etkileri vurgulanmaktadır (data.open.unido.org, 2021). Bu tanımlardan yola çıkarak yaratıcı endüstrileri inovasyona dayalı araştırma ve yazılımı geliştirmek için faaliyetlerle kültür endüstri kaynaklı üretilen ürün ve hizmetleri kapsayan geniş ürünler dizisi olarak tanımlayabiliriz (data.unctad.org, 2018).

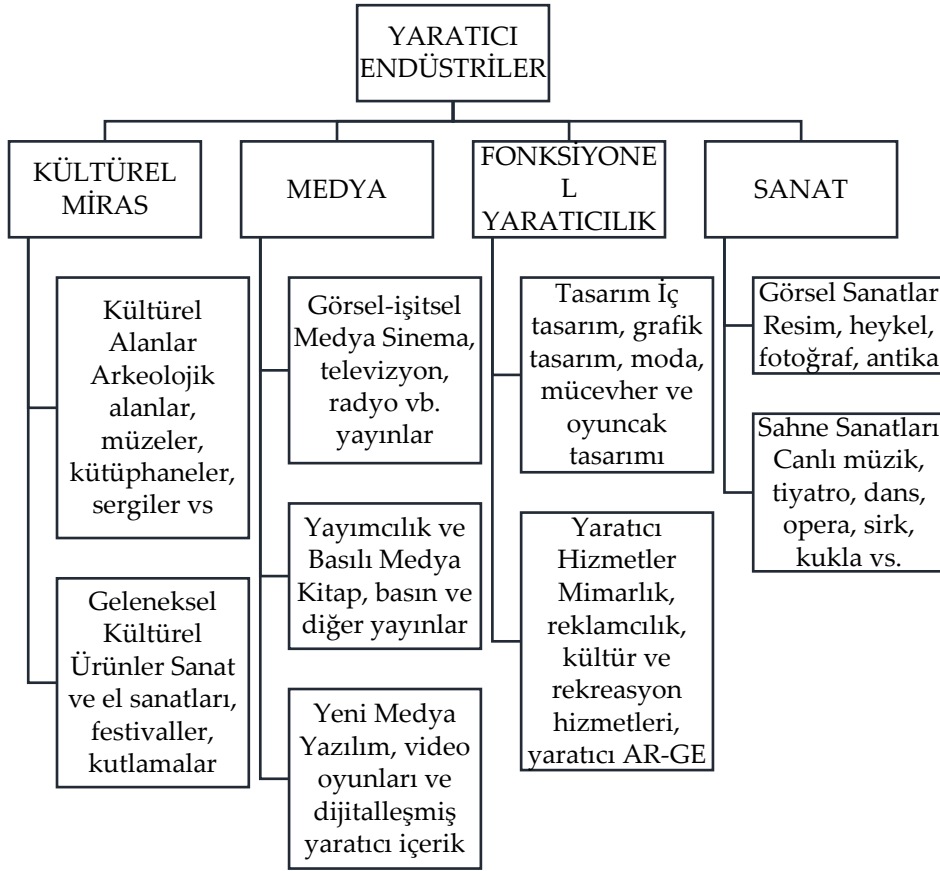
Birleşmiş Milletler Brezilya'da 2004 yılında gerçekleşen UNCTAD XI Konferansında yaratıcı endüstriler kavramının uluslararası ekonomi ve kalkınmada yer almasında büyük katkıda bulunmuştur (data.unctad.org, 2008). UNCTAD, UNESCO ve United Nations Development Programme (UNDP) tarafından ortaklaşa yürütülen çalışmaların neticesinde Yaratıcı ekonomi raporları ortaya koyulmuştur. Bu çalışmalar yaratıcı ekonominin uluslararası ticarete yer alması gerektiğine işaret ederek; bu sektörlerin yaratıcı ekonomi içindeki yerinin ve işleyişinin kavranmasının, bu yeni modelin başarı olasılığına yapacağı katkıya destek olacağına işaret etmektedir (data.unctad.org 2010; data.uis.unesco.org, 2013).

UNCTAD'a göre yaratıcı ekonomi yaratıcılık bazlı ekonominin büyümesi ve gelişmesi için potansiyeli olan bir konsepttir. Yirminci yüzyılın son on yılında ortaya çıkan yaratıcı ekonomi kavramı; ekonomi, kültür, bilim ve teknoloji arasındaki senteze dayalı bir ekonomik sistem olarak, giderek artan sayıda birey ve kuruluş yaratıcılığın gelişimin motoru olduğunu vurgulamaktadırlar (Guilherme, 2017: 1). Yaratıcı ekonomi şöyle özelliklere sahiptir:

- Gelir elde edebilmesini, yeni iş yerleri oluşturmasını, ihracatın yükselmesini sağlar ve aynı zamanda kültür çeşitliliği, sosyal entegrasyonu ve insanların gelişmesini teşvik eder,
- Teknoloji, fikri mülkiyet ve turizm entegrasyonunda olan ekonomik, kültürel ve sosyal yönleri kapsar,
- Kalkınma boyutu olan makro ve mikro seviyelerde genel ekonomiyle kesişen bağlantılı bilgiye dayalı ekonomik faaliyetler dizisidir,
- Yenilikçi kamu politikası gerektiren uygulanabilir bir geliştirme seçeneğidir. Yaratıcı ekonominin çekirdeği ise yaratıcı endüstrilerdir (data.unctad.org, 2010).

Yaratıcı ekonomi ve yaratıcı endüstriler arasında bir fark vardır; yaratıcı ekonomi kavramı yalnızca yaratıcı endüstri sektörünün izlediği yolu izlemekle kalmaz, aynı zamanda diğer alanlara da yayılarak ekonomik bir ekosisteme yaratıcı katkılar sunar (Hartley vd., 2012: 56). UNCTAD'a göre yaratıcı ekonomi daha kapsayıcıdır ve yaratıcı endüstriler yaratıcı ekonominin merkezinde yer alan alt sistemlerdir (data.unctad.org, 2008).

Şekil 3. UNCTAD Sınıflandırması



Kaynak: data.izka.gov, 2021, data.unctad.org, 2008

UNESCO'nun 2013 yılında yayınladığı Yaratıcı Ekonomi Raporu'nda yaratıcı ekonomi ile alakalı kavramlar ele alınmış ve çatı kavramı olarak ise kültür ve ekonomi arasındaki etkileşimi merkeze alan 'kültür ekonomisi' tercih edilmiştir. Bu bakış açısı önem taşır. Çünkü kimliklerin ve değerler sisteminin mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi ile nasıl ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu anlamda ekonominin kendisinin de kültürün bir parçası olduğunu hatırlattırmaktadır (data.uis.unesco.org, 2013). Dolayısıyla devletlerin ekonomik kalkınma ve büyüme gibi algıları yaratıcı ekonomi modelleri vasıtasıyla, bir kültürel kod haline alacak ve bir kamu politikası olarak işlev görebilecektir.

4. Türkiye'de Yaratıcı Ekonomi Modeli Uygulamalarının Genel Uygulamaları

On Birinci Kalkınma Planı, 2022 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı ve Yeni Ekonomi Programı'nda ülkenin uzun ve kısa vadede gerçekleştirilmesi gereken amaç, hedefler ve sorumlu kurumlar belirlenmiştir. Bu plan ve programlarda doğrudan yaratıcı ekonomi kavramı geçmemektedir. Onun yerine, yaratıcı kültür endüstrileri ya da kültür endüstrileri kavramları kullanılmaktadır. Genel olarak bu plan ve programlarda yaratıcı ekonomiye yönelik şu faaliyetlerin yapılması planlanmaktadır: blokzincir bazlı dijital para oluşturmak, katma değeri yüksek üretim ve yayıncılık için yatırım teşviği, 5G istasyon geliştirme, tasarım ve markalaşma geliştirme, esnaf ve sanatkârlara destek, gençlere ve telif haklarına yönelik politikalar, turizm sektörü için yeni piyasa imkânlarını sağlamak.

Türkiye’de yaratıcı ekonomiyi ölçmek için ciro, katma değer, üretim, bu alanlarda çalışan sayısı ve girişimleri yansıtan ve tüm yaratıcı endüstrileri kapsayan tablolar oluşturulmuştur. İstatistiksel veriler 2014 yılı ile başlayıp pandemiden önceki 2019 yılı ve en son olarak 2020 yılını kapsamaktadır. Kanun kapsamında, yaratıcı endüstrilerin bazı yıllarına ait veriler ya kısmen ya da tamamen gizlenmiş, bu sebeple gizli tutulan yıllara ait veriler hesaplanırken, en yakın yılın verisi dikkate alınmıştır.

Tablo 4. Ekonomik Faaliyetlere Göre Yaratıcı Ekonomi

	2014	2019	2020
Ciro ₺	56 342 490 659	113 026 673 011	155 261 621 775
Çalışan sayısı	309 430	342 550	346 781
Üretim değeri ₺	60 395 190 395	117 554 473 568	144 127 517 663
Girişim sayısı	69 316	85 011	88 271
Katma değer ₺	15 111 518 287	33 723 560 487	42 659 162 540

Kaynak: data.tuik.gov, 2021.

Aşağıdaki tabloda Türkiye’nin 2020 yılındaki veriler gösterilmiştir ve yaratıcı ekonomi ile imalat, inşaat, bilgi ve iletişim sektörlerin verileri karşılaştırılmıştır. Tabloya göre yaratıcı ekonominin toplam ciroda payı %1,46’dır ve diğer sektörlerle karşılaştırıldığında çok düşüktür, imalatta %28,8, inşaatla %5,9 ve bilgi ve iletişimde %1,75. Türkiye’nin katma değerinde yaratıcı ekonominin payı %2,38, aynı zamanda imalatın payı %47, inşaatın %9,6 ve bilgi ve iletişimin %2,95, yani yaratıcı ekonominin seviyesi en düşüktür. Fakat katma değeri oranına bakıldığında yaratıcı ekonominin payı (%29,6) imalat (%22,7) ve inşaatın (%15,5) payından daha yüksektir.

Tablo 5. Yaratıcı Ekonomi Modelinde Pay Dağılımı

Sektör	Ciro %	Üretim %	Katma Değer %			İstihdam		
	Ciro. Payı	Üretimdeki Payı	Katma Değer Oranı	Katma Değeri İçindeki Payı	Katma Değerdeki Payı / Üretimdeki Payı	Emek Verimliliği ₺	İstihdamdaki Payı	Girişim Sayısındaki Pay
Yaratıcı Ekonomi	1,46	2,38	29,6	2,58	1,08	123 014	2,17	2,67
İmalat	28,8	47	22,7	39	0,82	149 505	27	12,4
İnşaat	5,9	9,6	15,5	5,4	0,56	63 294	9	7,4
Bilgi ve İletişim	1,75	2,95	37,2	4	1,3	269 983	1,53	1,2

Kaynak: data.tuik.gov, 2021

Türkiye ekonomisinde imalatın ve inşaatın yeri büyüktür ve mutlak rakamlarla karşılaştırıldığında diğer sektörlerden daha büyük bir paya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Fakat mutlak rakamlar yerine nispi rakamlar üzerinden hesaplandığında yaratıcı ekonominin göstergeleri daha tutarlı hale gelmektedir. Bunun için şu şekilde hesaplama yapılmaktadır Katma değerinde X sektörün payı/ Üretim değerinde X sektörün payı, olarak sınıflandırma yapılmaktadır (data.izka.org, 2021). Bu şekilde yapılan hesaplama göre yaratıcı ekonominin payı %1,08, imalatın %0,82, inşaatın %0,56 ve bilgi ve iletişim %1,3. Bu oran 1 ise katma değer ile üretim değeri eşittir. Anlaşıldığı gibi 1'den yüksekse katma değer üretim payından daha yüksektir, 1'in altında ise tam tersi söylenebilir. Bu mantıkla bakıldığında yaratıcı ekonomi ile bilgi ve iletişim ekonomisi daha yüksek katma değeri sağlamaktadır.

Yaratıcı ekonomi farklı endüstrilerden oluşmaktadır, aşağıdaki tablo ayrıntılı olarak farklı ekonomik göstergelere göre ele alınmıştır.

Tablo 6. Ayrıntılı Yaratıcı Endüstri Göstergeleri

Sektörler	Ciro ₺	Katma değer ₺	Üretim değeri ₺	Katma değer oranı %	Çalışan sayısı	Emek verimliliği ₺	Girişim sayısı
Reklam ve Pazarlama							
7021	607 811 239	223 437 152	595 068 421	37,55	3 125	71500	720
7311	23 348 925 792	4 034 571 975	21 815 900 434	18,49	59 212	68138	14 548
7312	12 998 850 677	1 361 467 216	13 464 962 333	10,11	7 290	186758	897
Mimarlık							
7111	9 011 063 701	1 777 567 208	8 167 347 803	21,76	37 333	47614	13 446
El Sanatları							
3212	16 355 159 827	1 982 422 386	15 815 412 667	12,53	27 128	73077	5 558
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım							
7410	2 913 796 040	470 640 386	2 641 649 508	17,82	12 550	37501	5 111
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğrafçılık							
5911	6 125 919 382	1 579 198 008	5 989 992 292	26,36	12 516	126174	2 817

Tablo 6 (Devam). Ayrıntılı Yaratıcı Endüstri Göstergeleri

5912	403 533 510	98 319 751 (2019)	402 582 088	24,42	1 542	63761	571
5913	708 638 068	265 187 134	640 950 088	41,37	531	499411	109
5914	521 275 797	334 670 208 (2019)	482 068 119	69,42	3 647	91766	269
6010	266 587 490	46 166 940	306 249 330	15,07	1 571	29387	733
6020	6 116 310 266	1 659 178 306	6 088 755 724	27,25	8 592	193107	683
7420	1 313 132 296	130 444 568	943 670 885	13,82	16 373	7967	9 700
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri							
5821	4 610 098 831	460 822 453	4 612 572 195	9,99	619	744463	135
5829	782 683 411	274 032 831	681 034 876	40,24	1 019	268923	146
6201	39 283 695 587	19 052 417 246	36 514 975 695	52,18	82 203	231773	15 183
6202	19 518 953 593	6 409 434 812	15 259 847 610	42,00	31 563	203068	5 073
Yayımcılık							
5811	4 033 487 400	997 108 598	3 424 167 652	29,12	7 129	139867	1 415
5812	gizli	gizli	gizli	gizli	gizli	gizli	gizli
5813	2 008 454 790	661 084 764	1 974 947 024	33,47	10 539	62727	1 238
5814	725 692 765	197 648 889	695 982 675	28,40	3 141	62925	859

Tablo 6 (Devam). Ayrıntılı Yaratıcı Endüstri Göstergeleri

5819	1 039 263 407 (2018)	gizli	gizli	gizli	1 054 (2016)	gizli	gizli
7430	477 079 396	174 952 940	473 177 155	36,97	3 610	48463	1 974
Müze, Galeri ve Kütüphaneler							
9101	33 002 345	11 686 236	20 420 218	57,23	193	60550	24
9102	51 806 091	11 136 655	62 183 539	17,91	351	31728	41
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar							
5920	552 043 960	143 242 939	543 772 977	26,34	1 328	107864	701
8552	156 113 743	25 400 951	141 922 941	17,90	2 523	10068	953
9001	1 069 150 460	663 927 366	1 058 530 714	62,72	5 866	113182	3 604
9002	683 536 179	163 664 320 (2019)	605 923 465	27,01	2 777	58936	993
9003	112 876 922	45 984 581	89 111 730 (2019)	51,60	982	46827	555
9004	471 942 217 (2015)	173 167 167 (2019)	703 449 235	24,62	1 528	113329	215

Kaynak: data.tuik.gov, 2021.

Yaratıcı ekonomide 2020 yılında en yüksek ciroya bilgisayar programlama (6201) endüstrisi olduğu görülmektedir. Cirosu 39 283 695 587 ₺ ve toplam yaratıcı ekonominin cirosunun %25'ini oluşturmuştur. Reklam ajansları (7311) ise 23 348 925 792 ₺ ciro ve %15 payı ile ikinci sırada yer almaktadır. Katma değer açısından bakıldığında da 19 052 417 246 ₺ ile ilk sırada bilgisayar programlama (6201) endüstrisi yer almaktadır, ikinci sırada ise 6 409 434 812 ₺ değeri ile bilgisayar danışmanlığı (6202) endüstrisi olmuştur. Bilgisayar programlama,

bilgisayar danışmanlığı ve reklam ajansları endüstrileri yaratıcı ekonomi toplam katma değerinin %68'ini oluşturmaktadır.

SONUÇ

İlk çağlardan küreselleşmeye kadar geçen süreçte ticaret ve ekonomi alanında birçok farklı politik araç ve yöntem kullanılmıştır. Günümüz küresel piyasa ekonomi aktörlerinin kaizen, toplam kalite yönetimi, benchmarking ve outsourcing gibi birtakım yaklaşımlar ve taktiksel manevra ağları uygulamış olduğunu söyleyebilir. Ancak küresel piyasalarda yenilik, zaman, kaynak ve maliyet ilişkilerine oldukça önem verilmektedir. Sadece firmalar ya da endüstrinin farklı kolları değil, hükümetler de ekonomideki bu değişimin sağlayacağı kazanımları elde etme hususunda yardımcı olabilecek kamu politikası niteliğindeki kararları almaktadırlar. Nitekim bu durum ülkeleri yaratıcı ekonomi modellerinden de yararlanmaya itmektedir.

Her endüstriyel faaliyetin çıktısından yaratıcı ekonomiye konu olabilecek bir değer elde etmek, bu politikanın temellerinden biridir. Yaratıcı ekonomi modelinde her bilgi üretimi artırmak ve yeni şeyler ortaya koymak adına önemlidir. Dolayısıyla, her bir sürecin çıktısı, sürecin kendisi, farklı süreçlerin etkileşimi ve çıktıların etkileri dahi yeni ekonomik değerler olarak dönüştürülerek ekonomiye kazandırılacaktır. Ülke endüstrilerinin küresel alandaki rekabet gücüne katkı sağlanacaktır.

Endüstriyel faaliyetlerde yapılması planlanan bu sistemin bir kamu politikası olarak benimsenmesi gerekmektedir. Çünkü kamu politikaları ülke içerisindeki tüm aktörlere hedef ve vizyon geliştirmede katkı sağlayabilir. Yaratıcı ekonominin kamu politikası olarak benimsenmesi, ülke içerisindeki eğitim sisteminden bürokratik yapılanmaya kadar birçok alanda bu yönde çabalara hazır ve uyumlu olmayı sağlayacak yapının oluşumuna katkı sağlayacaktır.

Yaratıcı ekonomi kavramı Türkiye için nispeten yeni olduğundan dolayı yapılan akademik çalışmalar ele alındığında yerli kaynakların çoğunda yabancı literatürden faydalandığı ve bu çalışmaların büyük kısmı ekonomik açıdan değerlendirmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu çalışmada hem ekonomik hem kamu politikaların değerlendirilmeleri içermektedir, ayrıca COVID-19 pandemi sürecinde yaratıcı ekonominin ne kadar etkilendiği incelenmiştir.

Genel olarak uluslararası seviyede mevcut durumu ekonomik açıdan değerlendirmek amacıyla OECD'nin güncel verileri faydalanmıştır. Yaratıcı endüstrilerin katma değeri toplam ekonomideki payı açısından Avrupa ülkeleri önde olduğu tespit edilmiştir, Türkiye ise bu sıralamada % 4,9 göstergesiyle ortada yer almaktadır. OECD ülkelerin çoğunda bilgisayar programlama ve yönetim danışmanlığı ilgili faaliyetlerin diğer yaratıcı endüstrilerden önde geldiği görülmüştür, Türkiye'nin göstergeleri de 8 177,4 milyon dolar değeriyle bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler sektöründe daha gelişmişlik göstermektedir.

Türkiye'nin ekonomisinde yaratıcı ekonominin yerini tespit etmek için ciro, çalışan sayısı, üretim değeri, girişim sayısı ve katma değer gibi göstergeler üzerinden değerlendirilmiştir. Özellikle pandemi ve pandemi önceki sene dikkate alınmıştır. Salgınun getirdiği olumsuz etkilere rağmen yaratıcı ekonomi büyüme gösterdiği gözlenmiştir. Tabii

yaratıcı ekonomi ekonominin imalat, inşaat, bilgi ve iletişim sektörlerine göre daha az paya sahiptir fakat yaratıcı endüstrilerin katma değeri üretim payından daha yüksek olduğunu göz önünde bulundurmamız gerekir.

Yaratıcı ekonominin 2020 yılın toplam cirosu 155 261 621 775 TL olmuştur. Bu açıdan bilgisayar programcılığı % 25 ve reklam ajansları %15 payıyla ilk sıralarda yer almaktadır. Aynı yılda katma değeri 42 659 162 540 TL olan yaratıcı endüstriler arasında bilgisayar programcılık ve danışmanlık sektörleri lider pozisyonundadırlar. Yaratıcı ekonomide toplamında 346 781 insan çalışmaktadır, en çok istihdama bilgisayar programlama (82 203) ve reklam ajansları (59 212) sektörlerine sahiptir. Emek verimliliği açısından bilgisayar oyunlarının yayınlanması (744 463 ₺), sinema filmi, video ve televizyon programların dağıtımı (499 411 ₺), Diğer yazılım programlarının yayımlanması (268 923 ₺) ve bilgisayar programlama (231 773 ₺) endüstrileri önde gelmektedir.

2021 yılında ihracatta yaratıcı ürünlerin payı % 8,22 (18 526, 685 bin dolar) ve ithalatta % 5 (13 617, 061 bin dolar) olmuştur. 2021 yılında hem ihracatta hem ithalatta yaratıcı ürünlerin arasında iç mekân ürünleri büyük paya sahiptir, ihracatta % 17,1 ve ithalatta %25. İkinci sırada ihracatta müzik enstrümanları (% 12,2) ve ithalatta ise iplik ürünleri (% 12,4) yer almaktadır. Üçüncü sırada ithalatta oyuncaklar (% 9,2), yine ithalatta ise diğer el sanatları (% 8,3) yerleşmiştir. Yaratıcı ürünlerin ihracat ve ithalatı karşılaştırıldığında Türkiye'nin ihracatı ithalattan % 26,5 oranla üstünlük sağlamaktadır. İhracatın pandemiden önceki ve sonraki hali karşılaştırıldığında pandemide düşüş yaşansa da 2021 yılında artış göstermiştir. İthalat açısından düşüş görülmektedir. Genel olarak ele alındığında ihracat ithalatın üzerinde olması ve pandemiden sonraki artış pozitif gösterge olarak sayılabilir.

Yaratıcı ekonominin çalışmada bahsedilen sektörlerinin çerçevesi daha kapsayıcıdır. Türkiye'ye özgü kültürel değerler ve sosyal medya, blokzincir gibi teknolojik gelişmeler sayesinde bu sektörler daha da genişletilebilir, bunun için daha derin saha araştırmaları yapılması ve daha kapsayıcı kamu politikaların oluşturulması gerekir, bunları yaparken trendlerin hızlı değişen doğası dikkate alınması önemlidir. Yaratıcı ekonominin potansiyelini gerçekleştirince hem ekonomik büyüme hem kültürel zenginliklerin korunması sağlanabilir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada içerisinde sunduğumuz verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimizi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumuzu, çalışmada yararlandığımız eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimizi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımızı, çalışmanın özgün olduğunu bildiririz. Aksi bir durumda aleyhimize doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimizi beyan ederiz.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Bu çalışma iki yazar tarafından hazırlanarak ortaya konulmuştur. Çalışma 2022 yılında savunulan yüksek lisans tezinden türetilmiştir. Veriler birinci yazar tarafından çalışmaya eklenmiş olup, teorik kısım ikinci yazara aittir.

Çıkar Beyanı

Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Balcı, A. (2013). *Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar*. (3.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Beşkardeşler, M. (2021). *Türkiye'nin E-Devlet Politikasının Kamu Politikası Açısından Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.
- Biçer, M. ve H. H. Yılmaz (2009). "Parlamentonun Kamu Politikası Oluşturma ve Planlama Sürecindeki Konumunun Yeni Kamu Mali Yönetim Çerçevesinde Değerlendirilmesi". *Yasama Dergisi*, (13), 45-84.
- Boix-Domènech, R. ve P. Rausell-Köster (2018). *The Economic Impact Of The Creative Industry In The European Union. Drones and The Creative Industry*. (Ed. V. S. Campos ve M. V. Ona). Cham: Springer International Publishing.
- Büker, N. (2017). "Sinema – Televizyonda Mesleki Yeterlilik ve Ekonomik Kalkınmaya Katkısı: Sayısal Verilerle Avrupa Ülkeleri ve Türkiye Karşılaştırması". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 10 (1), 433-453.
- Çalı, H. H. (2012). "Aile İçi Şiddet: Bir Kamu Politikası Analizi". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (2), 1-25.
- Çetin, F. G. (2021). "Türkiye'de Kamu Politikası Oluşturma Sürecinde Gündem Belirleme: Sağlıkta Dönüşüm Programına Yönelik Bir İnceleme". *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11 (2), 667-682.
- Demirhan, Y. (2016). *Türk Siyasal Hayatında Ak Parti Dönemi. Kamu Politikaları Kavramsal ve Kuramsal Bir Çerçeve*. (Ed. S. Aslan ve Y. Demirhan). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Dye, T. R. (1987). *Understanding Public Policy*. New Jersey: Pearson Education.
- Dye, T. R. (2013). *Models of Politics Some Help in Thinking about Public Policy*. United States: Pearson Education.
- Erat, V. (2014). "Türkiye'de Kamu Politikası Alan Yazını Üzerine Bir İnceleme". *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, (10), 92-117.
- Esen, Ü. B. (2016). *Yaratıcı Ekonomi Odağında Yaratıcı Şehirler: Türkiye Örneği*. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Esen, Ü. B. ve Ö. Atay (2017). "Ekonominin Yeni Yüzü Yaratıcı Ekonomi". *Sosyoekonomi*, 25 (33), 59-80.
- Guilherme, L. (2017). "Creative Economy: Thematic Perspectives Addressed and Research Methodologies Adopted". *Brazilian Journal of Science and Technology*, (4), 1-17.
- Hamamcı E, E. D. (2020). "Türkiye'de Yaratıcı Ekonominin Uluslararası Rekabet Gücü". *Turkish Studies*, 15 (8), 3979-4007.

- Hartley, J., J. Potts, S. Conningham, T. Flew, M. Keane ve J. Banks (2012). *Key Concepts in Creative Industries*. Australia: SAGE Publications Ltd.
- Howkins, J. (2005). Creative Industries. *The Mayor's Commission on the Creative Industries*. (Ed.J. Hartley). 117-125. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Howkins, J. (2007). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. England: Penguin Books.
- Howlett, M. ve M. Ramesh (2003). *Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems*. Canada: Oxford University Press.
- Howlett, M. (2005). *What is a Policy Instrument? Tools, Mixes, and Implementation Styles: Designing Government: From Instruments to Governance*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Howlett, M. ve B. Cashore (2014). "Conceptualizing Public Policy". *Comparative Policy Studies*, (1), 17-33.
- <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/the-future-of-the-creative-economy.html> (19.10.2021).
- <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/turkiye-de-yaratıcı-endustrilerin-ibbs-2-bolgeleri-duzeyinde-analizi-izmir-e-bir-bakis/1987> (21.03.2021).
- https://dmped.dc.gov/sites/default/files/dc/sites/dmped/publication/attachments/Creative%20Economy%20Strategy%20of%20the%20District%20of%20Columbia%20Full%20Report_0626.pdf (11.12.2020).
- <https://tfhc.nt.gov.au/arts-and-culture/creative-industries-strategy-2020-2024#:~:text=Co%20Ddeveloped%20by%20the%20Chamber,economic%20benefits%2C%20including%20local%20jobs> (07.01.2021).
- <https://izka.org.tr/wp-content/uploads/2021/01/Yaratıcı-Endustriler-Raporu.pdf> (26.12.2020).
- <https://law.moj.gov.tw/ENG/LawClass/LawAll.aspx?media=print&pcode=H0170075> (28.04.2021).
- https://ceinternational1892.org/article/getting-involved-in-the-creative-economy/?gclid=Cj0KCQjwIPWgBhDHARIsAH2xdNdPZqXynafBuTPuSH7qOiJlbd11vS4xziU7gvno0VPHnlsVNOFOxJQaAsGmEALw_wcB (09.11.2020).
- <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Ticaret-ve-Hizmet-115> (06.04.2021).
- https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf (29.05.2021)
- https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf (01.12.2021).
- https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf (08.01.2021).
- http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/2013-creative-economy-report-widening-local-development-pathways-en_1.pdf (31.03.2021).
- <https://open.unido.org/api/documents/4627178/download/The%20creative%20ecosystem%20-%20Facilitating%20the%20development%20of%20creative%20industries> (26.02.2021).

- Hughes, O. E. (2013). *Kamu İşletmeciliği ve Yönetimi*. (Çev. B. Kalkan, B. Akın ve Ş. Akın). Ankara: BigBang Yayınları.
- Karakuş, M. (2001). "Eğitim ve Yaratıcılık". *Eğitim ve Bilim*, 26 (11), 3-7.
- Kulaç, O. ve H. S. Çalhan (2013). "Bir Kamu Politikası Süreci Analizi: Milli Eğitim Bakanlığı ve Yükseköğretim Kurulu Yurtdışı Lisansüstü Bursları". *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (10), 205-225.
- Lascoumes, P. ve P. Le Gales (2012). *Sociologie De L'action Publique: Domains Et Approches*. Paris: Armand Colin.
- Moore, M. (1995). *Creating Public Value: Strategic Management in Government*. London: Harvard University Press.
- Nohutçu, A. (2007). *Kamu Yönetimi*. Ankara: Savaş Yayınevi.
- O'Dair, M. (2019). *Distributed Creativity How Blockchain Technology Will Transform the Creative Economy Faculty of Arts and Creative Industries*. London: Middlesex University.
- Onur, D. ve T. Zorlu (2017). "Tasarım Stüdyolarında Uygulanan Eğitim Metotları ve Yaratıcılık İlişkisi". *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 7 (4), 542-555.
- Özyaprak, M. (2016). "Yaratıcı Düşünme Eğitimi: Scamper Örneği". *Journal of Gifted Education and Creativity*, 3 (1), 67-81.
- Peters, B. G. (1986). *American Public Policy: Promise and Performance*. California: Sage Publication.
- Runde, D. F. ve C. Metzger (2019). *Lessons for Building Creative Economies, Crisis Project on Prosperity and Development*, https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/publication/Runde_StrengtheningCreativeEconomies_v4_WEB.pdf (11.12.2020).
- TDK (2021). Türkçe Sözlük, <https://www.tdk.gov.tr/?s=Yarat%C4%B1c%C4%B1%C4%B1k+>, (06.04.2023).
- Vargas, M. H. F. ve D. R. Restrepo (2019). "The Instruments of Public Policy: A Transdisciplinary Look". *Cuadernos de Administración Journal of Management*, 35 (63), 101-113.

EXTENDED ABSTRACT

Public policies are the output of the decisions taken by the country for a public or private issue. Therefore, countries can put forward public policies to prevent some problems, as well as; They can also make public policies in order to ensure public order, realize economic growth and development, and achieve national goals. Decision makers try to implement the public policies they have created for the determined issues by using the most appropriate public policy tool. Therefore, the success of the public policy, which is planned to be prepared and implemented in a subject, is also related to the determination of appropriate tools and methods.

Creative economy can be characterized as an intellectual effort that takes place in a process that allows the use of knowledge. The concept of creative economy is sometimes used synonymously with the creative industry. But while creative industries are fields of activity, creative economy is an umbrella concept that is subject to public policy. Therefore, the creative economy emerges as a planned, strategic, innovative and changeable economy model. The creative economy model also has the feature of being a preferable tool, model or policy for both developed and developing countries. As a matter of fact, any information or material that can be expressed as inactive in creative economies and that will not cause an input or output for the economy is unthinkable. Creative economic policies have a synergy effect in this sense. It presents externalities that will have greater meaning and impact than the industries that make up the whole. In the study, the definition, formation and process of the creative economy model as a public policy are analyzed. In this direction, different models applied as a creative economy model in the world are included, sectors and services are examined and analyzed in the light of TUIK data.

In the institutional model, public policymaking is explained by the activities and relations in public institutions. In order for a problem to become a policy, it must be put on the agenda, defined and implemented by public institutions. Policies gain legal legitimacy as a result of legal proceedings through public bodies and pass to the implementation stage. Here, public institutions and public policy are in close contact.

The model, also known as the political system approach, was developed by David Easton. In this approach, as in Bertalanffy's General System Theory, the political system is considered as a whole with its environment. Public policy is accepted as a response to environmental demands and demands from within the political system. The political system is defined as a compromise between the institutions and activities that are in a reciprocal relationship, taking the administrative decisions that unite the society and protecting the values of that society.

The process model is widely used in the analysis of public policies. Lasswell's model was initially created as a seven-stage sequence, and later on, there were changes in the studies. When the process model is considered in general, it is seen that it consists of five stages; putting the issue on the agenda, formulating, enacting, implementing and evaluating.

There is no single view or definition about the concept of creativity, it is defined differently in different fields. When the concept of creativity is considered, it is known as the verb 'creare', which means to put something out, to produce in Latin. Creative economies are a public policy that can be filled with the goal of innovation and growth, which is considered as the sum of each creative industrial activity. Therefore, all aspects of intellectual property, technology and many cultural elements that are subject to creativity and economy constitute the subject of creative economy. Creativity has been extensively studied in the work of UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development).

In order to determine the place of the creative economy in Türkiye's economy, it was evaluated through indicators such as turnover, number of employees, production value, number of enterprises and added value. In particular, the pandemic and the previous year were taken into account. Despite the negative effects of the epidemic, it was observed that the creative economy grew. Of course, the creative economy has a smaller share than the manufacturing,

construction, information and communication sectors of the economy, but we need to consider that the added value of the creative industries is higher than the share of production.

The total turnover of the creative economy in 2020 was 155 261 621 775 TL. In this respect, computer programming ranks first with a share of 25% and advertising agencies with a share of 15%. In the same year, the computer programming and consultancy sectors are in the leading position among the creative industries with an added value of 42 659 162 540 TL. A total of 346 781 people work in the creative economy, with computer programming (82 203) and advertising agencies (59 212) sectors having the most employment. In terms of labor productivity, the publishing of computer games (744 463 ₺), motion picture, video and television programs distribution (499 411 ₺), other software programs (268 923 ₺) and computer programming (231 773 ₺) industries are leading.

In 2021, the share of creative products in exports was 8.22% (18 526, 685 thousand dollars) and 5% in imports (13 617, 061 thousand dollars). In 2021, interior products have a large share among creative products both in exports and imports, 17.1% in exports and 25% in imports. Music instruments (12.2%) are in the second place in exports and yarn products (12.4%) in imports. In the third place, toys (9.2%) and other handicrafts (8.3%) took place in imports. When the export and import of creative products are compared, Türkiye's exports outperform imports by 26.5%.

The framework for the sectors of the creative economy mentioned in the study is more inclusive. Thanks to the cultural values unique to Türkiye and technological developments such as social media and blockchain, these sectors can be expanded further, which requires deeper field research and the creation of more inclusive public policies, while taking into account the rapidly changing nature of trends. By realizing the potential of the creative economy, both economic growth and the preservation of cultural richness can be achieved.

SİSTEMATİK BİR LİTERATÜR TARAMASI İLE KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ PAZARLAMA

İbrahim Halil EFENDİOĞLU¹

Öz

Bu araştırmanın amacı kişiselleştirilmiş pazarlama literatüründeki değişimi araştırmak ve bu konuda yapılan çalışmalarını sistematik olarak incelemektir. Bu amaçla çalışmaların makale türü, araştırma yöntemi, örnekleme, örneklem büyüklüğü, veri toplama aracı, değişkenleri ve veri analiz teknikleri analiz edilmiştir. Çalışmanın anakütlesini pazarlama alanına ilişkin birçok dergiyi bünyesinde bulunduran Emerald, Science Direct, Sage, Wiley, Springer, Taylor & Francis ve Dergipark akademik veri tabanları oluşturmaktadır. Çalışmada amaçlı örneklem yöntemi tercih edilmiş ve 2013 ile 2023 arasında yayınlanan makaleler taranmıştır. Bu kapsamda makale başlığında, anahtar kelimelerinde ve özetinde 'kişiselleştirilmiş pazarlama' olan akademik makaleler incelenmiş ve kategoriler oluşturularak analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre kişiselleştirilmiş pazarlamadaki çalışmaların çoğunlukla marka, kaçınma, şüphencilik, tutum, niyet, sosyal medya, kullanışlılık, reklam, algılanan fayda ve maliyet üzerine odaklandığı görülmektedir. Ayrıca kişiselleştirilmiş pazarlama çalışmalarının son yıllarda arttığı ve teorik yayınların uygulamaya dönük yayınlara doğru evrildiği tespit edilmiştir. Bunun yanında kişiselleştirilmiş pazarlama konusunda çalışmalar en fazla Amerika'da, onun ardından Hindistan ve Türkiye'de yapılmıştır. Bu araştırma kişiselleştirilmiş pazarlamaya farklı bir perspektiften bakmakta ve bu konuda çalışacak araştırmacılara rehber niteliğinde olması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler

Kişiselleştirilmiş Pazarlama
Sistematik Literatür Taraması
Kişiselleştirme

Makale Hakkında

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi : 31.08.2023
Kabul Tarihi : 02.10.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1353285

¹ Öğr. Gör. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Enformatik Bölümü, e-posta: efendioglu@gantep.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4968-375X.

PERSONALIZED MARKETING WITH A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Abstract

This research aims to investigate the change in personalized marketing literature and systematically examine the studies on this subject. For this purpose, the studies' article type, research method, sample, sample size, data collection tool, variables, and data analysis techniques were analyzed. The study data consists of academic databases Emerald, Science Direct, Sage, Wiley, Springer, Taylor & Francis, and Dergipark, including many marketing journals. The study preferred a purposeful sampling method, and articles published between 2013 and 2023 were scanned. In this context, academic papers with 'personalized marketing' in the article title, keywords, and abstract were analyzed by creating categories. According to the research results, personalized marketing studies mostly focus on brand avoidance, skepticism, attitude, intention, social media, usefulness, advertising, perceived benefit, and cost. In addition, it has been determined that personalized marketing studies have increased in recent years, and theoretical publications have evolved into practical publications. In addition, most studies on personalized marketing have been carried out in America, followed by India and Turkey. This research looks at personalized marketing from a different perspective and is expected to serve as a guide for researchers who will work on this subject.

Keywords

Personalized Marketing
Systematic Literature Review
Personalization

Article Info

Research Article

Received : 31.08.2023
Accepted : 02.10.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1353285

Kaynakça Gösterimi: Efendioğlu, İ. H. (2023). Sistematik Bir Literatür Taraması ile Kişiselleştirilmiş Pazarlama. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 28-48.

Citation Information: Efendioğlu, I. H. (2023). Personalized Marketing with a Systematic Literature Review. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 28-48.

GİRİŞ

Kişiselleştirme, bire bir pazarlama kapsamında tüketicinin ilgi alanlarına göre sunulan ve karşılıklı iletişimi dayanan tekliflerdir (Başer ve Akıncı, 2020: 870). Farklı bir açıdan kişiselleştirme, ürün ve hizmetlerin üretici tarafından müşterinin davranış veya işlemlerinden elde edilen bilgiler kullanılarak müşteriye uyarlanmasıdır (Montgomery ve Smith, 2009: 131). Bu doğrultuda kişiselleştirme, bir firmanın önceden toplanmış müşteri verilerine dayanarak kişiye uygun pazarlama karması kararıdır (Arora vd., 2008: 307). Daha geniş bir bakış açısıyla kişiselleştirme, doğru ürün ve hizmeti, doğru müşteriye, doğru zamanda ve doğru yerde sunmaktır (Sunnikka ve Bragge, 2012: 10049).

Kişiselleştirilmiş pazarlama, müşterilere veya potansiyel müşterilere özel olarak uyarlanmış reklam, kampanya ve içerik sunma stratejisi olarak tanımlanabilir. Geleneksel pazarlama tekniklerinin aksine, kişiselleştirilmiş pazarlama her bir müşteriye ya da müşteri segmentine uygun, özel olarak hazırlanmış mesajlar ve teklifler sunulmaktadır. Bu durum, müşterilerin daha kişisel bir deneyim yaşamalarını ve markayla daha derin bir bağ kurmalarını sağlamaktadır (Cheung vd., 2003: 232). Firmalar genellikle müşterinin söylediklerine ve müşteri hakkında bildiklerine dayanarak bireysel bir müşteriye yönelik davranışı değiştirmeye isteklidir (Pepper vd., 1999: 152). Bu noktada kişiselleştirilmiş pazarlama, eğitim, ikna ve bireylere kişiselleştirilmiş bilgilerin sağlanmasının bir kombinasyonu yoluyla insanların davranışlarını değiştirmeyi amaçlayan bir programı tanımlamak için kullanılır (O'Fallon ve Sullivan, 2004: 86). Bu yönüyle veri tabanı pazarlamasını, ilişki pazarlamasını ve kitlesel kişiselleştirmeyi içeren kapsamlı bir kavramdır. Dolayısıyla pazarlama karmasının tümünü veya bazı yönlerini uyarlamayı içerebilir (Goldsmith ve Frieden, 2004: 230). Bir promosyon sistemi olarak da düşünülen kişiselleştirilmiş pazarlama, her müşteri için özelleştirilmiş fiyatlarla kişiselleştirilmiş ürünler sağlayabilir (Changchien vd., 2004: 35).

Kişiselleştirmiş pazarlama stratejisi uygulanırken, genellikle müşteri verileri analiz edilir. Müşterinin geçmiş alışveriş alışkanlıkları, demografik bilgileri ve davranışları gibi birçok farklı veri kaynağı kullanılabilir. Bu veriler, daha sonra her bir müşteriye veya müşteri grubuna uygun, kişiselleştirilmiş mesajlar ve teklifler oluşturmak için analiz edilir (Wibisurya, 2018: 154). Kişiselleştirilmiş pazarlama, müşteri memnuniyetini ve marka sadakatini artırmayı hedeflerken, aynı zamanda müşteri dönüşüm oranlarını ve satışları da olumlu etkileyebilir. Ancak, veri güvenliği ve gizlilik konusunda dikkatli olunması gerektiğini unutmamak önemlidir. Müşterilerin kişisel verilerinin kötüye kullanılmaması ve izinleri dahilinde kullanılması, kişiselleştirilmiş pazarlama stratejilerinin etik ve yasal bir şekilde yürütülmesi için kritiktir (Hemker vd., 2021).

Kişiselleştirilmiş deneyimler sağlamak, müşterilerin marka ile daha derin bir bağ kurmasını ve sadık kalmasını teşvik edebilmektedir (Shanahan vd., 2019: 58). Kişiselleştirilmiş pazarlama, çeşitli amaçlar için kullanılacak çok yönlü bir stratejidir. Kişiselleştirilmiş teklifler ve içerikler, müşterinin kendisini değerli ve önemli hissetmesine yardımcı olur. Bu da genellikle müşteri memnuniyetini artırmaktadır (Yun ve Hanson, 2020: 2). Doğru kişiye, doğru ürünü, doğru zamanda teklif etmek, satış ve dönüşüm oranlarını olumlu etkilemektedir (Deligiannis vd., 2020: 90).

Mobil cihazlar aracılığıyla kişiselleştirilmiş pazarlama, giderek daha önemli bir pazarlama aracı haline gelmiştir. Çünkü mobil cihazların her yerde bulunması, etkileşimi ve yerelleştirilmesi, müşterilerin bilgilerini toplamak, tercihlerini anlamak ve özelleştirilmiş ürünlerin hızlı bir şekilde reklamını yapmak için büyük bir potansiyel sunmaktadır (Tang vd., 2013).

Kişiselleştirilmiş içerik ve teklifler, müşterilerin bir web sitesinde daha fazla zaman geçirmesini, e-postaları açmasını veya bir uygulamayı kullanmasını teşvik etmektedir (Chandra vd., 2022: 1531). Bunun yanında kişiselleştirme, pazarlama bütçesinin daha etkili bir şekilde kullanılmasına yardımcı olmaktadır. Çünkü mesajlar daha fazla hedef odaklıdır ve bu da genellikle daha yüksek bir yatırım getirisi ile sonuçlanır (Adamova vd., 2018: 3). Müşterilerin ilgisini çekecek, onlar için uygun ve değerli olan içerik ve teklifler sunmak genel müşteri deneyimini iyileştirmektedir. Bu iyileştirme, müşteri verisi analizi ile işletmenin hangi ürün veya hizmetlerin iyi performans gösterdiğini veya hangi alanlarda iyileştirme yapılması gerektiğini anlamasına da yardımcı olmaktadır. Böylece etkili bir kişiselleştirme stratejisi, işletmelere rakipleri karşısında benzersiz bir avantaj sağlamaktadır (Shen, 2014: 415). Ayrıca müşteri bağlılığı ve memnuniyeti arttıkça, bir müşterinin markaya olan toplam finansal katkısı da genellikle artmaktadır (Khajvand vd., 2011: 58). Dolayısıyla kişiselleştirilmiş pazarlama genellikle daha fazla müşteri verisi toplamayı ve analiz etmeyi gerektirir. Bu veriler, işletmelerin gelecekteki pazarlama stratejilerini daha da geliştirmelerine yardımcı olmaktadır (Liu vd., 2023: 168).

Tüm bu bilgiler ışığında son on yılda (2013-2023) kişiselleştirilmiş pazarlamanın popüler olması araştırmanın çıkış noktasını oluşturmuştur. Araştırmada kişiselleştirilmiş pazarlama konusunda yapılan çalışmalar incelenmiş ve aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

- Makale türü, teorik mi yoksa araştırma makalesi mi?
- Makalelerin araştırma yöntemi nedir?
- Makalelerde kullanılan örneklem yöntemleri nelerdir?
- Makalelerde kullanılan veri toplama araçları nelerdir?
- Makalelerde kullanılan veri analiz teknikleri nelerdir?
- Yıllara göre yayınlanan makale sayısı kaçtır?
- Makaleler hangi ülkelerde yayınlanmıştır?
- Makaleler hangi dergilerde yayınlanmıştır?
- Makalelerde kullanılan değişkenler hangileridir?

Bu doğrultuda çalışma, kişiselleştirilmiş pazarlama yazınındaki son on yılın evrimini belirlemeyi ve bu alandaki çalışmalarda; makale çeşidini, inceleme metodunu, örneklem seçim yöntemini, örneklem hacmini, veri elde etme yöntemini, incelenen değişkenleri, veri değerlendirme tekniklerini ve çalışmanın gerçekleştirildiği ülkeleri açığa çıkarmayı hedeflemektedir.

Araştırmanın organizasyonu şu şekilde yapılmıştır: Araştırmada öncelikle kişiselleştirilmiş pazarlama hakkında literatür bilgisi sunulmuştur. Ardından, metodoloji

bölümünde veri toplama ve analiz süreci hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra bulgular detaylandırılmış ve sonuç bölümünde çalışmanın alana katkıları sunulmuştur.

1. Literatür

Kişiselleştirme, daha fazla kolaylık, daha düşük maliyet veya başka bir fayda sağlamak için bir ürün veya hizmetin bazı özelliklerinin özelleştirilmesidir. Kişiselleştirme müşteri tarafından veya firma tarafından başlatılabilir (Peppers ve Rogers, 1997: 52-54). Yani müşteri profili ve içeriğini kapsayan iki boyutlu bir yapıdır (Instone, 2000: 77-80). Dolayısıyla kişiselleştirme genel olarak bir nesnenin doğası ile bir kişinin ihtiyaçlarıyla eşleştirmek anlamına gelmektedir. Kitlesele kişiselleştirme, ürün ve hizmetlerin herkese uyan maliyeti ile kişiselleştirilmesidir (Riemer ve Totz, 2001: 36). Diğer taraftan kişiselleştirme, bir şirketin, kişisel mesajlaşma, hedefli banner reklamlar, faturalarda özel teklifler veya diğer kişisel işlemler aracılığıyla müşterilerini birey olarak tanıma ve ona göre davranma yeteneğidir (Imhoff vd., 2001: 39). Bununla birlikte, kişiselleştirme, satış, pazarlama ve müşteri hizmetleri gibi müşteriye yönelik tüm işlevlerde müşteri etkileşimlerini uyarlamak için tasarlanmış bir strateji olarak da ele alınmıştır (Berg vd., 2001).

Kişiselleştirilmiş pazarlama, tüketici gereksinimleri ve istekleri gözetilerek özelleştirilmiş ürün teklifleri ve pazarlama iletileri oluşturmayı hedefleyen bir pazarlama uygulamasıdır. Veri incelemesi ve teknolojinin yardımıyla, firmalar amacına uygun ve etkili reklam faaliyetleri için müşterilerin geçmiş satın almaları, alışkanlıkları ve diğer etkileşimlerini temel almaktadır. Bu konudaki yapılan araştırmaların önemli katkıları aşağıda sıralanmıştır.

Kalyanam ve McIntyre (2002: 487) e-pazarlama karmaşasının önemli bir unsuru olarak kişiselleştirmeyi incelemişlerdir. Cheung vd. (2003: 231), işletmeler tarafından müşterilere sunulan çeşitli ürünlere yönelik tercih puanlarının hesaplanması konusunda çalışma yapmışlardır. Uyguladıkları yöntem ile hesaplanan puanlar, doğrudan pazarlama kampanyalarını daha kullanışlı hale getirmiştir. Ayrıca kişiselleştirilmiş pazarlama için makine öğrenimi yöntemi sunulması, daha verimli otomatik ürün önerileri sunulmasını sağlamıştır. Evans (2003: 665), güven oluşturmak için kişiselleştirilmiş etkileşimi ele almışlardır. Smith (2006: 682), elektronik kişiselleştirmenin çevrimiçi tüketici davranışı üzerindeki etkisini incelemiştir. Haq vd. (2008: 549) çalışmalarında kişisel seyahat alışkanlıklarını değiştirmek amacıyla kişiselleştirilmiş sosyal pazarlama yaklaşımının kullanımını incelemişlerdir. Konstan ve Riedl (2012: 101), kişiselleştirilmiş önerilerin kullanıcı deneyimi üzerindeki etkisini ölçen metrikler üzerinde durmuşlardır.

Fowler vd. (2013: 509), teknoloji trendlerinin birebir pazarlama kavramı ve uygulamasına etkisini yorumlamışlardır. Tang vd. (2013: 234) mobil kişiselleştirilmiş pazarlama uygulanan müşterilerin faaliyetlerine ilişkin tahminleri geliştirmek için alışveriş bilgilerinden, etkili bir şekilde sonuç çıkarılabileceğini göstermişlerdir. Guelman vd. (2015: 24), sigorta şirketlerinin pazarladığı ürünlerinin çapraz satışı için en iyi hedeflerin seçilmesinde kişisel pazarlamanın kullanılmasını önermişlerdir.

Teknolojide yaşanan hızlı değişim ile kişiselleştirme daha farklı bir anlam kazanmıştır. Dawn (2014: 370) kişiselleştirmeyi, belirli bir ürünü bireysel bir müşterinin özel ihtiyaçlarına göre uyarlamak için teknoloji ve müşteri bilgilerinin kullanılması olarak tanımlamıştır.

Dolayısıyla kişiselleştirilmiş pazarlama, pazarlama karmasının önemli bir unsuru haline gelmiştir. Bu yenilikçi sistem, pazarlama faaliyetlerinin bir kombinasyonu ile bireysel müşteriye odaklanarak potansiyel ve mevcut müşterileri yeniden belirlemektedir.

Salonen ve Karjaluoto (2016: 1088) kullanıcı merkezli perspektiften web kişiselleştirmenin uygulanması ve teorik temelleri hakkında sistematik literatür taraması yapmışlardır. Tran (2017: 230), Facebook'ta algılanan kişiselleştirilmiş reklamların, müşteri tutum ve davranışsal tepkilerini incelemiştir. Böylece reklamlara yönelik kişisel görüşlere dayanarak uygun müşteriler için reklam severler, reklam uyumcuları ve reklam nefret edenler olmak üzere üç pazar segmenti geliştirmiştir.

Oberoi vd., (2017: 11) internet sitelerindeki kişiselleştirme için karma teknoloji tedariki kullanan e-perakendecilere yönelik çalışmışlardır. Araştırmalarında karma teknoloji kullananların, içeriden ya da dışarıdan geliştirilmiş teknoloji kullanan e-perakendecilere göre daha yüksek satışlara sahip olduğunu göstermişlerdir. Ayrıca sosyal medya pazarlaması için dışarıdan geliştirilmiş teknoloji seçen e-perakendeciler ya içeriden geliştirilmiş teknoloji ya da karma teknoloji tedariki kullanan e-perakendecilere göre daha yüksek satışlara sahip olduğunu bulmuşlardır. Turow ve Couldry (2018: 415-416), iletişim alanının dönüşümünde veri teknolojilerinin rolü hakkında konuların nasıl ele alındığını ve eksik yönlerini incelemiştir.

Anshari vd., (2019: 94) kişiselleştirilmiş hizmetler üretmek için büyük verinin ve Müşteri İlişkileri Yönetim stratejilerinin rolünü incelemiştir. Kumar vd., (2019: 135) kişiselleştirilmiş katılım pazarlamasında yapay zekânın olumlu etkilerini vurgulamışlardır. Strycharz vd., (2019: 53) kişiselleştirme mesajları ile hedef grubunun belirlenmesi, mesajın ilgilenilen konuda ve uygun zamanda gönderilmesi ve yatırım getirisi yüksek mesajların gönderilmesi ile başarının artacağını göstermişlerdir. Lelebici-Koçer ve Özmerdivanlı (2019: 427-428), tüketicilerin karşılaştığı kişiselleştirilmiş reklamlara yönelik tutumlarını etkileyen reklam şüpheliği, reklamdan kaçınma, algılanan kişiselleştirme, reklam güvenilirliği faktörlerinin, satın alma niyeti üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, algılanan kişiselleştirme ile reklama yönelik tutumlar satın alma niyetini olumlu etkilemiştir. Ayrıca tüketiciler, reklamlardan şüphelenseler de kişisel olarak gönderilen mesajlardan daha az kaçınma eğiliminde olduğunu ispatlamışlardır.

2020'li yıllarda mobil cihazlar, pazarlamacılara hiper bağlam analizlerinden yararlanarak daha kişiselleştirilmiş pazarlama tasarlama gücünü geliştirmiştir. Müşteriler mobil cihazlarını hangi konumlarda kullanıyor, ürünleri hangi zamanlarda arıyorlar, nasıl bilgi arıyorlar, satın alma işlemlerini nasıl tamamlıyorlar ve mobil cihazları kullanırken yalnız mı yoksa başka biriyle mi oldukları artık kolayca tespit edilmektedir (Tong vd., 2020: 64-65).

Samara vd., (2020: 343) turizm hizmetlerinin kişiselleştirilmesinde büyük veri ve yapay zeka stratejisinin benimsenmesinin etkisini, sistematik literatür taraması ile incelemiştir. Behera vd., (2020: 2) çevrimiçi ve çevrimdışı müşterilerin sepet değerini kişiselleştirilmiş pazarlama ile artırılmasını araştırmışlardır. Bunun için müşterilerin, farkında olmadığı veya cazip bulabileceği ek ürünlerin pazarlaması için yeni bir çapraz satış modeli önermişlerdir. Önerilen model ile ortalama aylık gelirden (%33.49), ortalama sipariş değerinde (%32.79) ve sipariş başına ürün sayısında (%1.93) artış olmuştur. Tong vd., (2020: 64-65) ise pazarlama

stratejileri ve zamanında hedeflenen kampanyalar tasarlamak için kişiselleştirilmiş mobil pazarlama stratejileri geliştirmesini önermişlerdir.

Dijital pazarlama, firmaların rekabetçiliğini ve getirilerini artırarak onlara avantaj sağlamaktadır (Yılmaz ve Ecemiş, 2022: 1496). Dijital pazarlama faaliyetleri içinde yapılan kişiselleştirilmiş pazarlama, bilgi odaklı bir dünyada rekabet avantajı elde etmek amacıyla müşteri deneyimini ve pazarlama etkinliğini artıran hatta kişisel düzeyde bilgi sunan bir uygulama haline gelmiştir. Dolayısıyla kişiselleştirilmiş bir müşteri deneyimi yaratmak için müşteri bilgilerinin kullanılması gerekmektedir (Aksoy vd., 2021: 111). Seele vd., (2021: 697) algoritmik fiyatlandırmanın etik sorunlarını sistematik literatür taraması ile incelemişlerdir. Cavdar-Aksoy vd., (2021: 1091-1093) çalışmalarında kişiselleştirme uygulamalarının çok boyutluluğunu anlamak için bir tipoloji ortaya koymuştur. Bu tipolojiye göre kişiselleştirme; kendine referans, antropomorfizm ve sistem açısından değerlendirilmiştir. Kendine referans ile sunulan bilgilerin kodlanması, işlenmesi ve kod çözülmesini, antropomorfizm ile odak noktasını açısından teknolojiye insansı bir form eklenmesini, sistem özellikleri ile temelli kişiselleştirme anlayışı, büyük veri ve diğer yapay zeka temelli teknolojilerin tüketicilere kişiselleştirilmiş deneyimler sunmada kritik bir rol oynamasını göstermişlerdir. Akan ve Toksarı (2021: 211), dijital pazarlamada her müşteriye maksimum düzeyde ilgi, hizmet ve ürün sağlamak olan Netflix ve Amazon'da hiper kişiselleştirmenin etkisini araştırmışlardır.

Arora ve Bawa (2022: 246), tüketicilerin gizlilik endişeleri karşısında bile kişiselleştirilmiş pazarlama iletişimindeki kullanışlılığın ve pratik hususların önemini vurgulamışlardır. Chandra vd., (2022: 1529) kişiselleştirilmiş pazarlama literatürünü bibliyometrik analiz yöntemi ile incelemişlerdir. Schweidel vd., (2022: 1257) tüketicilerin ürettiği dijital sinyallerin, firmalar tarafından toplaması, yorumlaması ve bu sinyaller üzerinde eyleme geçmesi aşamasında teknolojinin rolü incelemişlerdir. Sheth vd., (2022: 1248) yapay zekânın bankacılık hizmetlerinde kişiselleştirilmiş deneyimler için stratejik bir kullanılmasını incelemişlerdir. Ben-Jebara vd., (2023: 2) ilaç firmalarının pazarlamada kişiselleştirmeye odaklanmasının hisse getirilerine olumlu etkisinin incelemişlerdir. Zhang ve Liu-Thompkins (2023: 1-3), firmaların pazarlama iletişimindeki müşteri sadakat programının başarısının artırılması ve tüketicilerin eylemlerini harekete geçirmek için daha etkili kişiselleştirilmiş mesajlar tasarlanması önermişlerdir. McKee vd., (2023: 1) Z jenerasyonu tüketicilerinin gittikçe artan, reklam engelleyici, özel tarayıcı veya veri izleme sınırlandırıcısı kullanmasını incelenmiştir. Araştırmacılar, dijital pazarlama kişiselleştirmesinin önemli bir paradoks oluşturduğunu vurgulamıştır. Araştırma sonucunda tüketici-marka ilişkilerinde markadan kaçınma niyetleri aracılığıyla zarar verebileceğini veya daha güçlü marka sadakati niyetleri oluşturabileceğini bulmuşlardır. Ryu (2023), araştırmalarında satış promosyonu sunulduğunda konum izlemesi nedeniyle gizlilik endişelerinin ortadan kalktığını göstermişlerdir. Ayrıca algılanan faydaların ve maliyetlerin, kişisel bilgileri açıklama ve konum tabanlı reklamcılık uygulamasını kabul etme niyetleri üzerinde aracılık ettiğini göstermiştir.

Bu araştırma, 2013-2023 yılları arasında, pazarlama alanında kişiselleştirilmiş pazarlama konusunda yazılan makaleleri analiz ederek ve bu alandaki trendleri, metodolojileri, ülke odaklarını ve karar bağlamalarını ortaya koyarak genel bir perspektif sunmaktadır. Araştırmada, farklı akademik veri tabanları kullanıldığından ve amaçlı

örneklem yöntemiyle gerçekleştirildiğinden pazarlama literatüründeki metodolojik yaklaşımlara bir katkı sağlamaktadır. Ayrıca, çalışma teorik yayınların uygulamaya dönük yayınlara nasıl evrildiğini göstererek, bu alandaki bilgi birikiminin nasıl değiştiğini anlamaya yardımcı olmakta ve bu alanda öncü bir çalışma olma potansiyeli taşımaktadır.

2. Metodoloji

Araştırmada, sistematik literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Sistematik literatür taraması, spesifik bir konuda yazılı eserleri kritik bir şekilde değerlendiren ve çözümlenen yaygın bir araştırma metodudur (Liberati vd., 2009: 2). Bu yöntem, var olan çalışmalarını analiz ederek sonuçları şeffaf ve tekrarlanabilir bir biçimde bir araya toplamaktadır. Sistematik literatür taramalarında, makale sayısının belirlenmesi konusunda görüş birliği olmamasına rağmen, araştırma alanının olgunluğuna göre daha az ya da daha fazla çalışmanın incelemeye dâhil edilmesi mümkündür. Olgunlaşmış konularda mümkün olduğu kadar fazla çalışmanın dahil edilmesi gerekmektedir. Ancak olgunlaşmamış konular az ve dağınık çalışmalar olduğu için, daha az sayıda inceleme yapılması kabul edilebilir (Yıldız, 2022: 367-368). Diğer taraftan, literatür taraması çalışmaları, güncel konular ele alındığında, en az 10 ile 20 önemli dergiden seçilebilmektedir. Bunun yanında inceleme 10 yıldan 50 yıla kadar olan bir dönemi kapsayabilmektedir (Paul ve Criado, 2020: 1). Ayrıca çalışmada sistematik literatür taramalarında yaygın olarak kullanılan PRISMA protokolünden yararlanılmıştır (Moher vd., 2009: 264). Böylelikle ilk aşamada tanımlama yapılmış, ikinci aşamada tarama gerçekleştirilmiş, üçüncü aşamada uygunluk değerlendirilmiş ve dördüncü aşamada araştırmaya dâhil edilen yayınlar rapor edilmiştir.

Araştırmada kişiselleştirilmiş pazarlamaya odaklanan çalışmalar incelenerek, bu araştırmalara yönelik eğilimlerin ve içeriğin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda pazarlama alanında yer alan makalelerin daha fazla yer aldığı veri tabanları incelenmiştir. Dolayısıyla araştırmamızın ana kütlesini; Emerald, Science Direct, Sage, Wiley, Springer, Taylor and Francis ve Dergipark akademik veri tabanları içerisinde yer alan, pazarlama ile ilgili olan makaleler oluşturmaktadır. Kitap, bildiri ve kitap bölümü hariç tutma kriteri olarak belirlenmiştir.

Çalışmada araştırmamızın amacına uygun hedefler belirlemek için amaçlı örneklem yöntemi kullanılmış ve 2013 ile 2023 yılları arasında yayınlanan makaleler Ağustos 2023 tarihinde incelenmiştir. Araştırmamızın 2013 yılından başlatılmasının nedeni, kişiselleştirilmiş pazarlamanın, bu yıldan itibaren pazarlama ve tüketici davranışı alanında teknoloji odaklı olan yapay zekâ, makine öğrenimi ve büyük veri analitikleri gibi teknolojilerin daha yaygın kullanılmasıdır (Aher ve Lobo, 2013: 1; Birtolo vd., 2013: 411; Fowler vd., 2013: 509; Krishnaraju ve Mathew, 2013: 254; Tang vd., 2013: 234; Vladeck, 2013: 156).

Bu kapsamda makale başlığında, anahtar kelimelerinde ve özetinde *kişiselleştirilmiş pazarlama* ifadesi olan ve 22 akademik makale araştırmaya dâhil edilmiştir. Makaleler kategorilere göre ayrıntılı olarak tek tek incelenmiş ve oluşan kategoriler doğrultusunda çözümlenmiştir. Bu doğrultuda veri tabanlarından elde edilen makalelerdeki bilgiler, SPSS paket programında kodlanmış ve verilere frekans analizi uygulanmıştır. Yapılan çalışmalarda makale türü, araştırma yöntemi, örneklem yöntemi, örneklem büyüklüğü, veri toplama aracı,

araştırılan değişkenleri, veri analizi teknikleri ve araştırma yapılan ülkeler ile ilgili kategoriler oluşturulmuştur.

Araştırmada izlenen yöntem ve prosedürler açık ve detaylı bir şekilde sunulmuş, araştırma tasarımı, verilerin toplanması ve analiz edilmesine dair sıralama verilmiştir. Böylece araştırmadaki verilerin farklı araştırmacılar tarafından analiz yapılabilmesine imkân sağlanmış ve araştırmanın güvenilirliğini sağlamak amacı ile veri toplama ve yöntemi açık bir şekilde ifade edilmiştir.

3. Bulgular

Her bir kategoriye ait frekans analizi sonuçları ve açıklamaları aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir. Veri tabanlarından elde edilen 22 makaleye uygulanan analiz sonucunda, makale türü kategorisinin %77,28 ile çoğunluğunu araştırma makalelerinin, %22,72 ile teorik makalelerin oluşturduğu Tablo 1.'de görülmektedir.

Tablo 1. Makale Türü

Makale Türü	Frekans	Yüzde
Teorik Makale	5	22,72
Araştırma Makalesi	17	77,28
Toplam	22	100

Araştırmada incelenen makale çalışmalarına bakıldığında, kişiselleştirilmiş pazarlama araştırmalarının çoğunluğunun, diğer bir ifade ile %68,18'inin kantitatif bir şekilde yürütüldüğü, %31,82'sinin kalitatif araştırmalar yapılarak elde edildiği, Tablo 2.'de görülmektedir.

Tablo 2. Araştırma Yöntemi

Araştırma Yöntemi	Frekans	Yüzde
Kalitatif	7	31,82
Kantitatif	15	68,18
Toplam	22	100

Tablo 3'e bakıldığında makalenin çoğunluğunda, %40,91 oranında, kolayda örneklem kullanıldığı görülmektedir. Kolayda örneklemden sonra en fazla kullanılan örneklem yöntemi olarak amaçlı örneklem (%27,27) olarak belirlenmiştir. Çalışmalarda kullanılan en az örneklem kartopu örneklemedir (%4,55). Örneklem büyüklüğü belirli olmayan 6 makale bulunmaktadır. Bu örneklem büyüklükleri küçükten büyüğe sıralandığında; 11, 36, 43, 100, 105, 109, 149, 186, 216, 230, 339, 414, 451, 500 ve 613 örneklem sayıları elde edilmektedir. Bu doğrultuda en küçük örneklem büyüklüğünün nitel bir araştırma için 11 olduğu, en büyük örneklem büyüklüğünün 613 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3. Kişiselleştirilmiş Pazarlama Makalelerinde Kullanılan Örneklem Yöntemi

Örneklem Yöntemi	Frekans	Yüzde
Kartopu Örnekleme	1	4,55
Amaçlı Örnekleme	6	27,27
Teorik ya da belirtilmemiş	6	27,27
Kolayda Örnekleme	9	40,91
Toplam	22	100

Makalelerin veri toplama araçları incelendiğinde en fazla; anket, deneysel ve gözlem ön plana çıkmaktadır. İki makalede ise derinlemesine görüşme yapılmıştır.

Tablo 4. Kişiselleştirilmiş Pazarlama Makalelerinde Kullanılan Veri Toplama Aracı

Veri Toplama Aracı	Frekans	Yüzde
Derinlemesine Görüşme	2	9,09
Anket	5	22,73
Deneysel	5	22,73
Gözlem	5	22,73
Teorik ya da belirtilmemiş	5	22,73
Toplam	22	100

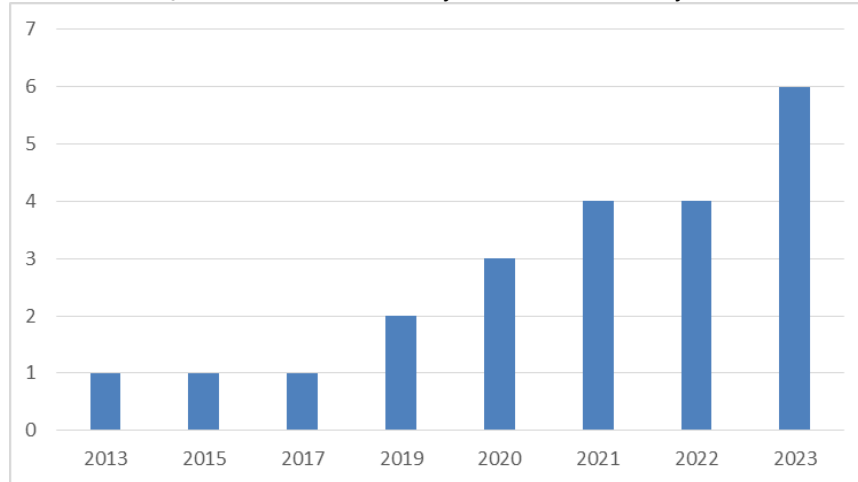
Veri analiz teknikleri incelendiğinde en fazla yapısal eşitlik modellemesinin kullanıldığı görülmektedir. Tablo 5'te görüldüğü üzere en az kullanılan teknikler ise anova, bibliyometrik analiz, manova ve veri madenciliğidir. Bununla birlikte bazı çalışmalarda birden fazla veri analiz tekniği kullanıldığı gözlemlenmiştir.

Tablo 5. Kişiselleştirilmiş Pazarlama Makalelerinde Kullanılan Veri Analiz Teknikleri

Veri Analiz Teknikleri	Frekans	Yüzde
Anova	1	4,55
Bibliyometrik Analiz	1	4,55
Manova	1	4,55
Veri Madenciliği	1	4,55
Betimsel Analiz	3	13,64
T-Testi	3	13,64
İçerik Analizi	4	18,18
Korelasyon Analizi	4	18,18
Yapısal Eşitlik Modellemesi	5	22,73
Teorik ya da belirtilmemiş	5	22,73

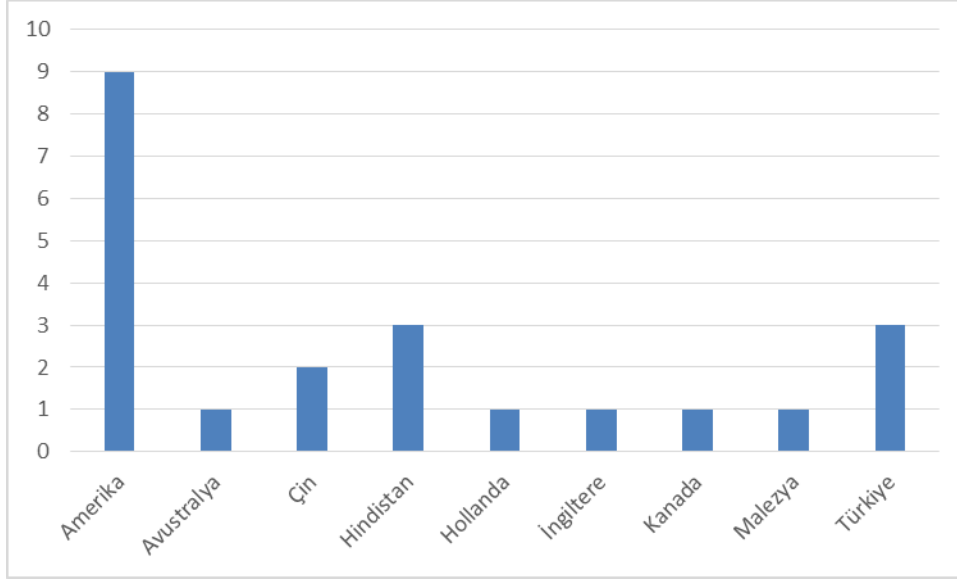
Şekil 1'de kişiselleştirilmiş pazarlama konusunda yıllara göre yayınlanan makale sayısı gösterilmiştir. Buna göre son yıllarda bu konuda yayınlanan makale sayısında önemli bir artış mevcuttur.

Şekil 1. Yıllara Göre Yayınlanan Makale Sayısı



Ülkelere göre yayınlanan makalelere bakıldığında Amerika bu alanda öncüdür. Onun arkasından Hindistan ve Türkiye daha sonra Çin gelmektedir. Diğer ülkelerin de bulunduğu durum Şekil 2’de gösterilmiştir.

Şekil 2. Ülkelere Göre Yayınlanan Makaleler



İncelenen veri tabanları içinde kişiselleştirilmiş pazarlama hakkında yayınlanan en fazla makale, Tablo 6’da görüldüğü gibi, Decision Support Systems, Journal of Retailing and Consumer Services ve Journal of the Academy of Marketing Science dergilerinde olduğu görülmektedir. Bunların arkasından ise Journal of Business Research ve Journal of Consumer Behaviour gelmektedir.

Tablo 6. Dergilere Göre Yayınlanan Makale Sayıları

Dergi Adı	Makale Sayısı
Akdeniz İİBF Journal	1
California Management Review	1
Decision Support Systems	3
Elektronik Cumhuriyet Journal of Communication	1
European Journal of Marketing	1
Journal of Business Research	2
Journal of Consumer Behaviour	2
Journal of Internet Commerce	1
Journal of Marketing Management	1
Journal of Retailing and Consumer Services	3
Journal of the Academy of Marketing Science	3
Local Environment	1
Psychology & Marketing	1
Turkish Business Journal	1

Tablo 7’de gösterildiği gibi araştırmada kişiselleştirilmiş pazarlama hakkında yayınlanan makalelerdeki değişkenler incelenmiştir. Bu değişkenler arasında tutum, niyet, reklam, gizlilik endişeleri, marka, güvenilirlik, kullanışlılık ve algılanan fayda öne çıkmaktadır.

Tablo 7. Makalelerde Kullanılan Değişkenler

Değişken Adı	Değişken Adı
Algılanan Fayda	Marka Tutumu
Algılanan Kişiselleştirilmiş Reklamlar	Markadan Kaçınma
Algılanan Maliyet	Markanın Yarattığı Rahatsızlık
Aşama	Mesafe Durumu
Aylık Gelir	Niyet
Etkileşim	Ortalama Sipariş Değeri
Finansal Kaldıraç	Pazarlama Yeteneği
Firma Büyüklüğü	Proaktif Kaçınma
Gizlilik Endişeleri	Reaksiyon
Güvenilirlik	Reklamdan Kaçınma
Kaçınma	Reklamın Güvenilirliği
Kişisel Bilgileri Açıklama	Satış Performansı
Kişiselleştirilmemiş Markadan Kaçınma	Seviye Durumu
Kişiselleştirilmiş Pazarlama İletişimi	Sosyal Medya Pazarlaması Teknoloji Kaynağı
Kişiselleştirme	Sosyal Medya Performansı
Kişiselleştirmenin faydaları	Şüphencilik
Kullanışlılık	Tutum
Marka Sadakati	Website Kişiselleştirme

SONUÇ

Literatürde kişiselleştirmenin kavramsallaştırılmasında yazarlar tarafından farklı tanımlamalar yapılmaktadır. Bazı yazarlar müşteri verilerine (Arora vd., 2008: 305; Montgomery ve Smith, 2009: 130), bazıları işletme çabalarına (Pepper vd., 1999: 151; O'Fallon ve Sullivan, 2004: 85) ve bazıları ise özelleştirilmiş tekliflere (Changchien vd., 2004: 35; Goldsmith ve Frieden, 2004: 228; Riemer ve Totz, 2001: 35) odaklanmıştır. Kişiselleştirilmiş pazarlama, işletmelerin veri toplama, analiz ve otomasyon teknolojisinin kullanılması yoluyla müşterilere bireyselleştirilmiş içerik sunma stratejisinin uygulanmasıdır. Amaç, her müşteriyle doğrudan etkileşime girmektir. Kişiselleştirilmiş pazarlama, müşterilerin markayla daha fazla bağ kurmasını sağlamaktadır. Çünkü bireyler, kendilerine özel olarak hitap edildiğinde daha olumlu bir deneyim yaşamaktadır. Üretilen içerik ve teklifler, müşterilerin ürün veya hizmet satın almaları için daha yüksek bir olasılık sağlamaktadır. Bu sayede, işletmeler gereksiz reklam harcamalarını minimize edebilir ve daha yüksek getiriye sahip olabilirler. Ayrıca müşterilere kişisel bir deneyim sunmak, onların markayı tercih etmeye devam etmeleri için bir motivasyon oluşturmaktadır. Herkesin aynı pazarlama mesajını aldığı genel bir strateji yerine, kişiselleştirilmiş pazarlama müşterilere daha derinlemesine ulaşmayı kolaylaştırır. Bu durum işletmeler açısından önemli bir rekabet avantajı yaratmaktadır. Diğer taraftan kişiselleştirilmiş pazarlama, müşteri verilerini toplamaya ve analiz etmeye olanak tanıdığından işletmenin gelecekteki pazarlama stratejilerini geliştirmesine yardımcı olmaktadır. Bu şekilde müşterilerin ihtiyaçlarına ve tercihlerine daha uygun bir iletişim kurulmaktadır. Bu durum, zaman içinde daha güçlü bir müşteri ilişkisi kurulmasına imkân vermektedir. Bunun yanında müşteri bağlılığı ve memnuniyetinin artması uzun vadede müşteri ömür değerini (müşterinin markayla olan tüm etkileşimleri boyunca sağladığı toplam değer) yükseltmektedir. Kişiselleştirilmiş teklifler ve öneriler, müşterilerin farklı ürün veya

hizmetleri denemesine ve daha fazla satın almaya meyilli olmalarını sağlamaktadır. Genel olarak, kişiselleştirilmiş pazarlama müşteri deneyimini iyileştirir ve müşteriler değer gördüklerini hissederler. Sonuçta marka algısı pozitif bir şekilde etkilenir.

Bu araştırma, 2013-2023 yılları arasında pazarlama literatüründe bulunan makaleler sayesinde kişiselleştirilmiş pazarlamanın belirli alanlarda nasıl değerlendirildiğini göstermiştir. Araştırma, çeşitli yazarların kişiselleştirilmiş pazarlamayı nasıl ele aldıkları, zaman içinde ne şekilde değişiklik gösterdiği, kişiselleştirilmiş pazarlama trendlerinin neler olduğu, kişiselleştirilmiş pazarlama araştırmalarının hangi metodolojilerle incelendiği, genelde hangi ülkelerin bu konuya odaklandığı ve bu tür çalışmaların hangi kararlar için yapıldığına dair bilgileri ortaya koymayı amaçlamıştır. Nihai olarak, bu çalışma kişiselleştirilmiş pazarlama konusunda yapılan araştırmalara genel bir perspektif sunmayı hedeflemiştir.

Araştırmada, pazarlama alanı ile ilgili kişiselleştirilmiş pazarlama hakkında beş teorik makale ve 17 araştırma makalesi olması, alanda uygulamaya yönelik bir eğilimin daha güçlü olduğunu işaret etmektedir. Bu, kişiselleştirilmiş pazarlama konusunun sadece teorik açıdan değil, aynı zamanda pratik uygulamalar açısından da önemli olduğu anlamına gelebilir. Ayrıca makalelerin yedisinin nitel ve 15'inin nicel olması, bu alanda sayısal verilere dayalı analizlerin daha yaygın olduğunu göstermektedir. Bu durum, kişiselleştirilmiş pazarlamanın sadece derinlemesine anlaşılmasına değil, aynı zamanda büyük veri setleriyle genellemeler yapılabilmesine de uygun bir konu olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan makalelerde kullanılan örnekleme yöntemi incelendiğinde, kolayda örnekleme yöntemi en sık kullanılan yöntemdir. Bu, araştırmacıların mevcut olan veya kolayca erişilebilen örnekleri kullanmaya eğilimli olduğunu göstermektedir. Bu yöntem genellikle zaman ve kaynak tasarrufu sağlar, ancak örneklemin temsil edilmesi konusunda eksiklikleri olabilmektedir. Makalelerde kullanılan ikinci en yaygın örnekleme yöntemi amaçlı örneklemedir. Bu yöntem, özel bir amaç veya hedef doğrultusunda belirli katılımcılar veya örneklem grupları seçilmesini içerir. Bu, araştırmacıların belirli bir hipotezi test etmek veya özel bir konuya odaklanmak istediklerini göstermektedir.

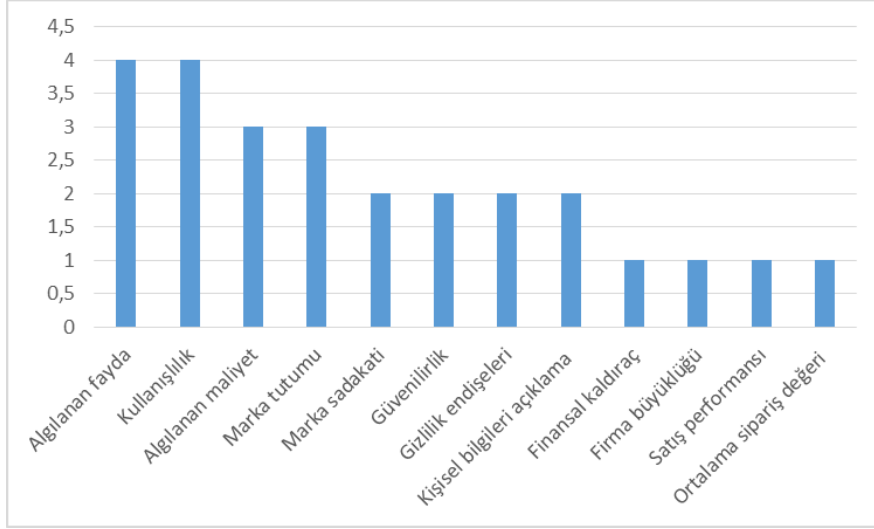
Çalışmalardaki veri toplama teknikleri değerlendirildiğinde, beşer makalede anket, deneysel ve gözlem kullanılmıştır. Anketlerin kişisel pazarlama makalelerinde yaygın olarak kullanılmasının nedeni büyük örneklem gruplarına kolaylıkla uygulanmasından kaynaklanabilir. Deneysel yöntem, belirli değişkenlerin etkisini ölçmek için faydalıdır. Deneysel yöntemler genellikle yüksek internal geçerliliğe sahiptir, fakat dışsal geçerliliği sınırlı olabilir. Gözlem ise katılımcıların doğal ortamlarında nasıl davrandıklarını anlamak için kullanıldığından kişiselleştirilmiş pazarlamaya uygun olduğu düşünülmektedir. Genel olarak, bu veri toplama yöntemleri çeşitliliği, kişiselleştirilmiş pazarlama konusunun çok yönlü ve karmaşık bir alan olduğunu göstermektedir. Nicel ve nitel araştırmaların yanı sıra teorik çalışmaların da bu alanda yer alması, çok yönlü bir anlayış ve derinlemesine analizler için fırsatlar sunmaktadır. Ancak, veri toplama araçlarının ve metodolojinin her bir makalede net bir şekilde belirtilmemiş olması, bu alandaki literatürün daha sistematik bir değerlendirmeyi gerektirebileceğini göstermektedir. Ayrıca kişiselleştirilmiş pazarlama alanındaki makalelerin kullandığı veri analiz tekniklerinin çeşitliliği, bu alandaki araştırmaların metodolojik olarak oldukça geniş bir yelpazeye sahip olduğunu

göstermektedir. Makalelerde çeşitli veri analiz yöntemlerinin kullanılması, kişiselleştirilmiş pazarlama alanındaki araştırmaların hem nicel hem de nitel boyutları kapsadığını ve bu alandaki karmaşıklığı anlamak için farklı metodolojik yaklaşımlara ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

Kişiselleştirilmiş pazarlama konusunda yıllara göre yayınlanan makale sayısı, genel bir artış trendi göstermektedir. 2013, 2015 ve 2017 yıllarında sadece birer makale yayınlanmışken, bu sayı 2019 yılında ikiye, 2020 yılında üçe ve 2021-2022 yıllarında ise dörde çıkmıştır. 2023 yılı itibarıyla bu sayı altıya yükselmiştir. Bu artış, kişiselleştirilmiş pazarlama konusunun giderek daha fazla araştırma ve akademik ilgi gördüğünü göstermektedir. Bu, birkaç olası nedenden kaynaklanıyor olabilir: Son yıllarda kişiselleştirilmiş pazarlamanın ticari önemi artmıştır. Teknolojik gelişmeler ve veri analizi yeteneklerinin ilerlemesi, şirketlerin müşterilere daha kişisel hizmetler sunmasına olanak tanımaktadır. Bu doğrultuda araştırmacılar, kişiselleştirilmiş pazarlamanın etkinliği, etiği ve müşteri davranışları üzerindeki etkileri gibi konulara giderek daha fazla odaklanmaktadır. Ayrıca büyük veri, yapay zekâ ve makine öğrenimi gibi yeni teknolojiler, kişiselleştirilmiş pazarlama stratejilerinin daha etkin bir şekilde uygulanabilmesi için daha kapsamlı araştırmaları mümkün kılmaktadır. Bu artış, kişiselleştirilmiş pazarlama alanında gelecekte daha fazla araştırmanın yapılacağını ve bu konunun akademik ve endüstriyel açıdan önemini koruyacağını göstermektedir.

Makalelerde kullanılan değişkenler incelendiğinde; algılanan fayda, kullanışlılık, algılanan maliyet gibi değişkenler, müşteri perspektifini anlamaya yönelik ve müşteri davranışını etkileyen faktörler olarak görülmektedir. Marka tutumu, marka sadakati, reklamın güvenilirliği gibi değişkenler ise marka ile müşteri arasındaki ilişkiyi ve markanın imajını incelemektedir. Etkileşim, pazarlama yeteneği, sosyal medya pazarlaması gibi değişkenler ise pazarlama stratejilerinin ve taktiklerinin etkinliği üzerine odaklanmaktadır. Gizlilik endişeleri, güvenilirlik, kişisel bilgileri açıklama gibi değişkenler ise kişiselleştirilmiş pazarlamanın etik ve güvenlik yönlerini ele almaktadır. Finansal kaldıraç, firma büyüklüğü, satış performansı gibi değişkenler, şirketlerin finansal ve operasyonel yönlerini incelemeye odaklanmaktadır. Aylık gelir, ortalama sipariş değeri gibi ekonomik değişkenler, müşteri değeri ve segmentasyonu açısından önemlidir. Araştırmalarda öne çıkan değişkenlerin kullanım sıklığı Şekil 3'te gösterilmiştir. Makalelerde kullanılan değişkenlerin çeşitliliği, kişiselleştirilmiş pazarlamanın farklı boyutlarını ve etkilerini anlamak için oldukça kapsamlı bir yaklaşımın benimsendiğini göstermektedir. Ayrıca, bu değişkenlerin birçoğu pazarlama, psikoloji, finans ve teknoloji gibi farklı disiplinlerden gelmektedir. Bu durum kişiselleştirilmiş pazarlamaya multidisipliner bir perspektifle bakıldığını vurgular.

Şekil 3. Öne Çıkan Değişkenlerin Kullanım Sıklığı



Araştırmacılar gelecekte kişiselleştirilmiş pazarlama alanında farklı veri toplama ve analiz metodolojilerinin etkinliğini karşılaştıran çalışmalar yapabilir. Ayrıca tematik odaklı olarak kişiselleştirilmiş pazarlamada gizlilik ve kişisel veri koruma gibi etik konular üzerine daha fazla araştırma yapılabilir. Bunların dışında yapay zekâ, veri madenciliği veya blok zincir gibi yeni teknolojilerin kişiselleştirilmiş pazarlama stratejileri üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar yapılabilir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada içerisinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, çalışmanın özgün olduğunu bildiririm. Aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Hazırlanmış olan bu çalışma sadece bir yazar tarafından hazırlanmıştır.

Çıkar Beyanı

Bu çalışmanın hazırlanmasında çıkar çatışması yaşanacak herhangi bir durum bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Adamova, M., J. Boudet., H. Kalaoui ve I. Segev (2018). *How Traditional Insurance Carriers Can Disrupt Through Personalized Marketing*. Washington, DC: McKinsey and Company.
- Aher, S. B. ve L. Lobo (2013). "Combination of Machine Learning Algorithms For Recommendation of Courses In E-Learning System Based On Historical Data". *Knowledge Based Systems*, 51, 1-14.

- Akan, D. ve M. Toksarı (2021). "Dijital Pazarlamada Hiper Kişiselleştirme". *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 3 (2), 211-226.
- Aksoy, L., B. Cooil ve N. H. Lurie (2011). "Decision Quality Measures In Recommendation Agent's Research". *Journal of Interactive Marketing*, 25 (2), 110-122.
- Anshari, M., M. N. Almunawar, S. A. Lim ve A. Al-Mudimigh (2019). "Customer Relationship Management and Big Data Enabled: Personalization and Customization of Services. Applied". *Computing and Informatics*, 15 (2), 94-101.
- Arora, N., X. Dreze, A. Ghose, J. D.Hess, R. Iyengar, B. Jing, V. Kumar, N. Lurie, S. Neslin ve Z. J. Zhang (2008). "Putting One-To-One Marketing To Work: Personalization, Customization and Choice". *Marketing Letters*, 19 (3), 305-321.
- Arora, S. ve A. Bawa (2022). "Response To Personalized Marketing Communication: An Empirical Investigation Comparing Users and Non Users of Surrogate Shoppers". *Journal of Internet Commerce*, 21 (2), 246-269.
- Başer, E. ve S. Akıncı (2020). "Kullanıcı Deneyimi ve Kişiselleştirme Bağlamında Bir Dijital Platfo Rm İncelemesi". *Selçuk İletişim*, 13 (2), 866-897.
- Behera, R. K., A. Gunasekaran, S. Gupta, S. Kamboj ve P. K. Bala (2020). "Personalized Digital Marketing Recommender Engine". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101799, 1-24.
- Ben-Jebara, M., S. Mishra, S. B. Modi ve S. Mahar (2023). "Product Personalization Focus In The Pharmaceutical Industry and Shareholder Wealth: The Roles of Marketing Capability and Financial Leverage". *Journal of Business Research*, 159, 113685, 1-13.
- Berg, T., W. Janowski ve A. Sarner (2001). *Personalization: Customer Value Beyond The Web*. Stamford: Gartner.
- Birtolo, C., V. Diessa, D. De Chiara ve P. Ritrovato (2013). "Customer Churn Detection System: Identifying Customers Who Wish To Leave A Merchant". In *Recent Trends in Applied Artificial Intelligence: 26th International Conference on Industrial, Engineering and Other Applications of Applied Intelligent Systems, IEA/AIE 2013, Amsterdam, The Netherlands, June 17-21, 2013*. Proceedings 26 (411-420). Springer Berlin Heidelberg.
- Cavdar-Aksoy, N., E. Tumer-Kabadayi, C. Yilmaz ve A. Kocak-Alan (2021). "A Typology Of Personalisation Practices In Marketing In The Digital Age". *Journal of Marketing Management*, 37 (11-12), 1091-1122.
- Chandra, S., S. Verma, W. M. Lim, S. Kumar ve N. Donthu (2022). "Personalization In Personalized Marketing: Trends and Ways Forward". *Psychology and Marketing*, 39 (8), 1529-1562.
- Changchien, S. W., C. F. Lee ve Y. J. Hsu (2004). "On-Line Personalized Sales Promotion In Electronic Commerce". *Expert Systems with Applications*, 27 (1), 35-52.
- Cheung, K. W., J. T. Kwok, M. H. Law ve K. C. Tsui (2003). "Mining Customer Product Ratings For Personalized Marketing". *Decision Support Systems*, 35 (2), 231-243.

- Dawn, S. K. (2014). "Personalized Marketing: Concepts and Framework". *Productivity*, 54 (4), 370-377.
- Deligiannis, A., C. Argyriou ve D. Kourtesis (2020). "Predicting The Optimal Date and Time To Send Personalized Marketing Messages To Repeat Buyers". *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11 (4), 90-99.
- Fowler, D., D. Pitta ve C. R. Leventhal (2013). "Technological Advancements and Social Challenges For One-To-One Marketing". *Journal of Consumer Marketing*, 30 (6), 509-516.
- Goldsmith, R. E. ve J. B. Frieden (2004). "Have It Your Way: Consumer Attitudes Toward Personalized Marketing". *Marketing Intelligence and Planning*, 22 (2), 228-239.
- Guelman, L., M. Guillén ve A. M. Pérez-Marín (2015). "A Decision Support Framework To Implement Optimal Personalized Marketing Interventions". *Decision Support Systems*, 72, 24-32.
- Haq, G., J. Whitelegg, S. Cinderby ve A. Owen (2008). "The Use Of Personalised Social Marketing To Foster Voluntary Behavioural Change For Sustainable Travel and Lifestyles". *Local Environment*, 13 (7), 549-569.
- Hemker, S., Herrando, C., & Constantinides, E. (2021). "The transformation of data marketing: how an ethical lens on consumer data collection shapes the future of marketing". *Sustainability*, 13(20), 11208.
- Khajvand, M., K. Zolfaghar, S. Ashoori ve S. Alizadeh (2011). "Estimating Customer Lifetime Value Based On RFM Analysis of Customer Purchase Behavior: Case Study". *Procedia Computer Science*, 3, 57-63.
- Konstan, J. A. ve J. Riedl (2012). "Recommender Systems: From Algorithms To User Experience". *User Modeling and User-Adapted Interaction*, 22 (1), 101-123.
- Krishnaraju, V. ve S. K. Mathew (2013). "Web Personalization Research: Aninformation Systems Perspective". *Journal of Systems and InformationTechnology*, 15 (3), 254-268.
- Kumar, V., B. Rajan, R. Venkatesan ve J. Lecinski (2019). "Understanding The Role of Artificial Intelligence In Personalized Engagement Marketing". *California Management Review*, 61 (4), 135-155.
- Instone, K. (2000). *Information Architecture and Personalization*. Los Angeles. CA: Argus Associates.
- Imhoff, C., L. Loftis ve J. Geiger (2001). *Building The Customer-Centric Enterprise: Data Warehousing Techniques For Supporting Customer Relationship Management*. New York: John Wiley and Sons.
- Leblebici-Koçer, L. ve H. Özmerdivanlı (2019). "Kişiselleştirilmiş Reklamlara Yönelik Tutumları Etkileyen Faktörlerle Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi". *Akdeniz İİBF Dergisi*, 19 (2), 427-454.
- Liberati, A., D. G. Altman, J. Tetzlaff, C. Mulrow, P. C. Gøtzsche, J. P. Ioannidis, M. Clarke, P. J. Devereaux, J. Kleijnen ve D. Moher (2009). "The PRISMA Statement For Reporting Systematic Reviews and Meta Analyses of Studies That Evaluate Health Care

- Interventions: Explanation and Elaboration". *Journal of Clinical Epidemiology*, 62(10), 1-34.
- Liu, Q., H. Wan ve H. Yu (2023). "Application and Influence of Big Data Analysis In Marketing Strategy". *Frontiers in Business, Economics and Management*, 9 (3), 168-171.
- McKee, K. M., A. J. Dahl ve J. W. Peltier (2023). "Gen Z's Personalization Paradoxes: A Privacy Calculus Examination of Digital Personalization and Brand Behaviors". *Journal of Consumer Behaviour*. Advance online publication, 1-18.
- Moher, D., A. Liberati, J. Tetzlaff, D. G. Altman ve PRISMA Group (2009). "Preferred Reporting Items For Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement". *Annals of Internal Medicine*, 151 (4), 264-269.
- Montgomery, A. L. ve M. D. Smith (2009). "Prospects For Personalization On The Internet". *Journal of Interactive Marketing*, 23 (2), 130-137.
- Oberoi, P., C. Patel ve C. Haon (2017). "Technology Sourcing For Website Personalization and Social Media Marketing: A Study of E-Retailing Industry". *Journal of Business Research*, 80, 10-23.
- O'Fallon, C. ve C. Sullivan (2004). "Personalised Marketing-Improving Evaluation". *Transport Engineering in Australia*, 9 (2), 85-101.
- Paul, J. ve A. R. Criado (2020). "The Art of Writing Literature Review: What Do We Know and What Do We Need To Know?". *International Business Review*, 29 (4), 101717, 1-7.
- Peppers, D. ve M. Rogers (1997). *The One-To-One Future*. New York: Double Day Publications.
- Peppers, D., M. Rogers ve B. Dorf (1999). "Is Your Company Ready For One-To-One Marketing". *Harvard Business Review*, 77 (1), 151-160.
- Riemer, K. ve C. Totz (2003). *The Many Faces Of Personalization, In The Customer Centric Enterprise*. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Ryu, S. (2023). "Coupon Or My Privacy: How Consumers Choose To Disclose Their Personal Information and Accept Mobile Location-Based Advertising (LBA) Through Privacy Calculus". *Journal of Consumer Behaviour*. Advance online publication, 1158-1172.
- Salonen, V. ve H. Karjaluo (2016). "Web Personalization: The State of The Art and Future Avenues For Research and Practice". *Telematics and Informatics*, 33 (4), 1088-1104.
- Samara, D., I. Magnisalis ve V. Peristeras (2020). "Artificial Intelligence and Big Data In Tourism: A Systematic Literature Review". *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11 (2), 343-367.
- Schweidel, D. A., Y. Bart, J. J. Inman, A. T. Stephen, B. Libai, M. Andrews ve F. Thomaz (2022). "How Consumer Digital Signals Are Reshaping The Customer Journey". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50 (6), 1257-1276.
- Seele, P., C. Dierksmeier, R. Hofstetter ve M. D. Schultz (2021). "Mapping The Ethicality of Algorithmic Pricing: A Review of Dynamic and Personalized Pricing". *Journal of Business Ethics*, 170, 697-719.

- Shanahan, T., T. P. Tran ve E. C. Taylor (2019). "Getting To Know You: Social Media Personalization As A Means of Enhancing Brand Loyalty And Perceived Quality". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 57-65.
- Sheth, J. N., V. Jain, G. Roy ve A. Chakraborty (2022). "AI-Driven Banking Services: The Next Frontier For A Personalised Experience In The Emerging Market". *International Journal of Bank Marketing*, 40 (6), 1248-1271.
- Shen, A. (2014). "Recommendations As Personalized Marketing: Insights From Customer Experiences". *Journal of Services Marketing*, 28 (5), 414-427.
- Smith, A. D. (2006). "Exploring M-Commerce In Terms of Viability, Growth and Challenges". *International Journal of Mobile Communications*, 4 (6), 682-703.
- Strycharz, J., G. van Noort, E. Smit and N. Helberger (2019). Consumer View On Personalized Advertising: Overview Of Self-Reported Benefits And Concerns. *Advances in Advertising Research X: Multiple Touchpoints in Brand Communication* (Ed. E. Bigne and S. Rosengren). Springer.
- Sunikka, A. ve J. Bragge (2012). "Applying Text-Mining To Personalization and Customization Research Literature-Who, What and Where?". *Expert Systems with Applications*, 39 (11), 10049-10058.
- Tang, H., S. S. Liao ve S. X. Sun (2013). "A Prediction Framework Based On Contextual Data To Support Mobile Personalized Marketing". *Decision Support Systems*, 56, 234-246.
- Tong, S., X. Luo ve B. Xu (2020). "Personalized Mobile Marketing Strategies". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 64-78.
- Tran, T. P. (2017). "Personalized Ads On Facebook: An Effective Marketing Tool For Online Marketers". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 39, 230-242.
- Turow, J. ve N. Couldry (2018). "Media As Data Extraction: Towards A New Map of A Transformed Communications Field". *Journal of Communication*, 68 (2), 415-423.
- Vladeck, D. C. (2013). "Digital Marketing, Consumer Protection, and the First Amendment: A Brief Reply to Professor Ryan Calo. Geo". *Wash. L. Rev. Arguendo*, 82, 156.
- Wibisurya, I. (2018). "The Effect of Digital Marketing Implementation Through Location Based Advertising On Customer's Purchase Intention". *Binus Business Review*, 9 (2), 153-161.
- Yildiz, A. (2022). "Bir Araştırma Metodolojisi Olarak Sistemik Literatür Taramasına Genel Bakış". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (Özel Sayı 2), 367-386.
- Yılmaz, E. S. ve O. Ecemiş (2022). "'Metaverse' Platformlarının Pazarlama Karmaşı Bağlamında Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleriyle İncelenmesi". *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21 (3), 1494-1511.
- Yun, W. ve N. Hanson (2020). "Weathering Consumer Pricing Sensitivity: The Importance of Customer Contact and Personalized Services In The Financial Services Industry". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102085, 1-6.

Zhang, J. ve Y. Liu-Thompkins (2023). "Personalized Email Marketing In Loyalty Programs: The Role of Multidimensional Construal Levels". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Advance online publication, 1-21.

EXTENDED ABSTRACT

Personalized marketing, also known as one-to-one marketing or individual marketing, is a marketing strategy where companies leverage data analysis and digital technology to deliver individualized messages and product offerings to current or prospective customers. The goal is to engage customers by communicating with them in ways that resonate with their specific needs, preferences, and behaviors.

In traditional marketing, a single message or campaign is disseminated to all consumers in a brand's target market. However, personalized marketing acknowledges that individuals have different needs and preferences, and it attempts to tailor its messages to appeal to these differences. The data used for personalized marketing can come from various sources, such as: Customer Relationship Management systems, Website interactions and browsing behavior, Social media engagement, Purchase history, Customer feedback and surveys, Demographic information, Behavioral data, and Geographical location.

Personalization encourages customers to spend more time on a website, open emails, or use an app. It also allows for more efficient use of marketing budgets as messages are more targeted, often leading to higher return on investment. Personalization enhances the overall customer experience and helps businesses understand which products or services are performing well or need improvement through customer data analysis. It gives businesses a unique advantage over competitors. As customer loyalty and satisfaction increase, the total financial contribution a customer makes to a brand also increases. The text also notes that personalized marketing usually requires collecting and analyzing data about more customers to refine future marketing strategies. Lastly, it emphasizes the importance of using customer data in an ethical and legal manner, stating that attention to data privacy and security is crucial for the long-term success of personalized marketing strategies.

This study aims to identify advancements in the literature on personalized marketing and systematically unveil various elements in this field, such as types of articles, research methods, sampling techniques, sample size, data collection tools, variables studied, data analysis approaches, and countries where the research was conducted. Academic databases like Emerald, ScienceDirect, SAGE, Wiley, Springer, Taylor & Francis, and Dergipark, which collectively include numerous journals related to the marketing field, form the backbone of this study. Purposive sampling method was preferred in the study and articles published between 2013 and 2023 were scanned. In this context, scientific articles with *personalized marketing* in their titles, keywords, and abstracts were categorized and analyzed. The findings reveal that most research in personalized marketing primarily focuses on brand avoidance, skepticism, attitudes, intentions, social media utility, advertising, perceived benefits, and costs. Moreover, it has been observed that the number of personalized marketing studies has increased in recent years, and the content has shifted from theoretical to application-oriented publications. Most of these studies have been conducted in the United States, followed by India and Turkey. This examination approaches personalized marketing from a different angle

and, being a pioneering study in this area, is anticipated to increase the importance of the subject in the future.

In recent years, the popularity of personalized marketing has served as the starting point for the research, and a comprehensive literature review has been conducted on this subject. This study aims to identify the evolution in the literature of personalized marketing and to reveal in this field of research; the types of articles, research methods, sample selection methods, sample sizes, data collection methods, variables examined, data evaluation techniques, and the countries where the research is conducted.

In terms of methodologies, the study notes that quantitative research methods are more prevalent, suggesting the suitability of the field for large-scale data analysis. However, qualitative research also has a place, offering more in-depth information. When looking at sampling methods, convenience sampling was most common, followed by purposive sampling. These methods indicate researchers often opt for readily available or specifically targeted samples. Data collection techniques varied, with surveys, experiments, and observations commonly used, suggesting that personalized marketing is complex and multi-faceted. However, the study notes that not all articles specify their methodologies, indicating room for more systematic evaluation. The research also notes a growing trend in publications related to personalized marketing, possibly due to its increasing commercial importance and advances in technology, including big data and machine learning. Variables studied in these articles range widely from customer perspective and behavior to companies' financial and operational aspects, suggesting a multi-disciplinary approach to this field.

For future research, the authors suggest studies that compare different data collection and analysis methodologies and ethical considerations like privacy and data protection. Emerging technologies like AI, data mining, and blockchain could also be areas of interest.

The research suggests that personalized marketing is growing, complex, and of significant academic and industrial interest.

PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRME VE YENİLİKÇİ İŞ DAVRANIŞI İLİŞKİSİ

Ebru DEMİREL¹

Öz

Bu çalışma, psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi incelemek ve bütüncül bir yaklaşımla değerlendirebilmek amacıyla yapılmıştır. Bu doğrultuda 2018-2023 yılları arasında yayınlanan ve korelasyon değerine sahip 11 makale ve tez meta analize tabi tutulmuştur. 11 çalışmanın meta analizinde CMA V4.0 yazılım programı kullanılmıştır. Analiz sonucunda psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki rastgele etkiler modelinde ortalama etki büyüklüğü ($r=0,580$ 'dir) güçlü düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkide sektör değişkeninin moderatör rol oynadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Psikolojik Güçlendirme
Güçlendirme
Yenilikçi İş Davranışı
Meta Analiz

Makale Hakkında

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi : 18.08.2023
Kabul Tarihi : 17.09.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1345999

¹ Öğr. Gör. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Gülşehir Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, e-posta: ebrudemirel@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5073-0683.

THE RELATIONSHIP BETWEEN PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT AND INNOVATIVE WORK BEHAVIOR

Abstract

This study was conducted to examine the relationship between psychological empowerment and innovative work behavior and to evaluate it with a holistic approach. Accordingly, 11 articles and theses published between 2018-2023 with a correlation value were subjected to meta-analysis. In the meta-analysis of 11 studies, CMA V4.0 software program was used. As a result of the analysis, it was revealed that the average effect size ($r=0.580$) was strong in the random effects model between psychological empowerment and innovative work behavior. In addition, it was determined that the sector variable played a moderating role in the relationship between psychological empowerment and innovative work behavior.

Keywords

Psychological Empowerment
Empowerment
Innovative Work Behavior
Meta-Analysis

Article Info

Research Article

Received : 18.08.2023
Accepted : 17.09.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1345999

Kaynakça Gösterimi: Demirel, E. (2023). Psikolojik Güçlendirme ve Yenilikçi İş Davranışı İlişkisi. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 49-66.

Citation Information: Demirel, E. (2023). The Relationship Between Psychological Empowerment and Innovative Work Behavior. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 49-66.

GİRİŞ

Çalışanların doğrudan çalışma ortamlarına içerik ve biçim verme motivasyonu, günümüz organizasyonlarında önemli bir başarı faktörü olarak ele alınmaktadır. İnovasyon süreçleri sadece ekonomik açıdan değil, aynı zamanda sosyal psikolojik açıdan da iyileştirmelere yol açmaktadır (Knol ve van Linge, 2009: 360). Çalışma ortamında çalışanların yenilikçi iş davranışı geliştirebilmeleri ve gösterebilmeleri için birtakım faktörlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu faktörlerden en önemlisi destekleyici yönetici ve liderlik davranışları (Bysted ve Jespersen, 2014; Chongvisal, 2020) olarak ele alınmaktadır. Fakat ilerleyen zamanlarda bazı lider ve yöneticiler yenilikçi çalışanları rahatsızlık olarak görmeye başlamışlar ve yenilikçi iş davranışı sergileyen çalışanlara karşı, rütbe düşürme veya işten çıkarma gibi cezalarla yıldırıma başlamışlardır. Bu nedenle, yenilikçi iş davranışının karmaşık sürecini idare etmek ve yenilikçi iş davranışına dahil olmak için çalışanlar, psikolojik güçlendirmeye ihtiyaç duymaya başlamıştır (Javed vd., 2019: 555).

Yenilikçiliğin ön planda tutulduğu günümüz rekabet ortamında psikolojik güçlendirme, çalışanların daha cesur ve daha bağımsız şekilde hareket ederek daha yenilikçi davranış sergilemesine imkân sağlayan bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Çalışanlar ancak güçlendirme yoluyla daha nitelikli kararlar alabilmekte ve daha inovatif ürün ya da hizmetler geliştirebilmektedir.

Bu bağlamda bu çalışmanın amacı psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiye yönelik Türkiye’de ve Türkçe yapılmış çalışmaların sonuçlarının birleştirilmesi ve etki büyüklüklerinin belirlenebilmesidir. Bu çalışma ile psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişki meta analiz yöntemiyle analiz edilerek konunun bütüncül bir yaklaşımla ele alınıp genel bir yargı oluşturması ve literatüre ek bir katkı sağlaması beklenmektedir. Ulusal yazın incelendiğinde psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiye yönelik meta analiz çalışmasına rastlanılmamıştır. Bu kapsamda bu çalışma ile literatüre katkı sağlanacağı ve bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilerek genel bir yargı oluşturulacağı düşünülmektedir.

1. Teorik Çerçeve

1.1. Psikolojik Güçlendirme

Güçlendirme, çalışanlardaki motivasyonu belirleyen bilişsel değişkenlerdeki değişiklikler olarak ele alınmaktadır. Psikolojik güçlendirme, artan içsel görev motivasyonu olarak ve çalışan güçlendirmenin temeli olarak dört biliş olarak (etki duygusu, yeterlilik, anlamlılık ve seçim) tanımlanmaktadır (Thomas ve Velthouse, 1990: 666). Buna göre iş özellikleri modelinin bir boyutu olan anlam, kişinin iş rolünün gereklilikleri ile inançları, değerleri ve davranışları arasında bir uyumu içermektedir. Yetkinlik veya kişinin işine özgü öz-yeterlik, kişinin iş aktivitelerini beceri ile gerçekleştirme yeteneğine olan inancıdır. Kendi kaderini tayin etme, kişinin eylemlerini başlatma ve düzenleme konusunda bir seçim duygusu ve çalışma yöntemleri, hızı ve çabası hakkında karar verme gibi iş davranışı ve süreçlerin başlatılması ve sürdürülmesi üzerindeki özerkliği yansıtır. Son olarak etki, kişinin işteki stratejik, idari veya operasyonel sonuçları etkileme derecesidir. Dört boyut birlikte, kişinin iş rolüne yönelik pasif yöneliminden ziyade aktif yönelimini yansıtmaktadır (Spreitzer vd., 1999: 512).

Psikolojik güçlendirme, bir çalışanın işi iyi yapma yeteneği algısına, eylemleri başlatma ve düzenleme seçimine, çevreyi etkilemeye ve anlamı olan işe dayalı motivasyonel bir yapı olarak anlaşılmalıdır (Groselj vd., 2021: 681).

Çalışanların güçlendirilmesi, herhangi bir örgütteki yenilikçi süreçlerin temel taşı olarak değerlendirilmektedir. Psikolojik güçlendirme, yönetim uygulamalarını artırmakta ve çalışanları karar verme ve bilgiye erişim yetkisi (Avram ve Priescu, 2012; Stewart vd., 2010) gibi farklı yollarla güçlendirmekte böylece kuruluşun alt düzeyindeki çalışanlar için kaynak sağlamakta ve genel iş verimliliğini artırmaktadır. Çalışanların güçlendirilmesi, çok sayıda görevi verimlilik ve daha fazla sorumlulukla gerçekleştirmelerine olanak sağlamaktadır (Almulhim, 2020: 551).

1.2. Yenilikçi İş Davranışı

Yenilikçi iş davranışı, rol performansına, gruba veya kuruluşa fayda sağlamak için bir iş rolü, grup veya kuruluş içinde yeni fikirlerin kasıtlı olarak yaratılması, tanıtılması ve uygulanması olarak tanımlanmaktadır. İnovasyondan elde edilen kazançlar hem organizasyonun daha iyi işlemesini hem de algılanan iş talepleri ile bir çalışanın kaynakları arasında daha uygun bir uyum, artan iş tatmini ve daha iyi kişilerarası iletişim gibi bireysel çalışanlar veya birey grupları için sosyal psikolojik faydaları içerebilmektedir (Janssen, 2000: 288). Başka bir ifadeyle yenilikçi iş davranışı, hem yeni ürün ve teknolojilerle ilgili fikirlerin geliştirilmesini hem de bir işyerindeki ilişkileri iyileştirmeye hizmet eden ve bunların etkililiğini önemli ölçüde artıran idari prosedürlerle ilgili fikirlerin geliştirilmesini içermektedir. Örneğin, hedeflere ulaşmak için yeni araçların teşvik edilmesi, yeni teknolojilerin araştırılması, yeni çalışma yöntemlerinin uygulanması gibi uygulamalar yenilikçi iş davranışı olarak ele alınmaktadır (Wojtczuk-Turek, 2012: 73).

Yenilikçi iş davranışı literatürü verimlilik odaklı ve sosyal-politik olmak üzere iki görüşe sahiptir: Verimlilik odaklı görüş, örgütsel iyileştirmelerin çalışanların uygulamalarından kaynaklandığı, inovasyon kararlarına ilişkin rasyonel bir bakış üzerine kuruludur. Verimlilik odaklı görüş, çalışanların yenilikçi davranışlarının işletme için olumlu olduğunu varsaymaktadır. Sosyal-politik bakış açısına göre, verimlilik artışı olsa da yenilikçi iş davranışı işle ilgili çatışmaları artırmakta ve genel iş tatminini azaltmaktadır. Sosyal-politik görüş, örgütlerdeki kişiler arası ilişkilere ve yenilikçi iş davranışlarının onlar üzerindeki etkisine odaklanmaktadır (Bysted ve Jespersen, 2014: 218).

Yenilikçi iş davranışı üç adımdan oluşmaktadır. Bunlar; yeni fikirlerin üretilmesi, desteklenmesi ve uygulanmasıdır. Yenilikçi bir kişi, sorunlarla karşılaştığında yeni fikirler üretmeye başlamaktadır. Yenilikçi bir kişi fikir ürettikten sonra, fikirlerini ürün, hizmet, yöntem veya yaklaşım olarak gerçekleştirmek için örgütten destek beklemektedir. Örgütten destek aldıktan sonra yenilikçilerin örgüt içinde yeni fikirleri uyguladıkları aşama olan fikir uygulaması karşımıza çıkmaktadır (Janssen, 2004: 206; Shih ve Susanto, 2017: 3112).

Literatürde başarılı yenilikçi iş davranışının anahtarı, etkin yönetici ve liderlik davranışları (Bysted ve Jespersen; 2014; Chongvisal, 2020), psikolojik sermaye (Bak vd., 2022; Mishra vd., 2019), örgütsel kültür (Khan vd., 2020; Sinha vd., 2016), psikolojik güçlendirme (Demirer, 2020; Stanescu vd., 2021) vb. olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda bu

çalışmada yenilikçi iş davranışı bağımlı değişken olarak düşünülerek psikolojik güçlendirme ile arasındaki ilişki meta analiz yöntemiyle incelenmiştir.

1.3. Psikolojik Güçlendirme ve Yenilikçi İş Davranışı Arasındaki İlişki ve Hipotezler

Psikolojik güçlendirmenin yenilikçi iş davranışı üzerine etkisini inceleyen çalışmalar incelendiğinde karşımıza Knol ve van Linge (2009) tarafından yapılan araştırma çıkmaktadır. Çalışma 2007'de Hollanda'da 519 Kayıtlı Hemşire ile kesitsel bir korelasyonel anket gerçekleştirilerek yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda psikolojik güçlendirmenin yenilikçi iş davranışını pozitif yönde etkilediği ortaya çıkmıştır.

Singh ve Sarkar (2012) tarafından, Hindistan'da 401 kadın ilkökul öğretmeniyle yapılan çalışmada, psikolojik güçlendirmenin boyutları öz-değerlendirilirken, yenilikçi davranış ve işe bağlılık meslektaşları tarafından değerlendirilmiştir. Araştırmanın bulguları, anlam boyutu için kısmi aracılık ve iş dışı alan kontrol boyutu için tam aracılık göstermektedir.

Başka bir çalışmada Demirer (2020) imalat işletmesinde görev alan beyaz yakalılar üzerine bir anket gerçekleştirmiştir. Yapılan anket sonucunda psikolojik güçlendirmenin yenilikçi iş davranışı üzerinde pozitif yönlü bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır.

Tekin ve Akgemeci (2019) tarafından yapılan çalışmada psikolojik güçlendirmenin yenilikçi iş davranışına etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucunda psikolojik güçlendirmenin yenilikçi iş davranışını pozitif yönde etkilediği bulgulanmıştır.

Groselj vd. (2021) dönüşümcü liderlik ve yenilikçi iş davranışıyla otantik liderlik ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkilerde psikolojik güçlendirmenin düzenleyici rolünü analiz etmişlerdir. Analizde karma yöntem kullanılmıştır. Çalışma sonucunda psikolojik güçlendirmenin ılımlı rolü yoluyla yenilikçi çalışma davranışını teşvik etmede yardımcı olduğu ortaya çıkmıştır.

Psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen literatür değerlendirildiğinde iki kavram arasında pozitif yönde ilişki olduğu görülmektedir. Bu durumda bu çalışmada psikolojik güçlendirmenin yenilikçi iş davranışı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir ilişki çıkacağı yönünde sonuç beklenmektedir.

Bu bağlamda yukarıda değinilen teorik çerçevede ve de literatür taraması sonucunda bu çalışmanın temel amacı psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi meta analiz yöntemiyle inceleyerek genel bir yargıya ulaşmaktır. Buna göre çalışma çerçevesinde oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir:

H_1 = Psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1a} = Sektör değişkeni psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkide moderatör etkiye sahiptir.

2. Yöntem

Bu çalışmada psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi ölçmek için meta analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu analiz yöntemi, birden fazla çalışmadan

elde edilen verilerin birleştirilmesi için kullanılan istatistiksel bir modeldir. Etki büyüklüğü birden fazla çalışmada tutarlı olduğunda, bu ortak etkiyi belirlemek için meta-analiz kullanılmaktadır. Meta analizde etki büyüklüğünü ölçmek için üç farklı yöntem kullanılmaktadır. Bunlar: ortalamalara dayalı etki büyüklükleri, ikili verilere dayalı etki boyutları ve korelasyonel verilere dayalı etki büyüklükleridir (Borenstein vd., 2021: 50-51). Bu çalışmada ise psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki etki büyüklüğünü ölçmek için korelasyon verilerine dayalı etki büyüklüğü yöntemi tercih edilmiştir.

2.1. Verilerin Toplanması

Çalışmada verilerin toplanması için Google Akademik, YÖK Ulusal Tez Merkezi ve DergiPark veri tabanları taratılmıştır. Tarama kapsamında psikolojik güçlendirme, yenilikçi iş davranışı anahtar kelimeleriyle arama yaparak meta analiz için kullanılacak veriler elde edilmiştir. Bu aşamadan sonra elde edilen verilerin dahil edilme ölçütleri belirlenmiştir. Buna göre meta analiz için dahil edilecek çalışmalara ilişkin kriterler aşağıdaki gibidir:

- Çalışmaların 2018-2023 yılları arasında yapılmış olması,
- Çalışmaların Türkiye’de ve Türkçe yapılmış olması,
- Çalışmaların makale ya da tez olması ve erişime açık olması,
- Çalışmaların psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi incelemiş olması,
- Meta analiz yapılabilmesi için çalışmaların Pearson korelasyon değerine (r) ve örneklem sayısına sahip olması.

Çalışma kapsamında dahil edilme kriterlerine uygun olmayan çalışmalar analiz dışı bırakılarak, kriterlere uygun olan 11 çalışma analize tabi tutulmuştur.

2.2. Verilerin Analizi

Bu araştırmada, dahil etme kriterlerine uygun psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların meta analizinde *CMA V4.0 (Comprehensive Meta Analysis 4.0)* yazılım programı kullanılmıştır. Meta analiz kapsamında etki büyüklüğünün ölçülmesinde korelasyon katsayısı ele alınmıştır. Analiz kapsamında öncelikle yayın yanlılığının olup olmadığını tespit etmek için Huni Grafiği, Classic fail-safe N istatistiği, Kendall Tau b Testi (Mazumdar sıra korelasyonları) ve Egger Testi yapılmıştır. Yine araştırma kapsamında heterojenlik testi ve etki büyüklüğü değerleri ölçülmüştür. Heterojenlik testinde sabit etkiler yöntemi ve rastgele etkiler yöntemi olarak iki model bulunmaktadır. Meta analiz, iki istatistiksel modelden birine, sabit etki modeline veya rastgele etkiler modeline dayanmaktadır. Rastgele etkiler modelinde, gerçek etkinin çalışmadan çalışmaya değişebileceğine izin verilirken, sabit etkiler modelinde, analizdeki tüm çalışmaların altında yatan tek bir gerçek etki büyüklüğü olduğu ve gözlemlenen etkilerdeki tüm farklılıkların örnekleme hatasından kaynaklandığı varsayılmaktadır (Borenstein vd., 2021: 59).

Cohen vd. (2007) tarafından yapılan çalışmada korelasyonel verilerde, korelasyon katsayısı, ilişkinin yönünün ayrıntılarıyla (yani, pozitif veya negatif bir korelasyon) birlikte etki büyüklüğü olarak kullanılmaktadır. Buna göre korelasyon katsayısı (etki büyüklüğü) şu şekilde yorumlanmaktadır (Cohen vd., 2007: 521):

Tablo 1. Korelasyon Katsayı Etki Büyüklüğü

< 0 +/- 0,1	çok zayıf
< 0 +/- 0,3	zayıf
< 0 +/- 0,5	orta
< 0 +/- 0,8	güçlü
≥ +/- 0,8	çok güçlü

Buna göre bu çalışmada etki büyüklüğünü yorumlamada Tablo 1.'deki değerler ele alınarak yani Cohen ve arkadaşları tarafından verilen kılavuzlar kullanılarak yorumlanmıştır.

3. Bulgular

Araştırma kapsamında psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi test edebilmek için öncelikle 11 çalışmaya ait verilerin yayın yanlılığına bakılmıştır. Sonrasında heterojenlik ve etki büyüklüğü ve moderatör değişkenlerine ilişkin analizler yapılmıştır.

Araştırmada kullanılan 11 çalışmaya ait istatistiki bilgiler aşağıda Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. İstatistiki Bilgiler

Değişken	N (11)	
Yayın Türü	Makale	6
	Tez	5
Sektör	Bilişim	2
	Eğitim	1
	Hizmet	1
	İmalat	4
	Otel	2
	Turizm	1

Tablo 2'ye göre araştırmaya 6 makale ve 5 tez olmak üzere 11 çalışma dahil edilmiştir. Bu 11 çalışmanın analizi bilişim, eğitim, hizmet, imalat, otel ve turizm sektörlerine yönelik yapılmıştır. Çalışmada kullanılan 11 çalışmaya ilişkin örneklem sayısı ve korelasyon değerleri ise aşağıda Tablo 3'te sunulmuştur:

Tablo 3. Çalışmaların Künyesi

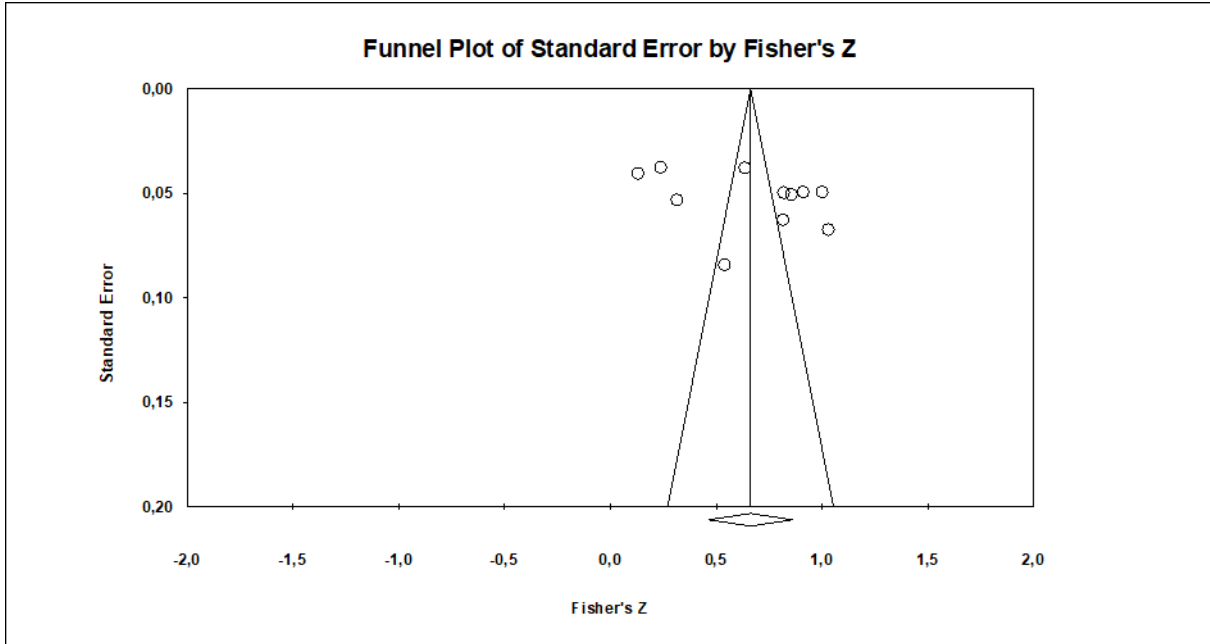
Çalışma Adı	Örneklem (N)	Tür	Korelasyon değeri (r)
Çevik-Tekin ve Akgemci (2019)	406	Makale	0,675
Demirer (2020)	144	Makale	0,493
Canbek ve İpek (2021)	412	Makale	0,762
Erdem (2021)	412	Makale	0,722
Biçer (2021)	257	Makale	0,673
Cinnioğlu ve Ertoğrul (2022)	391	Makale	0,694
Özcan (2020)	223	Tez	0,774
Tuna (2020)	610	Tez	0,130
Fırın (2020)	708	Tez	0,234
Acarol (2019)	355	Tez	0,305
Arslan (2019)	700	Tez	0,562

Tablo 3 psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi ölçmek için analizde kullanılan verilerin örneklem sayısını, çalışma adını, türünü ve korelasyon değerlerini göstermektedir. Buna göre meta analiz çalışmasında toplamda 4.618 örneklem sayısı kullanılmıştır. 11 çalışmadan 6 tanesi makale, 5 tanesi tez olarak yer almaktadır. Korelasyon değerleri incelendiğinde psikolojik güçlendirmenin yenilikçi iş davranışı üzerinde pozitif yönlü bir etkisi olduğu görülmektedir.

3.1. Yayın Yanlılığına İlişkin Bulgular

Yayın yanlılığı, yayınlanmış literatürde yer alan bir araştırmanın, sistematik olarak tamamlanmış çalışma popülasyonunu temsil etmediğinde meydana gelen bir kavramdır (Rothstein vd., 2005: 1). Araştırmada kullanılan verilerin yayın yanlılığının olup olmadığını ölçmek için huni grafiği, classic fail-safe N (Güvenli N Değerleri), Egger testi, Begg ve Mazumdar sıra korelasyonu (Kendall tau b katsayı) analizleri gerçekleştirilmiştir.

Grafik 1. Huni Grafiği



Huni grafiği, yatay eksenindeki etki boyutunun bir fonksiyonu olarak dikey ekseninde çalışma boyutunun (genellikle standart hata veya kesinlik) bir ölçüsünün grafiğidir. Bu grafikte büyük çalışmalar grafiğin üst kısmında görünür ve ortalama etki büyüklüğünün yakınında kümelenme eğilimindedir. Daha küçük çalışmalar grafiğin alt kısmında görünür ve (daha küçük çalışmalarda etki boyutu tahminlerinde daha fazla örnekleme varyasyonu olduğu için) bir değer aralığına dağılır. Yayın yanlılığının yokluğunda, çalışmaların birleşik etki büyüklüğü hakkında simetrik olarak dağıtılması beklenmektedir. Buna karşılık, yanlılığın varlığında, grafiğin alt kısmında, ortalamanın bir tarafında diğerinden daha yüksek bir çalışma konsantrasyonu göstermesi beklenmektedir (Borenstein vd., 2022: 95). Grafik 1'e göre meta analizde kullanılan 11 çalışmanın grafiğin üst kısmında simetrik olarak dağıldığı görülmektedir. Buna göre bu çalışmada yayın yanlılığı bulunmamaktadır. Huni grafiği ile birlikte yayın yanlılığını ölçen diğer bir test ise classic fail-safe N istatistiğidir.

Fail-safe N testi (Güvenli N testi), istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir genel etki elde etmek için analize eklenmesi gereken eksik çalışmaların sayısını hesaplamaktadır (Borenstein vd., 2022: 100).

Tablo 4. Classic Fail-Safe N İstatistiği (Güvenli N Testi)

Classic fail-safe N	Gözlemlenen çalışmalar için z değeri	41,89313
	Gözlemlenen çalışmalar için p değeri	0,00000
	Alfa	0,05000
	Yön	2,00000
	Alfa için z değeri	1,95996
	Gözlemlenen çalışma sayısı	11,00000
	p>alfa olması için gerekli çalışma sayısı	5015,00000

Bu meta analiz çalışması, z değeri 41,89313 ve p değeri 0,00000 olan 11 çalışmanın verilerini içermektedir. Tabloya göre p değerinin alfadan büyük olması için ($p>0,05$) analize 5015 çalışma daha psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı ilişkisini inceleyen araştırmanın eklenmesi gerekmektedir. Psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı ilişkisini inceleyen 5015 çalışmaya daha ulaşılması mümkün olmadığından dolayı, bu analizin sonucu yayın yanlılığı olmadığını göstermektedir.

Yayın yanlılığının varlığını tespit etmek için yapılan başka bir analiz ise Begg ve Mazumdar sıra korelasyonları (Kendall tau b katsayı) testi ve Egger testidir. Begg ve Mazumdar'ın sıra korelasyon testi, standartlaştırılmış etki büyüklüğü ile bu etkilerin varyansları (veya standart hatalar) arasındaki sıra korelasyonunu (*Kendall's tau*) bildirmektedir. Buna göre tau katsayısının sıfır değeri, etki boyutu ile kesinlik arasında hiçbir ilişki olmadığını ve sıfırdan sapmalar ise bir ilişkinin varlığını göstermektedir (Borenstein vd., 2022: 98).

Tablo 5. Kendall Tau b Testi ve Egger Testi

	Değişkenler	Değerler
Kendal'ın Tau b Testi	Tau b	0,09091
	z	0,38925
	p	0,34855
	p	0,07519
Egger Testi	p	0,07519

Tablo 5'e göre Kendall Tau b ve Egger testlerine göre çalışmalarda yayın yanlılığı olmadığı ortaya çıkmıştır. Buna göre Kendall Tau b değeri 0,09091 ve p değeri ise 0,05'ten büyük, aynı şekilde Egger testinde de $p>0,05$ olduğu görülmektedir.

3.2. Heterojenlik Testi ve Etki Büyüklükleri Bulguları

Psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi ölçmek için Türkiye'de yapılan Türkçe çalışmalar ve korelasyon değerine sahip 11 tane çalışma analize tabi tutulmuştur. Çalışmalara ilişkin heterojenlik testi ve etki büyüklükleri aşağıda sunulmuştur:

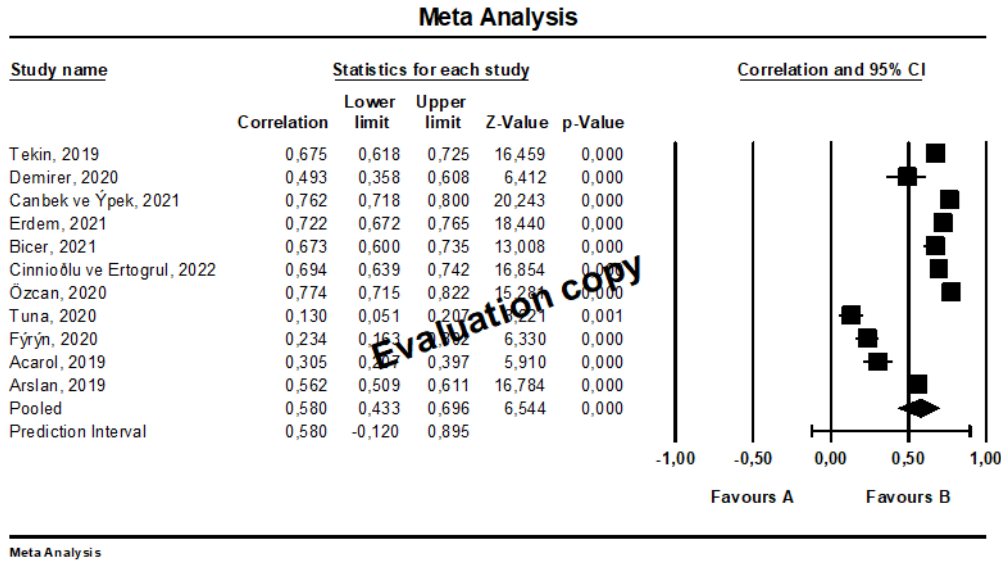
Tablo 6. Heterojenlik Testi ve Etki Büyüklükleri

Model	N	%95 Güven Aralığı				Heterojenlik			
		Ortalama Etki Büyüklüğü	Z	Alt Sınır	Üst Sınır	Df(Q)	Q	p	I ²
Sabit Etkiler Modeli	11	0,538	40,706	0,517	0,558	10	458,770	0,000	97,820
Rastgele Etkiler Modeli	11	0,580	6,544	0,433	0,696				

Heterojenlik için Q istatistiği, analizdeki tüm çalışmaların ortak bir etki boyutunu paylaştığı boş hipotezin testini sağlamaktadır. Buna göre tüm çalışmalar aynı gerçek etki büyüklüğünü paylaşıyorsa, Q'nun beklenen değeri serbestlik derecesine eşit olacaktır (çalışma sayısı eksi 1). Yapılan analiz sonucunda Q değeri, 10 serbestlik derecesinde ve $p < 0,001$ ile 458,770 olarak çıkmıştır. 0,100 alfa kriterini kullanarak, X^2 tablosunda 10 serbestlik derecesinde kritik değer 15,987 çıkmaktadır. Buna göre Q-istatistik değeri (458,770) 10 serbestlik derecesi ile ki-kare dağılımının kritik değerini (15,987) aştığı için etki büyüklüğünün homojen olduğu boş hipotezi reddedebiliriz (Borenstein vd., 2010: 105). Yine heterojenlik testi kapsamında I-kare istatistiği %98 olarak çıkmıştır. Higgins vd. (2003), %25'lik bir I-kare değerinin küçük bir heterojenliği temsil ettiğini, %50'nin orta derecede ve %75'in büyük bir heterojenliği temsil ettiğini öne sürmektedir (Higgins vd., 2003: 559). Buna göre bu çalışmada yüksek heterojenlik olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu bağlamda bu çalışmada rastgele etkiler modeli kullanılmıştır. Analizdeki çalışmaların, potansiyel araştırmalar evreninden rastgele bir örneklem olduğu varsayılmakta ve bu analiz, o evrene bir çıkarım yapmak için kullanılmaktadır (Borenstein vd., 2010: 105-107).

Tablo 6'ya göre psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkileri inceleyen 11 çalışmanın meta analizi sonucu elde edilen değerler kapsamında rastgele etkiler modelinde ortalama etki büyüklüğü 0,580'dir ve %95 güven aralığı 0,433 ile 0,696'dır. Bu değere göre psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışını arasında pozitif, anlamlı ve güçlü düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu bilgiler, aynı zamanda Orman grafiği ile de ortaya çıkmaktadır. Orman grafiğinde yer alan çizim, her çalışmayı alt ve üst sınırıyla birlikte bir nokta tahmini olarak göstermekte ve çalışmadan çalışmaya dağılım hakkında bir fikir vermektedir (Borenstein vd., 2022: 23). Buna göre Şekil 1 psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışına ilişkin 11 çalışmanın orman grafiğini (*forest plot*) göstermektedir:

Şekil 1. Orman Grafiği



Şekil 1 incelendiğinde psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasında korelasyon (r) değerlerinin pozitif yönlü olduğu ve en düşük 0,130 ile en yüksek 0,762 değerleri arasında değiştiği görülmektedir. Buna göre 11 çalışmanın rastgele etkiler modelinde ortalama etki büyüklüğü 0,580 değeri ile pozitif yönlü güçlü düzey olarak hesaplanmıştır. Bu bağlamda analiz sonucunda oluşturulan $H_{1=}$ Psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır hipotezi kabul edilmiştir.

3.3. Moderatör Analizler

İşletmelerde psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık ilişkisine etki edebilecek sektörlerle ilişkin moderatör analiz sonucu aşağıda Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7. Psikolojik Güçlendirme ve Yenilikçi İş Davranışı İlişkisinde Moderatör Analiz Sonucu

Değişken	N	%95 Güven Aralığı			Df(g)	Q	P	
		Etki Büyüklüğü	Alt Sınır	Üst Sınır				
Sektör	Bilişim	2	0,547	0,029	0,833	5	241,833	0,000
	Eğitim	1	0,762	0,718	0,800			
	Hizmet	1	0,130	0,051	0,207			
	İmalat	4	0,668	0,566	0,750			
	Otel	2	0,631	0,484	0,744			
	Turizm	1	0,234	0,163	0,302			

Tablo 7'ye göre psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı ilişkisinde sektör değişkeninin bilişim, eğitim, hizmet, imalat, otel, turizm olma durumu moderatör rol oynamaktadır ($Q=241,833$; $p<0,05$). Bu bulguya göre sektör değişkeni arasında psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı ilişkisinde istatistiksel anlamlı farklılık olduğu ortaya çıkmış ve ' $H_{1a=}$ Sektör değişkeni psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkide moderatör etkiye sahiptir' hipotezi kabul edilmiştir. Sektör değişkeni eğitim ve imalat olanlarda psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinin diğerlerine göre

daha yüksek olduğu görülmüştür ($r= 0,762; 0,668$). Buna göre psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişki sektör değişkeninden etkilenmektedir.

SONUÇ

Günümüz rekabet ortamında işletmeler ayakta kalabilmek ve daha yenilikçi ürün ve hizmetler üretebilmek için birbirleriyle yarış halindedir. İşletmeler inovatif hareket edebilmek ve çalışanlarını da bu yönde sevk edebilmek adına çeşitli stratejik enstrümanlar (liderlik modelleri, örgüt kültürü, öğrenen örgüt vb.) kullanmaktadır. Çalışanların yenilikçi davranışına etki eden bu araçlardan birisi de hiç şüphesiz psikolojik güçlendirmedir. Bu bağlamda bu çalışmada psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi belirlemek için meta analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu amaç doğrultusunda 11 çalışmanın (N=4.618) sonuçları birleştirilerek genel etki büyüklüğü hesaplanmıştır. Araştırmaya dahil edilen çalışmalar 2018-2023 yılları arasında Türkiye’de Türkçe olarak yayınlanmış makale ve tezlerden oluşmaktadır. Ayrıca çalışma kapsamında psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi etkileyebilecek moderatör değişkenler de meta analiz yöntemiyle araştırılmıştır. Çalışma sonucunda analize dahil edilen her bir yayının etki büyüklüklerinden yola çıkarak, psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki genel etki büyüklüğünün hangi düzeyde ve hangi yönde olduğu ortaya konulmuş, moderatör değişkenlerin etkisi araştırılmış ve böylece psikolojik sermaye ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiye yönelik ortak ve genel bir yargıya ulaşılmak istenmiştir.

Meta analize dahil edilen yayınların, yayın yanlılığının olup olmadığını tespit etmek amacıyla huni grafiği (Hunnel Plot), classic fail-safe N, Begg ve Mazumdar sıra korelasyonu (Kendall tau b katsayı), Egger testi analizleri gerçekleştirilmiştir. Yapılan testler sonucunda çalışmalarda yayın yanlılığına ilişkin herhangi bir bulguya rastlanmamıştır.

Çalışmada korelasyon değerleri kullanılarak etki büyüklüğünü hesaplamak için yapılan heterojenlik testi sonucunda çalışmada yüksek heterojenlik olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmaların heterojen olmasından dolayı bu çalışmada rastgele etkiler modeli kullanılmıştır. Yapılan meta analiz sonucunda psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki rastgele etkiler modelinde ortalama etki büyüklüğü 0,580'dir ve %95 güven aralığı 0,433 ila 0,696 olarak hesaplanmıştır. Bu değere göre psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasında güçlü düzeyde bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Elde edilen sonuç meta analizde kullanılan çalışmaların sonuçlarını ve literatürü destekler niteliktedir (Arslan, 2019; Biçer, 2021; Canbek ve İpek, 2021; Çevik-Tekin ve Akgemci, 2019 ve Özcan, 2020).

Çalışma kapsamında meta analiz sonuçlarının heterojenliğinin nedenini anlamak maksadıyla yapılan moderatör analizi sonucunda psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkide sektör değişkeninin etki büyüklüğünde anlamlı farklılaşmaya neden olduğu ortaya çıkmıştır. Psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı ilişkisinde sektör değişkeninin bilişim, eğitim, hizmet, imalat, otel, turizm olma durumu moderatör rol oynamaktadır. Buna göre eğitim sektöründe ve imalat sektöründe faaliyette bulunan çalışanlar psikolojik açıdan güçlendirildiğinde daha inovatif ve cesur davrandıkları ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak bu çalışma psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaları meta analiz yöntemiyle ele alarak bütüncül bir yaklaşımla

değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre, işletmede çalışanların psikolojik açıdan güçlendirilmesi (anlam, yetkinlik, seçim, etki) yenilikçi iş davranışını olumlu ve güçlü düzeyde etkilemektedir. Buna göre yenilikçi ve rekabetçi yapıya sahip olmak isteyen işletmeler çalışanlarını güçlendirmek zorundadır. Çalışanlarını sorumluluk, öz yeterlilik, karar verme yetkisi, bilgi paylaşımı gibi unsurlarla donatıp cesaretlendiren firmaların daha yenilikçi ve verimli olduğu ortaya çıkmıştır.

Psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi belirlemek ve genel yargıya varabilmek adına yapılan meta analiz sonucunda hipotezler kabul edilmiştir. Ancak bu bulgular değerlendirilirken araştırmanın bazı kısıtlılıkları göz önünde bulundurularak değerlendirilmesi gerektiği de önem taşımaktadır. Buna göre çalışmada sadece korelasyon katsayısına sahip yayınlar analize dahil edilmiş, farklı yöntemlerle ve analiz türleriyle (nitel çalışma, AMOS vb.) yapılan yayınlar çalışmaya dahil edilmemiştir. Araştırma kapsamında sadece Türkçe çalışmalar ele alınmış yabancı literatür analize dahil edilmemiştir. Bu kapsamda gelecekteki çalışmalarda yabancı literatürün de dahil edilerek bu çalışma ile karşılaştırma yapılmasının ve kültürler arası farklılaşmanın bu duruma etki edip etmediğinin araştırılmasının alana katkı sağlayacağı yönünde olduğu düşünülmektedir. Yine gelecek çalışmalarda psikolojik güçlendirme ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkide cinsiyet, medeni durum ve liderlik tarzı faktörlerin de moderatör etkisinin araştırılabileceği düşünülmektedir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada içerisinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, çalışmanın özgün olduğunu bildiririm. Aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Bu çalışma tek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çıkar Beyanı

Bu çalışmanın hazırlanmasında çıkar çatışması yaşanacak herhangi bir durum bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Acarol, Ç. (2019). *A Tipi Kişilik Özelliğinin Bireysel Yenilikçilik Üzerindeki Etkisi: Psikolojik Güçlendirmenin Aracı Örgütsel Adaletin Düzenleyici Rolü*. Doktora Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Almulhim, A. F. (2020). "Linking Knowledge Sharing To Innovative Work Behaviour: The Role Of Psychological Empowerment". *Journal Of Asian Finance, Economics and Business*, 7 (9), 549–560.

- Arslan, F. (2019). *Yiyecek-İçecek Çalışanlarında Dönüştürücü Liderlik ve Yenilikçi İş Davranışı İlişkisinde Psikolojik Güçlendirmenin Aracı Etkisi*. Doktora Tezi, Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Ashford, S. J., K. M. Sutcliffe ve M. K. Christianson (2009). Speaking up and Speaking Out: The Leadership Dynamics of Voice in Organizations. *Voice and Silence in Organizations*. (Ed. J. Greenberg ve M. S. Edwards.). UK: Emerald Group Publishing.
- Avram, E. ve I. Priescu (2012). "Access to Information and Empowerment Perspectives in Health Services". *Social and Behavioral Sciences*, 33, 949-953.
- Bak, H., M. H. Jin ve B. D. McDonald (2022). "Unpacking the Transformational Leadership-Innovative Work Behavior Relationship: The Mediating Role of Psychological Capital". *Public Performance & Management Review*, 45 (1), 80-105.
- Biçer, M. (2021). "Lider-Üye Etkileşimi ve Yenilikçi Davranış İlişkisinde Personel Güçlendirmenin Aracılık Etkisi". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13 (1), 330-342.
- Borenstein, M., L. V. Hedges, J. P. T. Higgins ve H. R. Rothstein (2021). *Introduction To Meta-Analysis*. New York: John Wiley & Sons.
- Borenstein, M., L. V. Hedges, J. P. Higgins ve H. R. Rothstein (2010). "A Basic Introduction to Fixed-Effect and Random-Effects Models For Meta-Analysis". *Res Synth Methods*, 1 (2), 97-111.
- Borenstein, M., L. Hedges, J. Higgins ve H. Rothstein (2022). *Comprehensive Meta Analysis Version 3.0*, https://www.meta-analysis.com/Pages/Cma4_Manual.Php (11.12.2022).
- Bysted, R. ve K. R. Jespersen (2014). "Exploring Managerial Mechanisms That Influence Innovative Work Behaviour." *Public Management Review*, 16 (2), 217-241.
- Canbek, M. ve M. A. İpek (2021). "Psikolojik Güçlendirmenin Yenilikçi İş Davranışı Üzerindeki Etkisinde İşle Bütünleşmenin Aracı Etkisi: Öğretmenler Üzerinde Ampirik Bir Araştırma". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13 (4), 3417-3427.
- Chongvisal, R. (2020). "Factors Affecting Innovative Work Behavior of Managers". *Polish Journal Of Management Studies*, 22 (2), 50-64.
- Cinnioğlu, H. ve R. Ertoğrul (2022). "Otel Çalışanlarının Algıladıkları Liderlik Tarzının Bireysel Yaratıcılık ve Personel Güçlendirme Düzeyleri Üzerindeki Etkisi: Antalya Örneği". *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8 (56), 1086-1104.
- Cohen, L., L. Manion ve K. Morrison (2007). *Research Methods in Education*. New York: Routledge.
- Çevik Tekin, İ. ve T. Akgemci (2019). "Psikolojik Güçlendirmenin Yenilikçi İş Davranışına Etkisi". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (3), 1674- 1692.
- Demirer, M. C. (2020). "Effects of Structural And Psychological Empowerment on Career Satisfaction and Innovative Work Behavior". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 15 (1), 165-184.

- Erdem, A. T. (2021). "Güçlendirici Liderliğin Yenilikçi İş Davranışına Etkisinde Bilgi Paylaşımının Aracılık Rolü: Bilişim Sektöründe Bir Araştırma". *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30 (1), 119-131.
- Fırın, S. (2020). *Psikolojik Güçlendirmenin Yenilikçi Davranışa Etkisinde Kişilik Özelliklerinin Düzenleyici Rolü Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Groselj, M., M. Cerne, S. Penger ve B. Grah (2021). "Authentic And Transformational Leadership And İnnovative Work Behaviour: The Moderating Role Of Psychological Empowerment". *European Journal of Innovation Management*, 24 (3), 677-706.
- Higgins, J., S. Thompson, J. Deeks ve D. Altman (2003). "Measuring Inconsistency in Meta-Analyses". *BMJ*, 327, 557-560.
- Janssen, O. (2000). "Job Demands, Perceptions Of Effort-Reward Fairness And Innovative Work Behaviour." *Journal Of Occupational And Organizational Psychology*, 73, 287-302.
- Janssen, O. (2004). "How Fairness Perceptions Make Innovative Behavior More or Less Stressful". *Journal Of Organizational Behavior*, 25, 201-215.
- Javed, B., I. Abdullah, M. A. Zaffar, A. Ul Haque ve U. Rubab (2019)." Inclusive Leadership And Innovative Work Behavior: The Role Of Psychological Empowerment". *Journal Of Management & Organization*, 25, 554-571.
- Khan, M. A., F. B. Ismail, A. Hussain ve B. Alghazali (2020). "The Interplay Of Leadership Styles, Innovative Work Behavior, Organizational Culture, and Organizational Citizenship Behavior". *Sage Open*, 10 (1), 1-16.
- Knol, J. ve R. Van Linge (2009). "Innovative Behaviour: The Effect Of Structural and Psychological Empowerment On Nurses". *Journal of Advanced Nursing*, 65 (2), 359-370.
- Miceli, M. P., J. P. Near ve T. M. Dworkin (2009). "A Word To The Wise: How Managers And Policy-Makers Can Encourage Employees To Report Wrongdoing". *Journal Of Business Ethics*, 86 (3), 379-396.
- Mishra, P., J. Bhatnagar, R. G. Section ve S. M. Wadsworth (2019). "How Work-Family Enrichment Influence Innovative Work Behavior: Role Of Psychological Capital And Supervisory Support". *Journal Of Management & Organization*, 25 (1), 58-80.
- Özcan, G. (2020). *Personel Güçlendirme ve Yenilikçi İş Davranışı Arasındaki İlişki: Örgütsel Yaratıcılığın Aracılık Etkisi*. Yüksek Lisan Tezi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Rothstein, R., A. Sutton ve M. Borenstein (2005). *Publication Bias In Meta-Analysis: Prevention, Assessment And Adjustments*. England: John Wiley & Sons.
- Shih, H. A. ve E. Susanto (2017). "Perceived Identifiability, Shared Responsibility And Innovative Work Behavior". *The International Journal Of Human Resource Management*, 28 (22), 3109-3127.

- Singh, M. ve A. Sarkar (2012). "The Relationship Between Psychological Empowerment And Innovative Behavior A Dimensional Analysis With Job Involvement As Mediator". *Journal Of Personnel Psychology*, 11 (3), 127-137.
- Sinha, S., P. Priyadarshi ve P. Kumar (2016)." Organizational Culture, Innovative Behaviour And Work Related Attitude Role Of Psychological Empowerment". *Journal Of Workplace Learning*, 28 (8), 519-535.
- Spreitzer, G. M., S. C. De Janasz ve R. E. Quinn (1999). "Empowered To Lead: The Role Of Psychological Empowerment in Leadership". *Journal of Organizational Behavior: The International Journal Of Industrial, Occupational And Organizational Psychology and Behavior*, 20 (4), 511-526.
- Stanescu, D. F., A. Zbucnea ve F. Pinzaru (2021). "Transformational Leadership And Innovative Work Behaviour: The Mediating Role Of Psychological Empowerment". *Kybernetes*, 50 (5), 1041-1057.
- Stewart, J. G., R. McNulty, M. T. Q. Griffin ve J. J. Fitzpatrick (2010). "Psychological Empowerment And Structural Empowerment Among Nurse Practitioners". *Journal Of The American Academy Of Nurse Practitioners*, 22 (1), 27-34.
- Thomas, K. W. ve B. A. Velthouse (1990), "Cognitive Elements of Empowerment: An 'Interpretive' Model Of Intrinsic Task Motivation". *Academy Of Management Review*, 15 (4), 666-681.
- Tuna, F. A. (2020). *Kişilik Tiplerinin Bireysel Yenilikçiliğe Etkisinde Motivasyon ve Personel Güçlendirme Faktörünün Aracı Rolü: Hizmet Sektörü Üzerine Bir Uygulama*. Doktora Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Wojtczuk-Turek, A. (2012). "Innovative Work Behavior and Psychological Capital – Analysis of Relationships". *Organization & Management Scientific Quarterly*, 3, 71-88.

EXTENDED ABSTRACT

Empowerment is considered as changes in cognitive variables that determine the motivation of employees. Psychological empowerment is defined as four cognitions (sense of influence, competence, meaningfulness, and choice) as the basis of increased intrinsic task motivation and employee empowerment. Psychological empowerment should be understood as a motivational construct based on an employee's perception of the ability to do work well, the choice to initiate and organize actions, influence the environment, and work that has meaning. Employee empowerment is considered as the cornerstone of innovative processes in any organization. Psychological empowerment enhances management practices and empowers employees in different ways, such as decision-making and access to information, thus providing resources for employees at the lower level of the organization and increasing overall work efficiency.

Innovative business behavior is defined as the deliberate creation, introduction, and implementation of new ideas within a business role, group, or organization to benefit role performance, group, or organization. The gains from innovation can include both better functioning of the organization and social psychological benefits for individual employees or

groups of individuals, such as a more appropriate fit between perceived job demands and an employee's resources, increased job satisfaction, and better interpersonal communication.

In the literature, the key to successful innovative business behavior is effective executive and leadership behaviors, psychological capital, organizational culture, psychological empowerment, etc. In this context, in this study, the relationship between innovative work behavior and psychological empowerment was examined by meta-analysis method, considering it as a dependent variable.

Accordingly, the main purpose of the study is to reach a general judgment by examining the relationship between psychological empowerment and innovative work behavior with the meta-analysis method. Accordingly, the hypotheses formed within the framework of the study are as follows:

H_1 = There is a positively significant relationship between psychological empowerment and innovative work behavior.

H_{1a} = The sector variable has a moderating effect on the relationship between psychological empowerment and innovative work behavior.

In this study, meta-analysis method was used to measure the relationship between psychological empowerment and innovative work behavior. In the study, Google Academic, YÖK National Thesis Center and DergiPark databases were searched to collect data. Within the scope of the screening, data to be used for meta-analysis were obtained by searching with the keywords of psychological empowerment and innovative work behavior. The inclusion criteria of the data obtained after this stage were determined. Accordingly, the criteria for the studies to be included for meta-analysis are as follows:

- The studies were carried out between 2018-2023,
- The studies have been conducted in Turkey and in Turkish,
- If the studies are articles or theses and they are accessible,
- Studies have examined the relationship between psychological empowerment and innovative work behavior,
- In order to perform meta-analysis, the studies should have Pearson correlation value (r) and number of samples.

Studies that did not meet the inclusion criteria within the scope of the study were excluded from the analysis, and 11 studies that met the criteria were subjected to analysis.

In this study, CMA V4.0 (Comprehensive Meta Analysis 4.0) software program was used in the meta-analysis of the studies examining the relationship between psychological empowerment and innovative work behavior in accordance with the inclusion criteria. Within the scope of the meta-analysis, the correlation coefficient was discussed in measuring the effect size.

Within the scope of the analysis, Funnel Graph, Classic fail-safe N statistic, Kendall Tau b Test (Mazumdar rank correlations) and Egger Test were performed to determine publication bias. Again, within the scope of the research, heterogeneity test and effect size values were measured.

Funnel plot, Begg and Mazumdar rank correlation (Kendall tau b coefficient), Egger test analyzes were performed to determine whether the studies included in the study had publication bias. As a result of the tests, no findings related to publication bias were found in the studies.

As a result of the heterogeneity test performed to calculate the effect size using correlation values in the study, it was revealed that there was high heterogeneity in the study. Due to the heterogeneity of the studies, the random effects model was used in this study. As a result of the meta-analysis, the average effect size in the random effects model between psychological empowerment and innovative work behavior was 0.580 and the 95% confidence interval was calculated as 0.433 to 0.696. According to this value, it has been revealed that there is a strong relationship between psychological empowerment and innovative work behavior. The result obtained supports the results of the studies used in the meta-analysis and the literature.

As a result of the moderator analysis conducted to understand the reason for the heterogeneity of the meta-analysis results within the scope of the study, it was revealed that the sector variable caused a significant difference in the effect size in the relationship between psychological empowerment and innovative work behavior. The fact that the sector variable is informatics, education, service, manufacturing, hotel, and tourism play a moderator role in the relationship between psychological empowerment and innovative business behavior.

As a result, this study aims to evaluate the studies examining the relationship between psychological empowerment and innovative work behavior with a holistic approach by using the meta-analysis method. According to the findings obtained as a result of the research, the psychological empowerment (meaning, competence, choice, impact) of the employees in the enterprise affects innovative business behavior positively and strongly. Accordingly, businesses that want to have an innovative and competitive structure must strengthen their employees.

SAĞLIK İŞLETMELERİNDE DIŞ KAYNAK KULLANIM STRATEJİLERİ: HİZMET ALIM İHALELERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

İsa GÜL¹

Öz

Sağlık işletmeleri teşhis ve tedavi gibi hizmetlerin yanı sıra destek hizmetleri veren işletmelerdir. Farklı hizmetlerin verildiği bu işletmeler finansal nedenler, maliyet azaltmak, kaliteyi artırmak ve temel hizmet alanlarına odaklanmak için dış kaynaklardan yararlanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, üniversitelere bağlı sağlık işletmelerinin 2022 yılında gerçekleştirdikleri hizmet alım ihalelerini Elektronik Kamu Alımları Platformu (EKAP) üzerinden incelemektir. Araştırmanın verileri, EKAP internet sitesinde ihale arama ekranında bulunan hizmet alım ihalelerine ait bilgilerden elde edilmiştir. Veriler ilk aşamada MS Excel programına ardından SPSS programına aktarılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, hizmet ihalelerinin %32'si laboratuvarla ilgili hizmetleri, %14'ü bakım onarımla ilgili hizmetleri, %13'ü görüntüleme veya nükleer tıpla ilgili hizmetleri, %7,3'ü yemek hizmetlerini kapsamaktadır. İhalelerin %38,1'i 12 aylık süreye, %15,1'i ise 24 aylık süreye sahiptir. Hizmet alımlarında en sık kullanılan ihale yöntemleri açık ihale ve pazarlık (madde 21-b) usulleridir. Gerçekleştirilen ihalelerin yalnızca %14'ü kısmi teklife açıktır. İhalelerin en sık yapıldığı ayların Aralık, Kasım ve Haziran ayları olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırma hizmet ihalelerindeki dış kaynak kullanım alanlarını ve satın alma bilgilerini ortaya çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler

Sağlık İşletmeleri
Dış Kaynak
Hizmet Alım İhalesi
EKAP

Makale Hakkında

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi : 28.08.2023
Kabul Tarihi : 28.09.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1351274

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Afyonkarahisar Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi, e-posta: isagul233@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9419-4816.

OUTSOURCING STRATEGIES IN HEALTHCARE ORGANISATIONS: A RESEARCH ON SERVICE PROCUREMENT TENDERS

Abstract

Healthcare organizations provide services such as diagnosis, treatment, and support services. These organizations, which provide different services, use outsourcing for financial reasons, cost reduction, quality improvement, and focus on core service areas. The aim of this study is to examine the service procurement tenders of university-affiliated health enterprises in 2022 through the Electronic Public Procurement Platform (EKAP). The data of the study were obtained from the information on service procurement tenders found on the tender search screen on the EKAP website. The data were first transferred to MS Excel and then to the SPSS program, and analyses were carried out. According to the findings obtained from the research, 32% of the service tenders cover laboratory-related services, 14% cover maintenance and repair services, 13% cover imaging or nuclear medicine-related services, and 7.3% cover catering services. Of the tenders, 38.1% had a 12-month duration, and 15.1% had a 24-month duration. The most frequently used procurement methods for service procurement are open and negotiation procedure (21-b). Only 14% of the tenders are open to partial tenders. It is concluded that the most frequent months for tenders are December, November and June. This research revealed outsourcing areas and procurement information for service tenders.

Keywords

Healthcare Organisations
Outsourcing
Service Procurement Tender
EKAP

Article Info

Research Article

Received : 28.08.2023
Accepted : 28.09.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1351274

Kaynakça Gösterimi: Gül, İ. (2023). Sağlık İşletmelerinde Dış Kaynak Kullanım Stratejileri: Hizmet Alım İhalelerine Yönelik Bir Araştırma. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 67-85.

Citation Information: Gul, I. (2023). Outsourcing Strategies in Healthcare Organisations: A Research on Service Procurement Tenders. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 67-85.

GİRİŞ

Günümüzde işletmelerin amaçlarına ulaşması ve faaliyet gösterdikleri sektörde rekabet avantajı elde etmesi için yeni yönetim yaklaşımlarını benimsemesi gerekmektedir. Sağlık alanında kullanım alanları gittikçe artan yönetim yaklaşımlardan biri dış kaynak kullanımıdır. Hastanelerin çok geniş ve karmaşık hizmet sunucusu olma rolleri, bu işletmelerde dış kaynak kullanımını elverişli hale getirmektedir (Yiğit vd., 2007: 86). Sağlık yöneticileri sağlık hizmetlerinde tıbbi çıktıları iyileştirmenin yanında kârlılığı ve verimliliği artırma çabasında oldukları için, sağlık hizmetlerinde dış kaynak kullanımı giderek yaygınlaşmıştır (Roberts vd., 2013: 2; Berry vd., 2021: 8). Dış kaynak uygulamasına yönelen kurumlar hem sağlıkla ilgili hem de diğer hizmet alanlarında maliyet tasarrufu sağlayarak kaynaklarını etkin ve verimli bir biçimde kullanmayı hedeflemektedir (Kalkan vd., 2015: 54). Dahası hastane yöneticileri, dış kaynak kullanımına yönelik maliyet analizlerini yaparak teknolojik cihazları ve donanımları daha az maliyetle kullanmakta, böylelikle kaliteli ve etkin bir sağlık hizmeti sunumu gerçekleştirebilmektedir (Bozdemir ve Öcel, 2016: 1069).

Hastanelerin kendine özgü özellikleri, bu işletmelerin yönetimini zorlaştırmaktadır. Bu durumun en önemli faktörlerinden biri etkin kaynak kullanımınıdır. Çünkü kaynakların yetersiz olması sağlık hizmetlerinde hizmet sunum sorunlarına ve çatışmalara neden olmaktadır. Hastaneler diğer işletmeler gibi sınırlı kaynaklarla faaliyet gösterdiği için kaynakları optimal düzeyde değerlendirmeye gereksinim vardır (Ekin vd., 2012: 17). Sağlık sisteminde performansın iyileştirilmesine ve ekonomide katma değer oluşturmaya yönelik bir strateji olan dış kaynak kullanımı, kamu ve özel sektörde birçok hastane tarafından kullanılmaktadır (Koçyiğit vd., 2019: 326).

1. Dış Kaynak Kullanımı

Dış kaynak kavramının, ilk kullanımının 1980'li yıllarda gerçekleştiği ancak bir yönetim aracı ve iş yaptırma modeli olarak yaygınlaşmasının 1990'lı yıllarda ortaya çıktığı belirtilmektedir (Gözüküçük ve Çelik, 2012: 3). Dış kaynak kullanımı ile ilgili literatürde farklı tanımlamalar yapılmıştır. Bunlar;

- ✓ Dış kaynak kullanımı, bir sağlık kurumunun belirli hizmetlerini kısmen veya tamamen vermesi için başka bir kuruluşla sözleşme yaptığı strateji olarak tanımlanmaktadır (Laamanen, 2008: 297).
- ✓ Dış kaynak kullanımı, bir kuruluşun daha önce kendisinin gerçekleştirdiği faaliyetleri yürütmek için harici bir işletmeyi kullanmasıdır. Dış kaynak kullanımı, istenen sonuçlar için hizmetlerin bir kısmının veya tamamının üçüncü taraf yönetimine devredilmesi anlamına gelmektedir (Bailey vd., 2002: 83).
- ✓ Dış kaynak kullanımı, işletmenin bazı hizmetlerini harici bir sağlayıcı tarafından sunulmasına yönelik sözleşmeye dayalı ilişkiyi ifade etmektedir. Başka bir deyişle, bir işletmenin başka bir işletmeye kendi bünyesindeki bazı işleri yapması için ödeme bulunmasıdır (Belcourt, 2006: 269-270).
- ✓ Dış kaynak kullanımı, kısaca kaynakların işletme dışından sağlanması yöntemidir. Dış kaynak kullanımı, genel olarak bir işletmenin başka bir işletmede bulunan kaynaktan hizmet veya malzeme girdisini temin etmesi sürecidir (Troacă ve Bodislav, 2012: 53).

- ✓ Dış kaynak kullanımı, bir işletmenin daha önce kendi bünyesinde gerçekleştirilen bir faaliyeti harici bir kuruluşa emanet ettiği uygulamadır (Varadarajan, 2009: 1165).

Küreselleşmenin artmasıyla birlikte sağlık hizmetlerinde dış kaynak kullanımı hızlanmıştır. Sağlık hizmetlerinin bakım kalitesinin artırılması ve maliyetlerinin düşürülmesi dünya çapında her sağlık sisteminin temel hedefidir (Glaa vd., 2014: 189). Bu hedefe ulaşmak için maliyetlerin en aza indirilmesine ihtiyaç vardır. Diğer taraftan TÜİK verilerinde, 2021 yılında Türkiye'deki sağlık harcamaları bir önceki yıla göre %41,6 oranında arttığı, genel devlet sağlık harcamasının %41,5 özel sektör harcamasının ise %42,1 oranında arttığı, toplam sağlık harcamalarının %49,5'inin hastanelerde yapıldığı açıklanmıştır (TÜİK, 2022). Sosyal Güvenlik Kurumu'nun (SGK) verilerine göre, kurumun sağlık harcamaları 2022 yılı sonunda 2021 yılına göre kıyaslandığında %60 oranında artış gerçekleşmiş ve bu harcamaların %66'sı tedavi harcamalarından kaynaklanmıştır. SGK'nın 2022 yılındaki sağlık giderleri bütçeye göre %58,78 oranında artış göstererek 283.224 milyon TL'ye ulaşmıştır. Bu artışın nedenleri arasında, bütçe tahmininde %29,86 olarak varsayılan kur artışının Şubat ayında %37,43, Temmuz ayında da ilaveten %25 olarak belirlenmesi ile makro değişkenlerde meydana gelen sonuçlar etkili olmuştur (SGK, 2023: 54). Tüm bu veriler sağlık sisteminde harcamaların önemli düzeyde arttığını göstermektedir. Dolayısıyla sağlık işletmelerinin rekabet etme avantajı, performans artırma, verimli olma, hizmetleri zamanında ve en az maliyetle sunma zorlukları, bu işletmelerin bazı hizmetlerini, dış kaynak kullanarak başka işletmelere devretmeye yönlendirmektedir (Troacá ve Bodislav, 2012: 54).

İşletmeler dış kaynak yöntemini kullanarak ekipman, insan gücü ve işletme faaliyetleriyle ilgili sorunları çözmüş ve hizmet sunum süreçlerinde iyileşme ortaya çıkmıştır. Dış kaynak kullanım yoluyla kaliteyi geliştirme düzeyi, dışarıdan sağlanan hizmetin türüne ve özel sektör üzerindeki denetime bağlıdır (Raeissi vd., 2018: 9). Özellikle hastaneler dış kaynak kullanımına karar vermeden önce; dış kaynak kullanma nedenlerini, dış kaynak kullanımının önündeki engelleri, dış kaynak kullanımındaki uygulamaları, sürecin hastane yönetimine etkilerini, yasal ve etik yönlerini dikkate almalıdır. Kurum dış kaynak kullanmaya karar verirse alınacak hizmetin kurumun misyon, vizyon ve hedeflerine ulaşması için değerlendirme yapılması önemlidir (Roberts vd., 2013: 8). Dış kaynak kullanılırken bazı hususların göz ardı edilmemesi gerekir. Bunlar: (a) dış kaynaklardan sağlanan teknik yeterlilik, (b) satın alma maliyeti, (c) hizmetin son kullanıcısının katılımı, (d) iş bağımlılıkları, (e) işletme bilgilerinin gizliliği, (f) izleme süreci ve (g) işletme içi insan kaynaklarının becerileri ve teknik bilgisidir. Dış kaynak kullanımı, işletmedeki süreçleri iyileştirmenin en iyi yolu olabilir ancak yöntem yanlış kullanıldığında işletmede telafisi zor olan beceri ve bilgilerin kaybolmasına yol açabilmektedir (Franceschini vd., 2003: 251).

Dış kaynak kullanımı, bir kuruluşun başka bir kuruluşla bir hizmet veya ürün sağlamak için sözleşme yapması durumunda ortaya çıkmaktadır. Kuruluşların dış kaynak kullanmasının altı temel nedeni vardır. Bunlar; finansal tasarruflar, stratejik odaklanma, ileri teknolojiye erişim, gelişmiş hizmet düzeyi, uzmanlaşmış iş gücüne erişim ve kurumsal politikalarıdır (Belcourt, 2006: 271). Bunların dışında dış kaynak kullanım nedenleri arasında, müşteri memnuniyeti ihtiyacı, insan kaynaklarının yüksek maliyeti, iç kaynaklar tarafından sağlanan hizmetlerin düşük kalitede olması, en yüksek kalitede bilgi ve teknolojilere erişim ve diğer nedenlerdir (Raeissi vd., 2018: 10; Borowska vd., 2020: 487). Hastaneler açısından

değerlendirildiğinde ana faaliyet konusu olan teşhis ve tedavi işlemlerinin dışındaki destekleyici tıbbi hizmetlerin ihale yapılarak dışarıdan hizmet alımıyla gerçekleştirmelerinin asıl sebebi, daha düşük maliyetle, daha yüksek kalitede ve gelişmiş teknolojilerle daha iyi hizmet sunabilmektir (Bozdemir ve Öcel, 2016: 1068).

1.1. Sağlık İşletmelerinde Dış Kaynak Kullanım Alanları

Sağlık işletmelerinde maliyetlerin kontrol altına alınması, bütçe dengesinin sağlanması, hizmet kalitesinin artırılması ve hasta odaklı hizmetlerin verilmesine yönelik uygulamaya konulan Sağlıkta Dönüşüm Programı ile dış kaynak kullanım stratejileri hızla artmıştır (Karaca vd., 2022: 205). Hastanelerde yaygın olarak kullanılan dış kaynak alanları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Hastanelerde Dış Kaynak Kullanım Alanları

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Temizlik ▪ Güvenlik ▪ Hasta Karşılama ve Yönlendirme ▪ Yemek Hizmetleri ▪ Laboratuvar Hizmetleri ▪ Görüntüleme Hizmetleri ▪ Radyoterapi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Protez-Ortez ▪ Veri Girişi ▪ Hasta Kabul ve Danışma ▪ Çamaşırhane ▪ Nükleer Tıp ▪ Diğer Hizmetler
---	--

Kaynak: Augurzky ve Scheuer, 2007: 271; Bozdemir ve Öcel, 2016: 1052; Koçyiğit vd., 2019: 327; Karaca vd., 2022: 204.

1.2. Dış Kaynak Kullanımının Avantajları ve Dezavantajları

Dış kaynak kullanımının, yönetim odağını artırmak, maliyetleri azaltmak ve sermayeyi daha rasyonel yönetmek gibi potansiyel faydalar sağlayacağı öngörülmektedir (Bailey vd., 2002: 84). Ayrıca dış kaynak kullanımı sağlık işletmesinin en iyi yaptığı iş olan sağlık hizmetine odaklanmasını sağlayarak etkinliğin ve verimliliğin artırılmasına, performansın artış göstermesine, kalifiye sağlık çalışanı havuzuna daha kolay erişim sağlanmasına, alanında uzman işletmeler ile çalışıldığından güvenilirliğin ve kurum imajının geliştirilmesine katkı sağlamaktadır (Karaca vd., 2022: 206).

Dış kaynak kullanımının dezavantajları arasında, dış kaynak sağlayan işletmenin sağlık işletmesinin iç ve dış ortamı hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması (Troacă ve Bodislav, 2012: 56), hasta güvenliğinin, hasta ve çalışan memnuniyetinin, işletme gelirlerinin, kurum kültürünün, itibarının ve uzun vadede mali performansın olumsuz etkilenmesi (Berry vd., 2021: 2879), hastanenin kendi personeli ile dış kaynak firması arasındaki bazı koordinasyon sorunlarının (Augurzky ve Scheuer, 2007: 273) ortaya çıkması olarak görülebilmektedir. Bu dezavantajlara ek olarak; işletmenin değişen koşullara uyum sağlama yeteneğinin kaybolması (Bailey vd., 2002: 84), uzman işletmeye bağımlı kalma tehlikesi, bilgi güvenliliğinin sağlanamama noktasında hassasiyet yaratması ve gizli maliyetlerin ortaya çıkması görülebilmektedir (Karaca vd., 2022: 206).

2. Hizmet Alımları

Hizmet; 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu’nun tanımlar bölümünde “bakım ve onarım, taşıma, haberleşme, sigorta, araştırma ve geliştirme, muhasebe, piyasa araştırması ve anket,

danışmanlık, tanıtım, basım ve yayım, temizlik, yemek hazırlama ve dağıtım, toplantı, organizasyon, sergileme, koruma ve güvenlik, meslekî eğitim, fotoğraf, film, fikrî ve güzel sanat, bilgisayar sistemlerine yönelik hizmetler ile yazılım hizmetlerini, taşınır ve taşınmaz mal ve hakların kiralanmasını ve benzeri diğer hizmetleri" şeklinde açıklanmıştır (Resmî Gazete, 2002). İlgili Kanun'da mal, hizmet veya yapım işlerinin ihale ile temin edilebileceği belirtilmiştir. Kanunda ihale usulleri *açık ihale usulü, belli istekliler arasında ihale usulü, pazarlık usulü* olarak açıklanmıştır. Bu Kanun kapsamında yapılacak ihalelerde temel usuller; katılımcı sayısının sınırlanmadığı açık ihale usulü, işin özelliği gereği belirli uzmanlık veya teknoloji gerektirmesi durumunda kullanılabilen belli istekliler arasında ihale usulüdür. Pazarlık usulü ihale Kanun'un 21. Maddesi'nde belirtilen belirli koşullarda uygulanabilmektedir. Açık ihale usulü, kamusal mal ve hizmet alımları ile yapım işlerinin ihalelerinde Türkiye'de en fazla tercih edilen ihale usulü olma özelliğine sahiptir (Resmî Gazete, 2022; Akpınar, 2020: 134 - 136).

Hizmet alımları birçok kurum ve işletmenin ortak konusudur. Kamu kuruluşlarında hizmet işlerinin temini Kamu İhale Kanunu'na uygun olarak yapılmaktadır. Bu yönüyle Kamu İhale Kanunu ve Kamu İhale Kurumu'nun uygulamaları hizmet alımlarının teminini etkilemektedir. Sağlık hizmetlerinde yapılan hizmet alım uygulamaları ile ilgili en önemli kamu otoriteleri Sağlık Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Kamu İhale Kurumu, Türkiye Kamu Hastaneleri Kurumu, Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Kurumu ve Sosyal Güvenlik Kurumu'dur. Bu kurumların düzenlemeleri ve uygulamaları hizmet alımlarının belirleyicisi olmaktadır. Bunlara ek olarak yargı kararları sektöre yön veren diğer bir faktördür (Atasever vd., 2017: 71).

Dış kaynaklardan yararlanma ve özelleştirme aracı olarak görülen hizmet ihaleleri uygulamasından beklenen; kurumda verilen hizmetlerin daha verimli, etkili ve kaliteli olarak sunulmasıdır. Hizmet ihalesi uygulamalarının kalitesini, etkinliğini ve verimliliği öncelikli olarak şekillendiren hastane yönetimlerinden ziyade yasal prosedürler olmaktadır (Ergin ve Şahin, 2005: 66). Verimlilik, kalite ve kârlılık artışı arayan sağlık kuruluşları, *daha azıyla daha fazlasını yapma* hedefiyle dış kaynak yöntemlerini benimsemektedir. Maliyet ve risk azaltma, iç kaynaklardan ödün vermeden hızlı değişimlere uyum sağlama arayışında olan bu kuruluşlar, kontrol ve esneklik değişkenlerinde önemli riskler almaktadır (Machado Guimarães ve Crespo de Carvalho, 2012: 1). Sağlık hizmetlerinde dış kaynak kullanımı sözleşme temelinde işletildiği için bu sözleşmelerin bazı ayırt edici özellikleri vardır. Bunlar: (i) faaliyetin türü; (ii) sözleşmenin türü; (iii) sözleşme süresi; (iv) performans gerekliliklerinin belirlenmesi ve son olarak (v) ödeme süreçleridir (Liu vd., 2007: 203).

Kapsamlı literatür taramasında, sağlık işletmelerinde dış kaynak kullanımı konusunda birçok çalışma yapıldığı ancak bu çalışmalarda Elektronik Kamu Alımları Platformu (EKAP) kayıtlarındaki hizmet alım ihalelerinin incelenmediği görülmüştür. Dolayısıyla bu çalışma, sağlık işletmelerinde dış kaynak kullanım stratejisi olarak hizmet alım ihalelerini inceleyerek literatürdeki bu boşluğu doldurmak için gerçekleştirilmiştir.

3. Gereç ve Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın amacı, üniversitelere bağlı sağlık işletmelerinin dış kaynak kullanım stratejilerini Kamu İhale Kurumu Elektronik Kamu Alımları Platformu (EKAP) aracılığı ile incelemektir. Bu araştırma EKAP'ta 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu çerçevesinde gerçekleştirilen hizmet alım ihalelerini kapsamaktadır.

3.2. Araştırmanın Önemi

Sağlık işletmeleri bireylerin sağlığını korumak, geliştirmek veya tedavi etmek için birçok hizmeti sunmaktadır. Bu hizmetler teşhis ve tedavi gibi hizmetlerin yanı sıra destek amaçlı verilen hizmetlerden oluşmaktadır. Bazı hizmetler sağlık işletmelerinin kendi kaynakları ve imkanları ile gerçekleştirilmekte bazıları ise dış kaynak kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Kamu sağlık işletmeleri, dış kaynak kullanarak maliyeti yüksek hizmetleri ihale yöntemleri ile satın almaktadır. Hizmet ihaleleri 4734 sayılı kanun hükümlerince gerçekleştirilerek, ihale süreçleri EKAP'ta yayımlanmaktadır. Bu çalışma sağlık işletmelerinin hizmet alım ihalelerinde tercih ettikleri dış kaynak alanlarını ve ihalelere ait verileri ortaya çıkarması yönüyle önemlidir.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni, üniversitelere bağlı sağlık işletmeleri tarafından 01.01.2022 – 31.12.2022 tarihleri arasında gerçekleştirilen hizmet alım ihalelerine ait bilgilerdir. Araştırmada örneklem belirlenmemiş olup, 2022 yılına ait ihalelerin tamamı incelenmiştir.

3.4. Araştırmanın Verileri ve Analizi

Araştırmanın verileri, EKAP internet sitesindeki (<https://ekap.kik.gov.tr>) ihale arama ekranında bulunan hizmet alım ihalelerine ait bilgilerden elde edilmiştir. EKAP ihale arama ekranında ihale türü: *Hizmet*, ihale başlangıç: *01.01.2022*, ihale bitiş: *31.12.2022*, ihale durumu: *Sonuç İlanı Yayınlanmış*, üst idareler: *Yükseköğretim Kurumları* seçilerek hedeflenen verilere ulaşılmıştır. Veriler ilk aşamada MS Excel programına ardından SPSS v.25 (*Statistical Package for the Social Sciences*) aktararak analizler gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde betimleyici istatistikler kullanılmıştır.

3.5. Araştırmanın Kısıtlılıkları

Bu çalışmanın bazı kısıtlılıkları vardır. Çalışma 2022 yılında üniversitelere bağlı sağlık işletmelerinin gerçekleştirdiği hizmet alım ihalelerini kapsamaktadır. EKAP ekranında sonuç ilanı yayınlanmış ihaleler değerlendirilmiştir. Diğer aşamalarda bulunan ihaleler kapsam dışı bırakılmıştır. Ayrıca sağlık işletmelerinin doğrudan temin gibi diğer yöntemlerle alım yaptıkları hizmetler araştırma kapsamında incelenememiştir. Çalışmanın sonuçları araştırmacının belirlediği yöntemle bağlıdır. EKAP'tan elde edilen verilerin gerçek durumu yansıttığı varsayılmaktadır.

4. Bulgular

Araştırma kapsamında EKAP ekranında üniversitelere ait sağlık işletmelerinin yaptığı 478 hizmet alım ihalesine ulaşılmıştır. Bu ihalelerde sıklıkla kullanılan Ortak Kamu Alımları Sözlüğü (OKAS) adları ve kodları Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Hizmet Alım İhalelerinde Kullanılan OKAS Adları ve Kodları

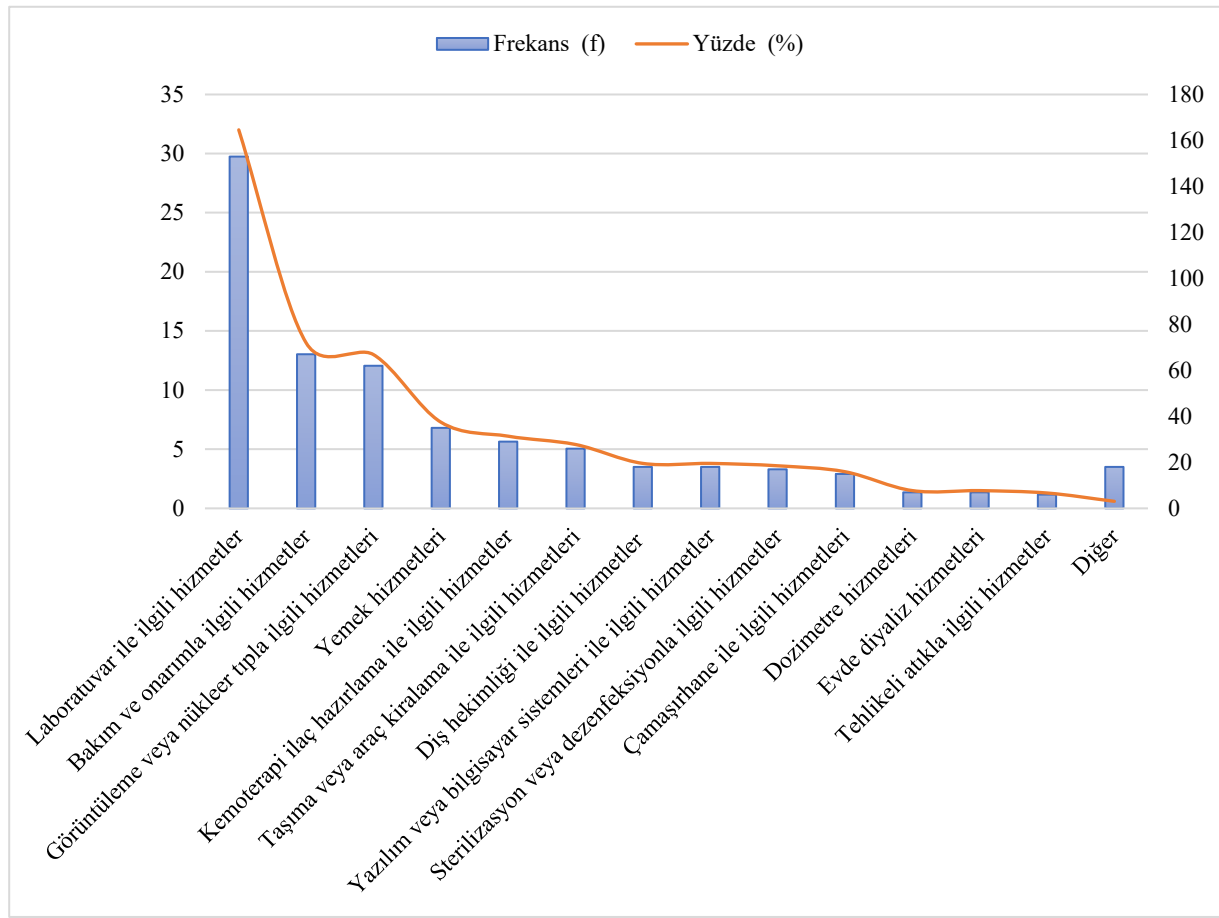
OKAS Adı	OKAS Kodu	Frekans(f)	Yüzde(%)
Laboratuvar hizmetleri	71900000	91	19,0
Tıbbi görüntüleme hizmetleri	85150000	40	8,4
Onarım ve bakım hizmetleri	50000000	38	7,9
Sağlık hizmetleri	85100000	38	7,9
Malzemeli yemek hizmetleri	553210001	35	7,3
Hastane ve ilgili hizmetler	85110000	25	5,2
Sağlık ve sosyal çalışma hizmetleri	85000000	21	4,4
Diş hekimliği ve ilgili hizmetler	85130000	16	3,3
Tıbbi laboratuvarlar tarafından sağlanan hizmetler	85145000	15	3,1
Özel amaçlı karayolu yolcu taşıma hizmetleri	60130000	14	2,9
Test ve değerlendirme	73430000	10	2,1
Hastane hizmetleri	85111000	8	1,7
Yazılım ile ilgili hizmetler	72260000	8	1,7
Tıbbi ve hassas ekipmanların bakım ve onarım hizmetleri	50400000	7	1,5
Yıkama ve kuru temizleme hizmetleri	98310000	7	1,5
Diğer hizmetler*	*	105	22,1

*Birden çok OKAS adı ve kodu olduğu için sütun yazılmamıştır.

Tablo 2’ye göre, hizmet ihalelerinin %19’unda laboratuvar hizmetleri (71900000), %8,4’ünde tıbbi görüntüleme hizmetleri (85150000), %7,9’unda onarım ve bakım hizmetleri (50000000), %7,9’unda sağlık hizmetleri (85100000) ve %7,3’ünde malzemeli yemek hizmetleri (553210001) OKAS adı ve kodu yazılmıştır. Diğer hizmetler arasında; evde sağlanan diyalizli tıbbi tedavi hizmetleri (85141211), yolcu taşıma araçlarının sürücüsü ile kiralanması (60170000), hastane diyaliz hizmetleri (85111900), arşivleme hizmetleri (79995100), temizlik ve sağlık koruma hizmetleri (90900000) vb. OKAS adı ve kodu yer almaktadır.

Araştırmada hizmet alım ihaleleri, yapılan işlerin benzerliklerine göre kategorilere ayrılmıştır. Her bir kategori benzer hizmet alanlarını kapsamakta ve sonuçlar Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1. Hizmet Alım İhalelerinin Kapsamı

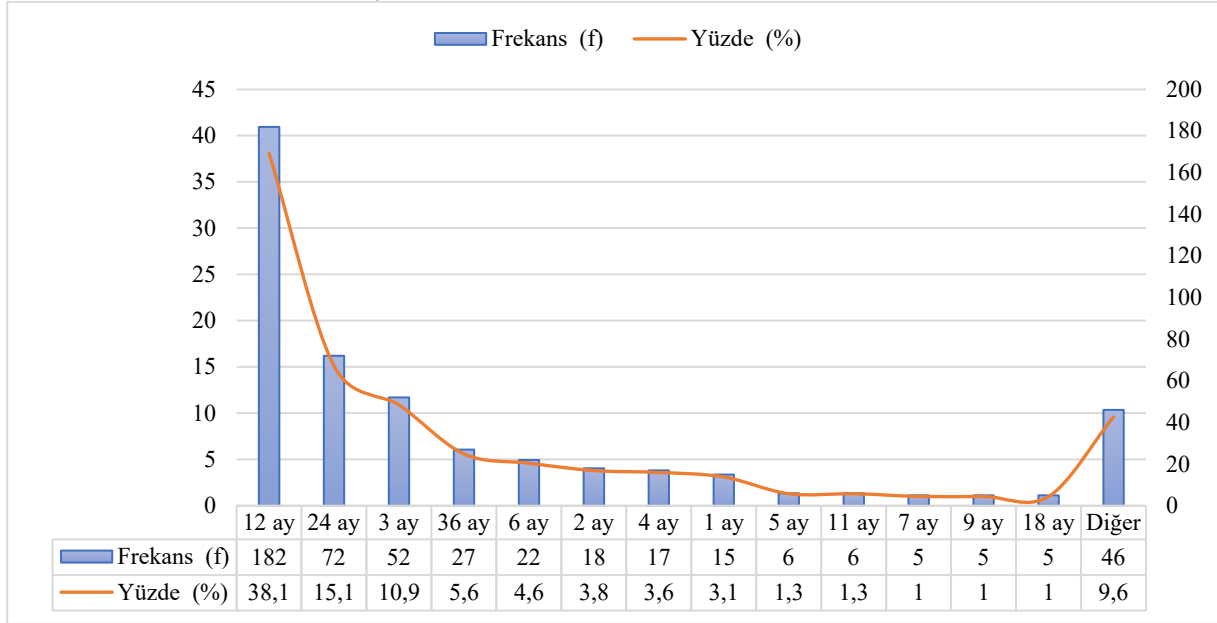


Hizmet Türü	Frekans (f)	Yüzde (%)
Laboratuvar ile ilgili hizmetler	153	32
Bakım ve onarımla ilgili hizmetler	67	14
Görüntüleme veya nükleer tıpla ilgili hizmetleri	62	13
Yemek hizmetleri	35	7,3
Kemoterapi ilaç hazırlama ile ilgili hizmetler	29	6,1
Taşıma veya araç kiralama ile ilgili hizmetleri	26	5,4
Diş hekimliği ile ilgili hizmetler	18	3,8
Yazılım veya bilgisayar sistemleri ile ilgili hizmetler	18	3,8
Sterilizasyon veya dezenfeksiyonla ilgili hizmetler	17	3,6
Çamaşırhane ile ilgili hizmetleri	15	3,1
Dozimetre hizmetleri	7	1,5
Evde diyaliz hizmetleri	7	1,5
Tehlikeli atıkla ilgili hizmetler	6	1,3
Diğer	18	0,6

Şekil 1'e göre, hizmet ihalelerinin %32'si laboratuvar hizmetleri (test, analiz, kit, dış laboratuvar), %14'ü bakım onarım hizmetleri (tıbbi veya tıbbi olmayan cihaz, ekipman, makinalar), %13'ü görüntüleme veya nükleer tıp hizmetleri (raporlama, radyoterapi, onkoloji tedavisi), %7,3'ü yemek hizmetleri, %6,1'i kemoterapi ilaç hizmetleri (ilaç hazırlama, infüzyon ve uygulama), %5,4'ü taşıma veya araç kiralama hizmetleri (personel, hasta ve yakını taşıma), %3,8'i diş hekimliği ile ilgili hizmetler (dış protez), %3,8'i yazılım veya bilgisayar hizmetleri (bilgi sistemi, ağ, teknoloji), %3,6'sı sterilizasyon veya dezenfeksiyon hizmetleri, %3,1'i çamaşırhane hizmetleri (yıkama, kurutma, ütüleme, katlama, onarım), %1,5'i dozimetre hizmetleri, %1,5'i evde diyaliz hizmetleri, %1,3'ü tehlikeli atık hizmetleri (toplama, taşıma, bertaraf) kapsamında yer almaktadır.

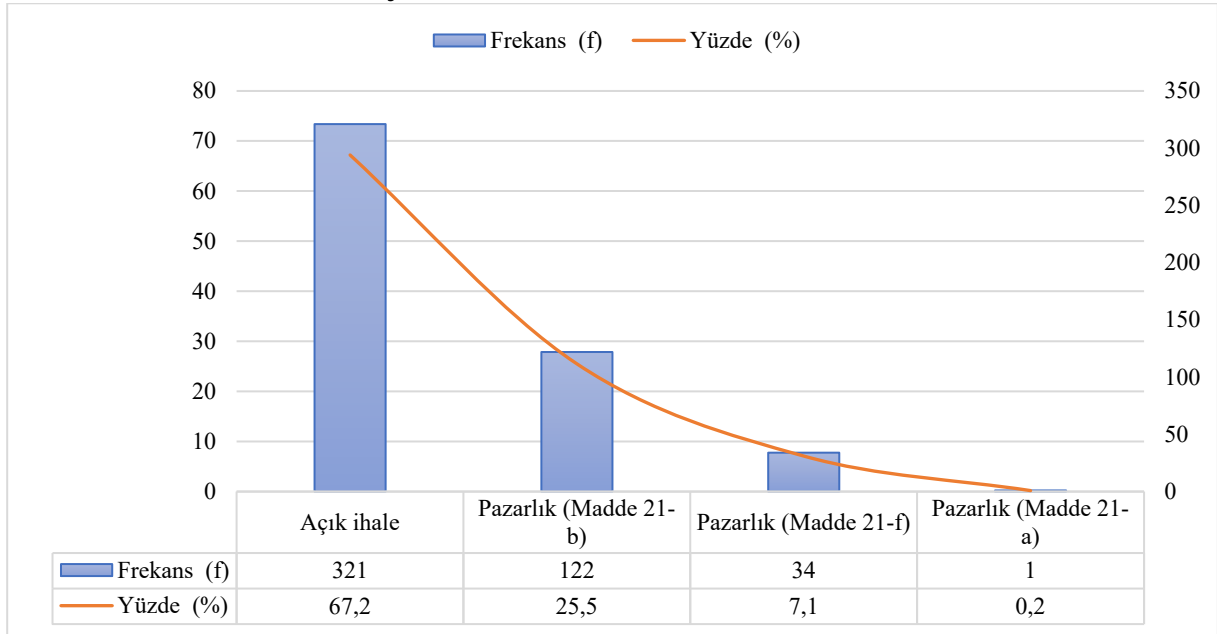
Hizmet ihalelerinde yapılacak işlerin sürelerine yönelik bilgiler Şekil 2'de gösterilmiştir.

Şekil 2. İhale Konusu Hizmetlerin Süresi



Şekil 2'ye göre, hizmet alım ihalelerinin %38,1'inde 12 ay, %15,1'inde 24 ay, %10,9'unda 3 ay, %5,6'sında 36 ay, %4,6'sında 6 ay ve %3,8'inde 2 aylık süreler tercih edilmiştir. İhalelerin 4734 sayılı Kanun çerçevesinde uygulanan usulleri incelenmiş ve sonuçlar Şekil 3'te gösterilmiştir.

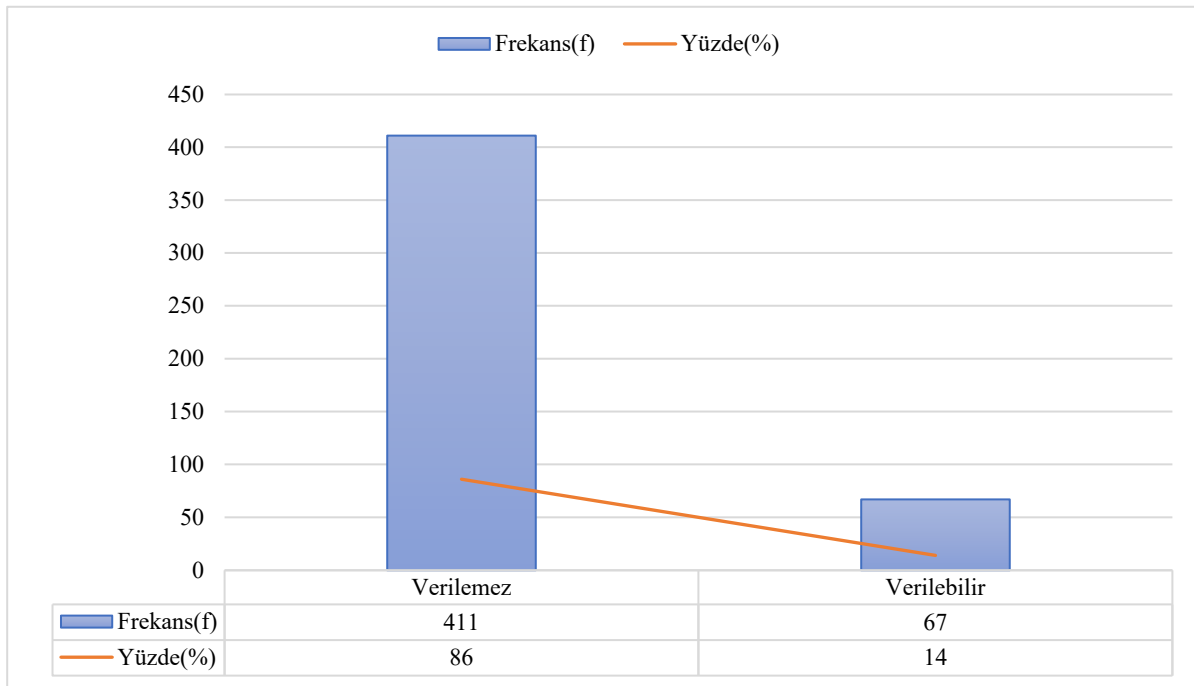
Şekil 3. Hizmet İhalelerindeki Usulleri



Hizmet ihalelerinin %67,2'sinde açık ihale usulü, %25,5'inde pazarlık (Madde 21-b) usulü, %7,1'inde pazarlık (Madde 21-f) usulü ve %0,2'sinde pazarlık (Madde 21-a) usulü ihale yöntemleri uygulanmıştır.

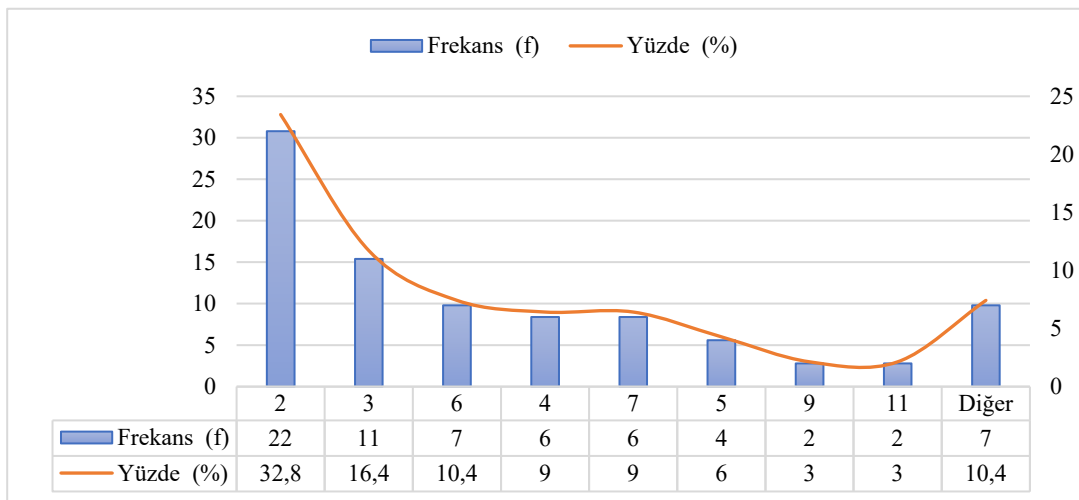
Hizmet alım ihalelerinin kısmi teklife açık olma durumları incelenmiş ve sonuçlar Şekil 4'te gösterilmiştir.

Şekil 4. İhalelerde Kısmi Teklif Durumu



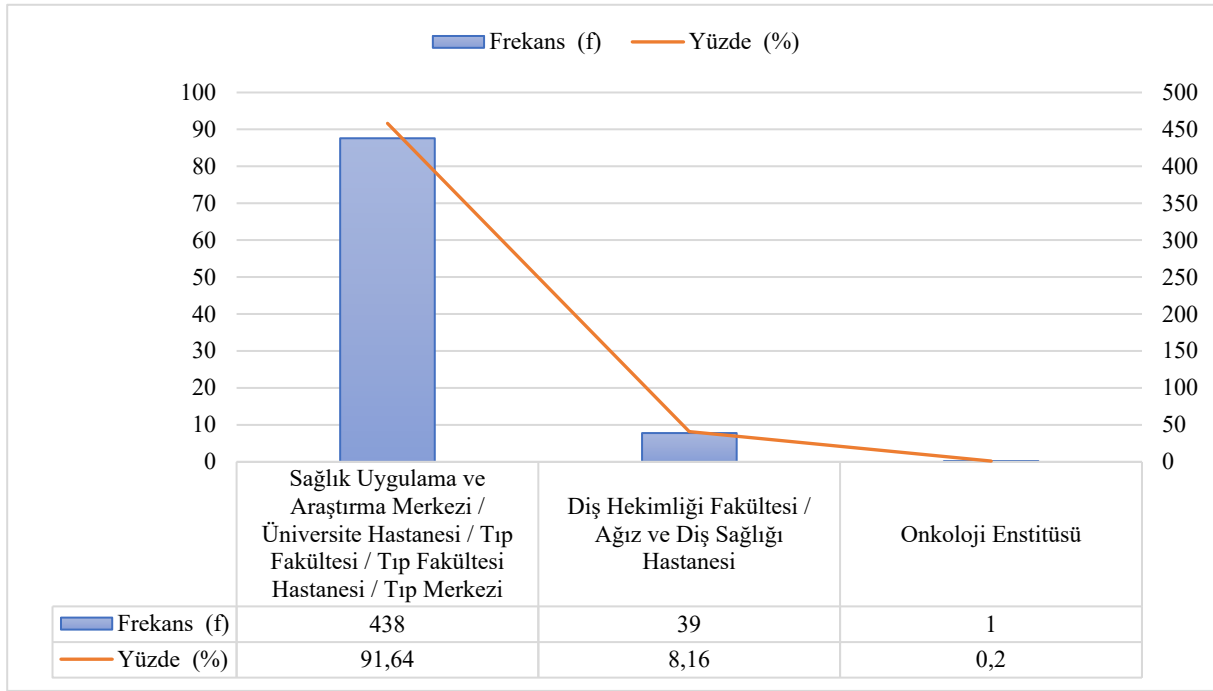
Şekil 4'e göre, ihalelerin %86'sında kısmi teklif verilemeyeceği, %14'ünde ise kısmi teklif verilebileceği belirtilmiştir. Kısmi teklife açık ihalelerde, tercih edilen kısım sayıları Şekil 5'te gösterilmiştir.

Şekil 5. Kısmi Teklifle Açık İhalelerde Kısım Sayısı



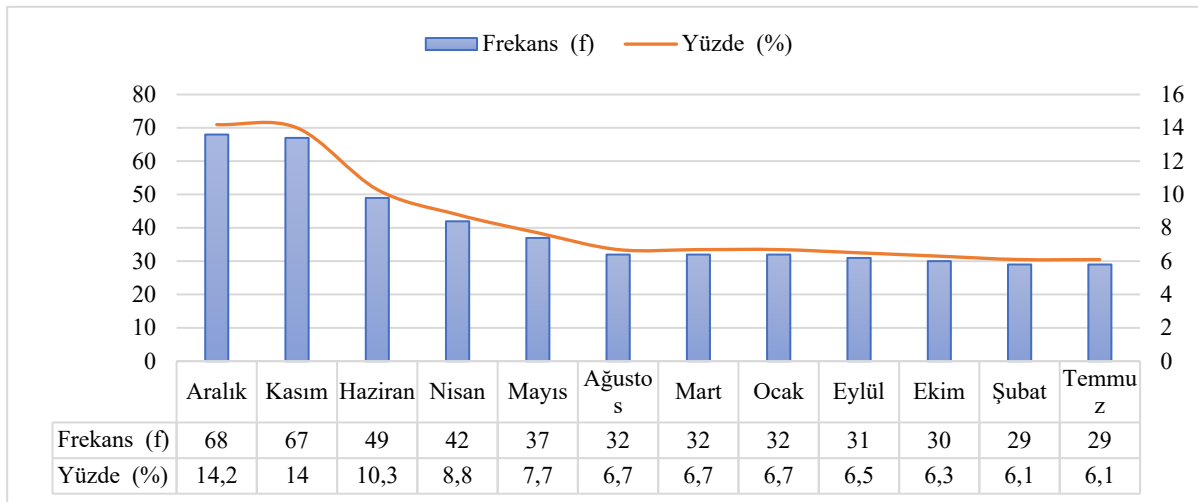
Şekil 5'e göre, kısmi teklif verilebilen ihalelerin %32,8'inde kısım sayısı 2, %16,4'ünde kısım sayısı 3, %10,4'ünde kısım sayısı 6 olarak belirlenmiştir. Hizmet ihalelerini gerçekleştiren idarelere ait bilgiler Şekil 6'da sunulmuştur.

Şekil 6. İhale Gerçekleştiren İdareler



Şekil 6'ya göre bir yıllık süreçteki ihalelerin %91,64'ü sağlık uygulama ve araştırma merkezi, üniversite hastanesi, tıp fakültesi, tıp fakültesi hastanesi veya tıp merkezleri, %8,16'sı diş hekimliği veya ağız ve diş sağlığı hastanelerine ait idareler tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmada son olarak hizmet ihalelerinin gerçekleştirildikleri aylara göre dağılım incelenmiş ve sonuçlar Şekil 7'de gösterilmiştir.

Şekil 7. Hizmet İhalelerinin Aylara Göre Dağılımı



Şekil 7'ye göre, hizmet ihalelerinin %14,2'si Aralık, %14'ü Kasım, %10,3'ü Haziran, %8,8'i Nisan, %7,7'si Mayıs ayında gerçekleştirilmiştir. Geriye kalan aylarda gerçekleştirilen ihale sayısının birbirine yakın sayılarda olduğu görülmektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırma, üniversitelere bağlı sağlık işletmelerinin 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu kapsamında gerçekleştirdikleri hizmet alımlarını incelemeyi amaçlamıştır. Daha önce EKAP ihale verileri incelenerek dış kaynak konusunda gerçekleştirilen herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Araştırmanın sağlık işletmelerinde dış kaynak kullanımı ve satın alma bilgilerini açığa çıkarması yönüyle literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre, hizmet ihalelerinde en fazla kullanılan OKAS adları ve kodları laboratuvar hizmetleri: 71900000, tıbbi görüntüleme hizmetleri: 85150000, onarım ve bakım hizmetleri: 50000000 şeklindedir. İhale kapsamındaki hizmetler incelendiğinde; ihalelerin %32'si laboratuvarla ilgili hizmetler, %14'ü bakım onarımla ilgili hizmetler, %13'ü görüntüleme veya nükleer tıpla ilgili hizmetler, %7,3'ü yemek hizmetlerinden oluşmaktadır. İhalelerin süreleri incelendiğinde 12 aylık süreye sahip ihalelerin oranı %38,1 iken 24 aylık süreye sahip ihalelerin oranı %15,1 olarak tespit edilmiştir. Hizmet alımlarında en sık kullanılan ihale usulü açık ihale ve pazarlık (madde 21-b) usulleridir. İhalelerin yalnızca %14'ünün kısmi teklife açık olduğu, bu ihalelerde kısım sayısının daha çok 2 ve 3 olduğu görülmüştür. İhalelerin büyük bir çoğunluğu hastane niteliğindeki idareler tarafından gerçekleştirildiği ve en sık ihale yapılan ayların Haziran, Kasım ve Aralık ayları olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hizmet ihalelerinin daha çok Aralık ve Kasım aylarında yapılması, idarelerin ihale sürelerini çoğunlukla 12 aylık olarak tercih etmelerinden ve yılın son aylarına doğru bir sonraki yılın planlamasını yapmalarından dolayı gerçekleştiği söylenebilir.

Ekin vd., (2012: 1) bir eğitim ve araştırma hastanesini incelediği çalışmada, hastanede bilgisayarlı tomografi, özel güvenlik, malzemeli yemek, bilgi işlem, genel temizlik ve bakım onarım hizmetlerinin dışarıdan satın alındığını tespit etmiştir. Çalışmada dışarıdan satın alınan hizmetlerden maliyet tasarrufu sağlandığı, yönetimin doğru karar verdiği ve kaynakların etkin kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Koçyiğit vd., (2019: 342) çalışmada kamu hastanelerinde en sık başvuru alan klinik amaçlı hizmet alımlarının laboratuvar, bilgisayarlı tomografi, MR ve radyoloji hizmet alımları olduğu belirlenmiştir. Çalışmada en sık tercih edilen hizmet alanının laboratuvar alımları olduğu görülmüştür. Laboratuvar alımlarını görüntüleme alımları takip etmektedir. Yiğit vd., (2007: 87) tarafından yürütülen çalışmada hastanelerin en fazla kullandıkları dış kaynakların; hastane yönetim bilgi sistemleri, temizlik hizmetleri, bakım hizmetleri, kiralık tıbbi cihazlar, yemek hizmetleri, hasta yönlendirme hizmetleri, manyetik görüntüleme hizmetleri, diğer görüntüleme hizmetleri, laboratuvar hizmetleri, güvenlik hizmetleri, çamaşırhane hizmetleri, hasta taşıma hizmetleri olduğu tespit edilmiştir.

Yurtdışındaki çalışmalar incelendiğinde Macinati (2008: 28) tarafından İtalya'daki kamu sağlık hizmetlerinde dış kaynak kullanımı çalışmada dış kaynak olarak en sık sağlanan hizmetlerin temizlik (%98), çamaşırhane (%95), yiyecek-içecek (%94), tıbbi atıkların yönetimi (%80), denetim (%75) ve ulaşım (%73) olarak tespit etmiştir. Augurzky ve Scheuer (2007: 272-273) Alman hastane sektörünü analiz ettikleri çalışmada, yöneticiler mutfak, temizlik, kafeterya ve bina bakımı gibi klasik dış kaynak kullanım alanlarını bildirmiştir. Çalışmada muhasebe ve raporlama gibi bazı idari görevlerin gelecekte dış kaynak kullanım alanları olarak ortaya çıkabileceği belirtilmiştir. Borowska vd., (2020: 488-489) tarafından

Polonya’da gerçekleştirilen çalışmada ise, sağlık kuruluşlarının çoğunlukla laboratuvar teşhislerinde dış kaynak kullanımından faydalandığı ortaya çıkmıştır. Bu durumun öne çıkan nedenleri, laboratuvar teşhislerinde özel sektörün dinamik gelişimi ve işlemleri daha uygun maliyetlerle gerçekleştirmeleridir. Bailey vd., (2002: 83) çalışmasında, incelenen kuruluşların %70’inin en az bir faaliyeti dış kaynak olarak kullandığı, temizlik, bakım, yemek hizmeti, güvenlik ve üretimin en yaygın alanlar olduğu, temel motivasyonun ise dış kaynak sağlanan faaliyetin kalitesini artırmak olduğu saptanmıştır.

Karaca vd., (2022: 203) çalışmasında bir kamu hastanesinde çamaşırhane hizmetlerinin hastanenin kendi kaynakları veya dış kaynaklar tarafından gerçekleştirildiğinde oluşacak her iki maliyet analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda çamaşırhane hizmetlerinin dış kaynak kullanılarak verildiğinde maliyet açısından avantaj sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Nicholson vd., (2004: 271) tarafından yürütülen çalışmada, tıbbi malzemelerin doğrudan hastane departmanlarına dağıtmaya yönelik dış kaynak kullanımının, yalnızca envanter maliyeti tasarrufu sağlamakla kalmayıp aynı zamanda bakım kalitesinden de ödün verilmediği bildirilmiştir. Gözüküçük ve Çelik (2012: 1) çalışmasında, hastaneleri dış kaynak uygulamasına iten en önemli nedenlerin, hasta memnuniyetini artırması, teknolojiye rahat ulaşım, hizmet kalitesini artırmaya yardımcı olması, maliyetleri azaltması olduğu bulunmuştur. Aynı çalışmada en çok karşılaşılan sorunların, ihale prosedürlerinin uzun ve yorucu oluşu, Sosyal Güvenlik Kurumu’nun ödemeleri geç yapması, Sağlık Uygulama Tebliği fiyatlarının düşük olması ve kamu ile özel sektör çalışanları arasında yaşanan iletişim problemleri olduğu bildirilmiştir. Koçyiğit vd., (2019: 342) çalışmasında, hastanelerin dış kaynak kullanımının artarak devam ettiği, hizmet alımlarında klinik ve klinik olmayan dış kaynakların kullanıldığı ve idarecilerin dış kaynak kullanımından yüksek düzeyde memnuniyet duydukları gözlenmiştir. Ergin ve Şahin (2005: 67) Sağlık Bakanlığı hastanelerinde hizmet alımlarına yönelik araştırmasında, hastane idarecilerinin hizmet ihalesi yapma kararını etkileyen kurumsal nedenlerin başında personel sayısının yetersizliği yer almıştır. Hizmet ihalesi yapmamadaki ilk nedenleri ise finansal kaynak yetersizliği olmuştur. Aswini (2018: 7) tarafından yöneticilerle gerçekleştirilen bir diğer çalışmada, katılımcılar dış kaynak kullanımının avantajlarını bilgi birikimi, zaman, risk paylaşımı ve maliyetlerin azalması olarak bildirirken, dezavantajlarını veri ve teknolojinin açığa çıkması, yanlış ortaklıklar, müşteri odaklı hizmetlerin eksiliği ve bazı maliyetlerin ortaya çıkma riski olarak açıklamıştır.

Sonuç olarak dış kaynak kullanımı sağlık işletmeleri için önemli bir yönetim alanıdır. Dış kaynak kullanımı maliyetleri düşürmekte, hizmetin verimliliğini ve kalitesini artırmaktadır (Akbulut vd., 2012: 32). Bu noktada hastane yöneticilerinin dış kaynak kullanımı konusunda rasyonel kararlar vermesi gerekmektedir. Bu karar verme süreci, mevcut sorunların, zorlukların ayrıntılı bir değerlendirmesini ve ayrıca dış kaynak hizmetlerinin avantajları ve zorlukları dikkate alınarak fizibilitesini içermelidir (Raieisi vd., 2018: 10). Dolayısıyla fizibiliteye bağlı olarak, alınacak dış kaynak hizmetlerinin maliyet analizi, kalite düzeyi, etkinliği, verimliliği ve hizmet alanlar için oluşturduğu faydaların yöneticiler tarafından belirli aralıklarda değerlendirilmesi önerilmektedir. Dış kaynak kullanımı alanında gelecek araştırmalarda, Sağlık Bakanlığı’na bağlı idarelerin dahil edildiği ve daha geniş tarih aralıklarını kapsayan hizmet alım ihaleleri incelenebilir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Yapılan bu çalışmada, elde edilen bilgileri, sunulan veri ve analizleri, belgeleri bilimsel etik ve ahlak kurallarına ve akademiye uygun olarak sunulduğunu bildiririm. Çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıflarda bulunarak kaynakçada gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, çalışmanın özgün olduğunu, bildiririm. Aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. Bu çalışma için gerekli olan etik kurul izni Afyonkarahisar Sağlık Bilimleri Üniversitesi Klinik Araştırmalar Etik Kurulundan 01/09/2023 tarih ve 2023-385 sayılı karar ile alınmıştır.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Hazırlanmış olan bu çalışma sadece bir yazar tarafından hazırlanmıştır.

Çıkar Beyanı

Bu çalışmanın hazırlanmasında çıkar çatışması yaşanacak herhangi bir durum bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akbulut, Y., G. Terekli ve T. Yıldırım (2012). "Outsourcing in Turkish Hospitals: A Systematic Review". *Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 11 (2), 25–33.
- Akpınar, N. (2020). "4734 Sayılı Kamu İhale Kanununda Öngörülen Kamu İhale Usulleri (5812 Sayılı Kanun Değişikliği İle Genel Bir İnceleme)". *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (38), 132–154.
- Aswini, K. (2018). "Advantages and Disadvantages of Outsourcing". *Shanlax International Journal of Commerce*, 6 (1), 7–9.
- Atasever, M., Z., Karaca ve E. Uçar (2017). *Türkiye Sağlık Hizmet Alımları Rehberi: Yönetim, Mevzuat, Tedarik, Uygulama, Muhasebe, Harcama Rakamları ve Analiz*. Ankara: Ayrıntı Basımevi.
- Augurzky, B. ve M. Scheuer (2007). "Outsourcing in the German Hospital Sector". *The Service Industries Journal*, 27 (3), 263–277.
- Bailey, W., R. Masson ve R. Raeside (2002). "Outsourcing in Edinburgh and the Lothians". *European Journal of Purchasing ve Supply Management*, 8 (2), 83–95.
- Belcourt, M. (2006). "Outsourcing—The Benefits and the Risks". *Human resource management review*, 16 (2), 269–279.
- Berry, L. L., S. Letchuman, N. Ramani ve P. Barach (2021). "The High Stakes of Outsourcing in Health Care". *Mayo Clinic Proceedings*, 96 (11), 2879–2890.
- Borowska, M., A. Augustynowicz, K. Bobiński, M. Waszkiewicz ve A. Czerw (2020). "Selected Factors Determining Outsourcing of Basic Operations in Healthcare Entities in Poland". *Health Policy*, 124 (4), 486–490.
- Bozdemir, E. ve Y. Öcel (2016). "Hastanelerde Dış Kaynak Kullanımının Maliyet

- Minimizasyonu Açısından Analizi: Bolu İzzet Baysal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Manyetik Rezonans (MR) Cihazı Örneği". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (3), 1051–1070.
- Ekin, A., A. Yanık ve M. Kıyak (2012). "Bir Eğitim ve Araştırma Hastanesinde Dışarıdan Satın Alınan Hizmetlerin Ekonomik Değerlendirmesi". *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 15 (1), 1–23.
- Ergin, G. ve İ. Şahin (2005). "Dış Kaynaklardan Yararlanma Aracı Olarak Hizmet İhaleleri: T.C. Sağlık Bakanlığı Hastanelerinin Değerlendirmeleri Üzerine Bir Çalışma". *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 8 (1), 51–70.
- Franceschini, F., M. Galetto, A. Pignatelli ve M. Varetto (2003). "Outsourcing: Guidelines for A Structured Approach". *Benchmarking: an International Journal*, 10 (3), 246–260.
- Glaa, B., N. Zoghalmi ve A. Taghipour (2014). "Outsourcing and Off-Shoring Healthcare Services: A Way to Cut The Costs and Improve Quality". *2014 International Conference on Advanced Logistics and Transport (ICALT)*, 189–194.
- Gözüküçük, M. ve Y. Çelik (2012). "Sağlık Bakanlığı Hastanelerinde Dışarıdan Sağlık Hizmeti Alımı: Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri". *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 15 (2), 1–25.
- Kalkan, M., A. Sökmen ve Y. Bıyık (2015). "Sağlık Hizmetlerinde Dış Kaynak Kullanımı: Ankara Halk Sağlığı Müdürlüğü Uygulaması". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (2), 35-56.
- Karaca, M., M. Ö. Daş ve A. Şengül (2022). "Dış Kaynak Kullanımının Maliyet Minimizasyonu Bakımından İncelenmesi: Bir Sağlık Kurumunda Çamaşırhane Hizmetleri Örneği". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32 (1), 203–214.
- Koçyiğit, S. Ç., Z. Kadı ve A. Sorucuoğlu (2019). "Sağlık Bakanlığı Hastanelerinin Dış Kaynaktan Yararlanma Durum Analizi: Ankara İli Örneği". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (2), 325–344.
- Laamanen, R., N. Simonsen-Rehn, S. Suominen, J. Øvretveit ve M. Brommels (2008). "Outsourcing Primary Health Care Services—How Politicians Explain the Grounds for Their Decisions". *Health policy*, 88 (2-3), 294-307.
- Liu, X., D. R. Hotchkiss ve S. Bose (2007). "The Impact of Contracting-Out on Health System Performance: A Conceptual Framework". *Health Policy*, 82 (2), 200-211.
- Machado Guimarães, C. ve J. Crespo de Carvalho (2012). "Outsourcing in Healthcare Through Process Modularization-A Lean Perspective". *International Journal of Engineering Business Management*, 4, 4–45.
- Macinati, M. S. (2008). "Outsourcing in The Italian National Health Service: Findings From A National Survey". *The International Journal of Health Planning And Management*, 23 (1), 21–36.
- Nicholson, L., A. J. Vakharia ve S. S. Erenguc (2004). "Outsourcing Inventory Management Decisions in Healthcare: Models and Application". *European Journal of Operational*

Research, 154 (1), 271–290.

Raeissi, P., M. Sokhanvar ve E. Kakemam (2018). “Outsourcing in Iranian Hospitals: Findings From A Qualitative Study”. *The International Journal of Health Planning And Management*, 33 (4), 1250–1261.

Resmî Gazete (2002). 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu, Tarih: 22/1/2002, Sayı: 24648.

Roberts, J. G., J. G. Henderson, L. A. Olive ve D. Obaka (2013). “A Review of Outsourcing of Services in Health Care Organizations”. *Journal of Outsourcing and Organizational Information Management*, 1–8.

SGK (2023). *Sosyal Güvenlik Kurumu 2022 Yılı Faaliyet Raporu*, <https://www.sgk.gov.tr/Download/DownloadFile?f=63c0742f-0cf1-4a14-a630-4d730c19c97d.pdf&d=65521b2e-039e-4819-abd1-77503ab4383e>, (24.09.2023).

Troacă, V. A. ve D. A. Bodislav (2012). “Outsourcing. The Concept”. *Theoretical and Applied Economics*, 6 (6), 51.

TÜİK (2022). *Sağlık Harcamaları İstatistikleri, 2021*, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Saglik-Harcamalari-Istatistikleri-2021-45728>, (10.07.2023).

Varadarajan, R. (2009). “Outsourcing: Think More Expansively”. *Journal of Business Research*, 62 (11), 1165–1172.

Yiğit, V., D. Tengilimoğlu, A. Kısa ve M. Z. Younis (2007). “Outsourcing and Its Implications for Hospital Organizations in Turkey”. *Journal of Health Care Finance*, 33 (4), 86–92.

EXTENDED ABSTRACT

Healthcare organizations provide services such as diagnosis, treatment, and support services. These enterprises, where different services are provided, utilize outsourcing for financial reasons, cost reduction, quality improvement, and focus on core service areas. Outsourcing is the preferred strategy for the effective and efficient use of resources in health enterprises. In the comprehensive literature review, it has been observed that many studies have been conducted on outsourcing in health enterprises, but service procurement tenders in Electronic Public Procurement Platform (EKAP) records have not been examined in these studies. Therefore, this study has been conducted to fill this gap in the literature by examining service procurement tenders as an outsourcing strategy for health enterprises. The purpose of this research is to examine the outsourcing strategies of university-affiliated health enterprises through the Public Procurement Agency Electronic Public Procurement Platform (EKAP). This research covers service procurement tenders carried out in the EKAP within the framework of Public Procurement Law No. 4734.

Healthcare organizations provide many services to protect, improve or treat the health of individuals. These services consist of services such as diagnosis and treatment as well as support services. Some services are provided by health enterprises with their own resources

and facilities, while others are outsourced. Public health enterprises purchase high-cost services using tender methods. Service tenders are carried out in accordance with the provisions of the law, and tender processes are published in the EKAP. This study is important for revealing the outsourcing areas preferred by health enterprises in service procurement tenders and tender data.

The population of the research is the information on the service procurement tenders carried out by health enterprises affiliated with universities between 01.01.2022 - 31.12.2022. The sample was not determined in the research and all tenders for the year 2022 were analysed. The data of the research were obtained from the service procurement tenders on the 'tender search' screen on the EKAP website (<https://ekap.kik.gov.tr>). The following criteria were applied on the EKAP tender search screen in order to receive the targeted data: tender type: 'Service', tender start: '01.01.2022', tender end: '31.12.2022', tender status: 'Result Announcement Published', parent administrations: 'Higher Education Institutions' The data were first transferred to MS Excel programme and then to SPSS v.25 (Statistical Package for the Social Sciences) and analyses were performed. Descriptive statistics were used in the analysis of the data.

Within the scope of the research, 478 service procurement tenders made by health enterprises belonging to universities were accessed on the EKAP screen. According to the findings of the research, the most commonly used OKAS names and codes in service tenders are as follows: laboratory services: 71900000, medical imaging services: 85150000, repair and maintenance services: 50000000. When the services within the scope of the tenders were analyzed, the ratios of the services were found as follows: 32% laboratory services (test, analysis, kit, external laboratory), 14% maintenance and repair services (medical or non-medical devices, equipment, machines), 13% imaging or nuclear medicine services (reporting, radiotherapy, oncology treatment), 7.3% catering services, 6.1% chemotherapy drug services (drug preparation, infusion and administration), 5.4% transport or vehicle rental services (transport of personnel, patients and relatives), 3.8% dentistry related services (dental prosthesis), 3.8% software or computer services (information system, network, technology), 3.6% sterilisation or disinfection services, 3.1% laundry services (washing, drying, ironing, folding, repair), 1.5% dosimetry services, 1.5% home dialysis services, 1.3% hazardous waste services (collection, transport, disposal). When the duration of the tenders were analysed, it was found that the ratio of tenders with a 12-month duration was 38.1%, while the ratio of tenders with a 24-month duration was 15.1%. The most frequently used procurement procedures in service procurement are open procedure and negotiation procedure (21-b). It was observed that only 14% of the tenders were open to partial tenders and the number of lots in these tenders was mostly 2 and 3. It was concluded that the majority of the tenders were carried out by administrations that are hospitals and the most frequent months for tenders were December, November and June.

This study has some limitations. The study covers the service procurement tenders carried out by health enterprises affiliated to universities in 2022. The tenders with the result

announcement published on the EKAP screen were evaluated. Tenders at other stages were excluded. The results of the study depend on the method determined by the researcher. It is assumed that the data obtained from EKAP reflect the real situation. In future studies, service procurement tenders with wider date ranges and including administrations affiliated to the Ministry of Health can be analyzed.

DOĞAL AFET SALGIN VE EKONOMİK KRİZLERİN İFA İMKANSIZLIĞINA VE AŞIRI İFA GÜÇLÜĞÜNE ETKİSİ

Aydın ÇELİK¹

Öz

Deprem ve sel gibi doğal afetlere, salgın gibi bir bölgeyi etkileyen coğrafi hastalıklara, enflasyon ve devalüasyon gibi ekonomik krizlere yol açan olumsuzluklara sıklıkla rastlanmaktadır. Bu durumlar piyasa koşullarını da etkilediğinden, borçluların borçlarını ifa etmeleri zorlaşmakta hatta bazen imkânsız hale gelmektedir. Çalışmamızda bu gibi olayların hangi durumlarda mücbir sebep teşkil edecekleri ve ifa imkansızlığına yol açacakları, hangi durumlarda aşırı ifa güçlüğünden söz edilebileceği ve sözleşmenin uyarlanmasının gerekeceği, tacirler açısından ifa güçlüğü ve uyarılma şartlarının oluşup oluşmayacağı hususları ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler

İfa İmkansızlığı
Aşırı İfa Güçlüğü
Doğal Afet
Salgın Hastalıklar
Ekonomik Kriz

Makale Hakkında

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi : 03.09.2023
Kabul Tarihi : 19.09.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1354565

¹ Dr., Avukat, e-posta: celik@celik-law.com, ORCID: 0000-0003-1809-3519.

THE IMPACT OF NATURAL DISASTERS, EPIDEMICS AND ECONOMIC CRISES ON THE IMPOSSIBILITY OF PERFORMANCE AND EXTREME DIFFICULTY OF PERFORMANCE

Abstract

We frequently witness natural disasters such as earthquakes and floods, geographical diseases affecting a region such as epidemics, and unfavorable conditions leading to economic crises such as inflation and devaluation. Since these circumstances also have an impact on market conditions, it becomes difficult and sometimes even impossible for obligors to fulfill their debts. This article discusses in which cases such events will constitute force majeure and lead to impossibility of performance, in which cases excessive difficulty of performance can be mentioned and the contract will need to be adapted, and whether the conditions of difficulty of performance and adaptation will occur in terms of merchants.

Keywords

Impossibility of Performance
Extreme Difficulty of Performance
Natural Disaster
Epidemics
Economic Crisis

Article Info

Research Article

Received : 03.09.2023
Accepted : 19.09.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1354565

Kaynakça Gösterimi: Çelik, A. (2023). Doğal Afet Salgın ve Ekonomik Krizlerin İfa İmkansızlığına ve Aşırı İfa Güçlüğüne Etkisi. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 86-109.

Citation Information: Celik, A. (2023). The Impact of Natural Disasters, Epidemics and Economic Crises on the Impossibility of Performance and Extreme Difficulty of Performance. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 86-109.

GİRİŞ

Deprem ve sel gibi doğal afetlere, salgın gibi bir bölgeyi etkileyen coğrafi hastalıklara, enflasyon ve devalüasyon gibi ekonomik krizlere yol açan olumsuzluklara sıklıkla rastlanmaktadır. Bu durumlar piyasa koşullarını da etkilediğinden, borçluların borçlarını ifa etmeleri zorlaşmakta hatta bazen imkânsız hale gelmektedir (Aydoğdu ve Yağcıoğlu, 2020: 18). Sözleşmelerin ifa edilmesinde oluşan olumsuzluklar, sözleşmelerin mücbir sebep ve uyarılama gerekçeleri ile değiştirilmesine veya sona erdirilmesine yönelik olarak birçok ihtilafın ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Çalışmamızda bu gibi olayların hangi durumlarda mücbir sebep teşkil edecekleri ve ifa imkansızlığına yol açacakları, hangi durumlarda aşırı ifa gücünden söz edilebileceği ve sözleşmenin uyarılmasının gerekeceği, tacirler açısından ifa güclüğü ve uyarılama şartlarının oluşup oluşmayacağı hususları ele alınacaktır. Salgın hastalıklar da doğal afet olarak kabul edilmelerine rağmen, kuş gribi, covid-19 gibi salgın hastalıkların yol açtıkları olumsuzlardan kaynaklanan ihtilafların yoğun ve çeşitlilik arz etmesi nedeniyle ayrı ele alınmasında fayda görülmüştür.

1. İfa İmkansızlığı

1.1. Genel Olarak

İmkânsızlık, sözleşmeden kaynaklanan edimin hiçbir şekilde ifa edilmesinin mümkün olmamasıdır (Baygın, 2010: 138; Canbolat, 2012: 237; Arat, 2006: 71). Sözleşme konusu borcun ifasını imkânsız hale getiren maddi ya da hukuki nedenler, ifa imkansızlığını oluşturur (Dural, 1976: 15; Altunkaya, 2005: 192-217; Başoğlu, 2012: 493; Kaşak, 2019: 128.). Satım sözleşmesine konu olan antika bir vazonun kırılması bir maddi imkansızlık halidir (Dural, 1976: 9-13). Alacağın temlikine konu edilen bir alacağın aslında var olmaması, alınan bir idari kararla inşaat sözleşmesine konu olan yerde inşaat yapılmasının yasaklanması gibi hallerde ise hukuki imkansızlık söz konusu olmaktadır (Öz, 2013: 187; Özçelik, 2014: 577-579).

İmkânsızlık sadece sözleşmenin tarafları için değil herkes için oluşmuşsa objektif imkansızlıktan; sadece sözleşmenin tarafları için oluşmuşsa subjektif imkansızlıktan söz edilir (Arıkan, 2008: 267; Topuz ve Canbolat, 2008: 677; Altunkaya, 2005: 111; Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 2017/1190 E., 2018/1259 K. sayı ve 27.06.2018 tarihli kararı). Satım sözleşmesine konu atın ölmesi objektif imkansızlıktır. Yeterli bilgisi olmamasına rağmen herhangi birisine hukuki yardımda bulunacağını taahhüt eden şahsın ifayı yerine getirememesi ise subjektif imkansızlıktır (Tunçomağ, 1976: 787-788; Altunkaya, 2005: 115). İmkânsızlık taraflardan birinin kusuru sonucu oluşmuşsa kusurlu imkânsızlık, taraflardan herhangi birinin bir kusuru olmaksızın meydana gelmiş ise kusursuz imkansızlık gündeme gelir (Arıkan, 2008: 267; HGK'nın 2017/1190 E., 2018/1259 K. sayı ve 27.06.2018 tarihli kararı).

Türk Borçlar Kanunu'nda (TBK) imkânsızlık, sözleşmenin kurulmasından önce ve sonra olmak üzere iki şekilde düzenlenmiştir (Dural, 1976: 79). Sözleşmenin kurulmasından önce oluşan imkansızlık sözleşme özgürlüğünün sınırı olarak düzenlenmiştir (Akbulut, 2018: 183). Bu imkansızlığı düzenleyen TBK. m. 27/1 hükmüne göre "konusu imkânsız olan sözleşmeler kesin olarak hükümsüzdür". Burada herkes için söz konusu olan bir objektif imkânsızlık bulunmaktadır (Eren, 2013: 327; Serozan, 2014: 5-8; Altunkaya, 2005: 91).

Başlangıçtaki objektif imkansızlık TBK. m. 27/1 uyarınca sözleşmenin geçersizliği sonucunu doğurur (Tunçomağ, 1976: 267; Dural, 1976: 79; Altunkaya, 2005: 234). Buna karşılık başlangıçta var olan sübjektif imkansızlık sözleşmenin geçersizliğine yol açmaz (Oğuzman ve Öz, 2015: 294; Nomer, 2017: 178). Bu imkansızlık ifa imkansızlığı olarak nitelendirilir.

İfa imkansızlığı, sözleşmenin kurulmasından sonra ortaya çıkan ancak edimin ifa edilmesini imkansız kılan durumdur (Erzurumluoğlu, 1970: 9; Dural, 1976: 8; Tunçomağ, 1976: 786-787; Altunkaya, 2005: 88; Feyzioğlu, 1977: 172; Tandoğan, 1961: 395; Başıoğlu, 2008: 294). İfa imkansızlığına ilişkin TBK. m. 136/1 hükmüne göre: “Borcun ifası borçlunun sorumlu tutulamayacağı sebeplerle imkânsızlaşırsa, borç sona erer” (von Tuhr, 1983: 569; Eren, 2013: 1252; Feyzioğlu, 1977: 181,188; Tekinay vd., 1993: 853-854; Öz, 1989: 156). Borçlunun sorumlu tutulamayacağı sebepler; dış etkenler yani mücbir sebeplerdir. Doğal afetler, savaşlar, grev ve ekonomik krizler bu hususlara örnek gösterilebilir (Arat, 2006: 98).

TBK. m. 131/1 hükmüne göre, “asıl borç ifa ya da diğer bir sebeple sona erdiği takdirde, rehin, kefalet, faiz ve ceza koşulu gibi buna bağlı hak ve borçlar da sona ermiş olur”. Dolayısıyla ifa imkansızlığında borca bağlı bulunan kefalet, rehin, faiz ve cezai şart gibi yan haklar da sona erer (Eren, 2013: 1305). Ancak “işlemiş faizin ve ceza koşulunun ifasını isteme hakkı sözleşmeyle veya ifa anına kadar yapılacak bir bildirimle saklı tutulmuş ise ya da durum ve koşullardan saklı tutulduğu anlaşılırsa, bu faizler ve ceza koşulu istenebilir” (TBK. m. 131/2).

İmkansızlık nedeniyle borcun sona ermesi için herhangi bir bildirim ihtiyacı yoktur. İfa imkansızlığı talep hakkının sona erdiğine ilişkin bir itiraz oluşturur. Bu bakımdan mahkemece re’sen dikkate alınması gerekir.

Karşılıklı borç yükleyen sözleşmelerde imkânsızlık sebebiyle borçtan kurtulan borçlu, karşı taraftan almış olduğu edimi sebepsiz zenginleşme hükümleri uyarınca geri vermekle yükümlü olup, henüz kendisine ifa edilmemiş olan edimi isteme hakkını kaybeder. Kanun veya sözleşmeyle borcun ifasından önce doğan hasarın alacaklıya yükletilmiş olduğu durumlar, bu hükmün dışındadır (TBK. m. 136/2).

“Borçlu ifanın imkânsızlaştığını alacaklıya gecikmeksizin bildirmez ve zararın artmaması için gerekli önlemleri almazsa, bundan doğan zararları gidermekle yükümlüdür” (TBK. m. 136/3). Bu sonuç, dürüstlük kurallarının bir gereğidir (TBK. m. 136/3’ün gerekçesi).

Borçlanılan edimin ifası tamamen ortadan kalkmışsa tam imkansızlık, kısmen ortadan kalkmışsa kısmi imkansızlık söz konusu olur (Ercoşkun-Şenol, 2016: 238-239; Hatemi ve Gökyayla 2017: 334). “Borcun ifası borçlunun sorumlu tutulamayacağı sebeplerle kısmen imkânsızlaşırsa borçlu, borcunun sadece imkânsızlaşan kısmından kurtulur. Ancak, bu kısmi ifa imkânsızlığı önceden öngörülseydi taraflarca böyle bir sözleşmenin yapılmayacağı açıkça anlaşılırsa, borcun tamamı sona erer” (TBK. m. 137/1).

İfa imkansızlığı bölünemeyen ve bölünebilen tüm edimlerde mümkün iken, kısmi imkansızlık yalnızca bölünebilen edimlerde söz konusu olabilmektedir (Altındal, 2022: 629; Gündoğdu, 2014: 116-117). Kısmi imkansızlıktan söz edilebilmesi için edimin maddi olarak bölünebilir olmasının yanısıra kısmi ifasının taraf menfaatlerine de uygun olması gerekmektedir. Bu husus TBK. m. 137/1 hükmünde “... kısmi ifa imkansızlığı önceden

öngörülseydi taraflarca böyle bir sözleşmenin yapılmayacağı açıkça anlaşılırsa, borcun tamamı sona erer” şeklinde ifade etmiştir (Kurt, 2016: 134; Altındal, 2022: 630).

Taraflardan birinin kısmi ifada menfaatinin bulunup bulunmadığı tespit edilirken, tarafların sözleşmeyi yaptıkları sıradaki iradeleri, hayatın olağan akışı ve dürüstlük kuralı dikkate alınmalıdır. Antika bir çalışma masanın taşınırken kırılması durumunda, kırılmayan sandalyesinin teslim edilmesinde alacaklının bir menfaatinde söz edilemez (Kurt, 2016: 295; Altındal, 2022: 631).

Karşılıklı borç yükleyen sözleşmelerde, bir tarafın borcu kısmen imkânsızlaşır ve alacaklı kısmi ifaya razı olursa, karşı edim de o oranda ifa edilir. Alacaklının böyle bir ifaya razı olmaması veya karşı edimin bölünemeyen nitelikte olması durumunda, tam imkânsızlık hükümleri uygulanır (TBK. m. 137/2).

1.2. İfa İmkansızlığında Borcun Sona Erme Şartları

1.2.1. Borçlanılan Edim Sonradan İmkansız Hale Gelmeli

Sözleşmenin kurulduğu sırada sözleşmeye konu edimin ifası imkansız ise, borcun sona ermesinden değil, sözleşmenin butlanından söz edilir (TBK. m. 27/1). Dolayısıyla ifa imkansızlığından söz edilebilmesi için edimin ifasının imkansızlaşmasının sözleşmenin kurulmasından sonra gerçekleşmiş olması gerekir.

1.2.2. Edimin İfası Objektif Olarak İmkansızlaşmalı

İfa imkansızlığının gerçekleşebilmesi için edimin imkansızlığı herkes için söz konusu olan bir objektif imkansızlık olmalıdır. Sözleşmenin taraflarından birinin tutumundan doğan sübjektif imkansızlık borcun sona ermesine neden olmaz. Bu durumda borcun içeriği değişmekte, yerini tazminat borcuna bırakmaktadır (TBK. m. 112).

1.2.3. İmkansızlık Geçici Olmamalı

Borcun ifasının önündeki engel geçici nitelikteyse geçici bir ifa imkansızlığı söz konusu olur (Patterson, 1961: 798; Eren, 2013: 1036, 1040; Serozan, 2014: 2; Özçelik, 2014: 583). İfa imkansızlığından söz edebilmek için kural olarak oluşan imkansızlığın geçici nitelikte olmaması gerekir. İmkansızlığın geçici olup olmadığı tespit edilirken sözleşmeden kaynaklanan yükümlülüklerin ifa zamanı ve sözleşmenin amacı dikkate alınmalıdır (Özçelik, 2014: 584).

İnşaatın idare tarafından mühürlenmesi, bir avukata belirli bir süreyle meslekten men cezası verilmesi gibi hallerde geçici nitelikte bir imkansızlık söz konusudur (Keskin, 2007: 216; Eren, 2013: 1041; Özçelik, 2014: 578-580, 584).

Geçici imkansızlık halinde temerrüt hükümleri uygulanır (TBK. m. 117; Dural, 1976: 107; Özçelik, 2014: 587; Kurt, 2016: 170). Bu durumda borçlunun ifa yükümü imkansızlık süresi boyunca ertelenir (Kürşat, 2004: 762). Bu gibi durumlarda alacaklı da TBK. m. 97 hükmüne dayanarak kendi edimini yerine getirmekten imtina edebilir.

Geçici imkansızlık hali sona erince tarafların ifa yükümlülükleri yeniden oluşur (Eren, 2013: 1099; Serozan, 2014: 6). Geçici ifa imkansızlığında borçlu, temerrüdün ancak kusura bağlı olmayan, sözleşmeden dönme, para borçlarında faiz talep etme gibi sonuçlarından sorumlu olur (Buz, 1998: 110; Serozan, 2014: 16; Eren, 2013: 1099; Atamer ve Okutan-Nilsson, 2013: 58-

60). Buna karşılık alacaklının ifanın gecikmesi nedeniyle uğradığı zararlar (TBK. m. 118) ile beklenmedik hal neticesinde doğacak zarardan sorumlu olmaz (TBK. m. 119; Buz, 1998: 104-105; Serozan, 2014: 11; Eren, 2013: 1119).

Geçici ifa imkansızlığının olduğu durumlarda, tarafları uzun süre sözleşmeye bağlı saymak onların ekonomik özgürlüklerini engelleyeceği gibi bir başkası ile sözleşme yapma fırsatlarını da engeller. Bu bakımdan geçici bir ifa imkansızlığı bulunması halinde, tarafları belirli bir süre ile sözleşmeye bağlı tutmak gerekir. Bu sürenin sözleşmenin amacı, hayatın olağan akışı ve iyi niyet kuralı uyarınca her somut olaya göre değerlendirilmelidir (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 2010/15-193 E., 235 K., sayı ve 28.04.2010 tarihli kararı; Aksoy, 2021: 123). Düğün fotoğraflarının çekilmesine ilişkin bir sözleşme için, geçici ifa imkansızlığının gerçekleştiği sürede düğün tarihi yer alıyorsa, artık imkansızlığın sürekli olduğunun kabulü gerekir (Özçelik, 2014: 584-585; Eren, 2013: 1041; Serozan, 2014: 6; Keskin, 2007: 223).

1.2.4. Borçlunun Bir Kusuru Bulunmamalı

İfa imkansızlığından söz edilebilmesi için "borcun ifası borçlunun sorumlu tutulamayacağı sebeplerle" imkansızlaşması gerekir (TBK. m. 136/1). Bir başka deyişle mücbir sebep, sözleşmenin ifasını engellemiş olmalıdır. İmkansızlık borçlunun kusuru ile gerçekleşmişse bu durumda borç sona ermez, edimin yerini tazminat borcu alacaktır (TBK. m. 112).

İmkânsızlığa neden olan olay, borçlu temerrüde düştükten sonra gerçekleşmişse, borçlu ifanın gecikmesiyle uygun illiyet bağı içerisindeki tüm risklerden sorumludur (TBK. m. 119; Özçelik, 2014: 590). Borçlunun sorumluluktan kurtulabilmesi için temerrüde düşmekte kusuru olmadığını veya imkânsızlığın kendisi temerrüde düşmeseydi dahi gerçekleşeceğini ispat etmesi gerekir (Eren, 2013: 1105-1106; Serozan, 2014: 11).

Edimin imkansızlaşmasına alacaklı kendi kusuruyla neden olmuşsa borç sona erer. Ancak TBK. m. 485/1 hükmünde bu konuda bir istisna getirilerek "eserin tamamlanması, iş sahibi ile ilgili beklenmedik olay dolayısıyla imkânsızlaşırsa yüklenici, yaptığı işin değerini ve bu değere girmeyen giderlerini isteyebilir" ifadelerine yer verilmiştir.

1.2.5. Sözleşmede veya Kanunda Aksi Yönde Bir Düzenleme Olmamalı

Sözleşmeye konulacak kayıtlarla, belirli durumlar ifa imkansızlığı olarak kararlaştırılabileceği gibi ifa imkansızlığı oluşması halinde dahi sorumluluğun doğacağı da kararlaştırılabilir (TBK. m. 136/2; Aydoğdu ve Yağcıoğlu, 2020: 78; Kurt, 2016: 180). TBK. m. 498/1 hükmünde yer alan "eser, yayımcıya teslimden sonra beklenmedik hâl sonucu yok olsa bile, yayımcı bedeli ödemekle yükümlüdür" şeklindeki düzenlemede olduğu gibi imkansızlığın sonucu kanun hükmüyle de düzenlenebilir. Bu durumda sözleşmede veya kanunda yer alan düzenlemeye göre hareket edilmelidir.

1.2. 6. İkame Bir Değer Bulunmamalı

İmkansızlaşan edimin bir ikame değerinin bulunması halinde, alacaklı ikame değeri talep edebilir. Dolayısıyla bu durumda borçlunun sorumluluğunun sora ermiş olduğundan söz edilemez. İkame değer talep edilebilmesi için imkansızlık ile elde edilen ikame değer arasında bir illiyet bağı olmalıdır. Sözleşmeye konu olan bir taşınmazın kamulaştırılması

sonucu sözleşmenin konusu imkansız hale gelirken, elde edilen kamulaştırma bedeli ikame değer olarak talep edilebilir (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 2.3.1983 tarih ve E. 1980/13-1240, K. 1983/187 sayılı kararı).

2. Doğal Afet, Salgın ve Ekonomik Krizlerin İfa İmkansızlığına Etkisi

2.1. Doğal Afetlerin İfa İmkansızlığına Etkisi

Mücbir sebep, sözleşme tarafları dışında meydana gelen, edimin ifasını imkansız hale getiren, öngörülmesi ve karşı konulması mümkün olmayan olağanüstü bir olaydır (Acar, 2008: 112). Deprem, sel, yangın, salgın hastalık gibi doğal afetler mücbir sebep sayılır (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 2017/90 E., 2018/1259 K., sayı ve 27.06.2018 tarihli kararı). Bununla birlikte sıcaklıkların belirli bir dereceye yükselmesi gibi bir durumun da taraflarca mücbir sebep olarak kararlaştırılması mümkündür (Aksoy, 2021: 121).

Mücbir sebep, kural olarak, borcu sona erdirir (Yargıtay 11. Hukuk Dairesi'nin 2015/3197 E., 2015/11946 K. sayı ve 12.11.2015 tarihli kararı). Gerçekten de doğal afetlerin önceden öngörülmesi esas itibarıyla mümkün değildir. Bunların gerçekleşmesinde, borçlu herhangi bir rol oynamadığı için borçlunun kusurundan da söz edilemez.

Bununla birlikte yukarıda da ifade etmiş olduğumuz üzere, mücbir sebeplerin geçici nitelikte olmaları halinde ifa imkansızlığı kural olarak oluşmaz. Ancak tarafların uzun süre sözleşmeye bağlı kalmaları, sözleşmenin yapılması amacına, hayatın olağan akışına ve dürüstlük kuralına aykırılık teşkil ediyorsa geçici nitelikte de olsa borçlunun borcunun sona erdiğinin kabulü gerekir. Örneğin, doğal afet nedeniyle ortaya çıkan geçici imkansızlık, sezonluk tarım işinin yerine getirilmesini imkansız hale getirmişse artık geçici bir ifa durumundan söz edilemeyecektir.

Taraflar arasındaki sözleşmede doğal afetlerin mücbir sebep olmayacağına ilişkin bir düzenlemeye yer verilmesi halinde; imkansızlık geçici olsa dahi, doğal afetler nedeniyle borçlunun ifa imkansızlığına dayanan sorumluluğu sona ermez. İfası imkansız hale gelen edim nedeniyle borçlunun tazminat ödeme yükümlülüğü söz konusudur. Aynı şekilde, borçlunun bir ikame değer elde etmesi durumunda da borçlu bu ikame değer nedeniyle alacaklıya karşı sorumlu olacaktır. Örneğin, sel felaketi nedeniyle yok olan bir tarlanın alıcıya teslim edilmesi imkansız hale gelmiş ve borçlu bu olay nedeniyle sigortadan bir bedel almışsa, alıcı bu bedelin kendisine ödenmesini isteyebilmelidir.

Bununla birlikte taraflar arasındaki sözleşmede bazı doğal afetler tek tek belirtilmek suretiyle bu belirtilen hususların gerçekleşmesi halinde ifa imkansızlığının oluşacağı kararlaştırılmış ise sözleşme hükmüne göre hareket edilerek belirtilen doğal afetlerin ifa imkansızlığına yol açtıklarının kabulü gerekir. Bu durumda artık oluşan doğal afetlerin geçici nitelikte bir ifa imkansızlığına yol açıp açmadıklarının bir önemi bulunmamaktadır. Bu durumda dahi, sözleşmede aksi kararlaştırılmamışsa, varsa, edimin ikamede değeri talep edilebilir.

Son olarak, uygulamada "devlet veya hükümet tarafından kanun, kararname gibi tasarruflarla konulan sınırlamalar, yasaklar, ithalat veya ihracat yasakları" mücbir sebep olarak kabul edilmektedir (Tandoğan, 1961: 465). Dolayısıyla idare tarafından mücbir sebeplerden kaynaklanan etkileri azaltmak amacıyla faaliyetlerin geçici olarak durdurulması;

duruma göre bazen ifa imkansızlığı olarak değerlendirilebilir. Bir başka deyişle “devlet birimleri tarafından durdurulan işyerleri veya tedarik ve dağıtım kanallarında aksamalar, işgücü kaybı, ithalat ve ihracat engeli gibi kararlar nedeniyle faaliyetlerine ara vermek zorunda kalan işletmeler yönünden mücbir sebebin varlığı kabul edilebilir” (Pekdinçer ve Toprakkaya, 2022). Yukarıda ifade etmiş olduğumuz üzere, geçici kararlar alınmasına rağmen, karşı taraf için bu sürenin beklenmesi, dürüstlük kuralı gereğince beklenmeyecek bir durum ise yine de imkansızlığın sonucu benimsenmelidir.

2.2. Salgın Hastalıkların İfa İmkansızlığına Etkisi

Salgın hastalık da bir doğal afet olup mücbir sebep niteliğindedir (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu’nun 2017/90 E., 2018/1259 K., sayı ve 27.06.2018 tarihli kararı). Bu bakımdan salgın hastalıklar da doğal afetler gibi ifa imkansızlığına neden olabilmektedir. Bunların önceden öngörülmesi mümkün değildir. Bunların gerçekleşmesinde, borçlu herhangi bir rol oynamadığı için borçlunun kusurundan da söz edilemez.

Salgın hastalıklar da doğal afetler gibi geçici nitelikte olduklarından kural olarak ifa imkansızlığına yol açmazlar. Nitekim Yargıtay tarafından verilen bir kararda, ülkemizde bir dönem etkisini gösteren salgın hastalık olan kuş gribinin, borcun taraflarının tacir olmaları, olayların etkisi ve aralarındaki sözleşme koşulları gereğince mücbir sebep teşkil edemeyeceğine karar verilmiştir (Yargıtay 23. Hukuk Dairesi’nin 2015/7538 E., 2016/719 K. sayılı ve 11.02.2016 tarihli kararı).

Bununla birlikte, kararlaştırılan ifa zamanının edimin içeriğine dahil olduğu kesin vadeli edimler bakımından ve dürüstlük kuralı uyarınca sözleşmenin herhangi bir tarafının engelin ortadan kalkmasına kadar sözleşmeyle bağlı kalmasının beklenemeyeceği durumlarda; salgın hastalıkların, ifa imkansızlığına neden olduklarının kabul edilmesi gerekir.

Taraflar arasındaki sözleşmede salgın hastalıkların mücbir sebep olmayacağına ilişkin bir düzenlemeye yer verilmesi, borçlunun salgın hastalık nedeniyle bir ikame değer elde etmesi durumlarında borçlunun sorumluluğunun ortadan kalktığından söz edilemez. Buna karşılık, yukarıda da ifade etmiş olduğumuz üzere, taraflar arasındaki sözleşmede salgın hastalıkların gerçekleşmesi halinde ifa imkansızlığının oluşacağı kararlaştırılmış ise sözleşme hükmüne göre hareket edilerek salgın hastalıkların ifa imkansızlığına yol açtığı kabulü gerekir. Bu durumda artık oluşan salgın hastalığın geçici nitelikte bir ifa imkansızlığına yol açıp açmadığının bir önemi bulunmamaktadır. Bununla birlikte, bu durumda dahi, sözleşmede aksi kararlaştırılmamışsa, varsa, edimin ikame değeri talep edilebilir.

Yine, yukarıda da ifade etmiş olduğumuz üzere, salgın nedeniyle, faaliyetleri devlet birimleri tarafından durdurulan işler bakımından kural olarak mücbir sebebin varlığı kabul edilebilir (Resmi Gazete’de yayımlanan 02.04.2020 tarih ve 2020/5 sayılı Cumhurbaşkanlığı Genelgesi). Bunun için yasaklamalara ilişkin idari kararların geçici olmaması ya da karşı taraf için dürüstlük kuralı gereğince bekleme süresinin beklenmesinin anlamsız olması gerekir (Aydoğdu ve Yağcıoğlu, 2020: 21; Baş-Süzel ve Kurtulan-Güner, 2021: 239-259).

2.3. Ekonomik Krizlerin İfa İmkansızlığına Etkisi

Ekonomik krizler, özellikle de para değerindeki aşırı düşüş, edimin ifa edilmesinde bir imkansızlık oluşturmamaktadır. Burada ifa edilecek edimin objektif olarak yok olması, imkansız hale gelmesi gibi bir durum söz konusu değildir. Dolayısıyla ekonomik krizler gerekçe gösterilerek ifa imkansızlığı hükmünden yararlanılamaz. Bununla birlikte taraflar arasındaki sözleşmede ekonomik kriz yaşanması durumunda bu hususun bir mücbir sebep olduğu, bir başka deyişle ifa imkansızlığı olarak değerlendirileceği kararlaştırılmışsa, ifa imkansızlığı gündeme gelebilecektir. Örneğin, sözleşmenin kararlaştırılmış olan vadesine kadar dövizde belirli bir seviyeye kadar oluşacak artış veya azalış durumu mücbir sebep olarak kararlaştırılabilir. Sözleşme vadesinde belirlenen oranın gerçekleşmesi halinde mücbir sebep gerekçesiyle ifa imkansızlığı söz konusu olabilecektir.

3. Aşırı İfa Güçlüğü

3.1. Genel Olarak

Sözleşmeler hukuku açısından sözleşmeye bağlılık ve sözleşme serbestliği söz konusudur. TBK m. 26 hükmüne göre, “taraflar, bir sözleşmenin içeriğini kanunda öngörülen sınırlar içinde özgürce belirleyebilirler”. Bu hükümde yer alan sözleşme özgürlüğü ve ahde vefa ilkesi uyarınca, sözleşme tarafların özgür iradeleriyle kurulabilir, değiştirilebilir ve ortadan kaldırılabilir (Tekinay vd., 1993: 1005; Kaplan, 1987: 113-114). Tarafların sözleşmeden kaynaklanan olumsuzluklara karşı tedbir almaları beklenir. Taraflar, tedbir almamaları nedeniyle oluşan olumsuz sonuçlara katlanmak zorundadırlar (Gürsoy, 1950: 7; Akyol, 2006: 83; Arat, 2006: 51).

Taraflar sözleşme yaparken; kendi menfaatlerini, göz önünde tutarak edimler arasında bir denge kurarlar (Arat, 2006: 112). Sözleşme kurulduktan sonra taraflar, yükümlülüklerini aynen ifa etmeyi taahhüt etmektedir. Ancak, tarafların sözleşmenin kurulduğu sırada ileride gerçekleşebilecek olayları tamamen öngörmesi mümkün değildir.

Sözleşmenin kurulduğu andaki şartların değişik nedenlerle değişmesi ve sözleşmenin dengesinin bozulması her zaman ihtimal dahilindedir (Topuz, 2011: 287). Bu durumda tarafları sözleşmeye aynen bağlı tutmak hakkaniyete aykırı sonuçlara yol açabilir (Yargıtay 13. Hukuk Dairesi'nin E. 2016/22540, K. 2019/5707 sayı ve 03.05.2019 tarihli kararı). Bu gibi olumsuz sonuçları bertaraf etmek amacıyla TBK. m. 138 hükmünde;

Sözleşmenin yapıldığı sırada taraflarca öngörülmeyen ve öngörülmesi de beklenmeyen olağanüstü bir durum, borçludan kaynaklanmayan bir sebeple ortaya çıkar ve sözleşmenin yapıldığı sırada mevcut olguları, kendisinden ifanın istenmesini dürüstlük kurallarına aykırı düşecek derecede borçlu aleyhine değiştirir ve borçlu da borcunu henüz ifa etmemiş veya ifanın aşırı ölçüde güçleşmesinden doğan haklarını saklı tutarak ifa etmiş olursa borçlu, hâkimden sözleşmenin yeni koşullara uyarlanmasını isteme, bu mümkün olmadığı takdirde sözleşmeden dönme hakkına sahiptir. Sürekli edimli sözleşmelerde borçlu, kural olarak dönme hakkının yerine fesih hakkını kullanır düzenlemesine yer verilmiştir.

Bu hüküm uyarınca sözleşmenin mahkeme yoluyla uyarlanabilmesi için öngörülemeyen bir durumun gerçekleşmesi ve bunun sonucunda tarafların edimleri arasındaki dengenin aşırı ölçüde ve açık biçimde bozulmuş olması gerekir (Kaplan, 1987: 147-154; Burcuoğlu, 1995: 49).

Temelini dürüstlük kuralından alan genel nitelikteki TTK. m. 138 hükmü, aşırı ifa güçlüğü'nün ortaya çıktığı durumlarda, borçluya sözleşmenin uyarlanmasını talep etme hakkı vererek ahde vefa ilkesine bir istisna getirmiştir (TBK. m. 138/1'in gerekçesi; Kaplan, 1987: 112; Burcuoğlu, 1995: 4; Tekinay vd., 1993: 368; Aşan, 2022: 1451; Baysal, 2015: 138; Gönen, 2017: 338).

Şartların değişmesi durumunda ortaya çıkan yeni duruma ilişkin olarak sözleşmede herhangi bir düzenleme yok ise mahkemenin sözleşmeyi uyarlamak suretiyle boşluğu doldurması gerekir (Topuz, 2011: 290-291; Yargıtay 13. Hukuk Dairesi'nin E. 2016/22540, K. 2019/5707 sayı ve 03.05.2019 tarihli kararı). Sözleşmenin uyarlanmasındaki amaç, sözleşmenin devamını sağlamaktır (Aksoy, 2021: 122-123). Mahkeme, uyarlama yaparken, dürüst, ortalama, makul kişilerden benzer bir durumda alışılmış objektif değer ölçüsüne göre hareket etmelidir (Coşkun, 2020: 326). Ancak sözleşme özgürlüğü ilkesi uyarınca başlangıçta edimler arasında dengesizlik varsa, bu dengesizliğin uyarlama yoluyla giderilmemesi gerekir (Topuz, 2008: 324; Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun E. 2003/13-599, K. 2003/599 sayı ve 15.10.2003 tarihli kararı).

TBK. m. 138/1 hükmü uyarınca, "uyarlamanın bütün koşulları gerçekleşmişse borçlu, hâkimden sözleşmenin yeni koşullara uyarlanmasını isteyebilir. Bunun mümkün olmaması hâlinde borçlu, sözleşmeden dönebilir; sürekli edimli sözleşmelerde ise kural olarak, fesih hakkını kullanır" (TBK. m. 138/1'in gerekçesi).

3.2. Aşırı İfa Güçlüğünde Uyarlama Talep Etme Şartları

3.2.1. Öngörülemeyen Olağanüstü Bir Durum Ortaya Çıkmalı

Aşırı ifa güçlüğünden bahsedilebilmesi için, her şeyden önce sözleşmenin kurulmasından sonra objektif koşulların esaslı olarak değişmesi sonucunda öngörülemeyen olağanüstü bir durum ortaya çıkmış olmalıdır (TBK. m. 138). Ortaya çıkan durum değişikliklerinin sosyal felaket niteliğinde olması gerekmektedir (Burcuoğlu, 1995: 10; Arat, 2006: 96-103; Baysal, 2019: 223, 233-234; Kocayusufoğlu, 2000: 512). Nitekim TBK. m. 138 hükmünde "borçludan kaynaklanmayan bir sebeple" ifadesine yer verilerek, öngörülemeyen olağanüstü durumun borçlunun tutumundan da kaynaklanabileceği ifade edilmiştir (Baysal, 2019: 209).

Sözleşmenin uyarlanmasına yol açan olağanüstü hal, borçlunun kusuru olmaksızın, sözleşmenin kurulduğu sırada öngörülemeyen ve borca aykırı davranışı kaçınılamaz hale getiren olaydır (Kaplan, 1987: 152; Hatemi vd., 1992: 186; Gürsoy, 1950: 59-60; Baysal, 2019: 237; Erman, 1979: 80-81; Kürşat, 2004: 247; Baysal, 2019: 236). Burada kriter, hayatın olağan akışına göre makul bir insanın ya da basiretli tacirin öngörebileceği durumlardan daha ağır bir durumun ortaya çıkmasıdır.

Öngörülemezliğin tespitinde sözleşmenin konusu, süresi, sözleşmenin yapıldığı an önemlidir. Olağanüstü durum yalnızca sözleşme tarafları için değil aynı şartlardaki bütün kişiler için geçerli olmalıdır (Aşan: 2022: 1455).

Sözleşmenin dengesini bozan olağanüstü sayılacak durumların mücbir sebep niteliğinde olması şart değildir (Albaş, 2004: 68; Aşan, 2022: 1454). İki arasındaki fark, olayın meydana geliş şekli ve şiddeti ile ilgilidir (Erzurumluoğlu, 1970: 40; Sarıal, 1980: 27). Mücbir

sebepler tek başına sorumluluğu ortadan kaldırdığı halde, beklenmeyen hal her durumda tek başına sorumluluğu kaldırmaz (Kızır, 2011: 275).

Olağanüstü durumlar, doğal olaylardan kaynaklanabileceği gibi, hukuki, ekonomik ve sosyal olaylardan da kaynaklanabilir. Deprem, yıldırım düşmesi, sel baskını, hayatın olağan akışını etkileyen salgın hastalıklar, inşaat yapılacak arsa ya da arazinin jeolojik yapısının öngörülenden çok farklı olması gibi durumlar doğal olaylara; savaş, isyan, grev, boykot, ithalat yasağı, ülkeyi sarsan ekonomik krizler ve yan sonuçlarını oluşturan aşırı derecede ani işsizlik, enflasyon grafiğindeki aşırı yükselmeler, şok devalüasyon, para değerinde olağanüstü bir düşüş, işçi ücretlerinin veya malzeme fiyatlarının aşırı derecede artması, genel açlık ve borsa fiyatlarının alt üst olması, bankaların iflas etmesi gibi durumlar doğal olaylar dışındaki olaylara örnek olarak gösterilebilir (Erman, 1979: 10-11; Kocayusufpaşaoğlu, 2000: 504; Tekinay vd., 1993: 783-784; Kaplan, 1987: 147-148; Arat, 2006: 29, 97-99; Aşan: 2022: 1455; Gürsoy, 1950: 117; Yargıtay 13. Hukuk Dairesi'nin 26.11.1982 tarih ve E. 6186, K. 7199 sayılı kararı).

Kanun değişiklikleri de duruma göre öngörülemez olay olarak nitelendirilebilir (Arat, 2006: 101).

3.2.2. Olağanüstü Durum Sözleşmenin İfasını Aşırı Derecede Güçleştirmeli

Uyarılama talep edilebilmesi için öngörülemez olguların taraflar arasındaki dengeyi dürüstlük kuralına aykırı olarak açık ve aşırı bir şekilde bozmuş olması da gerekir (TBK. m. 138; Tekinay vd., 1993: 1005; Topuz, 2008: 248; Burcuoğlu, 1995: 10-11; Baysal, 2019: 216; Arat, 2006: 96-97). Bu şart, sözleşmenin uyarlanmasının haklı nedenini oluşturmaktadır (Kürşat, 2004: 252; Kaplan, 2013: 204; Durak, 2015: 241; Aşan: 2022: 1458). Değişen şartlar dürüstlük kuralı uyarınca borçludan ifayı gerçekleştirilmesi beklenemeyecek kadar durumu ağırlaştırmış ise ifa gücü oluşmuş demektir (Güleki, 1990: 52). Bu durumda uyarılama ile sözleşme dengesi ve adaleti sağlanmalıdır (Malbeleş, 2020: 186).

Uyarılamanın mümkün olabilmesi için edimler arası dengenin ağır ve açık bir şekilde bozulmuş olması yeterli olup dengesizliğin katlanılmaz olmasına gerek yoktur (Arat, 2006: 113; Topuz, 2008: 249; Kürşat, 2004: 253; Kocaağa, 2014: 191). Denize düşen bir vazonun çıkarılması mümkün olmakla birlikte çıkarma maliyeti ağır olduğundan dürüstlük kuralı çerçevesinde borçludan vazonun çıkarılması beklenmemelidir (Özçelik, 2014: 40; Baysal, 2019: 220; Kurt, 2016: 62; Kocaağa, 2014: 190).

3.2.3. Borçlunun Bir Kusuru Bulunmamalı

Uyarılama yapılabilmesi için öngörülemeyen olağanüstü durum, borçlu ile ilgisi olmayan bir sebeple ortaya çıkmalıdır. Başka bir ifade ile ortaya çıkan yeni koşullar, borçlunun kusurundan kaynaklanmamalıdır (Tekinay vd., 1993: 368; Kaplan, 1987: 150). TBK. m. 138 hükmünde yer alan "... borçludan kaynaklanmayan bir sebeple ortaya çıkar..." ifadesi bu hususu açıkça ortaya koymaktadır. Bu bakımdan beklenmeyen duruma borçlu yol açmışsa, bu durumda uyarılama değil borca aykırılığa ilişkin TBK. m. 112 hükmünün uygulanması gerekir (Aksoy, 2021: 122. Karşılaştırınız; Kurtulan, 2016: 213. Aksi görüşte; Aydoğdu ve Yağcıoğlu, 2020: 115).

Yargıtay Hukuk Genel Kurulu vermiş olduğu bir kararında "tacir olan yüklenici,

basiretli davranarak ortaya çıkabilecek riskleri dikkate almak zorunda olduğu gibi, ayrıca bütün sosyal ve ekonomik koşulları da göz önünde bulundurmalıdır. Yüklenici, kendisinden beklenebilecek bütün özeni göstermiş olmasına rağmen” olağanüstü bir durum ortaya çıktığı takdirde, bu durumun yükleniciye yüklenmemesi gerektiğini ifade etmiştir (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu’nun 30.05.2001 tarih ve 2001/402 E., 2001/459 K. sayılı kararı).

3.2.4. Sözleşmede veya Kanunda Aksi Yönde Bir Düzenleme Olmamalı

Uyarlamaya ilişkin TBK. m. 138 hükmü, emredici nitelikte değildir. Taraflar sözleşmenin değişen koşullara rağmen ayakta kalacağını öngörebilirler (Kürşat, 2004: 244; Kocağa, 2014: 192; Kaplan, 2013: 199; Baysal, 2019: 273; Aydoğdu ve Yağcıoğlu, 2020: 78). Sözleşmede, değişen şartlarda nasıl hareket edilmesi gerektiğine ilişkin bir hüküm varsa bu hükmün dikkate alınması gerekir (Burcuoğlu, 1995: 63; Arat, 2006: 107). Eğer uyarlama yapılamayacağına ilişkin sözleşmede ya da kanunda bir hüküm varsa mahkemenin uyarlama yoluna gitmesi mümkün değildir (Canbolat, 2012: 223; Baysal, 2019: 196, 276; Arat, 2006: 127). Örneğin, ardiye sözleşmesine ilişkin TBK. m. 575 hükmünde yer alan “ardiyeci, ticari malları, genel saklama sözleşmesinde olduğu gibi geri vermekle yükümlüdür. Ancak, saklayanın sözleşmede öngöremeyeceği sebeplerle, süresinden önce geri verme yetkisi bulunduğu durumlarda bile ardiyeci, kararlaştırılmış olan sürenin sonuna kadar malları korumak zorundadır” yönündeki düzenleme bu niteliktedir.

Bununla birlikte taraflar arasındaki sözleşmede bazı durumların gerçekleşmesi halinde uyarlama yapılacağı yönünde kayıtlar konulmuşsa, bu durumların gerçekleşmesiyle birlikte artık bu durumların öngörülemeden olağanüstü durumlar olup olmadıklarına ve ifanın istenmesini dürüstlük kuralına aykırı düşecek derecede borçlu aleyhine değiştirip değiştirmediklerine bakılmaksızın uyarlama yapılması gerekir.

Yargıtay Hukuk Genel Kurulu vermiş olduğu bir kararda;

Sözleşmenin yeni durumlara uyarlanması yapılırken önce sözleşmede, daha sonra kanunda bu hususta intibak hükümlerinin bulunup bulunmadığına bakılır. Sözleşmede ve kanunda hüküm bulunmadığı takdirde sözleşmenin değişen hal ve şartlara uydurulmasının gerekip gerekmeyeceği incelenir. Bazen de sözleşmede olumlu ve olumsuz intibak kaydı bulunmakla beraber, bu kayda dayanılarak sözleşmenin kayıtlı birlikte aynen uygulanmasını talep etmek MK. Md. 2/2 hükmü anlamında hakkın kötüye kullanılması manasına gelebilir. Böyle bir durumda sözleşmedeki intibak kaydına rağmen edimler arasında aşırı bir nispetlilik çıkmışsa uyarlama yine yapılmalıdır hükmüne yer vermiştir (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu’nun 15.10.2003 tarih ve E. 2003/13-599, K. 2003/599 sayılı kararı; Gülekli, 1990: 50).

Ancak TBK. m. 138 hükmünün sözleşmeye bağlılık ilkesine getirilen istisnai bir hüküm niteliğinde olması ve bu hükümde açıkça “sözleşmenin yapıldığı sırada taraflarca öngörülme ve öngörülmesi de beklenmeyen olağanüstü bir durum”un gerçekleşmesi şartının öngörülmesi karşısında söz konusu görüşün yerinde olmadığı kanaatindeyiz.

3.2.5. Borç İfa Edilmemiş veya İhtirazi Kayıtlı İfa Edilmiş Olmalı

Uyarlama talep edilebilmesi için “borçlu, borcunu henüz ifa etmemiş veya ifanın aşırı ölçüde güçleşmesinden doğan haklarını saklı tutarak ifa etmiş olmalıdır” (TBK. m. 138/1’in gerekçesi). Aksi takdirde borcun ifasıyla borç sona ermiş olur. Borcun ifa edilmesiyle birlikte

ifadan geri dönülmesi mümkün değildir. Borçlunun borcunu ihtirazi kayıt koymadan ifa etmiş olması; ifanın güç olmadığı, yüklenicinin değişen hal ve şartları kabul ettiği, bu nedenle uyarlamanın mümkün olmadığı şeklinde yorumlanmaktadır (Kaplan, 1987: 152-153). “Borçlu edimini ihtirazi kayıt koymak suretiyle ifa etmişse sözleşmenin uyarlanmasını isteyebilir” (TBK. m. 138).

Yargıtay bu konu ile ilgili vermiş olduğu bir kararında şu ifadelere yer vermiştir:

Kira sözleşmesi düzenlendikten sonra ABD doları, 21.2.2001. ekonomik kriz nedeniyle Türk Lirası karşısında aşırı değer kazanmıştır. Buna rağmen davacı uyarılma davası açmayarak, aynı yılın Eylül ayına kadar sözleşmeye uymaya devam etmiştir. Davacı bu şekilde ekonomik krizden sonra, sözleşmeyi benimsemiş ve işlem temelini çokmediğini kabul etmiş sayılacağından uyarılma davası açma hakkını kaybettiğinin kabulü zorunludur (Yargıtay 13. Hukuk Dairesi'nin 2002/9911 E., 2002/14153 K. sayı ve 27.12.2002 tarihli kararı. Karşılaştırınız; Tüzüner ve Öz, 2013: 460).

4. Doğal Afet, Salgın ve Ekonomik Krizlerin Aşırı İfa Güçlüğüne Etkisi

4.1. Doğal Afetlerin Aşırı İfa Güçlüğüne Etkisi

Yukarıda da ifade etmiş olduğumuz üzere, doğal afetlerin öngörülemeyen olağanüstü bir durum niteliğini taşıdıkları konusunda bir kuşku yoktur. Bunların gerçekleşmesinde, borçlu herhangi bir rol oynamadığı için borçlunun kusurundan da söz edilemez. Fakat bu olayların gerçekleşmesi tek başına ifa güçlüğüne yol açmaz.

Doğal afet nedeniyle TBK. m. 138 hükmüne dayanarak uyarılma istenebilmesi için, tarafların yüklendikleri edimler arasındaki dengenin, aşırı ölçüde ve açık biçimde bozulmuş, doğal afetin sözleşmenin ifasını aşırı derecede güçleştirmiş olması gerekir.

Taraflar arasındaki sözleşmede bazı doğal afetler tek tek belirtilmek suretiyle belirtilen doğal afetlerin gerçekleşmesi halinde aşırı ifa güçlüğü oluşacağı kararlaştırılmış ise sözleşme hükmüne göre hareket edilerek belirtilen doğal afetlerin aşırı ifa güçlüğüne yol açtıklarının kabulü gerekir. Bu durumda uyarılma için oluşan doğal afetlerin ifanın istenmesini dürüstlük kurallarına aykırı düşecek derecede borçlu aleyhine değiştirip değiştirmediklerinin araştırılmasına gerek yoktur. Buna karşılık taraflar arasındaki sözleşmede veya yapılan sözleşme kapsamındaki iş ile ilgili özel bir kanun hükmünde, doğal afetler nedeniyle uyarılma yapılamayacağına dair bir düzenleme bulunması halinde, doğal afet sözleşmenin ifasını aşırı derecede güçleştirmiş olsa dahi uyarılma talep edilemeyecektir. Aynı şekilde, doğal afete rağmen, borcun, herhangi bir ihtirazi kayıt ileri sürülmeden ifa edilmesi durumunda da uyarılma talep edilemeyecektir.

4.2. Salgın Hastalıkların Aşırı İfa Güçlüğüne Etkisi

Salgın hastalık da bir doğal afet olup mücbir sebep niteliğindedir (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 2017/90 E., 2018/1259 K., sayı ve 27.06.2018 tarihli kararı; Burcuoğlu, 1995: 10-11; Arat, 2006: 96-97). Dolayısıyla bunların öngörülemeyen olağanüstü bir durum niteliğinde olduklarına herhangi bir kuşku bulunmamaktadır. Her ne kadar tacirlerin tüm faaliyetlerinde basiretli bir iş insanı gibi davranma yükümlülüğü bulursa da tacirler açısından da salgın hastalıkların öngörülebilmeleri mümkün değildir (Aşan: 2022: 1456; Karaduman, 2021: 164-165; Akıncı, 2020: 98-9; Acar ve Ünal, 2020: 296). Bunların gerçekleşmesinde, borçlu

herhangi bir rol oynamadığı için borçlunun kusurundan da söz edilemez. Ancak salgın hastalıklar nedeniyle uyarılama istenebilmesi için salgın hastalığın sözleşmenin ifasını aşırı derecede güçleştirilmesi gerekir.

Yukarıda da ifade etmiş olduğumuz üzere, taraflar arasındaki sözleşmede salgın hastalıkların aşırı ifa güçlüğüne yol açacakları kararlaştırılmış ise sözleşme hükmüne göre hareket edilerek salgın hastalığın aşırı ifa güçlüğüne yol açığının kabulü gerekir. Bu durumda uyarılama için oluşan salgın hastalıkların ifanın istenmesini dürüstlük kurallarına aykırı düşecek derecede borçlu aleyhine değiştirip değiştirmediklerinin araştırılmasına gerek yoktur. Buna karşılık, taraflar arasındaki sözleşmede veya yapılan sözleşmeye ilişkin iş ile ilgili özel bir kanun hükmünde, salgın hastalıklar nedeniyle uyarılama yapılamayacağına dair bir düzenleme bulunması halinde, salgın sözleşmenin ifasını aşırı derecede güçleştirmiş olsa dahi uyarılama talep edilemeyecektir. Aynı şekilde, salgına rağmen, borcun, herhangi bir ihtirazi kayıt ileri sürülmeden ifa edilmesi durumunda da uyarılama talep edilemeyecektir.

4.3. Ekonomik Krizlerin Aşırı İfa Güçlüğüne Etkisi

Olağanüstü nitelikteki ekonomik krizlerin sözleşmelerin ifasını aşırı derecede güçleştirdikleri bilinen bir gerçektir. Bunların ortaya çıkmasında borçlunun herhangi bir kusurundan da söz edilemez. Ancak ekonomik krizlerin sıklıkla yaşandığı ülkemizde, bu krizlerin taraflarca öngörülemez olan olağanüstü bir durum niteliğinde olup olmadığının tespiti, Yargıtay uygulaması da dikkate alınarak, tacir olmayanlar için ve tacirler için ayrı ayrı ele alınması gerekmektedir.

4.3.1. Tacir Olmayanlar Açısından Durum

Tacir olmayanlar açısından ekonomik krizler de taraflarca öngörülemez olan olağanüstü bir durum niteliğindedir. Dolayısıyla taraflar kural olarak ekonomik krizlere dayanarak sözleşmenin uyarılmasını talep edebilirler. Ancak:

Döviz endeksli sözleşmelerin kurulmasında, tarafların gerçek ve ortak amaçları zaman zaman yükselen enflasyonun olumsuz etkilerinden satıcıyı korumak ve güvence altına almak iradesinden kaynaklandığından döviz fiyatlarındaki normal artışlar (enflasyon oranında oluşan artışlar) nedeniyle uyarılama talep edilememesi gerekir. Çünkü bu gibi artışlar taraflarca öngörülmüş ve buna ilişkin olarak sözleşme bedeli döviz cinsinden belirlenmek suretiyle tedbir alınmıştır. Bununla birlikte, döviz kurundaki anormal artışlar nedeniyle uyarılama talep edilebilmesi gerekir (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun E. 2003/13-599, K. 2003/599 sayılı ve 15.10.2003 tarihli kararı).

Taraflar arasındaki sözleşmede veya yapılan sözleşme kapsamındaki iş ile ilgili özel bir kanun hükmünde, ekonomik krizler nedeniyle uyarılama yapılamayacağına dair bir düzenleme bulunması halinde, ekonomik krizler, sözleşmenin ifasını aşırı derecede güçleştirmiş olsa dahi uyarılama talep edilemeyecektir. Aynı şekilde, ekonomik krize rağmen, borcun, herhangi bir ihtirazi kayıt ileri sürülmeden ifa edilmesi durumunda da uyarılama talep edilemeyecektir.

Fiyatlarının sürekli artma eğilimi gösterdiği ekonomilerde, paranın alım gücünün azalması ihtimali öngörülebilir niteliktedir (Gülekli, 1990: 49-50). Dolayısıyla paranın alım gücünün düştüğü gerekçesiyle de uyarılama talep edilemez. Ancak taraflar arasındaki sözleşmede, paranın belirli bir oranda alım gücünün düşmesi halinde aşırı ifa güçlüğü

oluşacağına ilişkin bir düzenlemeye yer verilmesi halinde, belirlenen oranın gerçekleşmesiyle birlikte uyarılama talep edilebilecektir. Bu durumda uyarılama için para değerindeki düşüş oranının ifanın istenmesini dürüstlük kurallarına aykırı düşecek derecede borçlu aleyhine değiştirip değiştirmediği hususunun araştırılmasına gerek yoktur.

4.3.2. Tacirler Açısından Durum

Basiretli davranmakla yükümlü olan tacir (TTK. m. 18/2), ticari faaliyeti alanında bilgi sahibi olmadığı veya henüz deneyimsiz olduğu gibi iddialarda bulunamaz (Domaniç ve Ulusoy, 2007: 217-218; Poroy ve Yasaman, 2012: 111). Bu beklenti sadece tacirden değil, aynı zamanda yöneticilerden de beklenmektedir (Tekil, 1997: 136). Bu bakımdan Yargıtay uygulamasında tacirler açısından ekonomik krizler, taraflarca öngörülemeyen olağanüstü bir durum olarak kabul edilmemektedir. Dolayısıyla taraflar ekonomik krizlere dayanarak sözleşmenin uyarlanması talep edemezler (Arat, 2006: 100; Baysal, 2019: 218). HGK tarafından verilen bir kararda bu husus şu şekilde dile getirilmiştir:

Türkiye Ekonomisinin alınan tedbirlere rağmen istikrarlı bir duruma gelmediği bilinen bir gerçektir. 1 Temmuz 1944 tarihinde Uluslararası Para Fonu'nun kurulmasından sonra ülkeler paralarını Dolar'a göre tanımlamışlar, gerçekçi bir kur politikası arayışı içinde Türk Lirası 7 Eylül 1946'da ABD doları karşısında %50 oranında devalüe edilerek bir ABD doları 280 kuruş olmuştur... 16/7/1958 tarihinde yapılan büyük çaptaki kur ayarlaması ile bir ABD dolarının değeri 260 kuruştan 980 kuruşa çıkarılmış, Türk parasının değeri ABD dolarına göre aşırı derecede düşürülmüş, bu uygulama yıllar boyunca devam etmiştir. 10.8.1970 tarihinde yeni bir devalüasyon kararı alınarak Türk Parasının değeri yabancı paralar karşısında %66 oranında düşürülmüş, 1 Amerikan doları 15 TL. olmuştur. Bu uygulama ile, başta yabancı paralar olmak üzere, kira bedelleri, her çeşit işçilik, malzeme ve mamul eşya fiyatları aşırı derecede artmış, enflasyon yıllar itibarıyla üç haneli rakamlara ulaşmış, günlük ve gecelik faizler düşünülmecek düzeylere ulaşmıştır... Gerekli tedbirleri almadan sözleşme yapan ve borç altına giren tacirin; basiretli davranıp gereken tedbirleri alması halinde önleyebileceği bir ödeme güçlüğüne gerekçe göstererek, sözleşmenin uyarlanmasını istemesi, hukuk düzeninin kabul edebileceği bir durum değildir. Yukarıda açıklandığı gibi, Ülkemizde 1958 yılından beri devalüasyonlar ilan edilmekte, sık sık para ayarlamaları yapılmakta, Türk parasının değeri Dolar ve diğer yabancı paralar karşısında düşürülmektedir. Ülkemizdeki istikrarsız ekonomik durum, tacir olan davacı tarafından tahmin olunabilecek bir keyfiyettir (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 15.10.2003 tarih ve 2003/13-599 E. 2003/599 K. sayılı kararı).

Başka bir kararda da şu görüşlere yer verilmiştir:

...taraflar arasında düzenlenmiş bulunan sözleşmeye bağlılık esas olup, sözleşmenin uyarlanması ise uyarılama koşullarının varlığı halinde başvurulması gereken istisnai bir durumdur. Her şeyden önce sözleşmenin imzalanmasından sonra beklenmeyen olağanüstü durumların gerçekleşmesi, sözleşmenin uzun süreli olması, beklenmeyen olağanüstü durumların herkes için geçerli, objektif ve önceden belirlenemeyecek nitelikte bulunması, değişen koşulların sözleşmeyi çekilemeyecek hale getirmesi bu suretle işlem temelinin çökmesi zorunludur. Dava konusu olayda davacının başlangıçta seçme özgürlüğü varken TL yerine döviz bazında kredi kullandığı, bir başka deyişle serbest iradesiyle kredi türünü belirlediği anlaşılmakta olup, davalı banka elemanlarının davacıyı yönlendirdiği iddiası ispatlanamamıştır. Öte yandan ülkemizde zaman zaman ekonomik krizlerin vuku bulduğu ve bu bağlamda dövizle borçlanmanın risk taşıdığı da toplumun

büyük bir çoğunluğu tarafından bilinen bir olgudur (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu'nun 2014/13-1614 E., 2014/900 K., sayı ve 12.11.2014 tarihli kararı).

Doktrinde;

2001 yılında yaşanan ekonomik krizden bir önceki krizin 1994 yılında yaşandığı, aralarında 7 yıl gibi uzun bir süre olmasına karşın 2001 krizinin ve Türk Lirasında yaşanacak değer kaybının önceden öngörülebileceğinin kabul edilmesinin, TBK. m. 138 hükmünün uygulama alanını amaca aykırı biçimde daralttığı ve hükmün uygulama alanını savaş ve tabii afetlerle sınırlandırdığı ileri sürülmüştür (Tüzüner ve Öz, 2013: 459).

Yine, beklenmedik hal ile mücbir sebebin tespitinde basiretli tacir ölçütünün direkt bir etkisinin bulunmadığı ve aksi görüşün tacire ağır bir sorumluluk yükleyeceği savunulmuştur (Karayalçın, 1968: 219).

Ancak Yargıtay kararlarında da belirtildiği üzere, tacirlerin basiretli davranma yükümlülükleri (TTK. m. 18/2) ve ekonomik krizlerin ülkemizde sık sık yaşanması hususları birlikte değerlendirildiğinde; ekonomik krizler gerekçe gösterilerek tacirlerin uyarılma talep edemeyeceği kanaatindeyiz. Bununla birlikte taraflar arasındaki sözleşmede ekonomik kriz yaşanması durumunda bu hususun sözleşmenin yeniden uyarlanmasını gerektireceği yönünde bir düzenlemeye yer verilmişse, uyarılma gündeme gelebilecektir. Örneğin, sözleşmenin kararlaştırılmış olan vadesine kadar dövizde belirli bir seviyeye kadar oluşacak artış veya azalış durumu sözleşmenin uyarlanması şartı olarak kararlaştırılabilir. Sözleşme vadesinde belirlenen oranın gerçekleşmesi halinde sözleşme hükmüne dayanılarak uyarılma talep edilebilecektir.

Yine, istisnai olarak, kronik enflasyon halinde dahi öngörülerini aşan düzeyde bir ekonomik krizin ortaya çıkması ve edimler arasındaki dengeyi açık şekilde bozması durumunda işlem temelinin çöktüğünden sözedilebilecektir (Arat, 2006: 16). Bir başka deyişle, basiretli tacirin objektif özen yükümlülüğü kapsamında dahi öngöremeyeceği bir ekonomik kriz durumunda uyarılma talep edilebilmelidir (Kızır, 2011: 273). Objektif özen ile kastedilen, tacirin kendi yetenek ve imkânlarına göre ondan beklenen özenden değil, aynı ticaret kolunda faaliyet gösteren tedbirli ve öngörülü bir tacirden beklenen özendir (Poroy ve Yasaman, 2012: 152, 154; Ünal, 1988: 56; Ayhan, 2007: 203; Aksoy, 2021: 127). Buna karşılık, basiretli davranma yükümlülüğü kapsamında kendisinden beklenen özeni göstermeyen tacirin uyarılmadan yararlandırılması TMK. m. hükmü dikkate alındığında mümkün olmamalıdır (Gümüş, 2014: 1230). Aynı şekilde ekonomik kriz nedeniyle oluşan dengesizlik borçlunun işletmesini ciddi bir tehlikeye sokacaksa, bu durumda da uyarılma talep edilebilmelidir (Aşan, 2022: 1459). Anılan hallerde sözleşmenin aynen ifasının istenmesi hakkın kötüye kullanılması anlamına gelecektir (Karşılaştırmaz; Tüzüner ve Öz, 2013: 427). Ekonomi uzmanlarının bile tahmin edemeyeceği enflasyon oranlarının yaşandığı zamanlarda, taraflardan bu durumun öngörebileceğini beklememek gerekir (Arat, 2006: 100). Aksi yöndeki bir kabul, "TBK. m. 138 hükmünün uygulama alanının amacına aykırı biçimde daraltılması, hükmün uygulama alanının savaş ve tabii afetlerle sınırlandırılması" yönündeki eleştirileri (Tüzüner ve Öz, 2013: 459) haklı kılar.

Bununla birlikte taraflar arasındaki sözleşmede veya yapılan sözleşme kapsamındaki iş ile ilgili özel bir kanun hükmünde, ekonomik olumsuzlardan dolayı uyarılama yapılamayacağına ilişkin bir düzenlemeye yer verilmesi durumunda da ekonomik krizler tacir açısından işletmenin mahvına yol açacak nitelikte olsa dahi uyarılama talep edilemeyecektir.

SONUÇ

Deprem ve sel gibi doğal afetlere, salgın gibi bir bölgeyi etkileyen coğrafi hastalıklara, enflasyon ve devalüasyon gibi ekonomik krizlere yol açan olumsuzluklara sıklıkla rastlanmaktadır. Bu durumlar piyasa koşullarını da etkilediğinden, borçluların borçlarını ifa etmeleri zorlaşmakta bazen imkansız hale gelmektedir. Sözleşmelerin ifa edilmesinde oluşan olumsuzluklar, sözleşmelerin mücbir sebep ve uyarılama gerekçeleri ile değiştirilmesi veya gerekirse sonlandırılması kaynaklı birçok ihtilafın ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Doğal afetler ve salgın hastalıklar esas itibariyle geçici ifa imkansızlığına yol açarlar. Dolayısıyla borç sona ermez, geçici imkansızlık süresi boyunca talep edilemez hale gelir. Bununla birlikte, kesin vadeli edimler bakımından ve taraflardan birinin geçici imkansızlık ortadan kalkana kadar sözleşmeyle bağlı kalmasının dürüstlük kuralı uyarınca beklenemeyeceği durumlarda doğal afetlerin ve salgın hastalıkların ifa imkansızlığına neden olduklarının kabul edilmesi gerekir.

Ekonomik krizler, özellikle de para değerindeki aşırı düşüş, edimin ifa edilmesinde bir imkansızlık oluşturmamaktadır. Burada ifa edilecek edimin objektif olarak yok olması, imkansız hale gelmesi gibi bir durum söz konusu değildir. Dolayısıyla ekonomik krizler gerekçe gösterilerek ifa imkansızlığı hükmünden yararlanılamaz. Bununla birlikte taraflar arasındaki sözleşmede ekonomik kriz yaşanması durumunda bu hususun bir mücbir sebep olduğu, bir başka deyişle ifa imkansızlığı olarak değerlendirileceği kararlaştırılmışsa, ifa imkansızlığı gündeme gelebilecektir.

Temelini dürüstlük kuralından alan genel nitelikteki TTK. m. 138 hükmü, aşırı ifa güçlüğüne ortaya çıktığı durumlarda, borçluya sözleşmenin uyarlanmasını talep etme hakkı vererek ahde vefa ilkesine bir istisna getirmiştir. Aşırı ifa güçlüğünden bahsedilebilmesi için, sözleşmenin kurulmasından sonra objektif koşulların esaslı olarak değişmesi sonucunda öngörülemeyen olağanüstü bir durum ortaya çıkmış olmalıdır (TBK. m. 138). Öngörülemezliğin tespitinde sözleşmenin konusu, süresi, sözleşmenin yapıldığı an önemlidir. Uyarılama talep edilebilmesi için öngörülemez olguların taraflar arasındaki dengeyi dürüstlük kuralına aykırı olarak açık ve aşırı bir şekilde bozmuş olması da gerekir (TBK. m. 138). Uyarılama yapılabilmesi için öngörülemeyen olağanüstü durum, borçlu ile ilgisi olmayan bir sebeple ortaya çıkmalıdır. Uyarılama yapılabilmesi için ayrıca, borçlu, borcunu henüz ifa etmemiş veya ifanın aşırı ölçüde güçleşmesinden doğan haklarını saklı tutarak ifa etmiş olmalıdır (TBK. m. 138).

Taraflar arasındaki sözleşmede bazı doğal afetler tek tek belirtilmek suretiyle belirtilen doğal afetlerin gerçekleşmesi halinde aşırı ifa güçlüğü oluşacağı kararlaştırılmış ise sözleşme hükmüne göre hareket edilerek belirtilen doğal afetlerin aşırı ifa güçlüğüne yol açıklarının kabulü gerekir. Bu durumda uyarılama için oluşan doğal afetlerin ifanın istenmesini dürüstlük kurallarına aykırı düşecek derecede borçlu aleyhine değiştirip değiştirmediğinin araştırılmasına gerek yoktur. Buna karşılık taraflar arasındaki sözleşmede veya yapılan

sözleşme kapsamındaki iş ile ilgili özel bir kanun hükmünde, doğal afetler nedeniyle uyarılama yapılamayacağına dair bir düzenleme bulunması halinde, doğal afet, sözleşmenin ifasını aşırı derecede güçleştirmiş olsa dahi uyarılama talep edilemeyecektir.

Tacir olmayanlar açısından ekonomik krizler de taraflarca öngörülemeyen olağanüstü bir durum niteliğindedir. Dolayısıyla taraflar kural olarak ekonomik krizlere dayanarak sözleşmenin uyarılmasını talep edebilirler. Ancak döviz endeksli sözleşmelerin kurulmasında, tarafların gerçek ve ortak amaçları zaman zaman yükselen enflasyonun olumsuz etkilerinden satıcıyı korumak ve güvence altına almak iradesinden kaynaklandığından döviz fiyatlarındaki normal artışlar (enflasyon oranında oluşan artışlar) nedeniyle uyarılama talep edilememesi gerekir.

Basiretli davranmakla yükümlü olan tacir (TTK. m. 18/2), ticari faaliyeti alanında bilgi sahibi olmadığı veya henüz deneyimsiz olduğu gibi iddialarda bulunamaz. Bu bakımdan tacirler açısından ekonomik krizler, taraflarca öngörülemeyen olağanüstü bir durum olarak kabul edilmemektedir. Dolayısıyla taraflar ekonomik krizlere dayanarak sözleşmenin uyarılmasını talep edemezler. Bununla birlikte taraflar arasındaki sözleşmede ekonomik kriz yaşanması durumunda bu hususun sözleşmenin yeniden uyarılmasını gerektireceği yönünde bir düzenlemeye yer verilmişse, uyarılama gündeme gelebilecektir. Yine, istisnai olarak, kronik enflasyon halinde dahi öngörülerini aşan düzeyde bir ekonomik krizin ortaya çıkması ve edimler arasındaki dengeyi açık şekilde bozması durumunda işlem temelini çöktüğünden söz edilebilecektir. Aynı şekilde ekonomik kriz nedeniyle oluşan dengesizlik borçlunun işletmesini ciddi bir tehlikeye sokacaksa, bu durumda da uyarılama talep edilebilmelidir. Anılan hallerde sözleşmenin aynen ifasının istenmesi hakkın kötüye kullanılması anlamına gelecektir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Yapmış olduğum bu çalışmada sunmuş olduğum veri ve analizleri, elde ettiğim bilgileri, belgeleri ahlaki kurallar ve akademiye uygun kurallar çerçevesinde elde ettiğimi bildiririm. Yine elde ettiğim tüm bilgileri, dokümanları ve neticeleri bilimsel kaynaklardan etik kurallarına uyarak yararlandığımı bildiririm. Yaptığım çalışmamda faydalandığım tüm eserlerin uygun atıflarda bulunarak kaynak gösterimi yaptığımı ve kullandığım verilerde bir farklılık oluşturmadığımı, çalışmamın özgünlük yönünden uygunluğunu bildiririm. Aksi bir hal ortaya çıktığında aleyhime oluşacak her türlü hak kayıplarını kabul ettiğimi açıklarım.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Hazırlanmış olan bu çalışma sadece bir yazar tarafından hazırlanmıştır.

Çıkar Beyanı

Bu çalışmanın hazırlanmasında çıkar çatışması yaşanacak herhangi bir durum bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Acar-Ünal, Ö. (2020). "Covid-19 Virüsünün Sözleşmelere Etkisinin TBK Md. 138 Hükmü Çerçevesinde Değerlendirilmesi". *Koronavirüs Döneminde Güncel Hukuki Meseleler Sempozyumu Bildiri Tam Metin Kitabı*, 285-383. İstanbul: İbn Haldun Üniversitesi Yayınları.
- Akbulut, P. E. (2018). "Anlamsız-Absürt Edimli Sözleşmelerin İmkânsızlığı (13.1.2011 Tarihli Alman Federal Mahkemesi Kararının Türk-İsviçre Hukuku Bakımından Değerlendirilmesi)". *SDÜHFD*, 8 (2), 79-214.
- Akıncı, Ş. (2020). "COVID 19'un Borç İlişkilerine ve Bazı Borçlar Hukuku Sözleşmelerine Etkisi". *İTÜSBD*, 19 (38), 62-103.
- Aksoy, N. (2021). "Aşırı İfa Güçlüğü Hükmünün Ticari İş ve Basiretli İş Adamı Açısından Değerlendirilmesi". *MAEÜSBED*, 34, 115-133.
- Akyol, Ş. (2006). *Dürüstlük Kuralı ve Hakkın Kötüye Kullanılması Yasası*. İstanbul: Vedat Kitapçılık.
- Albaş, H. (2004). *Paranın Değer Kaybında Doğan Zararın Tazmin Edilebilirliği*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Altındal, M. (2022). "Borçlunun Sorumlu Olmadığı Sonraki Kısmi İfa İmkansızlığı". *Sakarya Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 10 (2), 627-238.
- Altunkaya, M. (2005). *Edimin Başlangıçtaki İmkânsızlığı*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Arat, A. (2006). *Sözleşmenin Değişen Şartlara Uyarlanması*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Arıkan, M. (2008). "Eser Sözlenmesinde İfa İmkânsızlığı ve Sonuçları". *SÜHFD*, 16 (2), 265-285.
- Aşan, G. (2022). "Arsa Payı Karşılığı İnşaat Sözleşmesinin Uyarlanması". *SÜHFD*, 30 (3), 1443-1480.
- Atamer, Y. ve G. Okutan-Nilsson (2013). "Para Alacaklısının Geç Ödemelere Karşı Korunmasına İlişkin Yeni TMK 1530 Düzenlemesi ve Uygulama Alanı". *Batider*, 29 (3), 31-82.
- Aydoğdu, M. ve A. H. Yağcıoğlu (2020). *Kovid-19 Salgınının Borç İlişkilerine ve Yargulamaya Etkileri*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Ayhan, R. (2007). *Ticari İşletme Hukuku*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- Baş-Süzel, E. ve G. Kurtulan-Güner (2021). "Covid-19 Yasalarının Bize Gösterdikleri: İmkânsızlık ve Uyarlama Düzenlemeleri Ne Kadar Yerinde?". *İzmir Üniversitesi Hukuk Fakültesi Covid-19 ve Hukuk Sempozyumu*, 239-259.
- Başoğlu, B. (2008). "Öncelenmiş Borca Aykırılığın Sonuçları". *İÜHFM*, 66 (2), 287-310.
- Başoğlu, B. (2012). *Sözleşmenin Konusundaki İmkansızlık*. (Prof. Dr. Belgin Erdoğan'a Armağan). İstanbul: Der Yayınları.

- Baygın, C. (2010). "Türk Borçlar Kanunu'nun Borç İlişkisinin Hükümleri Borçların ve Borç İlişkilerinin Sona Ermesi Konularında Getirdiği Bazı Yenilik ve Değişiklikler". *EÜHFD*, 14 (3-4), 119-144.
- Baysal, B. (2015). "6098 Sayılı Türk Borçlar Kanunu m. 138 Hükümü Uyarınca Gelir Paylaşımli İnşaat Sözleşmelerinin Uyarlanması". *Gelir Paylaşımli İnşaat Sözleşmeleri Çalıştayı*, 135-154.
- Baysal, B. (2019). *Sözleşmenin Uyarlanması (BK m.138-Aşırı İfa Güçlüğü)*. İstanbul: On İki Levha Yayınları.
- Burcuoğlu, H. (1995). *Hukukta Beklenmeyen Hal ve Uyarlama*. İstanbul: Filiz Kitapevi.
- Buz, V. (1998). *Borçlunun Temerrüdünde Sözleşmeden Dönme*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Canbolat, F. (2012). *Sözleşmelerde Amacın Gerçekleşmesi, Boşa Çıkması ve Çökmesi*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Coşkun, M. (2020). *İnşaat Sözleşmelerinden Kaynaklanan Davalar*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Domaniç, H. ve Ulusoy, E. (2007). *Ticaret Hukukunun Genel Esasları*. İstanbul: Arıkan Yayınları 2007.
- Durak, Y. (2015). "Arsa Payı Karşılığı Kat Yapımı Sözleşmesi". *İÜHFD*, 1, 207-252.
- Dural, M. (1976). *Borçlunun Sorumlu Olmadığı Sonraki İmkansızlık*. İstanbul: Fakülteler Yayınevi.
- Ercoskun-Şenol, H. K. (2016). *Borçlar Hukukunda Kısmi İmkansızlık*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.
- Eren, F. (2013). *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Erman, H. (1979). *İstisna Sözleşmesinde Beklenilmeyen Haller (BK. 365/2)*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Erzurumluoğlu, E. (1970). *Türk-İsviçre Borçlar Hukuku Sistemine Göre Borçluya Yüklenemeyen Nedenlerden Dolayı Edimin yerine Getirilmemesi*. Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını.
- Feyzioğlu, F. (1977). *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*. C. II, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Gönen, D. (2017). *İnşaat Sözleşmelerinin Uyarlanmasına İlişkin Sorunlar. İnşaat Hukuku ve Uygulaması. (Ed. E. İnal ve B. Baysal)*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.
- Gülekli, Y. (1990). "Aşırı İfa Güçlüğü ve Alacaklının Tasavvurunun Boşa Çıkması Halinde İşlem Temelinin Çökmesi Öğretisi". *İÜMHAD*, 15 (18), 43-69.
- Gümüş, M. A. (2014). *6502 Sayılı Tüketici Korunması Hakkında Kanun Şerhi*. C. 1, Madde: 1-46, İstanbul: Vedat Kitapçılık.
- Gündoğdu, F. (2014). *Borca Aykırılık Hallerinden Kusurlu İfa İmkânsızlığı ve Hukukî Sonuçları*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.

- Gürsoy, K. T. (1950). *Hususi Hukukta Clausula Rebus Sic Stantibus, Emprevizyon Nazariyesi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayını.
- Hatemi, H., R. Serozan ve A. Arpacı (1992). *Borçlar Hukuku Özel Bölüm*. İstanbul: Filiz Kitapevi.
- Hatemi, H. ve E. K. Gökyayla (2017). *Borçlar Hukuku Genel Bölüm*. İstanbul: Vedat Kitapçılık.
- Kaplan, İ. (1987). *Hakimin Sözleşmeye Müdahalesi, Sözleşmenin Yorumu, Sözleşmenin Tamamlanması, Sözleşmenin Değişen Hal ve Şartlara Uydurulması*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Kaplan, İ. (2013). *İnşaat Sözleşmeleri Hukuku ve Endüstri Yatırım Sözleşmeleri*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Karaduman, E. (2021). *Kentsel Dönüşüm Mevzuatı Çerçevesinde İnşaat Sözleşmesi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Karayalçın, Y. (1968). *Ticaret Hukuku, Giriş-Ticari İşletme. C. I*, Ankara: Banka ve Ticaret Hukuk Araştırma Enstitüsü Yayını.
- Kaşak, F. E. (2019). *Sözleşme Özgürlüğünün Sınırı Olarak Kanununun Emredici Hükümlerine Aykırılık*. İstanbul: On İki Levha Yayınları.
- Keskin, A. D. (2007). "Kesin Vadeli İşlemlerde İfa Etmeme: Temerrüt ve İmkânsızlık". *GÜHFD*, 11 (1-2), 209-231.
- Kızır, M. (2011). "Yargıtay Kararları Işığında Basiretli İş Adamı Gibi Hareket Etme Yükümlülüğünün Sözleşmenin Değişen Şartlara Uyarlanmasına Etkisi". *SÜHFD*, 19 (2), 245-282.
- Kocaağa, K. (2014). *İnşaat Sözleşmesi*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Kocayusufpaşaoğlu, N. (2000). "İşlem Temelinin Çökmüş Sayılabilmesi İçin Sosyal Felaket Olarak Nitelenebilecek Olağanüstü Bir Olayın Gerçekleşmesi Şart mıdır?". *M. Kemal Oğuzman'ın Anısına Armağan*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Kurt, L. M. (2016). *Borçlunun Sorumlu Olmadığı Sonraki İmkânsızlık*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Kurtulan, G. (2016). "Türk Hukukunda İmkânsızlık ve Aşırı İfa Güçlüğü Kurumlarının Karşılaştırılması". *Batider*, 32 (3), 193-248.
- Kürşat, Z. (2004). "İmkânsızlığın Arsa Payı Karşılığı İnşaat Sözleşmesi Üzerindeki Etkileri". *Ergun Özsunay'a Armağan*. İstanbul: Vedat Kitapçılık.
- Malbeleş, N. (2020). *İdarenin Taraf Olduğu Sözleşmelerde 'Sözleşmede Değişiklik' (ve Sözleşmede Değişikliğin Özel Bir Türü Olarak 'Uyarılama')*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.
- Nomer, H. N. (2017). *Borçlar Hukuku, Genel Hükümler*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Oğuzman, M. K. ve T. Öz (2015). *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*. Cilt 1, İstanbul: Vedat Kitapçılık.
- Öz, M. T. (1989). *İş Sahibinin Eser Sözleşmesinden Dönmesi*. İstanbul: Kazancı Yayıncılık.
- Öz, M. T. (2013). *İnşaat Sözleşmesi ve İlgili Mevzuat*. İstanbul: Vedat Kitapçılık.

- Özçelik, Ş. B. (2014). "Sözleşmeden Doğan Borçların İfasında Hukuki İmkânsızlık ve Sonuçları". *AÜHFD*, 63 (3), 569-621.
- Patterson, E. W. (1961). "Temporary Impossibility of Performance of Contract". *Virginia Law Review*, 47 (5), 798-810.
- Pekdiñçer, R. T. ve İ. Toprakkaya (2022). *Korona Virüs Salgınının Sözleşmelere Etkisi, İfa İmkânsızlığı, İfa Güçlüğü ve Uyarılma*, <https://blog.lexpera.com.tr/korona-virus-salgininin-sozlesmelere-etkisi-ifa-imbkansizligi-ifa-guclugu-ve-uyarlama/#fn7>. (03.04.2022)
- Poroy, R. ve H. Yasaman (2012). *Ticari İşletme Hukuku*. İstanbul: Seçkin Yayınları.
- Sarial, M. E. (1980). "Beklenmeyen Halin Sözleşmeye Etkisi (I)". *Yargı Dergisi*, 47, 24-28.
- Serozan, R. (2014). *Borçlar Hukuku Genel Bölüm, Üçüncü Cilt, İfa, İfa Engelleri, Haksız Zenginleşme*. İstanbul: Filiz Kitapevi.
- Tandoğan, H. (1961). *Türk Mesuliyet Hukuku*. Ankara: Ankara Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Tekil, F. (1997). *Ticari İşletme Hukuku*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Tekinay, S. S., S. Akman, H. Burcuoğlu ve A. Altop (1993). *Borçlar Hukuku*. İstanbul: Filiz Kitapevi.
- Topuz, S. (2008). *Türk-İsviçre-Alman Borçlar Hukukunda Denge Bozulması ve İfa Güçlüğü Durumlarında Sözleşmeye Müdahale*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Topuz, S. (2011). "Sözleşmenin İçeriğine Müdahalenin Sözleşmeye Bağlılık İlkesine Aykırılık Oluşturup Oluşturmadığı Sorunu". *SÜHFD*, 19 (2), 283-295.
- Topuz, S. ve F. Canbolat (2008). "Türk-İsviçre ve Alman Borçlar Hukukunda İmkânsızlığın Düzenlenişi". *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 57 (3), 673-718.
- Tunçomağ, K. (1976). *Borçlar Hukuku Genel Hükümler*. İstanbul: Serme Matbaası.
- Tüzüner, Ö. ve K. Öz (2015). "Aşırı İfa Güçlüğüne İlişkin İçtihat İncelemesi". *Ankara Barosu Dergisi*, 3, 421-470.
- Ünal, O. K. (1988). "Tacirin Basiretli İş Adamı Gibi Hareket Mükellefiyeti I". *Maliye Postası*, 9 (180), 56-59.
- Von Tuhr, A. (1983). *Borçlar Hukukunun Umumi Kısmı C. 1-2*. (Çev. Cevat Edege). Ankara: Olgaç Matbaası.

EXTENDED ABSTRACT

We frequently witness natural disasters such as earthquakes and floods, geographical diseases affecting a region such as epidemics, and unfavorable conditions leading to economic crises such as inflation and devaluation. Since these circumstances also have an impact on market conditions, it becomes difficult and sometimes even impossible for obligors to fulfill their debts. Unfavorable conditions in the performance of contracts lead to the emergence of many disputes arising from the modification or, if necessary, termination of the contracts on the grounds of force majeure and adaptation.

If the impediment to the performance of the obligation is of a temporary nature, there is a temporary impossibility of performance. In order to be able to speak of an impossibility of performance, as a rule, the impossibility should not be of a temporary nature. While determining whether the impossibility is temporary or not, the time of performance of the obligations arising from the contract and the purpose of the contract should be taken into consideration. In cases such as the suspension of construction by the government or the banning of a lawyer from practicing for a certain period of time, we are talking about a temporary impossibility. Default provisions shall apply in cases of temporary impossibility. In this case, the obligor's performance obligation is postponed for the duration of the impossibility. In such cases, the obligee may also refrain from fulfilling its obligation based on Art. 97 of the Turkish Code of Obligations (TCO).

Natural disasters and epidemics essentially cause the temporary impossibility of performance. Therefore, the obligation is not terminated but becomes unclaimable during the period of temporary impossibility. However, it should be recognized that natural disasters and epidemics cause the impossibility of performance in respect of performances with definite terms and in cases where one of the parties cannot be expected in good faith to be bound by the contract until the temporary impossibility disappears.

Economic crises, in particular the steep decline in the value of the currency, do not constitute an impossibility of performance. Objectively speaking, we cannot speak of a situation in which the performance to be performed disappears or becomes impossible. Therefore, the impossibility of the performance clause cannot be utilized on the grounds of economic crises. On the other hand, if it is agreed in the contract between the parties that in the event of an economic crisis, this issue would be deemed a force majeure, in other words, an impossibility of performance, then the impossibility of performance may be discussed.

In order to speak of undue hardship, an unforeseeable extraordinary situation must have arisen as a result of a substantial change in the objective conditions after the conclusion of the contract (Art. 138 of the TCO). In the determination of unforeseeability, the subject matter of the contract, its duration and the moment the contract was concluded are crucial. In order to request an adaptation, the unforeseeable facts must have clearly and excessively disrupted the balance between the parties in violation of the rule of good faith (Art. 138 of the TCO). In order for an adjustment to be made, the unforeseeable extraordinary situation must arise for a reason unrelated to the obligor. Furthermore, in order for an adjustment to be made, the obligor must have not yet performed his obligation or must have performed it by reserving his rights arising from the excessive difficulty of performance (Art. 138 TCO).

If it is agreed in the contract concluded between the parties that in the event of the occurrence of certain natural disasters, by specifying them one by one, it is necessary to act in accordance with the contractual provision and accept that the specified natural disasters lead to excessive difficulty in performance. In this case, it is not necessary to investigate whether the natural disasters for adaptation have changed the demand for performance to the detriment of the obligor to the extent that it is contrary to the rules of good faith. Whereas, if there is a provision in the contract between the parties or in a special legal provision related to the work within the scope of the contract stipulating that adaptation cannot be made due to natural disasters, no adaptation can be requested even if the natural disaster has made the performance of the

contract extremely difficult.

For non-merchants, economic crises are also extraordinary circumstances that cannot be foreseen by the parties. Hence, the parties may, as a rule, request the adaptation of the contract with reference to economic crises. Nevertheless, since the primary and common objective of the parties in the establishment of the contracts indexed to foreign currency is to protect and secure the seller from the unfavorable effects of the inflation rising from time to time, no adaptation should be requested due to ordinary increases in foreign currency prices (increases in the rate of inflation).

The merchant, who is obliged to act prudently (Art. 18/2 TCC), cannot claim that he is lacking knowledge or inexperienced in his commercial activity. Thus, for merchants, economic crises are not considered extraordinary circumstances that cannot be foreseen by the parties. Therefore, the parties cannot request the adaptation of the contract on the grounds of economic crises. Nonetheless, if the contract between the parties has a provision stipulating that in the event of an economic crisis, this issue would require the adaptation of the contract, an adaptation can be discussed. Similarly, in the event of an economic crisis that exceeds the forecasts, even in the case of chronic inflation, and clearly disrupts the balance between the performances, it may be said that the foundation of the transaction has collapsed. Likewise, if the imbalance caused by the economic crisis would put the obligor's business in severe danger, adaptation should also be requested in this case. In the aforementioned cases, demanding full performance of the contract would constitute an abuse of rights.

LOCAL GOVERNMENTS AND ACTIVITIES FOR RURAL DEVELOPMENT AND AGRICULTURAL SUPPORT (CASE OF MANISA METROPOLITAN MUNICIPALITY)¹

Adnan SÖYLEMEZ²
Hakkı Mümin AY³
Nihal GÜNEŞ AY⁴

Abstract

The responsibilities and services of local governments towards rural areas, brought about by the equalization of the metropolitan contiguous area with the provincial border, have increased and expanded. It is essential to ensure the continuity of the supply of products from the city to the countryside, with the efforts of the municipalities to increase agricultural productivity in rural areas and to ensure the livelihood of local residents living in rural areas. In this context, Manisa Metropolitan Municipality carries out many studies to support the producers in rural neighborhoods and to ensure rural development throughout the province. In this study, the activities of the local government to support the citizens living within the service boundaries and making a living from farming and the benefits to be seen as a result of these activities are evaluated. The study is handled within the framework of the activity reports and strategic plans of the metropolitan municipality.

Anahtar Kelimeler

Local Governments
Rural Development
Agricultural Support
Metropolitan Municipality

Makale Hakkında

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi : 08.09.2023
Kabul Tarihi : 13.10.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357226

¹. Bu makale, 27-30 Eylül 2022 tarihleri arasında yapılan International Congress on Engineering and Agricultural Sciences (ENAG 2022) de bildiri olarak sunulan çalışmanın genişletilmiş halidir.

² Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, e-posta: soylemez@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8153-0238.

³ Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü, e-posta: hma@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9033-8248.

⁴ Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, Kadınhanı Faik İçil Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, e-posta: nihalay@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9788-7872.

YEREL YÖNETİMLERİN KIRSAL KALKINMA VE TARIMSAL DESTEK FAALİYETLERİ (MANİSA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ)

Öz

Büyükşehir mücavir alanının il sınırı ile eşitlenmesinin getirdiği yerel yönetimlerin kırsala yönelik sorumlulukları ve hizmetleri artmış ve genişlemiştir. Belediyelerin kırsal alanlarda tarımsal verimliliği artırmaya yönelik çalışmaları ile kentten kırsala ürün arzının sürekliliğinin sağlanması ve kırsalda yaşayan yerel halkın geçiminin sağlanması önem arz etmektedir. Bu kapsamda Manisa Büyükşehir Belediyesi, kırsal mahallelerdeki üreticilerin desteklenmesi ve il genelinde kırsal kalkınmanın sağlanması amacıyla birçok çalışma yürütüyor. Bu çalışmada, yerel yönetimin hizmet sınırları içerisinde yaşayan ve geçimini çiftçilikle sağlayan vatandaşları desteklemeye yönelik faaliyetleri ve bu faaliyetler sonucunda görülecek faydalar değerlendirilmektedir. Çalışma, büyükşehir belediyesinin faaliyet raporları ve stratejik planları çerçevesinde ele alınmıştır.

Keywords

Yerel Yönetimler
Kırsal Kalkınma
Tarımsal Destek
Büyükşehir Belediyesi

Article Info

Research Article

Received : 08.09.2023
Accepted : 13.10.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357226

Citation Information: Soylemez, A., Ay, H. M. ve Gunes Ay, N. (2023). Local Governments and Activities for Rural Development and Agricultural Support (Case of Manisa Metropolitan Municipality). Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 110-120.

Kaynakça Gösterimi: Söylemez, A., Ay, H. M. ve Güneş Ay, N. (2023). Yerel Yönetimlerin Kırsal Kalkınma ve Tarımsal Destek Faaliyetleri (Manisa Büyükşehir Belediyesi Örneği). Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 110-120.

INTRODUCTION

'Sustainable Development' is a crucial concept worldwide, aiming for balanced and long-term progress in social, economic, and environmental aspects. This approach seeks to achieve development while considering the needs of both current and future generations. Sustainable development encompasses fundamental elements such as the preservation of natural resources, the maintenance of ecosystem balance, poverty reduction, and the establishment of social justice. One key feature of sustainable development is the sustainable use of natural resources. This requires the careful management of resources like water, energy, forests, and agriculture. Instead of excessive consumption and resource wastage, efficient and effective utilization of these resources is vital for sustainability. Sustainable development also emphasizes the balance between economic growth and environmental and social impacts. Economic growth is undoubtedly important, but it should not lead to resource depletion or environmental degradation. Sustainable economic growth should be combined with poverty reduction and the alleviation of income inequalities. Sustainable development promotes social justice. This includes equal access to education, healthcare services, job opportunities, and other essential services. Moreover, it underscores the need to design policies and projects by considering the needs and priorities of different communities. The United Nations' 17 Sustainable Development Goals (SDGs) outline a global framework for sustainable development. These goals encompass ending poverty, eradicating hunger, ensuring clean water and sanitation, promoting gender equality, encouraging sustainable energy use, and advocating for climate action. In conclusion, sustainable development is an indispensable approach to building a better future worldwide. It encourages the sustainable use of natural resources, a balance between economic growth and environmental and social impacts, social justice, and global cooperation. Sustainable development aims to improve the quality of life for both current and future generations while preserving our planet's resources and ecosystems. Therefore, sustainable development is a goal in which everyone, at both local and global levels, can contribute.

The responsibilities and services of local governments towards rural areas, brought about by the equalization of the metropolitan contiguous area with the provincial border, have increased and expanded. It is crucial to ensure the continuity of the supply of products from the city to the countryside, with the efforts of the municipalities to increase agricultural productivity in rural areas and to ensure the livelihood of local residents living in rural areas. In this context, Manisa Metropolitan Municipality carries out many studies in order to support the producers in rural neighborhoods and to ensure rural development throughout the province. In this study, the activities of the local government to support the citizens living within the service boundaries and making a living from farming and the benefits to be seen as a result of these activities are evaluated. The study is handled within the framework of the activity reports and strategic plans of the metropolitan municipality.

1. Rural Development and Agricultural Support

As its name suggests, sustainable development is a concept linked to economic growth, although it involves a different approach to resource use. Therefore, the policies and strategies put forward by countries within the framework of the concept are absolutely focused on

ensuring continuous and balanced economic development. This is where the characteristics of globalisation come into play. The definition of sustainability has also been introduced into all economic sectors and new marketing strategies have been developed. New strategies such as sustainable agriculture, sustainable tourism and sustainable rural development have begun to shape economic policy approaches (Pezikoğlu, 2012: 83).

In the *A New Rural Development Paradigm for the 21st Century* (OECD, 2016), two rural development paradigms were compared in a simple way. According to this study, agriculture was central to the rural development approach and the main objectives were to increase agricultural incomes and competitiveness. In the new approach, all sectors of the rural economy are considered important and the main objectives are to increase the competitiveness of rural areas and the value of local assets and to ensure the use of underutilised resources. In addition, the main actors in rural development policy have changed from central government and farmers to local, regional, central, all levels of government and all local actors. Whereas in the past the instrument of rural development was subsidies, now it is investment. Policymaking involving different sectors in the region, valuing local values and ensuring the participation of all local actors in the intervention process are defined by an integrated, internal and participatory approach respectively.

The main structure of the rural development policies of the European Union is regulated by Council Regulation No. 1698/2005 dated 20 September 2005 on rural development supported by The European Agricultural Fund for Rural Development (EAFRD). With this regulation, the EU rural development policy for the 2007 and 2013 programming period has three main objectives, and these objectives will be achieved with three main thematic axes. These axes (tarimorman.gov.tr, 2022);

- a) Improve the competitiveness of the agriculture and forestry sector,
- b) To improve the environment and the countryside,
- c) Improving the quality of life in rural areas and promoting the diversification of the rural economy.

People living in rural areas generally earn their living from agricultural production, which is a land-based branch of production. Agricultural production is undertaken to ensure daily food security rather than monetary income. However, due to the primitive and traditional nature of production techniques, the desired level of efficiency is not achieved, thus threatening food security. From the point of view of balanced development, rural areas are the areas where investments should be made in various infrastructures (roads, water, electricity, etc.). In general, the settlements where the urban population lives receive a large share of infrastructure investments, while the regions where the rural population lives may be deprived of these investments. Moreover, the areas where education and health problems are most acute and where the use of resources is not rational are also rural areas. On the other hand, the primary target group of human development is the rural population. More than half of the world's population lives in the rural areas of underdeveloped countries, in an environment where resources are scarcely used, health conditions are inadequate and primitive agricultural activities are carried out. Such an environment brings poverty and misery to the people. As underdeveloped countries realise their development, they must not

neglect the people in rural areas and give special importance to rural development studies. Rural development in its simplest definition. These are the studies that aim to improve the rural environmental conditions that bring negativities to human life (Tolunay and Akyol, 2006: 121). In general, agricultural support, which is provided to steer the agricultural sector in the desired direction, is a government intervention that is used to solve problems that arise in the sector, to ensure the adoption of new technologies and to eliminate production inadequacies, and that is withdrawn when it is no longer needed. The main objective should be to create a competitive industry that is not dependent on support i.e. that can stand on its own feet. Agricultural support is expected to have a positive impact on farmers' incomes and to contribute to solving the structural and cyclical problems of the sector. However, trying to solve all the problems of the agricultural sector with support can lead us astray. It ignores the fact that the economic growth of the last fifteen years has had a greater impact on the improvement and growth of the Turkish agricultural sector than agricultural subsidies and even agricultural policies. Therefore, both the implementers and the opponents should not make an important mistake by completely linking the positive and negative developments in the agricultural sector to agricultural policies and agricultural subsidies. Agricultural subsidies are the most discussed and debated part of the agricultural policies in Turkey as well as in the whole world. Even the term *agricultural policies* is used instead of *agricultural support*. In fact, since agricultural policies include agricultural support, it is not wrong to express them in this way. While agricultural policies include all government savings and interventions related to the sector, supports mostly represent the monetary incentive part of the policy. In addition to direct monetary transfers, supports can also include protectionist benefits and indirect support to farmers, especially through trade policies (cdniys.tarimorman.gov.tr., n.d.).

Agricultural Support policies have 3 main objectives (Ataseven, 2016: 2):

1. Directing the production of agricultural products,
2. Supporting the producer,
3. Maintaining the balances within the country.

With the COVID-19 epidemic in 2020, while security and continuity of supply gained importance, the need for the development of sustainable production and consumption models was felt in all segments of society. In addition, global climate change, which is expected to increase its impact over the years, will bring about the formation of more conscious societies and will reinforce the sustainability perceptions and expectations of consumers, which we are observing today. In this process, it is considered essential to create an efficient and highly productive agricultural sector that is environmentally and socially sustainable, based on advanced technology, while increasing its international competitiveness with its production structure that considers the supply-demand balance. In the Farm to Table and Biodiversity Strategies, which include the EU's goals in agriculture, food and biodiversity under the European Green Deal, the goal of a robust and resilient food system that works in all conditions and provides access to an adequate supply of suitable food for citizens is maintained, while avoiding pesticides, antimicrobials and over-fertilization. It is stated that there is an urgent need to reduce dependency, increase organic farming areas, improve animal welfare and reverse biodiversity loss (ticaret.gov.tr, 2021).

The development of sustainable agricultural technologies is important not only for the future of humanity but also for the future of our planet. Agricultural activities are responsible for 18% of global greenhouse gas emissions. Therefore, sustainable agricultural policies based on reducing the carbon footprint of agricultural production can also support the fight against the climate crisis. On the other hand, the water density of agricultural activities is quite high. The food and agriculture sector accounts for 69% of total global water use. From this point of view, supporting sustainable agricultural practices for more efficient use of water can prevent the danger of the water crisis from deepening (tskb.com.tr, 2022).

How to achieve this increase in agricultural production and how to make it sustainable in changing climatic conditions is an important question today. However, today, the agricultural sector is undergoing a great transformation with the effect of developing technology, and now the future of the agricultural sector is shaped by technological applications (Karagözoğlu, n.d.: 1).

As concerns about environmental protection, natural resource management and the world's capacity to feed an ever-growing population continue to rise, the sustainability of agriculture and natural resources is emerging as a central theme among the public and policymakers alike. The emphasis placed on this reflects the recognition that the quality of human life and the quality of the environment are inextricably linked. The problems transcend the relevant science. They encompass ideologies and values, ethics and aesthetics, in short, the arena of public opinion and public policy. Issues also cross national borders and involve critical considerations of intergenerational responsibility and equity (National Research Council, 1991: 9).

A deepening awareness of the interdependence of agriculture, the environment and socioeconomic conditions has questioned the sustainability of existing agricultural production systems. In industrialized countries, the environmental impacts of intensified production have led many to seek ways to maintain and increase productivity through better management of the entire agricultural system, including socioeconomic incentives and changes in policy (National Research Council, 1991: viii).

Clearly, the production of technologies adapted to the needs of small farmers must emerge from the integrated study of the natural and socioeconomic conditions that influence farming systems and dominate their responses to alternative technologies. Many conditions affect the crop system or management practice a farmer chooses. Natural conditions (climate, soil, pests, diseases) impose biological constraints on the crop system. On the other hand, many socioeconomic conditions (transport, capital, markets, labor, farm inputs, credit, technical assistance) influence the external environment that conditions the farmers' decision-making process (Altieri, 1995).

Food is our most basic need, the foundation of life. Most of this basic need is provided by agriculture. Agriculture, which provides for the continuation of all life and civilisation, is in an old, deep and great crisis, both in the world and in our country. Because the enormous increase in agricultural production, especially in the last century, in accordance with the demands of the time in which we live, has led the world, which is actually a closed system, into an ecological crisis. The world is a closed system for all kinds of applications. Although

sunlight provides the energy necessary for life, all other resources are finite. Until now, the biggest problem facing human societies has been the inability to balance their various demands with the ability of ecosystems to withstand the pressures resulting from these demands. As agricultural production cannot feed the world population, it will be far from being able to feed the growing population in the future (Yılmaz, 2020: 14-15).

The global and regional changes taking place in the world make it important to optimise the use of resources in the agricultural and food sectors, as well as in all other sectors. In order to meet the safe food needs of the growing population, studies to minimise the negative impacts of global economic, social and natural changes on agriculture and food are increasing. Many models have been tried in practice to ensure environmental protection and efficiency, as well as to stabilise agriculture and food security and economic growth under pressure for water, energy and food. Different factors are effective in achieving success between systems or business models and this situation depends on the applied area, production structure and various economic and sociological factors (Güneş and Karakaş, 2022: 313).

Agro-ecosystems cannot be sustainable in the long term without the knowledge, technical competence and skilled labour to manage them effectively. Given the ever-changing and indigenous nature of agriculture, sustainability requires a diverse and adaptable knowledge base that draws on both formal, empirical science and farmers' own local knowledge. Social institutions that support the training of both farmers and scientists foster innovation and farmer-research partnerships that can improve both agricultural productivity and long-term sustainability (ttgv.org.tr, 2022).

2. Activities on Agricultural Support and Rural Development by Manisa Metropolitan Municipality

One of the two goals of the activity reports published by Manisa Metropolitan Municipality in 2019-2020 and 2021 has been determined as 'Developing Rural Development' in Manisa with Innovative Sustainable Policies, with an Environmentally 'Compatible and Participatory Approach that Observes Ecological Balance'. The first of the objectives of this aim has been determined as 'Creating Irrigation Policies for the Efficient Use of Water in Agriculture and Providing Appropriate Infrastructure for the Establishment and Operation of Agricultural Irrigation Facilities'. As for the performance target, "Water saving and Supporting the Transition to Irrigated Agriculture" has been determined (manisa.bel.tr, 2022).

Within the scope of achieving these aims and objectives, the open canal irrigation system, which was first located in the Beyce District of Soma District, has deteriorated due to the completion of the economic life of the concrete canals and has become an earth canal in places. With the Drip Irrigation System to be built, it is aimed to prevent water losses and to irrigate more land with the pressurized irrigation system. With the completion of the construction of the facility, 1,159 hectares of agricultural land in the neighborhood with a population of 358 will be irrigated with the modern irrigation system. In this context, steps have been taken to construct irrigation canals and damaged irrigation canals for the same purpose in many districts (manisa.bel.tr, 2022).

Agricultural filling facilities have been established at various points in order to ensure that the farmers who carry out agricultural spraying activities on the lands used as agricultural land in the province of Manisa can fill the tanks of the spraying machines in the field without searching for a water source. Six new agricultural filling facilities were added to our five neighborhoods, two in the Demirci District Çataloluk neighborhood, one in Akhisar District Çobanhasan neighborhood, one in Ahmetli District Bahçecik neighborhood, and one each in Şehzadeler District Tepecik and Çınarlıkuyu neighborhoods. In addition, the warehouse of the existing agricultural filling facility located in Demirci District Gümele Neighborhood was renewed. Spraying water is provided to farmers free of charge (manisa.bel.tr, 2022).

Continuing to produce projects for producers in Manisa, which has fertile lands, the Metropolitan Municipality carried out surveys in 54 Neighborhoods to ensure rural development throughout the province. DES (Deep Electric Drilling) and hydrogeological survey studies have been completed within the scope of the establishment of a facility for the supply of groundwater (groundwater) in Kırkağaç Center and Çobanlar Districts. The reports and cost analyses to be prepared in the neighborhoods where the groundwater surveys were evaluated positively by the technical team as a result of the survey studies, and the cost analyses to be prepared in the neighborhoods where sufficient water was measured for two years in the water measurements of the above-ground (YÜS) sources, will be submitted for approval, and the construction of the ones that are decided to be built. Studies will be started for this project (manisa.bel.tr, 2022).

Another objective of the aim of "Developing Rural Development in Manisa with Innovative Sustainable Policies, Environmentally Compatible and a Participatory Approach that Observes Ecological Balance" was determined as "Developing Livestock with the Purpose of Increasing Efficiency and Quality in Animal Products" (manisa.bel.tr, 2022).

Since the construction, maintenance and repair works of the animal drinking water ponds (HIS), which provide drinking water to the animals in the dry season in the regions where animal husbandry is intense in rural areas and are very useful and demanded by the citizens, are carried out by metropolitan municipality construction machinery, the construction costs and construction time are very low. It was completed in a short time, and they started to serve in the same year. Construction of 20 new HIS ponds was completed in 2021. Because the existing HIS ponds throughout the province are filled with the materials carried by the rainwater and formed as a result of natural accumulation, both the storage capacity and the quality of the stored water decrease. For this reason, livestock cannot meet their clean water needs. Along with cleaning and meeting the maintenance and repair needs, studies are carried out periodically to ensure that the existing ponds can be used again in a healthy way (manisa.bel.tr, 2022).

Continuing its efforts to ensure rural development, Manisa Metropolitan Municipality, in order to contribute to the development of the beekeeping sector and to increase the production of quality honey, S.S. With Manisa Honey Producers Agricultural Development Cooperative, to teach beekeepers how to raise their own queens instead of buying ready queen bees, to contribute to the need for queen bees in the country by establishing commercial queen bee enterprises, to protect and spread the local bee ecotypes of the Aegean Region and to minimize the arrival of diseases and parasites in the region. 'Beekeepers from Manisa Produce

Queen Bees and Royal Jelly Project' was implemented in order to minimize the scope of the project; a total of 40 beekeepers were trained, including 20 trainees on Queen Bee Producer and 20 trainees on Royal Jelly Production. With the Royal Jelly Production training, it was aimed to increase the income of beekeepers with additional bee products by producing royal jelly, and it was decided to continue the training program in various districts of the province for five years. In the training program, 150 Langstroth-type beehives, 500 Queen Bee Breeding Hives (selected from hives where two queens can be produced in the same hive) and 10 Breeding Queens (one year old West Aegean breed) were taken from the Aegean Agricultural Research Institute. The purchased materials were delivered to the Honey Producers Cooperative (manisa.bel.tr, 2022).

In order to increase the product quality and yield within the scope of the project to improve the greenhouse cultivation in the province within the scope of the aim of 'Increasing the Agricultural Product Diversity and Productivity throughout the Province according to the Geographical Characteristics of Manisa', the damage caused by the natural disasters in the districts of Kırkağaç, Gördes, Demirci, Köprübaşı and Kula. Maintenance and repair of a total of 11 greenhouses were carried out. Nylon support was provided to 10 producers with Tepe Nylon damage. Documentation and land controls of 153 producers and institutions in the Greenhouse Cultivation Development Project were completed (manisa.bel.tr, 2022).

CONCLUSION

When we evaluate the works of Manisa Metropolitan Municipality for rural development and agricultural support, especially the studies on irrigation come to the fore. The construction of water channels, which were built by the central government but later closed for use, destroyed or still need to be rebuilt, is important for the farmers who carry out activities for irrigated agriculture.

The animal drinking water ponds created for the continuation of animal husbandry and for the farmers who make a living with animal husbandry, on the other hand, have met the need in this regard.

Educational programs come to the fore in beekeeping activities throughout the province. Training on effective and efficient beekeeping methods was provided primarily through training programs for farmers engaged in beekeeping. Then, with the agricultural support, steps were taken to carry out beekeeping activities throughout the province in a farmer-oriented manner within the cooperative.

In terms of commercial agriculture, it is also important to provide support for the processes of obtaining geographical indication and EU product quality registration of local products in line with the goal of obtaining sufficient and sustainable income in regions where the potential for agricultural production resources is generally weak, but such supports could not be implemented due to the global epidemic.

Finally, agricultural support policies should have holistic features that support sustainable agriculture, improve the structure of the agricultural sector, ensure widespread production, protect natural resources and the environment, are pro-poor, transformable, improve the existing ones instead of starting over, are easily managed, easily utilized and

produce versatile solutions. In addition to the impact and effectiveness analyses of the existing support policies, it is very important to make reliable policy analyses before the new support policies are put into practice in order to achieve the goals of the support.

Research and Publication Ethics Statement

The study does not require an ethical committee approval.

Contributions of the Authors

The contribution of A.S. to the article is 40 % the contribution, H.M.A. is 30% and the contribution of N.G.A is 30%.

Conflicts of Interest Statement

There is no conflict of interest.

REFERENCES

- Altieri, M. A. (1995). *Agroecology: The Science of Sustainable Agriculture*. (Second Edition). Boca Raton: CRC Press.
- Ataseven, Y. (2016). "Türkiye'de Tarımsal Destekleme Politikaları: Genel Bakış ve Güncel Değerlendirmeler". *Çiftçi ve Köy Dünyası Dergisi*, 375, 54-59.
- Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü (2011). *Türkiye ve AB'de Kırsal Kalkınma: Bir Mevzuat Derlemesi*, <https://www.tarimorman.gov.tr/ABDGM/Belgeler/AB%20UYUM/Yayınlarımız/Kırsal%20Kalkınma%20Kitabı.pdf> (20.10.2022).
- Güneş, E. and T. Karakaş (2022). "Tarım ve Gıda Sistemlerinde Sürdürülebilirlik Yaklaşımları". *International Journal of Academic Value Studies (Javstudies JAVS)*, 3 (3), 304–316.
- Karagözoğlu, Ö. A. (n.d.). *Akıllı Tarım*, <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/arastirma-raporlari/akilli-tarim.pdf> (20.10.2022).
- Manisa Büyükşehir Belediyesi (2020). *Faaliyet Raporu*, <https://manisa.bel.tr/upload/teskilat/dosya/beb3d05d92ac45c2ab227d473a2c5b89.pdf> (23.10.2022).
- Manisa Büyükşehir Belediyesi (2021). *Faaliyet Raporu*, <https://manisa.bel.tr/upload/teskilat/dosya/73e99a16973d4f91898a5d71b30af229.pdf> (23.10.2022).
- Manisa Büyükşehir Belediyesi (2022). *Faaliyet Raporu*, <https://manisa.bel.tr/upload/teskilat/dosya/abeca2dd04404fa29dcd02bb4621b041.pdf> (23.10.2022).
- National Research Council (1991). *Toward Sustainability: A Plan for Collaborative Research on Agriculture and Natural Resource Management*. Washington, DC: The National Academies Press.

- OECD (2016). *A New Rural Development Paradigm for the 21st Century: A Toolkit for Developing Countries*. Development Centre Studies, Paris: OECD Publishing.
- Pezikoğlu, F. (2012). "Sürdürülebilir Tarım ve Kırsal Kalkınma Kavramı İçinde Tarım-Turizm-Kırsal Alan İlişkisi ve Sonuçları". *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 83-92.
- Tarım Orman Şurası (n.d.). *Tarımsal Destekleme Politikaları Grubu Çalışma Belgesi*, https://cdniys.tarimorman.gov.tr/api/File/GetFile/330/Sayfa/1416/1778/DosyaGaleri/14_tarimsal_destekleme_politikalari.pdf (20.10.2022).
- Ticaret Bakanlığı (2021). *Yeşil Mutabakat Eylem Planı 2021*, <https://ticaret.gov.tr/data/60f1200013b876eb28421b23/MUTABAKAT%20YEŞİL.pdf> (20.10.2022).
- Tolunay, A. and A. Akyol (2006). "Kalkınma ve Kırsal Kalkınma: Temel Kavramlar ve Tanımlar". *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, (2), 116-127.
- TSKB (2022). *Sürdürülebilir Gıda Sistemleri Tema Raporu*, <https://www.tskb.com.tr/uploads/file/tskb-bakis-surdurulebilir-gida-sistemleri.pdf> (20.10.2022).
- Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (2022). *Sürdürülebilir Tarım Toprak ve Su*, https://www.ttg.v.org.tr/tur/images/publications/632c41f3b0dbd.pdf?utm_source=social&utm_medium=p%26m&utm_campaign=tarim (20.10.2022).
- Yılmaz, S. (2020). *Sürdürülebilir Bir Tarım Mümkün mü? Yeni İnsan Yayınevi Yeşil Politika Serisi*, https://yeniinsanyayinevi.com/wp-content/uploads/2020/06/Surdurulebilir-Tarim-Mumkun-Mu_Yeni-Insan-Yayinevi.pdf (20.10.2022).

TÜRKİYE'DE YER ALAN GASTRONOMİ MÜZELERİNİN TEMATİK ANALİZİ

Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU¹
Hayriye DUMAN²
Reşat ARICA³

Öz

Araştırmanın amacı, Türkiye'nin mutfak kültürü ile yeme-içme alışkanlıklarının genel özelliklerini yansıtmaktır. Bu amaç doğrultusunda, Türkiye'deki gastronomi müzeleri temalara ayrılarak detaylandırılmıştır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak nitel araştırma yöntemlerinden biri olan tarama ve doküman analizinden yararlanılmıştır. Yapılan analizler neticesinde yedi farklı tema altında kategorize edilmiştir. Temalar; (i) mutfak kültürü, (ii) yerel mutfak ürünlerini yansıtan, (iii) bal ve arıcılık, (iv) içecek, (v) zeytin/zeytinyağı, (vi) çikolata ve(vii) mutfak gereçleri olarak isimlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre gastronomi müzeleri temaları ekseninde sınıflandırıldığında mutfak kültürü temalı müzelerin diğer müzelere nispeten daha fazla sayıda olduğu (sekiz adet), Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinde gastronomi müzelerinin bulunduğu sonucuna varılmıştır. Mevcut araştırma kapsamındaki tüm müzeler dikkate alındığında gastronomi müzelerinin Ege (11 müze) ve Akdeniz Bölgesinde (9 müze) yoğunlaştığı sonucuna varılmıştır. Türkiye'de farklı ürün temaları işleyen müzeler bulunmaktadır. Bal ve arıcılık, fındık, peynir, kahve, zeytin/zeytinyağı, çikolata gibi tarımsal ve hayvansal ürünler üzerine yapılan müzeler bunun başlıca örnekleridir.

Anahtar Kelimeler

Gastronomi Müzeleri
Mutfak Kültürü
Gastronomi

Makale Hakkında

Teorik Makale

Gönderim Tarihi : 29.08.2023
Kabul Tarihi : 06.10.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1352183

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, e-posta: hasanonol.seyhanlioglu@batman.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9056-5237.

² Arş. Gör, Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, e-posta: hayriye.duman@batman.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1605-6418.

³ Doç. Dr., Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, e-posta: resat.arica@batman.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1238-7313.

THEMATIC ANALYSIS OF GASTRONOMY MUSEUMS IN TURKEY

Abstract

The aim of the research is to reflect the general characteristics of Turkey's culinary culture and eating and drinking habits. For this purpose, gastronomy museums in Turkey are divided into themes and detailed. Scanning and document analysis, which is one of the qualitative research methods, was used as a data collection technique in the research. As a result of the analyses made, they were categorized under seven different themes. Themes; (i) culinary culture, (ii) reflecting local cuisine products, (iii) honey and beekeeping, (iv) beverage, (v) olive/olive oil, (vi) chocolate and (vii) kitchenware. According to the results of the research, when gastronomy museums are classified on the axis of themes, it has been concluded that culinary museums are relatively more numerous than other museums (eight), and that there are gastronomy museums in seven geographical regions of Turkey. Considering all the museums within the scope of the current research, it has been concluded that gastronomy museums are concentrated in the Aegean (11 museums) and the Mediterranean Region (9 museums). There are museums in Turkey that deal with different product themes. Museums on agricultural and animal products such as honey and beekeeping, hazelnut, cheese, coffee, olive/olive oil, chocolate are the main examples.

Keywords

Gastronomy Museums
Culinary Culture
Gastronomy

Article Info

Theoretical Article

Received : 29.08.2023
Accepted : 06.10.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1352183

Kaynakça Gösterimi: Şeyhanlıoğlu, H. Ö., Duman, H. ve Arıca, R. (2023). Türkiye'de Yer Alan Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 121-142.

Citation Information: Şeyhanlioglu, H. O., Duman, H. ve Arica, R. (2023). Thematic Analysis of Gastronomy Museums in Turkey. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 121-142.

GİRİŞ

Toplumsal değerler ve kültürler; bütün milletlerde, tarihsel değişim evresinin getirileri ile zaman içinde değişime uğramaktadır. Toplum nezdinde maddi değerlerden uzaklaşma söz konusuysen, öte yandan da manevi değerlere karşı ilgi artmaktadır. Mutfak kültürü, ülkelerin kültürel zenginliğin bir parçası olarak zaman içerisinde değişen, bunun ötesinde yok olmaya başlayan kültür bileşenlerindedir. Toplumlar için önemli bir manevi değer unsuru olan mutfak kültürünün korunması ve geleceğe aktarılması, kuşkusuz sürdürülebilirliğinin sağlanması ile mümkündür. Mutfak/Gastronomi müzeleri, mutfak kültürün korunması ve yazılı/görsel olarak gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir araçtır.

Mutfak/Gastronomi müzeleri bir yandan mutfak kültürünün devamlılığı açısından önemli iken; öte yandan destinasyonların imajı ve gastronomisinin bilinirliği için gereklilik arz etmektedir. Aynı zamanda gastronomi turizmin, destinasyonlara rekabet etme avantajı, özgün bir kimlik oluşturma, tanıtım, yiyecek-içecek kültürünün sürdürülebilirliği ve yerel ekonomiye olan etkisi göz önüne alındığında, destinasyonlar için gastronomi müzelerinin önemi daha da artmaktadır (Çalışkan, 2013: 40; Elss vd., 2020: 60; Gül, 2022: 313).

Gastronomi veya mutfak müzesi olarak adlandırılan yapıları bölgenin, kentin ve ülkenin gastronomiye bakış açısını ve gelişmişlik düzeyini de ortaya koymaktadır (Aksoy ve Sezgi, 2015: 81). Ayrıca bu müzelerin bir destinasyonda bulunması, mekân tasarımı, dizayn ve lüksten öte ziyaretçilerin deneyim yaşayabilmelerinin önünü açmaktadır. Eğlence ve bilgi zenginliği getirisinin yanı sıra beraber kültürel, akademik, stratejik, modern ve turistlerin beklentilerini karşılayan niteliklerden ötürü kültürel kimliğin ön plana çıkarılmasında katkı sunan gastronomi müzeleri (Kalkan, 2016: 103; Lokman vd., 2022: 381) turistik çekicilik bağlamında önemli bir araçtır.

Gastronomi müzelerinin bu alana ilgi duyan gastro turistlerin seyahat motivasyonlarında önemli bir payının olduğu yadsınamaz bir gerçektir (Lokman vd., 2022: 382). Gastronomi müzelerinin turistler için yemeğin veya yörenin mutfak kültürü boyutunda (Bozağcı ve Çevik, 2021: 321) motivasyon kaynağı oluşturduğu, kültür tasviri, yeme-içme alışkanlıkları, reçeteler, araç ve gereçlerin çeşitliliği gastronomi müzelerinin turistler için motive edici özelliklerinin (Çetin ve Küçükkömürler, 2019: 1; Çekal vd., 2022: 1655; Baycar, 2022b: 243; Sarı-Gök ve Şalvarcı, 2020: 124) olduğunu açıklamaktadır. Ayrıca kültürel miras ve müzecilik araştırmalarında gastronomi müzelerinin destinasyonların mutfak kültüründeki sürdürülebilirlik ve kültür (Çavdırılı ve Adan, 2020: 2241) tasviri gibi yönleri ortaya koyduğu belirlenmiştir. Destinasyonlar için taşıdığı önem gastronomi müzelerinin yapılarının analizini elzem kılmaktadır. Bu odakta hazırlanan araştırmada, Türkiye'deki mutfak kültürlerinin tasviri, yeme-içme alışkanlıkları, yerel yemek kültüründe var olan araç-gereçler ve yemeklerle alakalı reçetelerin tanıtımını yapan mutfak müzelerinin çeşitli temalara ayrılarak incelenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırma vasıtası ile Türkiye'ye ait olan yeme-içme alışkanlıkları, yerel yemekle alakalı araç-gereçler ve yapılan yemeklerle alakalı reçetelerin tanıtımını yapan mutfak müzelerinin çeşitli temalara ayrılması ile literatürde önemli bir boşluk doldurulacaktır. Araştırma vasıtası ile Türkiye'deki müze ziyaretçilerine gastronomi müzelerinin yapısı ve içeriğine ilişkin ön bilgi sunulması olanaklı kılınacaktır.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Gastronomi Müzeleri

Kültür kavramı, bireylerin sosyal yaşam içerisinde edinilen inanç ve hayatlarının, toplumsal çerçevede öğrenilen ve aynı bağlamda yeni nesillere aktarılan davranış deseni olarak ele alınmaktadır. Doğanın ortaya gelmesinin yanında bireylerin ortaya çıkardığı çoğu durum da kültür olarak değerlendirilmektedir (Kasar, 2021: 348). Ateşin bulunmasından günümüze düşünüldüğünde mutfaklarında kültürün bir parçası olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda, mutfak kültürü bireylerin yeme-içme ihtiyaçlarının karşılanması yemeklerin hazırlanmasından tüketilmesine kadar olan tüm süreçlerdir (Ademoğlu ve Şahan, 2023). Yeme-içme'nin kültürel olarak tanıtımı da gastronomi müzeleri çerçevesinde oluşmaktadır. Turistlere yeme-içme kültürü noktasında destinasyona çekicilik katmaktadır. Ayrıca pazarlama aracı görevi görmektedir (Ceyhun-Sezgin ve Akbıyık, 2021: 154; Çekal vd., 2022: 1655). Uluslararası Müzecilik Konseyi'ne (*International Council of Museums- ICOM*) göre müze; "somut ve somut olmayan mirası araştıran, bir araya getiren, koruyan, yorumlayan ve sergileyen, kâr amacı gütmeyen, toplumun hizmetinde olan kalıcı bir kurum" olarak tanımlanmaktadır (icom.museum, 2023). Geçmişe ait zaman diliminde yaşayan bireylere dair kültürel ve tarihsel değeri olan nesnelere arz eden, ulusların tarihi ruhunu yansıtan ve bireylerin geçmiş ile bağ kurmasını öne çıkararak bir asrın birikimi olan kültürü sunan müzeler, turizm amaçlı seyahatler içinde yerli ve yabancı turistlerin akın ettikleri yerlerin başında gelmektedir (Yılmaz ve Yüksek, 2012: 335). Bu bağlamda müzeler turizm endüstrisi içinde kıymetli bir yere sahiptir. Kültürel miras çerçevesinde değerlendirilen gastronomi müzeleri, yiyecek-içecek alışkanlıklarının hatırlanması, ziyaretçi odaklı, çeşitli mutfakların anlatılması, bu değerlerin turistik pazarlama unsuru haline alması gastronomi turizmi çerçevesinde önemlidir (Bekar vd., 2017: 470; Mankan, 2017: 173; Sandıkcı vd., 2019: 1212).

Ulusal literatürde; mutfak müzeleri, yemek müzeleri ve gastronomi müzeleri (Yılmaz ve Şenel, 2014: 499; Şahinoğlu, 2015: 1; Bekar vd., 2017: 468; Mankan, 2017: 641; Yeşilyurt ve Arıca, 2018: 60; Ağcakaya ve Can, 2019: 788) olarak adlandırılan gastronomi müzeleri, uluslararası literatürde; *gastronomy museum, culinary museum, food museum, food and beverage museum* gibi çeşitli isimlerle (Graff, 2020: 337; Lam, 2011: 1; Sormaz ve Güneş, 2016: 27; Garibaldi ve Pozzi, 2021: 83; Kim vd., 2020: 1) karşımıza çıkmaktadır. Gastronomi müzelerinin tam olarak müze kavramı çerçevesinde net bir tanımı bulunmamaktadır. Akyürek ve Erdem (2019: 21) gastronomi müzelerini, "bir bölgenin mutfak kültürünü koruyan, mutfak kültürü hakkında bilgi veren ve o bölgenin mutfak kültürünü en iyi şekilde aktaran mekanlar" olarak tanımlamışlardır. Burada da ifade edildiği gibi gastronomi müzeleri, bölgenin mutfak kültürünü, öne çıkan gastronomi ürünlerini, yemek hazırlama teknikleri ve pişirme yöntemlerini sergileme ve tanıtma misyonunu üstlenmektedir (Çekal vd., 2022: 1655).

Gastronomi eksenindeki temalı olan müzeler, gastronomi turizmi çerçevesinde hızlı bir biçimde artarak çekicilik unsuru oluşturmaya başlamıştır (Sezen, 2018: 266). Dünya çapında azımsanmayacak kadar gastronomi temalı müzeler ile adını başarılı bir şekilde duyuran ülkeler var olmaktadır (Baycar, 2022a: 250; Gül, 2022: 315). Gastronomi ile ilgili teması olan müzelerden birkaçı tek bir mamulü (zeytin, çikolata, zeytinyağı, şarap) göz önüne alırken bazıları ise buldukları bölgenin mutfak kültürünü yansıtan birden çok ürün dizisine önem vermektedir (İstanbul-Dinçer ve Şahinoğlu, 2015: 141). Müzeler sahip oldukları temada

bulunan ürünlerin tarihlerini, ürünlerin geçmişten bugüne değişimlerini, gıda üretiminde kullanılan ekipmanları, ürünlerin insanlığa etkilerini ve ürünlere dair diğer objeleri aktarmaktadır. Birçok müzede bahsedilen ürünlerin tadım ve satışının yapılabileceği bölümler bulunmaktadır. Değişen müze anlayışı ile interaktif hale gelen bazı müzelerde ise tema ile ilgili çeşitli yaratıcı faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Ayrıca uzmanlık gerektiren alanları (şarap tadımları, baristalık gibi) tema edinen müzelerde çeşitli profesyonel eğitimler verilmektedir (Sezen, 2018: 266).

Gastronomi müzeleri ile ilgili literatür incelendiğinde; müzelerin turizmde bir çekim unsuru olarak kullanımına değinen çalışmalar (Yılmaz ve Şenel, 2014: 499; Bekar vd., 2017: 468; Mankan, 2017: 641; Çetin ve Küçükkömürler, 2019: 1; Şahin ve Aydın, 2019: 56; Lokman vd., 2022: 380), müze sergileme şekillerine yönelik çalışmalar (Sandıkcı vd., 2019: 1210), müze deneyimine yönelik çalışmalar (Yeşilyurt ve Arıca, 2018: 60; Kim vd., 2020: 1; Seyitoğlu ve Alphan, 2021: 413), müzeler ve özelliklerine yönelik çalışmalar (Gür, 2017: 139; Savaşkan, 2021: 61; Çekal vd., 2022: 1655) ve müzelerin tematik analizine yönelik çalışmalar (Garibaldi ve Pozzi, 2021: 83; Ceyhun-Sezgin ve Akbıyık, 2021: 153) olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalardan hareketle gastronomi müzelerinin turizmde bir çekim unsuru olarak kullanılmasına değinen çalışmaların ağırlıkta olduğunu söylemek mümkündür. Gastronomi müzelerinin tematik analizine yönelik çalışmaların ise sınırlı olduğu görülmektedir. Gastronomi müzelerinin tematik analizine ilişkin çalışmaların içeriği aşağıda detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

Garibaldi ve Pozzi (2021: 83) İtalya'daki gastronomi müzelerini incelemek amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada İtalya'da bulunan gastronomi müzelerinin ağırlıklı mutfak temalı müzelerden oluştuğunu tespit etmişlerdir. İtalya'da 99 gastronomi müzesinin olduğunu bunların, %52'sinin özel sektör güdümünde olduğunu, %48'inin ise kamu güdümünde olduğunu belirtmişlerdir. Ceyhun-Sezgin ve Akbıyık (2021: 153) dünya üzerindeki gastronomi müzelerinin tematik olan analizi üzerine bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada dünyanın çeşitli ülkelerinde yer alan toplam 250 adet gastronomi müzesini; mutfak kültürü, yerel ürün, meyveler/sebze, alkollü içecekler (şarap/bira), çay/kahve, peynir/şarküteri, zeytin/zeytinyağı, ekmek ve unlu mamuller, çikolata/şeker ve diğer müzeler olmak üzere 10 farklı temaya ayırmışlardır. Araştırmanın sonuçları çerçevesinde tema çeşitliliği açısından en fazla gastronomi müzesinin ABD'de yer aldığını ortaya çıkmıştır. Bununla beraber Akdeniz ülkeleri başta olmak üzere zeytinyağı müzelerinin çoğunlukta olduğunu, Fransa ve İtalya ülkelerinde çeşitli temalarda müzelerin olduğunu belirtmişlerdir.

2. Yöntem

Araştırmanın amacı, Türkiye'nin mutfak kültürü ile yeme-içme alışkanlıklarının genel özelliklerini yansıtmaktır. Bu amaç doğrultusunda, Türkiye'deki gastronomi müzeleri temalara ayrılarak detaylandırılmıştır. Araştırma, müze yöneticilerinin Türkiye'deki müzelere ilişkin genel bir değerlendirme yapıp, müzelerde geliştirilmesi gereken unsurları tespiti, müze özellikleri ekseninde pazarlama ve yönetim stratejileri belirlemesi ile birlikte turistlerin müze ziyareti öncesinde, müze ve içeriklerine ilişkin bilgi edinmesi bağlamında ilk izlenim oluşturması açısından önemlidir. Araştırmada veri toplama tekniği olarak nitel araştırma yöntemlerinden biri olan tarama ve doküman analizi yapılmıştır. Tarama ve doküman analizi,

var olan kayıtları ve belgelerin incelenmesi neticesinde verilere ulaşmaktır. Belirli bir amaç doğrultusunda kaynakları bulma, tarama, okuma, notlar alma ve değerlendirme işlemlerinin tümünü ele almaktadır (Karasar, 2005). Doküman incelemesi ve taramalar neticesinde elde edilen veriler, Ceyhun-Sezgin ve Akbıyuk'un (2021: 153) *Dünyadaki Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi* başlıklı çalışmasından hareketle revize edilmiş ve müzeler yedi (7) farklı temaya ayrılmıştır. Müze sayısının fazlalığından ötürü, her temaya örnek teşkil etmesi açısından sadece iki müzenin genel bilgilerine ve fotoğraflarına yer verilmiştir.

2.1. Bulgular

Türkiye'deki gastronomi müzeleri, literatürdeki çalışmalar (Sormaz ve Güneş, 2016; Sandıkcı vd., 2019; Sarı-Gök ve Şalvarcı, 2020; Akbıyuk, 2021; Ceyhun-Sezgin ve Akbıyuk, 2021; Demirci, 2021; Savaşkan, 2021; Soruç, 2021; Bilir, 2022; Lokman vd., 2022) esas alınarak yedi farklı tema altında kategorize edilmiştir. Temalar; (i) *mutfak kültürü*, (ii) *yerel mutfak ürünlerini yansıtan*, (iii) *bal ve arıcılık*, (iv) *içecek*, (v) *zeytin/zeytinyağı*, (vi) *çikolata* ve (vii) *mutfak gereçleri* olarak isimlendirilmiştir.

2.1.1. Mutfak Kültürü Temalı Müzeler

Mutfak kültürü; yiyecek-içecek hammaddelerinden, mutfaktaki araç gereçlere, pişirme tekniklerinden yeme içme alışkanlıklarına, yiyecek içeceklerle ilgili örf, âdet ve inançlardan saklama koşullarına kadar, mutfakla ilgili her türlü değeri içinde barındırmaktadır (Gökgöz, 2017: 10-11). Bu nedenle mutfak kültürü temalı müzeler, bölgenin mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılmasında ve bölge kültürünün tanıtılmasında önemli araçlardan biri olarak kabul edilmektedir. Mevcut araştırmada elde edilen bulgular, mutfak kültürü temasını barındıran 11 müzenin olduğunu göstermektedir (Bkz: Tablo 1). Bu müzelerden üç (3) tanesi proje aşamasındadır. Tablo 1'de mutfak kültürü temalı müzelerle ait bilgilere yer verilmiş, takibinde örnek teşkil etmesi açısından iki müzeye ait bilgiler açıklanmıştır.

Tablo 1. Mutfak Kültürü Temalı Müzeler

Müze Adı	Bulunduğu İl	Kuruluş Yılı	Bağlı Olduğu Kişi/Kurum
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	Gaziantep	2008	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
Erzurum Evleri Restoran Müze	Erzurum	2011	-
Hacıbanlar Evi Mutfak Müzesi	Şanlıurfa	2011	Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi
Antakya Mutfak Müzesi (UNESCO Hatay Gastronomi Evi)	Hatay	2013-2019 2019	Antakya Ticaret ve Sanayi Odası

Tablo 1 (Devam). Mutfak Kültürü Temalı Müzeler

Türk Lezzet Müzesi	İstanbul	2016	-
Kapırcuk Kültür ve Gastronomi Evi	Muğla	2017	Baysal Ltd. Şti.
Özel Yörük Müzesi	Antalya	2017	Antalya Büyükşehir Belediyesi
Tematik Mutfak Müzesi	Kahramanmaraş	2017	Kahramanmaraş Dulkadiroğlu Belediyesi

Adana Mutfak Müzesi	Adana	Proje Aşamasında	Adana Büyükşehir Belediyesi
Gastronomi Müzesi ve Kültür Merkezi	Mersin	Proje Aşamasında	Mersin Büyükşehir Belediyesi
Mardin Gastronomi Müzesi ve Uygulama Merkezi	Mardin	Proje Aşamasında	Mardin Artuklu Üniversitesi

Emine Göğüş Mutfak Müzesi: 1904 yılında inşa edilen Göğüş Konağı, Türkiye'nin ilk olarak Turizm ve Tanıtım Bakanlığı yapmış olan Ali İhsan Göğüş Bey'in doğduğu ev olarak bilinmektedir. Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nce restore edilen yapı, 2008 senesinde hizmete başlamıştır. Türkiye içerisinde kurulmuş olan ilk mutfak müzesi olarak da bilinmektedir (Atılgan, 2021: 24). Müzede Gaziantep mutfağını yansıtan malzemelerin, yöresel ürünlerin ve pişirme yöntemlerine dek mutfak kültürünü yansıtan temel özellikleri işlenmektedir Tüm bunların yanı sıra bayram ve özel günlerin yemeklerinden olan yuvalamanın yapılması, tandırların önünde geçen kış geceleri ve kahve kültürü mankenler aracılığıyla sergilenmektedir. Müzede ayrıca Gaziantep şehrine ait baharat ve bakır ürünlerinin satıldığı hediyelik bölümü de yer almaktadır (kulturportali.gov.tr, 2023).

Görsel 1. Emine Göğüş Mutfak Müzesi



Kaynak: gaziantep.ktb.gov.tr, 2023

Hacıbanlar Mutfak Müzesi: Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi yıkılmak üzere olan tarihi Hacıbanlar Evi'ni restore ederek 2011 yılında hizmete açmıştır. Müzede Şanlıurfa mutfağına ait eski araç ve gereçler sergilenmektedir. Şanlıurfa mutfak kültürünün önemli örneklerinden olan objeler, yöreye özgü giysiler giydirilmiş mankenler yardımı ile canlandırılmaktadır. Müzede yöresel yemeklerin unutulmaması için ev hanımlarına kurs verilmektedir (sanliurfa.bel.tr, 2023).

Görsel 2. Hacıbanlar Mutfak Müzesi



Kaynak: Şanlıurfa Büyükşehir Belediyesi, 2023

2.1.2. Yerel Mutfak Ürünlerini Yansıtan Müzeler

Yerel mutfak ürünlerini yansıtan müzeler, buldukları bölgelerdeki geleneksel yiyeceklerin tanıtılması amacıyla kurulan müzelerdir (Akbiyuk, 2021: 42). Araştırma kapsamında yerel mutfak ürünlerini yansıtan dokuz (9) müzeye ait bilgiye ulaşılmıştır (Bkz: Tablo 2). Yerel mutfak ürünlerini yansıtan iki müze örnek teşkil etmesi açısından aşağıda açıklanmıştır.

Tablo 2. Yerel Mutfak Ürünlerini Yansıtan Müzeler

Müze Adı	Bulunduğu İl	Kuruluş Yılı	Bağlı Olduğu Kişi/Kurum
Ekmek Müzesi	Ankara	2007	Ankara Büyükşehir Belediyesi
Zavot (Boğatepe) Peynir Müzesi	Kars	2010	Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği
Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi	Hatay	2013	Hatay Valiliği
Baklava Müzesi	Gaziantep	2015	Oğuzhan Saygılı
Fıstık Müzesi	Gaziantep	2018	Gaziantep Büyükşehir Belediyesi
Dondurma Müzesi	Kahramanmaraş	2019	Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi
Güze Müzesi	Isparta	2019	Isparta Belediyesi
Kahraman Sağra Fındık Müzesi	Ordu	2020	Ordu Büyükşehir Belediyesi
Kars Peynir Müzesi	Kars	2022	Kars Valiliği

Kars Peynir Müzesi: Kars Valiliği, Kars il merkezindeki Süvari Tabyası'nı 2022 yılında restore ederek peynir yapımının canlandırıldığı müzeye dönüştürmüştür. Müzede; ahır birimi, içi süt dolu tuluklar, yaylalardaki hayatın tasviri ve peynirlerin yapımı ile peynir üretim serüveninin sergilendiği yerler mevcuttur. Süvari Tabyası tarihinin anlatıldığı bu yerde, gravyer peynirinin yapım alanı, peynir alanı, video alanı, temsili olan Kars Garı, Kars ikliminin tasviri, Ankara Gazi Garı alanı, Kars Evleri kısmı, Şefin Bölümleri ve Atölyeler de yer almaktadır (kars.ktb.gov.tr, 2023).

Görsel 3. Kars Peynir Müzesi



Kaynak: kars.ktb.gov.tr, 2023

Kahraman Sağra Fındık Müzesi: Ordu Büyükşehir Belediyesi tarafından 2020 yılında kurulan Kahraman Sağra Fındık Müzesi, fındığın dikiminden üretimine, hasat aşamasından işlenme ve nakliyyeye kadar tüm yetiştirilme sürecini aktarmaktadır (ordu.bel.tr, 2023).

Görsel 4. Kahraman Sağra Fındık Müzesi



Kaynak: Ordu Büyükşehir Belediyesi, 2023

2.1.3. Bal ve Arıcılık Temalı Müzeler

Bal ve arıcılık temalı müzelerde turistler, arının hayatını, arı dansını, insan ve çevre ile ilişkisini gözlemleme fırsatı yakalayabilmektedir. Bununla beraber, bal mumu şekilleri üretme, arıcılık malzemeleri kullanma ve arı ürünleri üretme gibi rekreasyonel faaliyetleri de deneyimleyebilmektedir (Wos, 2014: 66). Mevcut araştırmada bal ve arıcılık temalı dört (4) müzeye ait bilgiye ulaşılmış (Bkz: Tablo 3) ve iki örnek müze açıklanmıştır.

Tablo 3. Bal ve Arıcılık Temalı Müzeler

Müze Adı	Bulunduğu İl	Kuruluş Yılı	Bağlı Olduğu Kişi/Kurum
Polonez Köy Arıcılık Müzesi	İstanbul	2000	Kemal Sayal
Çine Arıcılık Müzesi	Aydın	2010	Adnan Menderes Üniversitesi Çine Belediyesi Çine Gelişim Vakfı
Özel Muğla Arıcılık Müzesi	Muğla	2010	Muğla İli Arı Yetiştiricileri Birliği
Marmaris Bal Evi Müzesi	Muğla	2012	Marmaris Ticaret Odası Başkanlığı

Özel Muğla Arıcılık Müzesi: Muğla Kenti Arı Yetiştiriciliği Birliği sivil toplum kuruluşunun girişimleri neticesinde 2010 senesinde hizmete açılmış olan müze, 2012 senesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı onayı alınarak bakanlığa bağlı olan özel müze statüsüne geçmiş ve hâlihazırda hizmete devam etmektedir (maybir.org.tr, 2023). Müze içerisinde arıcılık ile alakalı kaynaklar, bal mumuyla yapılan eserler, kovanlar, bal kapları, kovan yapımı ve kovana ait demirleri, arıcıların hayatı, kovan taşımacılığı, konaklama için kullanılmış olan çadır, arıcıların kullandıkları materyaller, maketler, arı süpürme aletleri, bal hasadı malzemeleri, doğal arı yuvaları ve kütük kovanda bal kesim merasimi sergilenmektedir (Şahin ve Aydın, 2019: 446).

Görsel 5. Özel Muğla Arıcılık Müzesi



Kaynak: Muğla İli Arı Yetiştiriciliği Birliği, 2023

Çine Arıcılık Müzesi: Çine Arıcılık Müzesi 2010 yılında özel müze statüsünde ziyaretçilerine kapılarını açmıştır. Arıcılığın geçmişinin yansıtıldığı müze, arı ve arıcılık kültürünü gelecek kuşaklara aktarabilmek, arı ürünlerini tüketenlerde bilinç uyanmasını sağlayabilmek amacıyla kurulmuştur. Adnan Menderes Üniversitesi Çine Meslek Yüksekokulu adına Adnan Menderes Üniversite Rektörlüğü, Çine Belediyesi ve Çine Gelişim Vakfı ortaklığında kurulmuş bir müzedir (Soruç, 2021: 62).

Görsel 6. Çine Arıcılık Müzesi



Kaynak: aydin.ktb.gov.tr, 2023

2.1.4. İçecek Temalı Müzeler

İçecek temalı müzelerde, içeceklerin yapım kademeleri, tarihi ve kültürü sergilenmektedir (Ceyhun-Sezgin ve Akbıyık, 2021: 163). Araştırma kapsamında içecek temalı dört (4) müzeye ait bilgiye ulaşılmış (Bkz: Tablo 4) ve iki örnek müze açıklanmıştır.

Tablo 4. İçecek Temalı Müzeler

Müze Adı	Bulunduğu İl	Kuruluş Yılı	Bağlı Olduğu Kişi/Kurum
Kutman Şarap Müzesi	Tekirdağ	2004	Adnan Kutman ve Cahit Kutman
Atatürk Orman Çiftliği Şarap Müzesi	Ankara	2010	Atatürk Orman Çiftliği
ÇAYKUR Çay Müzesi	Rize	2019	Çaykur Şirketi
Safranbolu Kahve Müzesi	Karabük	2019	Semih Yıldırım

Kutman Şarap Müzesi: Tekirdağ ilinin, Şarköy ilçesindeki, Mürefte muhitinde 2004 yılında kurulmuş, şarap yapımına adanmış olan özel bir müzedir. Müzenin tarihi ve faaliyete geçme düşüncesi dört nesil öncesine uzanmaktadır. Müze geçmişi 1896 yıllarına dayanmaktadır. Müze, şarap üretim aşamalarını tek tek göstermektedir (Doğan vd., 2020).

Görsel 7. Kutman Şarap Müzesi



Kaynak: kutmansaraplari.com, 2023

Safranbolu Kahve Müzesi: Karabük ilinin Safranbolu ilçesinde eski çarşı muhitinde yer almaktadır. Unutulmaya yüz tutan Anadolu kahvelerinin hikâyesini canlı tutmak adına 2019'da kurulmuştur. Türkiye'nin ilk kahve müzesi olma özelliğine sahip Safranbolu Kahve Müzesinde, kahve ile ilgili farklı tarz ve biçimdeki fincanlar sergilenmekte, müzedeki kahve çekirdekleri ile geçmişin izleri canlı tutulmaktadır (Baycar, 2022a: 121).

Görsel 8. Safranbolu Kahve Müzesi



Kaynak: aa.com.tr, 2023

2.1.5. Zeytinyağı Temalı Müzeler

Zeytin/Zeytinyağı temalı müzeler, antik zamanlardan günümüze dek gelişmiş olan zeytinyağı yapım tekniklerini, tarihsel süreç içindeki zeytinyağı tüketimlerini anlatan ve özel koleksiyon dizilerinin sergilendiği müzeler olarak bilinmektedir (Saltık ve Yıldız, 2019: 151). Araştırmada zeytin/zeytinyağı temalı sekiz (8) müzeye ait bilgiye ulaşılmış, iki (2) müze hakkında bilgi verilmiştir (Bkz: Tablo 5).

Tablo 5. Zeytin/Zeytinyağı Temalı Müzeler

Müze Adı	Bulunduğu İl	Kuruluş Yılı	Bağlı Olduğu Kişi/Kurum
Adatepe Zeytinyağı Müzesi	Çanakkale	2001	Ada Çiftlik Gıda Ür. San. Tic. A. Ş.
Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi	Balıkesir	2005	Sabit Ertür
Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Aydın	2011	Hasan ve Gürsel Tonbul
Ayvalık Belediyesi Zeytin Müzesi	Balıkesir	2012	Ayvalık Belediyesi
EGEA Zeytin Çiftliği Müzesi	Manisa	2014	Manisa Büyükşehir Belediyesi
Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi	Hatay	2017	Altınözü Kaymakamlığı
Köstem Zeytinyağı Müzesi	İzmir	2017	Köstem Kültür, Eğitim ve Müzecilik Vakfı
Gülpınar Zeytinyağı Müzesi	Çanakkale	Proje Aşamasında	Çanakkale Valiliği

Adatepe Zeytinyağı Müzesi: Çanakkale Küçükkuyu'da bulunan müze 2001 yılında ziyaretçilerini ağırlamaya başlamıştır. Zeytin müzesi olarak kurulan ilk müze olma hüviyetine sahip olan müzede, zeytinyağı ile birlikte zeytin sabununun üretim süreçlerini görselleştiren ve açıklayan aletler bulunmaktadır (Lokman, 2022: 386-387).

Görsel 9. Adatepe Zeytinyağı Müzesi



Kaynak: adatepe.com, 2023

Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi: Balıkesir'in Edremit ilçesinde 2005 senesinde kurulan müzede zeytinyağı ile alakalı ekipmanlar yer almaktadır. Kurucusu

Sabit Ertür olan müzede hem yeni hem eski zamanlardan kalma taşlar ve ekipmanlar sergilenmektedir (Saltık ve Yıldız, 2019: 154).

Görsel 10. Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi



Kaynak: sabitertur.com.tr, 2023

2.1.6. Çikolata Temalı Müzeler

Çikolata temalı müzelerde, çikolata üretiminin aşamaları sergilenmekte ve ziyaretçilere çikolataları tadabilme imkânı tanınmaktadır (Bilir, 2022: 57). Araştırma kapsamında çikolata temalı dört (4) müzeye dair bilgiye varılmıştır (Bkz: Tablo 6) ve bu müzelerin ikisi ile alakalı bilgiler verilmiştir.

Tablo 6. Çikolata Temalı Müzeler

Müze Adı	Bulunduğu İl	Kuruluş Yılı	Bağlı Olduğu Kişi/Kurum
Pelit Çikolata Müzesi	İstanbul	2014	Selahattin Ayan
Safranbolu Çikolata Müzesi	Karabük	2019	Mesut Kırmımlı
Bursa Çikolata Müzesi	Bursa	2021	Mesut Kırmımlı
Bodrum Çikolata Müzesi	Muğla	2021	Mesut Kırmımlı

Pelit Çikolata Müzesi: Türkiye'deki ilk çikolata müzesi İstanbul'da 2014 yılında Selahattin Ayan tarafından kurulmuştur. Müzede çikolatadan yapılan yüzlerce minyatür figür vardır. Ana maddesi çikolata olan figürler, ziyaretçilerin ilgisini çekmekte, her yıl binlerce turisti bu müzeye ziyarete teşvik etmektedir (Sandıkcı vd., 2019: 1223-1224).

Görsel 11. Pelit Çikolata Müzesi



Kaynak: pelitcikolatamuse.com, 2023

Safranbolu Çikolata Müzesi: Karabük ilinin Safranbolu ilçesinde yer alan müze 2019 yılında Mesut Kırmılı tarafından yapılmıştır. Belçika çikolata müzesinde birinci olan Kırmılı çikolata müzesini memleketinde açmıştır. Müzede çikolatadan yapılan ürünler yer almaktadır (Çekal vd., 2022: 1667).

Görsel 12. Safranbolu Çikolata Müzesi



Kaynak: karabukgundem.com, 2023

2.1.7. Mutfak Gereçleri Temalı Müzeler

Mutfak gereçleri temalı müzelerde, geçmişten günümüze kullanılan mutfak gereçleri sergilenmektedir. Araştırmada mutfak gereçleri temalı iki (2) müzeye dair bilgiye varılmıştır (Bkz: Tablo 7) ve bu müzelerden ikisine dair bilgiler verilmiştir.

Tablo 7. Mutfak Gereçleri Temalı Müzeler

Müze Adı	Bulunduğu İl	Kuruluş Yılı	Bağlı Olduğu Kişi/Kurum
Mutfak Sanatları Akademisi Müzesi	İstanbul	2004	Mehmet Aksel
Geçmişten Geleceğe Gastronomi Müzesi	Sivas	2019	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Turizm Fakültesi

Mutfak Sanatları Akademisi Müzesi (MSA): İstanbul'da 2004 yılında kurulan müze Mehmet Aksel tarafından kurulmuştur. Osmanlı İmparatorluğu'ndan günümüze kadar kullanılan aletler Mutfak Sanatları Akademisi Müzesinde (MSA) sergilenmektedir. Müze 2000'i aşkın ekipman ile geçmişe ışık tutmaktadır (msa.com.tr, 2023).

Görsel 13. Mutfak Sanatları Akademisi Müzesi



Kaynak: msa.com.tr, 2023

Geçmişten Geleceğe Gastronomi Müzesi: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından 2019 yılında kurulmuştur. Müzede Sivas ile birlikte çevre illerde bulunan ve tarihsel süreçte kullanılan mutfak ekipmanları sergilenmektedir. Ekipmanlar demirbaş listesinde olduğundan 72 parça ürünün takibi kolay olmaktadır (cumhuriyet.edu.tr, 2023).

Görsel 14. Geçmişten Geleceğe Gastronomi Müzesi



Kaynak: cumhuriyet.edu.com, 2023

SONUÇ

Turizm sektörünün önemli çekiciliklerinden biri olan gastronomi, eğitim, medya gibi birçok dalda gelişim göstermiştir. Kendi içerisinde farklı alanlara ayrılan gastronominin, önemli biçimlerinden biri alternatif turizm türü olan gastronomi müzeleridir. Gastronomi müzeleri iç ve dış turizm talebinde önemli yere sahiptir. Bitkilerden, içeceklere; mutfak kültüründen çikolataya, zeytinyağından bal ve aromatik bitkilere kadar daha birçok gastro-kültürü sergileyen gastronomi müzeleri, ziyaretçilerine farklı bir deneyim sağlayıp, mutfak kültürünün yaşanmasına imkân tanımaktadır. Mevcut araştırmada, gastronomi müzeleri aracılığı ile Türkiye'nin mutfak kültürü ile yeme-içme alışkanlıklarının genel özelliklerinin yansıtılması amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında gastronomi müzelerinin kategorize edilmesinde yedi tema belirlenmiştir. Bu temalar; (i) mutfak kültürü, (ii) yerel mutfak ürünlerini yansıtan, (iii) bal ve arıcılık, (iv) içecek, (v) zeytin/zeytinyağı, (vi) çikolata ve (vii) mutfak gereçleri olarak isimlendirilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre gastronomi müzeleri temaları ekseninde sınıflandırıldığında mutfak kültürü temalı müzelerin diğer müzelere nispeten daha fazla sayıda olduğu (sekiz adet), Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinde gastronomi müzelerinin bulunduğu sonucuna varılmıştır. Mevcut araştırma kapsamındaki tüm müzeler dikkate alındığında gastronomi müzelerinin Ege (11 müze) ve Akdeniz Bölgesinde (9 müze) yoğunlaştığı sonucuna varılmıştır. Araştırmada kültür turizminin en önemli öğelerinden biri olan gastronomi müzelerinin Türkiye'de mutfak kültürünü yansıtmaya hedefini benimsediği sonucuna varılmıştır. Müzelerin Ege ve Akdeniz bölgesinde yoğunlaşmasındaki başlıca etken, Türkiye'de turizm faaliyetlerinin söz konusu bölgelerde daha fazla gelişmiş olmasıdır. Bu durum, söz konusu bölgelerde hâlihazırdaki turist potansiyeline ülke ve bölge mutfak kültürünün aktarımı noktasında müzelerin önemli işleve sahip olduğunu göstermektedir. Gastronomi müzelerinin etkili kullanıldığı, iyi pazarlandığı ve marka haline geldiği bir ülkede veya bölgede; mutfak kültürünün yaşatılması ile turist sayısının ve turizm kaynaklı ekonomik

gelirin artması olanaklı kılınmaktadır. Bu bağlamda gastronomi müzelerine olan yatırımların teşvikinin ve turizm politikalarında yer almasının ülke ve bölge turizminin gelişmesinde önemli işlev göreceği aşikârdır.

Araştırmadaki bir diğer sonuca göre, Türkiye’de farklı ürün temaları işleyen müzeler de bulunmaktadır. Bal ve arıcılık, fındık, peynir, kahve, zeytin/zeytinyağı, çikolata gibi tarımsal ve hayvansal ürünler üzerine yapılan müzeler bunun başlıca örnekleridir. Ürün odaklı müzelerin daha çok hammaddenin yakın olduğu bölgelerde kurulduğu araştırmada ulaşılan bir diğer sonuçtur. Türkiye’de ürün odaklı müzeler, hem ürünün yaşam serüveninin ziyaretçilere anlatılması, hem de ürünün marka değeri haline getirilmesi açısından önemlidir. Bu bağlamda alternatif turizm ürünleri geliştirmek isteyen ve farklı demografik özelliklere sahip ziyaretçilere hitap etmek isteyen turistik bölgelerin bölgedeki tarım ve hayvancılık potansiyelini dikkate alarak gastronomi müzeleri açmalarının, hem bölgenin yerel değerlerinin sergilenmesinde ve marka değerine dönüştürülmesinde hem de alternatif çekiciliklerin oluşturulmasında fırsatlar sunacağı açıktır.

Araştırmada Türkiye’de gastronomi müzelerinin ilk kuruluş tarihi 2000 yılı olmasına karşın son 15 yıllık süreçte sayının daha çok arttığı gözlemlenmiş ve Dünya’ya nispeten gastronomi turizmi kavramının Türkiye’deki gelişim serüveninin yeni olduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısı ile Türkiye’de gastronomi müzelerine yönelik farkındalık yeni oluşmaktadır. Dünya’da gelişen ve popüleritesi her geçen gün artan gastronomi turizmi dikkate alındığında gastronomi müzelerinin de yakın zamanda turizm ekonomisindeki yerinin gelişeceği açıktır. Bundan dolayı ulusal ve yerel yönetimler, üniversiteler, turizm müdürlükleri, tarımsal ve hayvansal ürün üreticileri bir arada çalışarak Türkiye genelinde bir alternatif turizm çeşidi olarak gastronomi turizmini geliştirmek adına bir arada girişimlere dâhil olmalı ve planlamalar yapmalıdır (Yeşilyurt ve Arıca, 2018). Altyapı ve üstyapı planlamaları ile bölgesel markalar oluşturulmalı ve gastronomi müzelerinde sergilenmelidir. Gastronomi müzelerinin kültürel korumaya katkı sunarak sosyo-kültürel gelişimi, ekonomik çıktıları itibari ile ekonomik gelişime, tarım ve hayvancılıkta yerleşme sayesinde ekolojik gelişime katkı sunarak sürdürülebilir gelişime katkı sunması mümkün kılınacaktır.

Mevcut araştırmada 42 gastronomi müzesi içerisinde 11 gastronomi müzesi incelenmiştir. Bu kapsamda müze yöneticilerinin Türkiye’deki müzelerle ilişkin genel bir değerlendirme yapıp, müze özellikleri ekseninde pazarlama ve yönetim stratejileri belirlemesi ile ülke genelinde gastronomi müzelerinin gelişim potansiyeline dikkat çekilmiştir. Gelecek araştırmalarda gastronomi müzelerine ilişkin turist bakış açısı eksenli incelemelerin yapılması, gastronomi müzelerine ilişkin bütüncül değerlendirme yapılmasını olanaklı kılacaktır.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada içerisinde sunduğumuz verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimizi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumuzu, çalışmada yararlandığımız eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimizi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımızı, çalışmanın özgün olduğunu bildiririz. Aksi bir durumda aleyhimize doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimizi beyan ederiz.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Bu makale üç yazar tarafından hazırlanarak eşit katkı oranları ile ortaya konulmuştur.

Çıkar Beyanı

Bu çalışmanın hazırlanmasında çıkar çatışması yaşanacak herhangi bir durum bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Ademoğlu, A. ve Şahan, M. (2023). "The effects of gastronomic experience and food image towards the gastronomic products of local tourism on the intention to eat local foods: the case of Hatay". *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 8 (2), 129-140.
- Ağcakaya, H. ve İ. I. Can (2019). "Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği". *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3 (4), 788-804.
- Akbıyuk, T. (2021). *Turizm Potansiyeli Açısından Türkiye'deki Gastronomi Müzelerinin Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aksoy, M. ve G. Sezgi (2015). "Gastronomi Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (3), 79-89.
- Akyürek, S. ve B. Erdem (2019). "Gastronomy Museums as Sustainable Hangouts in Gastronomy Tourism: A Gastronomy Museum Proposal for Gümüşhane City, Turkey". *TURIZAM*, 23 (1), 17-33.
- Atılgan, E. (2021). *Emine Göğüş Mutfak Müzesi*. Ankara: İksad Publishing House.
- Baycar, A. (2022a). "Yerel Gastronomik Kimlik Oluşum Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Safranbolu Türk Kahve Müzesi Örneği". *Aydın Gastronomy*, 6 (2), 119-136.
- Baycar, A. (2022b). "Yerel Ürünlerin Müze Aracılığıyla Turizme Kazandırılması: Siirt Arıcılık Müze Önerisi". *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences (ATRSS)*, 5 (2), 242-255.
- Bekar, A., M. S. Arman ve Ç. Sürücü (2017). Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Marmari Bal Evi Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (42), 468-477.
- Bilir, Z. (2022). *Turizmde Yeni Bir Değer Olarak Gastronomi Müzeleri: Adana İli İçin Bir Öneri*. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Bozağcı, E. C. ve A. Çevik (2021). "Destinasyon Çekim Gücü Olarak Gastronomi Müzeleri: Safranbolu Türk Kahve Müzesi Örneği". *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 320-330.
- Ceyhun-Sezgin, A. ve T. Akbıyuk (2021). "Dünyadaki Gastronomi Müzelerinin Tematik Analizi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (1), 153-184.
- Çalışkan, O. (2013). "Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1 (2), 39-51.

- Çavdırlı, C. M. ve Ö. Adan (2020). "Müzeler ve Kültürel Mirasın Sürdürülebilirliği: Köstem Zeytinyağı Müzesi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (3), 2241-2262.
- Çekal, N., E. Doğan ve H. Aktürk (2022). "Türkiye'de Gastronomi Müzeleri ve Özellikleri". *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5 (11), 1655-1673.
- Çetin, M. ve S. Küçükkömürler (2019). "Destinasyon Çekilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi Örneği". *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22 (1), 1-17.
- Demirci, B. (2021). "Türkiye'deki Gastronomi Müzelerinin Web Sitelerinin İçerik Analizi". *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 1184-1199.
- Doğan, D., İ. E. Yılmaz, M. Yıldırım, Ö. B. Kır ve Y. Yüksel (2020). *123 Yıllık Aile Geleneği: Kutman Şarapçılık, İbrahim Mert Öztürk, HIST 200-10*. <http://hdl.handle.net/11693/53717> (02.10.2023).
- Els, V. I., G. Buono ve J. Treu (2020). "Interpretation of Gastronomic Traditions within Tourism". *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 8 (2), 60-67.
- Garibaldi, R. ve A. Pozzi (2021). "Food Museums as Cultural Institutions and Tourist Attractions: Evidence from Italy". *Journal of Gastronomy and Tourism*, 5 (2), 83-94.
- Gökgöz, H. (2017). *Afyonkarahisar'da Gastronomi Sunumunun Geliştirilmesi: UNESCO Gastronomi Kenti Gaziantep Rehberliğinde Bir Değerlendirme*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Graff, S. R. (2020). "Archaeology of Cuisine and Cooking". *Annual Review of Anthropology*, 49, 337-354.
- Gül, M. (2022). "Kahramanmaraş Tematik Mutfak Müzesi ve Dondurma Müzesinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi". *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (1), 307-329.
- Gür, B. (2017). "Antik Çağ'da Zeytinyağı ve Günümüzde Zeytinyağı Müzeleri". *Journal of History Studies*, 9 (2), 139-155.
- <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/40-yillik-hatir-icin-muze-actilar/1503000> (05.04.2023).
- <https://www.adatepe.com/StaticPages/adatepe-zeytinyagi-muzesi/145> (05.04.2023).
- <https://aydin.ktb.gov.tr/TR-64421/cine-aricilik-muzesi.html> (05.04.2023).
- <https://www.cumhuriyet.edu.tr/haber/8230-gecmisten-gelecege-gastronomi-muzesi> (05.04.2023).
- <https://gaziantep.ktb.gov.tr/TR-174064/emine-gogus-mutfak-muzesi.html> (05.04.2023).
- <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (03.04.2023).
- <https://karabukgudem.com/dunya-miras-kenti-safranbolu-da-cikolata-muzesi-acildi.html> (05.04.2023).
- <https://kars.ktb.gov.tr/TR-310413/kars39ta-peynir-muzesi-acildi.html> (05.04.2023).

<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/gezilecekyer/emine-gogus-mutfak-muzesi> (05.04.2023).

<http://www.kutmansaraplari.com/sarap-muzesi> (05.04.2023).

<https://www.maybir.org.tr/aricilik-muzesi-tarihce> (05.04.2023).

<https://msa.com.tr/muze> (05.04.2023).

<https://www.ordu.bel.tr/Haber/45949/turkiyede-bir-ilk-findik-muzesi> (05.04.2023).

<https://www.peliticikolatamuse.com/> (05.04.2023).

<https://www.sabitertur.com.tr/evren-ertur-zeytinyagi-galerisi> (05.04.2023).

<https://www.sanliurfa.bel.tr/icerik/70/28/mutfak-muzesi> (05.04.2023).

İstanbul-Dinçer, F. ve Ş. Şahinoğlu (2015). "Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramında Mutfak Kültürünün İncelenmesi". II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi, Antalya.

Kalkan, A. (2016). Yiyecek Endüstrisindeki Trendler II: Kavramlar, Yaklaşımlar, Başarı Hikayeleri. *Çağdaş Müzecilik, Mutfak Müzeleri ve Turizm*. (Ed. O. N. Özdoğan). Ankara: Detay Yayıncılık.

Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Kasar, H. (2021). "Türk Mutfak Kültürü Evreleri ve Mutfak Sentezinin İncelenmesi". *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (2), 359-378.

Kim, S., E. Park ve M. Xu (2020). "Beyond The Authentic Taste: The Tourist Experience at a Food Museum Restaurant". *Tourism Management Perspectives*, 36, 1-9.

Lam, A. (2011). *Designing is Cooking: A Museum of Gastronomy*. Master Thesis, Virginia Polytechnic Institute, Virginia.

Lokman, U., N. Yarmacı ve H. Güdül (2022). "Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Adatepe Zeytinyağı Müzesi Örneği". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (1), 380-399.

Mankan, E. (2017). "Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği". *Turkish Studies*, 14 (2), 641-654.

Saltık, I. A. ve M. Yıldız (2019). "Kültür Turizminin Yeni Meyvesi: Zeytinyağı Müzeleri Üzerine Bir Araştırma". *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6 (2), 147-160.

Sandıkçı, M., A. S. Mutlu ve H. Mutlu (2019). "Türkiye'deki Gastronomi Müzelerinin Turistik Sunum Farklılıkları Açısından Araştırılması". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (68), 1210-1231.

Sarı-Gök, H. ve S. Şalvarcı (2020). "Türkiye'deki Gastronomi Temalı Müzelere Yönelik Çevrimiçi Ziyaretçi Deneyimlerinin İncelenmesi". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18 (1), 120-140.

Savaşkan, Y. (2021). "Türkiye'deki Gastronomi Müzelerine Genel Bakış". *TUCADE- Turizm Çalışmaları Dergisi*, 3 (2), 61-78.

- Seyitoğlu, F. ve E. Alphan (2021). "Gastronomy Tourism through Tea and Coffee: Travellers' Museum Experience". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15 (3), 413-427.
- Sezen, T. S. (2018). Gastronomi ve Yiyecek Tarihi. *Gastronomi Müzeleri*. (Ed. A. Akbaba ve N. Çetinkaya). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sormaz, Ü. ve E. Güneş (2016). "Traditional Culinary Museums: Samples from Turkey". *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 5 (6), 27-31.
- Soruç, K. (2021). *Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliğinde Gastronomi Müzelerinin Rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Uygulama Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.
- Şahin, Ö. ve A. Aydın (2019). "Özel Muğla Arıcılık Müzesinin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi". *20.Ulusal Turizm Kongresi*, Eskişehir, 56-61.
- Şahinoğlu, Ş. (2015). *Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramına Farklı Bir Yaklaşım: Mutfak Müzeleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Wos, B. (2014). "Api-Tourism in Europe". *Journal of Environmental and Tourism Analyses*, 2 (1), 66-74.
- Yeşilyurt, H. ve R. Arıca (2018). "Mutfak Müzesi Ziyaretçilerinin Deneyimlerinin İncelenmesi: Emine Göğüş Mutfak Müzesi Örneği". *Türk Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 60-70.
- Yılmaz, H. ve P. Şenel (2014). "Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri". *15. Ulusal Turizm Kongresi*, 499-510, Ankara.
- Yılmaz, S. ve G. Yüksek (2012). "Tarih Eğitiminde Müzeler Yerel Tarih Gezi-Gözlem) Etkinliklerinin Gelecekte Turizme Katkısı". *II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, 334-349, Kemer, Antalya.

EXTENDED ABSTRACT

According to the International Council of Museums (ICOM), a museum is defined as "a non-profit, permanent institution at the service of society that researches, brings together, preserves, interprets and exhibits tangible and intangible heritage" (icom.museum, 2023). Museums, which present objects of cultural and historical value related to individuals living in the past, reflect the historical spirit of nations, and present the culture accumulated over a century by emphasizing the connection of individuals with the past, are among the places where domestic and foreign tourists flock for tourism purposes. In this context, museums have a valuable place in the tourism industry. Gastronomy museums, which are evaluated within the framework of cultural heritage, are important within the framework of gastronomy tourism in terms of remembering food and beverage habits, explaining visitor-oriented, various cuisines, and turning these values into touristic marketing elements.

Social values and cultures; All peoples undergo changes over time with the returns of the historical development phase. While there is a renunciation of material values, on the other hand, interest in spiritual values increases. Culinary culture is one of the cultural components

that change over time as a part of the cultural richness of the countries, and beyond that, it starts to disappear. Preserving and transferring the culinary culture, which is an important element of moral value for societies, to the future is undoubtedly possible by ensuring its sustainability. Culinary/Gastronomy museums are important in preserving culinary culture and transferring it to future generations in written/visual form.

Through the research, an important gap in the literature will be filled by categorizing the culinary museums that promote Turkey's eating and drinking habits, local food-related tools and equipment, and recipes related to the dishes made, into various themes. Through this research, it will be possible to provide museum visitors in Turkey with preliminary information about the structure and content of gastronomy museums.

The aim of the research is to reflect the general characteristics of Turkey's culinary culture and eating and drinking habits. For this purpose, gastronomy museums in Turkey are divided into themes and detailed. The research is important in terms of making a general evaluation of museums in Turkey, determining the elements that need to be developed in museums, determining marketing and management strategies in the axis of museum features, and forming a path in the context of tourists obtaining information about the museum and its contents before visiting the museum. Scanning and document analysis, which is one of the qualitative research methods, was used as a data collection technique in the research. Scanning and document analysis is accessing data as a result of examining existing records and documents. It deals with all the processes of finding, scanning, reading, taking notes and evaluating resources for a specific purpose' and the museums were divided into seven (7) different themes. Due to the large number of museums, only the general information and photographs of two museums are included in order to set an example for each theme.

According to the results of the research, when gastronomy museums are classified on the axis of themes, it has been concluded that culinary museums are relatively more numerous than other museums (eight), and that there are gastronomy museums in seven geographical regions of Turkey. Considering all the museums within the scope of the current research, it has been concluded that gastronomy museums are concentrated in the Aegean (11 museums) and the Mediterranean Region (9 museums).

According to another result of the research, there are museums in Turkey that deal with different product themes. Museums built on agricultural and animal products such as honey and beekeeping, hazelnut, cheese, coffee, olive/olive oil, chocolate are the main examples of this. Another result of the research is that product-oriented museums are mostly established in regions where raw materials are close. In Turkey, product-oriented museums are important both in terms of explaining the life adventure of the product to the visitors and making the product a brand value. In this context, it is clear that the opening of gastronomy museums by touristic regions that want to develop alternative tourism products and appeal to visitors with different demographic characteristics, taking into account the agriculture and livestock potential in the region, will offer opportunities both in displaying the local values of the region and transforming them into brand value, and in creating alternative attractions.

In the research, it was concluded that the establishment dates of gastronomy museums in Turkey took place in the last 15 years and the development adventure of the concept of

gastronomy tourism in Turkey is relatively new to the world. Therefore, awareness of gastronomy museums is newly formed in Turkey. Considering gastronomy tourism, which is developing in the world and increasing its popularity day by day, it is clear that gastronomy museums will develop their place in the tourism economy in the near future. Therefore, national and local governments, universities, tourism directorates, agricultural and animal product producers should work together and be involved in initiatives and make plans to develop gastronomic tourism as an alternative tourism type throughout Turkey. Regional brands should be created with infrastructure and superstructure planning and exhibited in gastronomy museums.

In the current study, 11 gastronomy museums out of 42 gastronomy museums were analyzed. In this context, museum managers made a general evaluation of the museums in Turkey, determined marketing and management strategies on the axis of museum characteristics, and drew attention to the development potential of gastronomy museums throughout the country. In future studies, conducting tourist perspective-based examinations of gastronomy museums will enable a holistic evaluation of gastronomy museums.

FACTORS AFFECTING THE POLITICAL PARTICIPATION BEHAVIOURS OF MIDDLE-CLASS CONSERVATIVE VOTERS: A RESEARCH ON GENERATION Y

Bariş ARMUTCU¹

Abstract

This study is believed to be of great importance to policymakers, political parties and academics as it provides valuable insights into the factors that motivate or hinder the political participation of conservative voters. The contribution of the study to the literature is its comprehensive analysis of the multifaceted factors that affect the political participation behaviour of conservative voters. In this context, the aim of the study is to determine the factors that affect the political participation behaviour of Gen Y voters who can be defined as middle-class conservative voters based on the discussions in the relevant literature. In this connection, Gen Y (born between 1980 and 1999) voters who have the right to vote and be elected in Turkey were included in the study. Furthermore, the study employed a mixed-method approach by combining quantitative survey data (n=433) with qualitative literature to provide a comprehensive analysis. As a result of the analyses, it was determined that the internet and social media are effective on the political participation behaviour of Gen Y voters. In addition to this, another important finding is that their education level is effective on their political participation and perceptions of digital marketing. These findings emphasize the need for political parties to develop customized communication strategies to increase the political participation of Gen Y voters and be more effective in digital communication.

Anahtar Kelimeler

Gen Y
Political Participation Behaviour
Political Party
Voter Behaviour
Digital Marketing

Makale Hakkında

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi : 01.09.2023
Kabul Tarihi : 27.09.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1353635

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Iğdır Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme İşletmeciliği Bölümü, e-posta: b.armutcu2765@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4865-026X.

ORTA SINIF MUHAFAZAKÂR SEÇMENLERİN SİYASAL KATILIM DAVRANIŞLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER: Y KUŞAĞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Öz

Bu araştırma, muhafazakâr seçmenlerin siyasi katılımını motive eden veya engelleyen faktörler hakkında değerli bilgiler sunarak politika yapıcılar, siyasi partiler ve akademisyenler için önem taşımaktadır. Çalışmanın literatüre katkısı, muhafazakâr seçmenlerin siyasi katılım davranışlarını etkileyen çok yönlü faktörleri kapsamlı bir şekilde analiz etmesinde yatmaktadır. Bu kapsamda yapılan çalışmanın amacı, ilgili alan yazında yer alan tartışmalara dayanarak orta direk muhafazakâr seçmen olarak tanımladığımız Y kuşağı seçmenlerin siyasi katılım davranışları üzerinde etkili olan faktörleri tespit etmektir. Bu doğrultuda Türkiye'de seçme ve seçilebilme hakkına sahip Y kuşağı (1980-1999 arası doğumlu) seçmenler çalışmaya dahil edilmiştir. Ayrıca çalışma, kapsamlı bir analiz sağlamak için nicel anket verilerini (n=433) nitel literatürle birleştiren karma bir yöntem yaklaşımı kullanmaktadır. Yapılan analizler neticesinde Y kuşağı seçmenlerin siyasi katılım davranışları üzerinde internet ve sosyal medyanın etkin olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte eğitim seviyelerinin siyasi katılım ve dijital pazarlama algıları üzerinde etkili olduğu tespit edilen bir diğer önemli bulgudur. Bu bulgular, siyasi partilerin Y kuşağı seçmenlerin siyasi katılımını artırmak ve dijital iletişimde daha etkili olabilmek için özelleştirilmiş iletişim stratejileri geliştirmeleri gerektiğini vurgulamaktadır.

Keywords

Y Kuşağı
Siyasi Katılım Davranışı
Siyasi Parti
Seçmen Davranışı
Dijital Pazarlama

Article Info

Research Article

Received : 01.09.2023
Accepted : 27.09.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1353635

Citation Information: Armutcu, B. (2023). Factors Affecting The Political Participation Behaviours of Middle-Class Conservative Voters: A Research on Generation Y. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 143-165.

Kaynakça Gösterimi: Armutcu, B. (2023). Orta Sınıf Muhafazakâr Seçmenlerin Siyasal Katılım Davranışlarını Etkileyen Faktörler: Y Kuşağı Üzerine Bir Araştırma. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 143-165.

INTRODUCTION

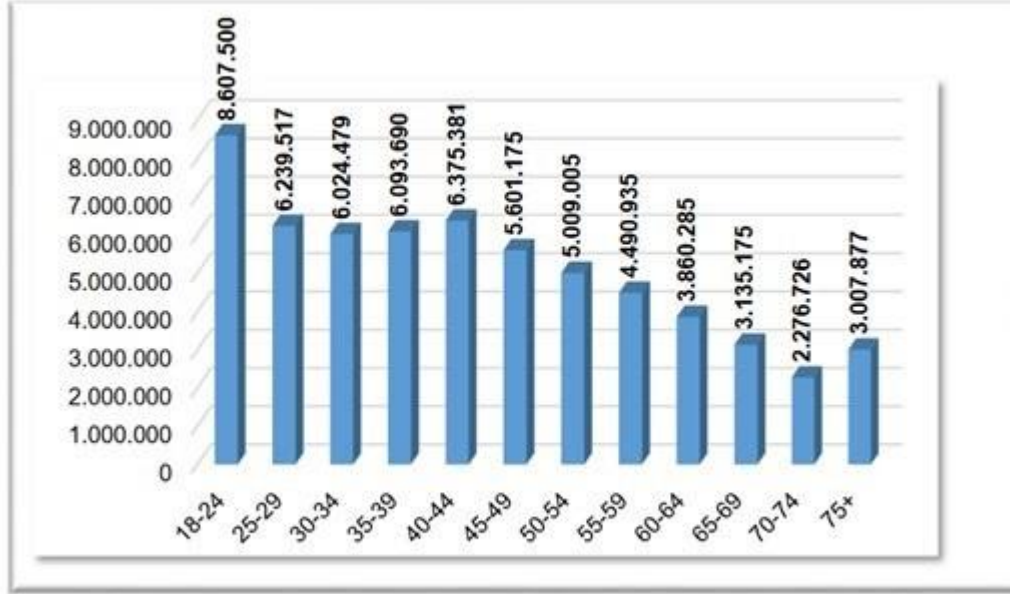
Today, determining the factors that are effective in the political participation behaviour of voters is of vital importance in terms of the political life of political parties and candidates (Mutlu, 2005: 19). Political parties and candidates want to direct voters and make them their supporters by following strategic policies to manipulate the factors that affect the political participation behaviour of voters (Topcu, 2006: 70; Tan, 2002: 122). Political parties and candidates win the elections by increasing their votes with the support of voters and gain the power to administer the government and state (Gökçe, 2013: 65). Political actors influence voters with their activities and can direct their voting behaviour. The factors affecting voter behaviour can be classified as socio-cultural, psychological and economic factors (Armutcu and Tan, 2023: 23).

Age factor is evaluated by political parties and candidates as one of the important socio-cultural factors affecting voter behaviours. Political parties and candidates segment voters by age groups in their political marketing activities and create political content accordingly. In this way, they establish more effective communication with their target audience and have the opportunity to build long-term relationships (Armutcu and Tan, 2022: 80).

When voter behaviours are examined, it is seen that voters belonging to different age groups exhibit different political participation behaviours. These differences between generations can cause differences in the political participation behaviours as well as in the political thoughts of voters. In this respect, political parties and candidates determine their target audience by determining the factors arising from generational differences and position their party accordingly (Divanoğlu, 2017: 268). For instance, it is observed that Gen Z voters tend to adopt a more radical and progressive approach, while voters belonging to Gen Y tend to develop and exhibit more conservative behaviours (Turan and Temizel, 2015: 143). It is known that there are differences among voters of different age groups, which leads to variations in their voting behaviours (Akdemir et al., 2014: 17; Turan and Temizel, 2015: 142).

In general, three different generation groups are mentioned today. These are defined as Gen X, Y and Z groups and political discourses and policies are determined to address the specific needs and desires of each of these groups (Armutcu and Tan, 2023: 21). Among these groups, the proportion of voters belonging to Gen Y and defined as middle-class voters is significant in 2023, accounting for nearly 40.73% (see Figure 1) of all the voters. Thus, it is crucial for political parties and candidates to identify the factors that influence the political participation behaviour of Gen Y voters, as they play a significant role in their success. In this context, the purpose of the current study is to determine the factors that are effective in the political participation behaviour of Gen Y (born between 1980 and 1999) voters, whom we define as middle-class conservative voters based on the discussions in the relevant literature.

Figure 1. Number of Voters in the 2023 Election



Source: www.ysk.gov.tr

This study consists of five sections. The introduction section forms the first part of the study, followed by the second section, which provides information about political participation and the concept of Gen Y voters. The third section includes the methodology, purpose, scope, review of the relevant literature, proposed model and hypotheses. The fourth section presents the empirical findings of the study, providing comprehensive results of the analyses conducted. Lastly, the fifth section of the study includes the conclusion and suggestions based on the findings obtained in the study.

1. Political Participation and Gen Y

Political participation behaviour refers to the active engagement of individuals in political processes. Through this participation, citizens can influence political decision-making processes, shape political institutions and support political change in a democratic society and it manifests itself in different forms such as participating in elections, engaging in political debates and consciously voting on political issues (Uluç, 2007: 12).

Political participation behaviour is defined as all the actions taken by voters to influence the decision-making mechanisms of the state (Kışlalı, 1995: 190). In this context, it can be stated that voters have the power to influence the decisions of central and local governments, whether they will remain in office and their policies/activities through their voting behaviour (Özbudun, 1975: 33). In other words, it is defined as all the activities that the voters take to influence the decisions taken or to be taken (Büyüktosunoğlu, 2013: 2). All

attitudes and behaviours of voters towards political events are evaluated within the scope of political participation activities (Görgülü, 2018: 5).

Among the numerous factors influential on voters' political participation behaviour, age is an important factor (Marien et al., 2010: 205). Voters tend to exhibit the same behaviours as the individuals in the generation group they are in, since they have lived in similar periods and have similar experiences (Kalaycıoğlu, 1983: 10). While the age factor is an important factor for voters to have the right to vote and to be elected, it is also an important factor in terms of forming a perspective on political events (Dursun, 2013: 110) because voters belonging to different age groups are exposed to different social influences and upbringing and this causes them to have different perspectives (Kahraman, 2011: 73-75).

Divanoğlu (2017) states that each generation exhibits different behaviours from another and argues that the underlying reasons for these behavioural differences are their needs and motivations, learning processes, personality, perceptions, attitudes and beliefs, the culture of the society and social class they live in, reference groups and family (Divanoğlu, 2017: 276). Some of these factors also affect voting behaviour. When studies on the generational groups to which voters belong are examined, it is found that Gen X is defined as those born between 1965 and 1979, Gen Y includes those born between 1980 and 1999 and Gen Z refers to those born in 2000 and onwards (see Table 1). In this regard, the political participation behaviours of Gen Y voters are frequently analyzed by political parties and candidates. The general characteristics of Gen Y voters are closely following technology, valuing family structure, emphasizing teamwork and striving for success, being open to innovation and being environmentally conscious (Mailiyamu, 2019: 30).

Table 1. Age Range by Generation

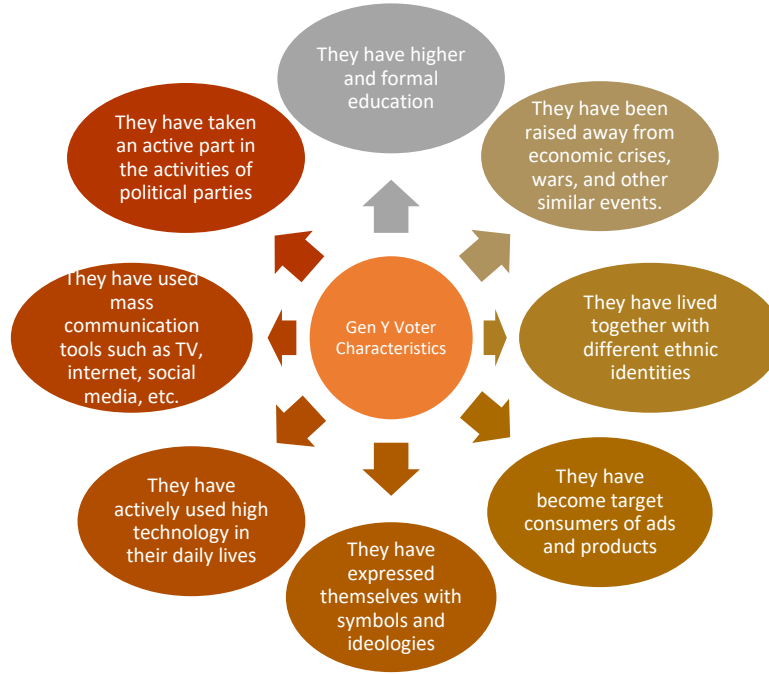
Name of the Generation	Period
Gen X	1965 – 1979
Gen Y	1980 – 1999
Gen Z	2000 and Onwards

Source: Armutcu and Tan, 2023; Mücevher, 2015; Çakmak and Çelik, 2017; Erdoğan, 2019.

One of the most prominent and indispensable characteristics of Gen Y voters is their perception of social networks and communication tools as an essential part of their lives (Topgül, 2015: 25). Furthermore, it can be stated that Gen Y individuals are educated individuals compared to other generational groups, as they have higher levels of education and have grown up entirely in a formal educational environment (Brown et al., 2009: 7). Gen Y is also defined as a self-aware and questioning generation that enjoys living life to the fullest (Twenge, 2009: 139). In this regard, it is known that Gen Y voters exhibit high levels of political participation, leading to high political participation rates. Gen Y actively uses technology in all aspects of their lives, they closely follow political developments and aim to shape these developments through their active voting behaviour. The main characteristics of Gen Y voters,

as expressed by Topgül (2015) and found in the relevant literature, are summarized in Figure 2.

Figure 2. Gen Y Voter Characteristics



Source: Topgül, 2015: 26.

2. Method

2.1. Purpose and Method of the Study

The purpose of the current study is to identify the factors that influence the political participation behaviour of Gen Y voters, who are defined as middle-class conservative voters. To this end, first, a pilot study was conducted on Gen Y (born between 1980 and 1999) voters using the questionnaire prepared in the study and thus the negative influences of common method bias were reduced. Following the pilot study, data were collected by sending a structured online questionnaire to a group of Gen Y voters selected by using the convenience sampling method to identify the factors influencing their political participation behaviours. In the self-report questionnaire, participants were initially asked about their age to include only Gen Y voters, born between 1980 and 1999, in the study. Thus, a total of 433 questionnaires were returned. In order to evaluate the questionnaire data collected from the participants, analyses were performed using the IBM SPSS 26 statistical program package. The items in the political participation scale within the questionnaire used in the study were taken from the questions in the political participation scale used by Armutcu and Tan (2023) and Erdoğan (2019) and were revised and used in accordance with the purpose of the study. The first part of the questionnaire included questions to determine the demographic characteristics of the participants, while the second part of the questionnaire included questions containing descriptive expressions of political participation behaviours. Finally, in the third part of the

questionnaire, questions created to determine the political participation behaviours of the participants were included. For the questionnaire used in the study, approval was obtained from the Social and Human Sciences Ethics Committee of Gaziantep University with the permission document dated 06.06.2022 and numbered 193934.

2.2. Hypothesis Development and Model Formation

In this part of the study, the findings obtained as a result of the literature review on the subject are presented. Abadan and Yücekök (1966) found that economic factors are an important factor on voters' preferences. Similarly, Mueller (1970) states that unemployment and unemployment policies are important factors on voters' preferences. Fair (1978), on the other hand, states that voters take into account the past actions of the current government while voting and can change their voting behaviour in this way. In addition, Limanlılar (1991) found that the party's programme, ideology, leader and election campaigns are important factors on voters' political participation behaviours and preferences. Tan (1998) found that political party leader, promises and election campaigns are important factors in political marketing. Niemi et al. (2001) determined that the family has a significant effect on individuals' voting behaviour. Moreover, Ventura (2001) found that families transfer their political thoughts to their children and in this way, when their children come to voting age, they have the same political attitude and behaviour as their parents. Ay and Çağlar (2019) determined that digital marketing practices are effective on the political participation behaviours of Gen Y voters. Erdoğan (2019) determined that there is a significant difference between age groups in terms of voting behaviour. Bilginer and Çetin (2019) state that Gen Y voters are more affected by leadership characteristics. Armutcu and Tan (2020) state that political marketing and digital marketing practices affect voters' voting preferences. Öztürk (2020), on the other hand, revealed that the family has a significant impact on the political attitudes and behaviours of Gen Y voters. In addition, Hafızoğlu (2021) determined that social media and income levels are influential on the voting behaviours of Gen Z voters. Armutcu and Mavi (2022) determined that the party's ideology and political marketing factors were effective on the political behaviours of voters. Çetin and Karabulut (2023) found that environment, cultural, familial, social media and marketing activities are effective in the political participation behaviours of Gen Y voters. Armutcu and Tan (2023), on the other hand, found that mass media and leadership characteristics are effective but that their effect differs depending on the variables of income level and age. Based on the aforementioned studies and conceptual explanations, the developed hypotheses and the proposed research model (see Figure 1) for identifying the factors influencing voters' political participation behaviours are as follows:

H1: Gen Y voters' perceptions of the political product vary significantly depending on their income level.

H2: Gen Y voters' perceptions of digital marketing elements vary significantly depending on their income level.

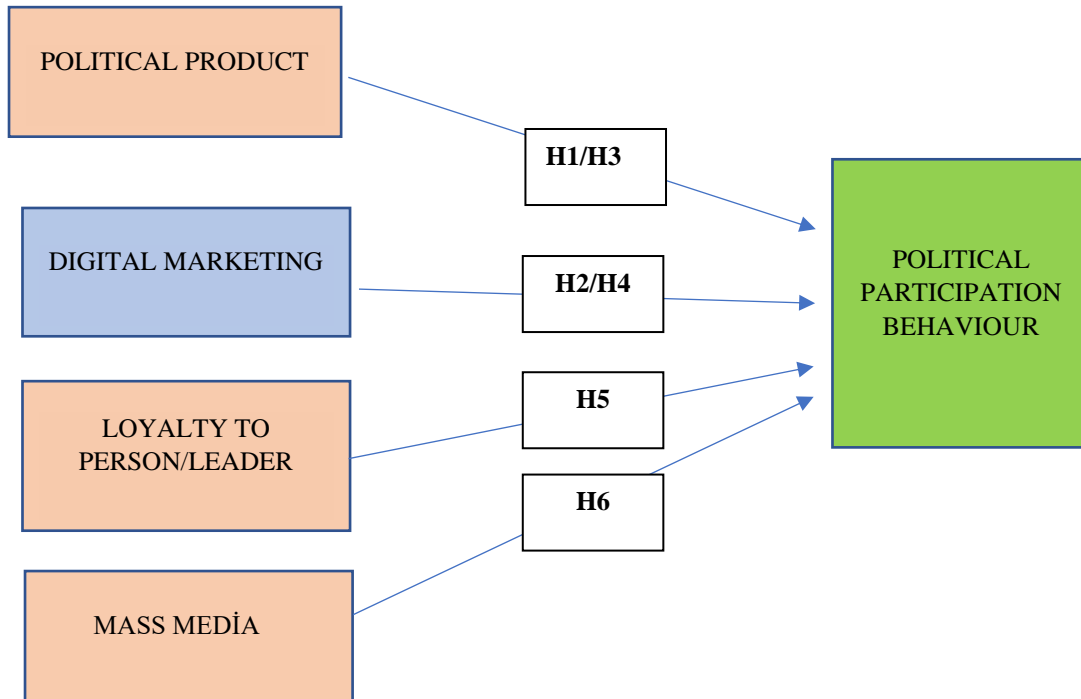
H3: Gen Y voters' perceptions of the political product vary significantly depending on their education level.

H4: Gen Y voters' perceptions of digital marketing elements vary significantly depending on their education level.

H5: Gen Y voters' perceptions of the degree of loyalty to the person/leader vary significantly depending on their gender.

H6: Gen Y voters' perceptions of the frequency of using mass media vary significantly depending on their gender.

Figure 3. Proposed Conceptual Research Model



3. Empirical Findings of the Study

3.1. Descriptive Findings Related to the Demographic Characteristics of the Participants

In this part of the study, the findings related to the demographic characteristics of the participants are presented. The frequency and percentage values of the demographic information of the participants are given in Table 2. As seen in Table 2, 67.4% of the participants are male and 32.6% are female. Of the participants, 65.5% are married and 28.9% are single. When the education level of the participants is examined, it is seen that 54.5% have

an undergraduate/graduate degree, 18.5% are high school graduates and 13.5% have an associate's degree. On the other hand, 30.7% of the participants are workers and 30% are civil servants. Finally, 45.3% of the participants have a monthly income of 3001-7000TL, 17.6% 1001-3000TL and 16.4% 1000TL and less.

Table 2. Findings on the Demographic Information of the Participants

		n	%
Gender	Female	141	32.6
	Male	292	67.4
Total		433	100
Marital Status	Single	125	28.9
	Married	301	69.5
	Divorced	7	1.6
Total		433	100
Education Level	Primary school	21	4.8
	Middle school	38	8.8
	High school	80	18.5
	Associate's	58	13.4
	Undergraduate/graduate	236	54.5
Total		433	100
Occupation	Worker	133	30.7
	Civil servant	130	30.0
	Housewife	46	10.6
	Student	56	12.9
	Self-employed	66	15.2
Total		433	100
Income level	1000TL and Less	71	16.4
	1001-3000TL	76	17.6
	3001-7000TL	196	45.3
	7001-10.000TL	68	15.7
	10.000TL and More	22	5.1
Total		433	100

3.2. Findings on the Participants' Political Participation Levels

In this part of the study, the findings on the political participation levels of the participants are presented. In this context, the findings regarding the frequency and percentage values calculated for the responses given to the questions asked about the participants' political participation level and loyalty to the leader are given in Table 3.

Table 3. Findings on the Participants' Political Participation Level and Loyalty to the Leader

Statements	n	%	X	SS
Political Participation Level				
I'm not very interested in politics	127	29.3		
I only vote	139	32.1		
Apart from voting, I watch politics on TV and talk about politics.	109	25.2	2.24	1.056
I actively participate in politics	50	11.5		
I have a high level of participation in politics	8	1.8		
Loyalty to the Leader				
Very weak	27	6.2		
Weak	55	12.7		
Undecided	112	25.9	3.50	1.129
Strong	154	35.6		
Very strong	85	19.6		
Total	433	100.0		

As seen in Table 3, 32.1% of the participants only vote, 29.3% are not very interested in politics, and 25.2% engage in political discussions and watch politics on TV in addition to voting. Furthermore, it is seen that 35.6% of the participants have strong loyalty to the leader, 25.9% are undecided and 19.6% have very strong loyalty.

3.3. Findings on the Participants' Use of Mass Media

In this part of the study, the findings on the participants' use of mass media are presented. In this context, the findings on the frequency and percentage values calculated for the responses given to the question asked about how many times in a week the participants use important mass media such as television, internet, magazines, radio and social media are given in Table 4. When the frequency of use of television, one of the mass media, of the participants was examined, it was determined that 30.7% used it every day and 29.3% used it 1-2 days a week.

Table 4. Findings on the Participants' Frequency of Using Mass Media

Mass Media	I never use		1-2 days a week		3-4 days a week		5-6 days a week		Every day			
	X	SS	n	%	n	%	n	%	n	%		
Television	3.20	1.439	51	11.8	127	29.3	74	17.1	48	11.1	133	30.7
Internet	3.97	1.328	23	5.3	66	15.2	52	12	53	12	239	55.2
Magazine	1.91	1.160	208	48	135	31.2	41	9.5	21	4.8	28	6.5
Radio	2.11	1.248	173	40	145	33.5	50	11.5	26	6	39	9
Social media	3.89	1.427	40	9.2	59	13.6	48	11.1	46	10.6	240	55.4

As seen in Table 4, 55.2% of the participants use mass media every day and 15.2% use 1-2 days a week. On the other hand, 48% of the participants never read magazines. In addition, it is seen that only 9% of the participants listen to the radio every day and 40% do not listen to the radio. Finally, it is seen that 55.4% of the participants use social media every day.

3.4. Findings on the Participants' Ways of Political Participation

In this part of the study, the findings on the participants' ways of political participation are presented. When the findings on the participants' ways of political participation given in Table 5 are examined, it is seen that 94.5% of the participants have voted in a political election, 90.3% have not occupied any position in a political party and 76.7% have not been involved in the activities of any NGOs or similar organizations.

Table 5. Findings on the Participants' Ways of Political Participation

Items	Yes		No		X	SS
	n	%	n	%		
I have voted in a political election	409	94.5	24	5.5	1.06	0.229
I have occupied a position in a political party	42	9.7	391	90.3	1.90	0.296
I took part in the activities of all kinds of NGOs and similar organisations (associations, foundations, communities, unions, cooperatives, etc.).	101	23.3	332	76.7	1.77	0.423
I have served in the city council/youth council.	24	5.5	409	94.5	1.94	0.229
I want to be actively involved in politics in the future	126	29.1	307	70.9	1.71	0.455
I write a petition to the municipality or similar authorities regarding any problem I have experienced	253	58.4	180	41.6	1.42	0.493
I share posts with political content (visuals, video, music, comment, etc.) on the social media	103	23.8	330	76.2	1.76	0.426
I watch political programs on television	262	60.5	171	39.5	1.39	0.489
I watch political campaign advertisements aired on television by political parties	197	45.5	236	54.5	1.55	0.499
I follow the current news and columns about politics in the newspaper.	156	36.0	277	64.0	1.64	0.481
I learn about current political issues and share my knowledge with people around me	231	53.3	202	46.7	1.47	0.499
I try to persuade the people around me to vote for the political party and candidate I support	137	31.6	296	68.4	1.68	0.466
I express my opinion by participating in the surveys conducted during the election periods	177	44.09	256	59.1	1.59	0.492
I attend political panels, discussions, conferences and meetings as a listener	104	24.0	329	76.0	1.76	0.428
I have taken part in the election campaign of a political party/candidate	74	17.1	359	82.9	1.83	0.377
I have attended a rally, demonstration, march etc. of a political party	136	31.4	297	68.6	1.69	0.465

Continuation of Table 5

I have taken part in an online protest	51	11.8	382	88.2	1.88	0.323
I have participated in a mass walkout	60	13.9	373	86.1	1.86	0.346

As seen in Table 5, 70.9% of the participants will not be interested in actively engaging in politics in the future, 76.2% avoid sharing any political content on social media and 60.5% watch political programs on television. In addition, Table 4 shows that political advertisements on television (54.5%), newspaper and column articles (64%), candidate campaigns (82.9%), political conferences (76%) and surveys (59.1%) do not have a significant impact on the political participation behaviours of Gen Y voters. Furthermore, it is determined that 53.3% of the participants share their political knowledge with the people around and 58.4% contact relevant public institutions and organizations when facing an issue. Finally, it is seen that 68.6% of the participants have not attended any political rallies, demonstrations or marches, 88.2% have not participated in any protest actions online, and 86.1% have not participated in a mass walkout.

3.5. Factor Analysis, Validity, Correlation and Reliability Analysis Results

The EFA (Exploratory Factor Analysis) test was conducted to determine the factor structure and construct validity of the Political Participation Scale (PPS). For the EFA test, first, the direct oblique rotation test and the principal component method were selected and the test was carried out. Büyüköztürk (2011) states that it is correct to use the direct oblique rotation method when there is a relationship between the factors, while the principal components method is one of the most frequently used methods in studies (Büyüköztürk, 2011: 126).

It is seen in Table 6 that the KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) value is 0.927. A value above 0.50 is considered acceptable for the adequacy of the sample size, while a value of 0.80 or above is considered excellent (Field, 2009: 647; Tavşancıl, 2005: 29-31). Thus, the KMO value obtained from the EFA test indicates the adequacy of the sample size. Furthermore, KMO values were calculated for each item and the smallest KMO value was found to be 0.845. The Bartlett test value (Bartlett Sphericity ($\chi^2(105) = 5958.101$; $p < 0.05$) obtained from the EFA test can be seen in Table 6. The Bartlett Test result shows that the items are suitable for factor analysis and that the correlation values are large enough for the EFA test.

As a result of the EFA test, it was determined that PPS consisting of 16 items has two sub-dimensions and these two sub-dimensions explain 71.399% of the total variance. The first sub-dimension explains 14.764% of the variance while the second sub-dimension explains 56.635% of it. In addition, the 5th item in PPS with a factor loading below 0.40 was removed from the scale. In Table 6, the distribution of the items used in the Political Participation Scale to the sub-dimensions and the factor loading values of each item are given.

Table 6. Results of the EFA

Items	Factor Loading Value	Factor Eigenvalue	Common Variance	Explained Variance	Bartlett's χ^2 (105)	KMO			
Political Product									
PPS 1	.770	2.215 (%14.764)	.615	71.399	5958.101 (p<0.05)	0.927			
PPS 2	.876		.740						
PPS 3	.869		.762						
PPS 4	.864		.763						
Digital Marketing									
PPS 6	.754	8.495 (%56.635)	.572						
PPS 7	.799		.603						
PPS 8	.809		.680						
PPS 9	.775		.659						
PPS 10	.894		.795						
PPS 11	.943		.822						
PPS 12	.910		.787						
PPS 13	.818		.730						
PPS 14	.784		.710						
PPS 15	.886		.763						
PPS 16	.835		.708						

As a result of the factor analysis performed, it was determined that PPS consists of two sub-dimensions (political product, digital marketing) and the first sub-dimension has 4 items (1-4 items), while the second sub-dimension has 11 items (6-16 items). While the smallest factor loading value was found to be 0.754 (PPS6), the highest factor loading value was found to be 0.943 (PPS11). In this context, as the validity of the items with a factor loading value over 0.40 is accepted as ideal (Field, 2009: 666), the items can be said to make important contributions to their respective sub-dimensions.

After the factor analysis of the data, before starting the analysis of the data, it is necessary to examine whether the data are normally distributed in order to decide which tests to use. To this end, kurtosis and skewness values are examined. There are two different ranges accepted in the relevant literature to test the assumption of normal distribution. In the first range, a value in the range of ± 2 for skewness and kurtosis coefficients is considered to be an indicator of normal distribution (George and Mallery, 2010: 231) while in the second, the value should be in the range of ± 1.5 (Tabachnick and Fidell, 2013: 618). In this context, it can be observed from the results of the normality tests presented in Table 7 that the calculated skewness (-0.782) and kurtosis (0.432) coefficients fall within the specified ranges. Furthermore, as observed in Table 7, according to the calculated alpha coefficient (0.945) for the reliability of the scale is high (Özdamar, 2004: 633).

Table 7. Normality, Reliability and Correlation Results of the Political Participation Scale

Normality and Reliability Analysis				
		Statistic	Std. Error	Cronbach's Alpha
Political Participation Scale	Skewness	-.782	.117	.945
	Kurtosis	.432	.234	
Pearson Correlation Analysis				
		Political Participation Behaviour	Political Product	Digital Marketing
Political Participation Behaviour	r	1	.595 (0.000)	.976 (0.000)
Political Product	r		1	.420 (0.000)
Digital Marketing	r			1

According to the results of the Pearson correlation analysis seen in Table 7, there is a positive, medium and significant correlation between the political participation behaviour of the voters and the sub-dimensions of the political participation scale (political product and digital marketing). There is a significant positive and strong correlation ($r=0.595$; $p<0.05$) between political participation behaviour and the political product and a significant positive and very strong correlation ($r=0.976$; $p<0.05$) between political participation behaviour and digital marketing. Furthermore, a significant positive and medium correlation ($r=0.420$; $p<0.05$) was found between the sub-dimensions of the political participation scale ($r=.420$; $p<0.05$).

3.6. Findings on the Items in the Political Participation Scale

In this part of the study, the frequency and percentage values for the items in the political participation scale are given in Table 8. When the political product factor is examined, it is seen that the candidate himself/herself is influential on the political participation of 63% of the participants, the candidate's ideology on the political participation of 58% of the participants, the activities of the party on the political participation of 61.7% of the participants and the party's ideology on the political participation of 53.3% of the participants.

Table 8. Findings on the Items in the Political Participation Scale

Items	X	SS	Very Unimportant		Unimportant		Undecided		Important		Very Important	
			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
			Political Product Factor									
Candidate himself/herself	4.43	.94	12	2.8	14	3.2	24	5.5	110	25.4	273	63
Candidate's ideology	4.38	.90	8	1.8	16	3.7	31	7.2	127	29.3	251	58
Party's promises	4.43	.90	10	2.3	14	3.2	22	5.1	120	27.7	267	61.7
Party's ideology	4.27	1.00	14	3.2	18	4.2	38	8.8	132	30.5	231	53.3

Continuation of Table 8

Digital Marketing Product												
Public opinion survey results	3.37	1.26	46	10.6	63	14.5	101	23.3	131	30.3	92	21.2
The probability of the candidate winning the election	3.37	1.35	56	12.9	67	15.5	81	18.7	119	27.5	110	25.4
The effectiveness of the political campaign	3.49	1.24	38	8.8	59	13.6	94	21.7	135	32.1	107	24.7
Face-to-face interviews with voters	3.75	1.25	34	7.9	47	10.9	63	14.5	139	32.1	150	34.6
Television broadcasts	3.60	1.26	41	9.5	48	11.1	74	17.1	150	34.6	120	27.7
Newspapers / magazines	3.41	1.26	48	11.1	54	12.5	96	22.2	141	32.6	94	21.7
Radio broadcasts	3.29	1.27	54	12.5	61	14.1	107	24.7	129	29.8	82	18.9
Internet	3.84	1.23	36	8.3	31	7.2	59	13.6	146	33.7	161	37.2
Social media	3.96	1.24	34	7.9	37	8.5	53	12.2	140	32.3	169	39
Brochures, posters, advertisements, photographs, films	3.38	1.32	51	11.8	68	15.7	88	20.3	117	27.0	109	25.2
Rallies and demonstrations	3.46	1.35	53	12.2	55	12.7	90	20.8	109	25.2	126	29.1

When the items related to the digital marketing factor in Table 8 are examined, it is seen that the most important influence on the political participation behaviours of 539 participants comes from social media, followed by internet (37.2%) and television broadcasts (34.6%), face-to-face interviews (34.6%), newspapers/magazines (32.6%), political campaigns (32.1%), public survey results (30.3%), rallies/demonstrations (29.1%)) and the probability of the candidate winning the election (27.5%).

3.7. The Effect of Education Level on the Participants' Perceptions of the Political Participation Scale

The findings regarding the effect of education level on the participants' perceptions of the political participation scale are given in Table 9.

Table 9. The Effect of Education Level on the Participants' Perceptions of the Political Participation Scale

Factors	Education Level	n	X	SS	F	p	Significance Level
Political Participation	Primary school (1)	21	3.92	0.94	5.912	0.000*	4>5
	Middle school (2)	38	3.90	0.71			
	High school (3)	80	3.84	.84			
	Associate's (4)	58	4.08	0.78			
	Undergraduate and Graduate (5)	236	3.55	0.91			

Continuation of Table 9

Political Product	Primary school (1)	21	4.22	0.86	2.058	0.085	Insignificant
	Middle school (2)	38	4.30	0.68			
	High school (3)	80	4.25	0.81			
	Associate's (4)	58	4.61	0.51			
	Undergraduate and Graduate (5)	236	4.38	0.85			
Digital Marketing	Primary school (1)	21	3.83	1.04	6.803	0.000*	1>5; 2>5
	Middle school (2)	38	3.77	0.89			
	High school (3)	80	3.72	0.97			
	Associate's (4)	58	3.93	0.95			
	Undergraduate and Graduate (5)	236	3.29	1.10			

In this part of the study, it was determined that the participants' perceptions of the political participation scale vary significantly depending on their education level ($F=5.912$; $p<0.05$). According to the results of the TUKEY test, which was conducted to determine the source of this difference, the perceptions of the participants with an associate's degree ($X=4.08$) are significantly higher than those of the participants with an undergraduate/graduate degree ($X=3.53$). The difference between these two groups of participants was found to be insignificant for the political product factor ($F=2.058$; $p>0.05$). However, it was determined that the participants' perceptions of the digital marketing factor varied significantly depending on their education level ($F=6.803$; $p<0.05$). When the source of this difference was examined, it was found that the perceptions of the participants who are primary school graduates about digital marketing ($X=3.83$) are significantly higher than those of the participants with an undergraduate/graduate degree ($X=3.01$) and the perceptions of the participants who are middle school graduates ($X=3.77$) are significantly higher than those of the participants having an undergraduate/graduate degree ($X=3.29$).

3.8. The Effect of Gender on the Participants' Perceptions of the Leader and Mass Media

In this part of the study, the findings on whether the participants' perceptions of the leader and mass media vary significantly depending on gender are presented in Table 10. It is seen in Table 10 that the participants' perceptions of the leader vary significantly depending on gender ($(t_{431})=-3.216$; $p<0.05$). The male participants' perceptions of the leader ($X=3.62$) are significantly higher than those of the female participants ($X=3.25$).

Table 10. Findings on the Effect of Gender on the Participants' Perceptions of the Leader and Mass Media

Variables	Groups	N	X	ss	t-Test		
					t	sd	p
Loyalty to the leader							
Loyalty to the Leader	Female	141	3.25	1.10	-3.216	431	0.001*
	Male	292	3.62	1.12			
Frequency of using mass media to reach information about political issues							
Television	Female	141	2.99	1.47	-2.052	431	0.041*
	Male	292	3.29	1.41			
Radio	Female	141	1.74	1.05	-4.581	332.38	0.000*
	Male	292	2.38	1.29			
Magazine	Female	141	1.67	1.03	-2.912	431	0.004*
	Male	292	2.02	1.20			
Internet	Female	141	3.78	1.36	-2.050	431	0.041*
	Male	292	4.06	1.30			
Social Media	Female	141	3.68	1.49	-2.167	431	0.031*
	Male	292	4.00	1.38			

Note: * denotes a significance level of 5% (0.05).

As seen in Table 10, the participants' perceptions of television vary significantly depending on gender ($t_{431}=2.052$; $p<0.05$). The male participants' perceptions of television ($X=3.29$) are significantly higher than those of the female participants ($X=2.99$). In addition, the participants' perceptions of radio ($t_{431}=4.581$; $p<0.05$), magazines ($t_{431}=-2.912$; $p<0.05$), internet ($t_{431}=2.050$; $p<0.05$) and social media ($t_{431}=2.167$; $p<0.05$) were also found to vary depending on gender.

3.9. The Effect of Income Level on the Participants' Perceptions of their Political Behaviours

Findings on the effect of income level on the participants' perceptions of their political behaviours are presented in Table 11.

Table 11. Findings on the Effect of Income Level on the Participants' Perceptions of Political Behaviours

Variables	Income Level	n	X	SS	F	p	Significance Level
Political Participation	1000 TL and less (1)	71	3.86	0.85	1.111	0.351	Insignificant
	1.001-3.000 (2)	76	3.74	0.96			
	3.000-7.000 (3)	196	3.73	0.87			
	7.001-10.000 (4)	68	3.60	0.82			
	10.000 and more (5)	22	3.50	1.05			
Political Product	1000 TL and less (1)	71	4.41	0.65	1.006	0.404	Insignificant
	1.001-3.000 (2)	76	4.30	0.93			
	3.000-7.000 (3)	196	4.41	0.76			
	7.001-10.000 (4)	68	4.40	0.73			
	10.000 and more (5)	22	4.09	1.14			
Digital Marketing	1000 TL and less (1)	71	3.70	1.07	1.165	0.326	Insignificant
	1.001-3.000 (2)	76	3.56	1.10			
	3.000-7.000 (3)	196	3.53	1.05			
	7.001-10.000 (4)	68	3.37	1.05			
	10.000 and more (5)	22	3.27	1.15			

As seen in Table 12, the participants' perceptions of their political behaviours do not vary significantly depending on their income level ($F=1.111$; $p>0.05$). In this regard, their perceptions of the political product factor ($F=1.006$; $p>0.05$) and the digital marketing factor ($F=1.165$; $p<0.05$) were found to not vary significantly depending on income level.

Table 12. The Results of the Hypothesis Regarding the Effect of Different Factors on the Participants' Perceptions of the Political Participation Scale

Hypotheses	Result
H1 Gen Y voters' perceptions of the political product vary significantly depending on their income level.	Rejected
H2 Gen Y voters' perceptions of digital marketing elements vary significantly depending on their income level.	Rejected
H3 Gen Y voters' perceptions of the political product vary significantly depending on their education level.	Rejected
H4 Gen Y voters' perceptions of digital marketing elements vary significantly depending on their education level.	Accepted
H5 Gen Y voters' perceptions of the degree of loyalty to the person/leader vary significantly depending on their gender.	Accepted
H6 Gen Y voters' perceptions of the frequency of using mass media vary significantly depending on their gender.	Accepted

RESULTS AND SUGGESTIONS

The factors affecting voter behaviours are very important for political parties and candidates because of their importance in shaping election results and political strategies. These factors provide valuable information about voters' motivations, preferences and priorities. By understanding these effects, political actors carry out political marketing campaigns by adapting their campaigns, messages and policy agendas to different voter groups. Knowledge about the factors affecting voters' political participation behaviours allows political actors to strengthen their existing supporters, persuade undecided voters, prioritize important issues and develop long-term strategies that are aligned with the evolving wants and needs of voters.

Political participation is an essential element of democratic societies and is crucial in understanding the factors that encourage or hinder the participation of conservative voters. The current study aims to examine the factors affecting the political participation behaviour of conservative voters. The study also explores the impact of political products and digital marketing on the political participation behaviour of voters. This study can make important contributions to policymakers, political parties and academics by providing valuable information on the factors that motivate or hinder the political participation of conservative voters. The contribution of the study to the literature is its comprehensive analysis of the multifaceted factors that affect the political participation behaviour of conservative voters.

As a result of the analyses made, it can be said that the political participation behaviour of Gen Y voters in terms of using mass media for active political participation is not at the desired level. Many of them only vote. There are many participants not interested in politics. Therefore, it is recommended that political parties and candidates develop more effective communication strategies to attract young voters and encourage them to participate in different ways. In addition, it was found in the current study that loyalty to the leader is considerably high (55.2%). This shows that political actors need to make more efforts to gain the trust of Gen Y voters. At this point, it can be stated that it is important to evaluate the potential of mass media to increase political participation and interest because Gen Y voters use the internet intensively.

While 55.2% of the Gen Y voters participating in the current study use the internet every day, 15.2% use it 1-2 days a week. The internet has become an important communication tool among Gen Y voters with its advantages such as quick access to information, easy access to social media, news and other content. Therefore, political parties and candidates should develop strategies to interact with Gen Y voters and inform them over the internet.

The use of social media among Gen Y voters is highly frequent. In the current study, it was revealed that 55.4% of the participants use social media every day. In this respect, social media is an important platform to reach Gen Y voters and to communicate political messages interactively. Political parties and candidates can shape their social media strategies to address the needs and desires of Gen Y voters, participate in discussions and use these platforms effectively to mobilize Gen Y voters.

Political participation refers to the active participation of individuals in political processes. Education level generally reflects an individual's level of knowledge, skills and social capital. Studies in the literature show that education level has a positive effect on political participation. It is stated that individuals with higher education levels generally have

more political knowledge, participate more actively in political processes and have a higher level of political participation. In this context, it is a remarkable finding of the current study is that the perceptions of the participants' with an associate's degree about the political participation scale are significantly higher than those of the participants having an undergraduate/graduate degree. This may be because participants with an associate's degree generally have more political knowledge, awareness and willingness to participate.

Based on the results obtained in the current study, it can be said that education level has an effect on political participation and digital marketing perception. Participants with an associate's degree approach political participation in a more positive manner. In addition, the participants with primary and middle education have a more positive perception of digital marketing. These findings show that political parties should develop strategies to increase the political participation of young people and to communicate more effectively on digital platforms, taking into account their educational level. In particular, the use of digital marketing tools should be made more widespread among Gen Y voters and customized communication approaches should be adopted according to education level.

The participants' perceptions of loyalty to the leader and mass media vary significantly depending on gender. It was determined that the male participants' perceptions of party programs, television, radio, magazines, internet and social media are more positive than those of the female participants. Moreover, the male participants' loyalty to the leader was found to be significantly higher than that of the female participants. This shows that the male participants have a higher level of trust and support for party leaders than the female participants. However, it was determined that the participants' perceptions of their political behaviours do not vary significantly depending on their income level. In other words, the income levels of the participants do not have a determining effect on their perceptions of their political behaviours.

The results of the study show that the level of political participation of Gen Y voters is insufficient and they are generally only active at the level of voting. Therefore, political parties and candidates should develop more effective communication strategies in order to attract the attention of Gen Y voters and explore different participation methods.

Gen Y individuals use the internet intensively and therefore it is important to use digital platforms such as internet and social media effectively in political communication. Education level is effective on political participation and digital marketing perception, and the participants with an associate's degree approach political participation in a more positive manner. These findings emphasize that political parties should develop customized communication strategies to increase the political participation of Gen Y voters and to be more effective in digital communication. Moreover, political parties and candidates should use the right communication strategies in order to reach and attract Gen Y voters. If political actors take into consideration the fact that Gen Y individuals use mass media intensively, they can increase the effectiveness of their political communication strategies and campaigns in terms of reaching voters. As a result, political parties and candidates can increase their electoral success and engage effectively with voters in democratic processes by considering the factors that shape the behaviours of voters.

Research and Publication Ethics Statement

I confirm that this work is original and has not been published elsewhere nor is it currently under consideration for publication elsewhere.

Contribution Rates of Authors to the Article

This article was prepared by a single author.

REFERENCES

- Abadan, N. and A. N. Yücekök (1966). "1961–1965 Seçimlerinde Büyük Şehirlerde Gelir Durumuna Göre Oy Verme Davranışları". *Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21 (4), 103-117.
- Akdemir, A., G. Konakay and H. Demirkaya (2013). "Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması". *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 11-42.
- Armutcu, B. and A. Mavi (2022). "Göçmenlerin Seçmen Davranışında Politik Pazarlama Unsurlarının Etkisi: Suriyeli Göçmenler Üzerine Bir İnceleme". *Journal of Emerging Economies and Policy*, 7 (2) 308-324.
- Armutcu, B. and A. Tan (2020). "Türkiye'de Dijital Politik Pazarlama". *International Journal of Business and Economic Studies*, 2 (1), 1-14.
- Armutcu, B. and Tan, A. (2022). *Politik Pazarlama ve Ekonomi*. Ankara: Orion Yayınevi.
- Armutcu, B. and A. Tan (2023). "Seçmenlerin Siyasal Davranışları Üzerinde Etkili Olan Faktörler: X-Y-Z Kuşakları Üzerine Bir Araştırma". *Neveşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13 (1), 20-40.
- Ay, P. H. and N. Çağlar (2019). "Seçmenin Siyasal Reklamlara Yaklaşımı: Şüphencilik Bakımından Kuşaklar Arası Bir İnceleme". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (70), 943-963.
- Bilgili, H.A. and B. Çetin (2020). "Siyasi Liderlerden Beklenen Liderlik Özellikleri: X ve Y Kuşağı Bağlamında Nitel Bir Araştırma". *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), 135-151.
- Brown, S., B. Carter, M. Collins, C. Gallerson, G. Giffin, J. Greer, R. Griffith, E. Johnson and K. Richardson (2009). *Generation Y In The Workplace. The Bush School Of Government And Public Service Research Report*. <https://hdl.handle.net/1969.1/96998> (08.07.2023).
- Büyükoztürk, Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüktosunoğlu, T. (2013). *Selçuk ve Dicle Üniversitesi Öğrencilerinin Siyasal Katılma Davranışları Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Çetin, Z. and M. Karabulut (2023). "Y Kuşağına Yönelik Politik Pazarlama Stratejilerinin Geliştirilmesi". *Management*, 3, 61-81.
- Divanoğlu, S. U. (2017). "Kuşak Farklılıklarının Politik Pazarlama ve Siyasal İletişim Açısından Değerlendirilmesi". *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 12 (31), 265-278.

- Dursun, D. and Altunoğlu, M. (2013). *Siyaset Bilimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Erdoğan, M. (2019). *X-Y-Z Kuşakları ve Siyasal Katılımda Rol Oynayan Faktörler*. Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Fair, R. C. (1978). "The Effect Of Economic Events On Votes For President". *The Review of Economics and Statistics*, 60 (2), 159-173.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*. London: SAGE.
- George, D., and M. Mallery (2010). *SPSS For Windows Step By Step: A Simple Guide And Reference*. 17.0 update (10a ed.) Boston: Pearson
- Gökçe, A.F, (2013). "Gaziantep, Siyasi Partilerde Parti İçi Demokrasi ve Disiplin Algısı: Türkiye". *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi/Journal of Academic Researches and Studies*, 5 (9), 65-79.
- Görgülü, B. (2018). *Gençlerin Siyasal Katılımın Sürecinde Sosyal Medyanın Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Hafızoğlu, Y. (2021). "Z Kuşağı Seçmen Davranışları". *International Journal of Education and New Approaches*, 4 (2), 141-164.
- Kahraman, A. B. (2011). *Siyasal Katılımın Sosyolojik Analizi*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kalaycıoğlu, E. (1983). *Karşılaştırmalı Siyasal Katılma, Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları.
- Kışlalı, A. T. (1995). *Siyasal Çatışma ve Siyasal Uzlaşma*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Limanlılar, M. (1991). "Siyasal Pazarlama". *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 5 (39), 29-39.
- Mailhamu, A. (2019). *Siyasal Pazarlama Uygulamalarının Y Kuşağının Üzerindeki Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.
- Marien, S., M. Hooghe and E. Quintelier (2010). "Inequalities In Noninstitutionalised Forms Of Political Participation: A Multi-Level Analysis Of 25 Countries". *Political Studies*, (58), 187-213.
- Mueller, J. (1970). "Presidential Popularity From Truman to Johnson". *American Political Science Review*, 64, 18-34
- Mutlu, A. (2005). *Kurumsallaşmış Demokrasilerdeki Siyasi Partiler Sistemi ile Ülkemizdeki Siyasi Partiler Sisteminin Karşılaştırmalı Değerlendirilmesi Ve Özgün Model Arayışlar*. Uzmanlık Tezi. İçişleri Bakanlığı Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı. Ankara.
- Niemi, R. G., D. Ross and J. Alexander (2001). "The Similarity Of Political Values Of Parents And College: Age Youths". *Public Opinion Quarterly*, 42 (4), 503-520.
- Özbudun, E. (1975). *Türkiye'de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma*. Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.

- Özdamar, K. (2004). *Tabloların Oluşturulması, Güvenirlilik ve Soru Analizi. Paket Programlarla İstatistiksel Veri Analizi-1*. 5th ed. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Öztürk, O. (2020). *Aile Kurumunun Z Kuşağının Siyasal Katılım Davranışına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, T.C. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Tabachnick, B. G. and L. S. Fidell (2013). *Using Multivariate Statistics*. (Sixth edition). United States: Pearson Education.
- Tan, A. (1998). *Politik Pazarlama ve Kahramanmaraş Örneği*. Doktora Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Tan, A. (2002). *İlke ve Uygulamalarıyla Politik Pazarlama*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Tavşancıl, E. (2005). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi (2. bs)*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Topcu, A. (2006). *Siyasal Karar Alma Organları Üzerinde Çıkar ve Baskı Gruplarının Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Topgül, Ç. (2015). *Y Nesli Üzerine Sosyolojik Bir Analiz*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Turan E. and Temizel M. (2015). *Türkiye’de Seçmen Davranışı*. Konya: Kömen Yayınları.
- Twenge, J. M. (2009). *Ben Nesli*. İstanbul: Kaknüs Yayınevi.
- Uluç, A. V. (2007). *Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin Toplumsal ve Siyasal Yapısı Mardin Örneği’nde Siyasal Katılım*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ventura, R. (2001). “Family Political Socialization In Multiparty Systems”. *Comparative Political Studies*, 34 (6). 666-691.
- Yüksek Seçim Kurulu (2023). *2023 Seçimlerinde Kayıtlı Seçmen*, <https://vergiyalgi.com/2023-secimlerinde-kayitli-secmenin-34-37si-35-yas-alti-13-87si-65-yas-uzerinden-olustu> (08.07.2023).

TÜRKİYE'DE ENFLASYON HEDEFLEMESİ VE GENİŞLETİLMİŞ TAYLOR KURALININ 2008-2023 YILLARI ARASINDA GEÇERLİLİĞİNİN TEST EDİLMESİ

Ali DOĞDU¹

Öz

Ekonomi literatüründe meydana gelen değişimler uygulamada para politikalarının hangi çerçevede olması gerektiğine yardımcı olmaktadır. Bu politikaların ise kurala dayalı mı yoksa ihtiyari bir politika olması gerektiğini çeşitli yollarla zamansal çerçevede birçok iktisatçı incelemiştir. İhtiyari politikaların zaman tutarsızlığı gibi nedenlerden dolayı etkin olamayacağı konusunda görüşler bulunmaktadır. Kurala dayalı uygulanacak politikaların ise nasıl olacağı konusunda farklı öneriler gündeme gelmiş ve literatürde geniş bir şekilde yer bulmuştur. Kurala dayalı politikalardan birisi de Taylor Kuralı'dır. Taylor Kuralı, Merkez Bankalarının kısa vadeli faiz oranının (Politika faiz oranlarının), enflasyonun ve hasılanın hedeflenen bir seviyede devam etmesini sağlamak amacıyla sıkça kullanılan para politikası kuralı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada amaç olarak literatürde Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası para politikalarının Genişletilmiş Taylor Kuralı tepki fonksiyonunu kullanarak istatistiksel olarak geçerli olup olmadığını araştırmaktır. Bu bağlamda TCMB Politika faiz oranları-Tüketici Fiyatları Endeksi ve dolar/TL Döviz Kuru 2008-2023 dönemine ait aylık veriler kullanılarak VAR modeli kullanılarak incelenmiştir. Genişletilmiş Taylor Kuralı minimalinde, enflasyon, üretim ve döviz kuru değişkenlerinin merkez bankası faiz değişkenine pozitif tepki vermesi beklenmektedir. Gerçekleştirilen etki-tepki fonksiyonları incelendiğinde, değişkenlerin oluşan şoklara pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı tepkiler vermedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle Taylor Kuralı çerçevesinde incelendiğinde kuralın geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Taylor Kuralı
Enflasyon
Faiz Oranı
Vektör Otoregresyon Modeli (VAR)

Makale Hakkında

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi : 08.09.2023
Kabul Tarihi : 09.10.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357546

¹ Doktora Öğrencisi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Araştırma Enstitüsü, Ekonomi Anabilim Dalı, e-posta: ali.dogdu@emu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0556-8255.

TESTING THE VALIDITY OF INFLATION TARGETING AND EXTENDED TAYLOR RULE IN TURKEY BETWEEN 2008-2023

Abstract

The changes occurring in the economic literature help in what framework monetary policies should be in practice. Many economists have examined whether these policies should be rule-based or discretionary in various ways and within a temporal framework. There are opinions that discretionary policies may not be effective due to reasons such as time inconsistency. Different suggestions have come to the fore about how rule-based policies will be implemented and have been widely covered in the literature. One of the rule-based policies is the Taylor rule. Taylor Rule is a monetary policy rule frequently used by Central Banks to ensure that short-term interest rates (policy interest rates), inflation and output continue at a targeted level. The aim of this study is to investigate whether the monetary policies of the Central Bank of the Republic of Turkey in the literature are statistically valid by using the Extended Taylor Rule response function. In this context, CBRT Policy interest rates-Consumer Prices Index and Dollar/TL Exchange Rate were examined using the VAR model using monthly data for the period 2008-2023. In the Extended Taylor Rule minimal, the positive reaction of inflation, production and exchange rate variables to the central bank interest variable. The realised action-reaction ranges change, variables continue to respond positively and significantly to the shocks they generate. Therefore, when examined within the framework of the Taylor Rule, it is concluded that the rule is not valid.

Keywords

Taylor Rule
Inflation
Interest Rate
Vector Autoregression Model (VAR)

Article Info

Research Article

Received : 08.09.2023
Accepted : 09.10.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357546

Kaynakça Gösterimi: Doğdu, A. (2023). Türkiye’de Enflasyon Hedeflemesi ve Genişletilmiş Taylor Kuralının 2008-2023 Yılları Arasında Geçerliliğinin Test Edilmesi. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 166-183.

Citation Information: Dogdu, A. (2023). Testing the Validity of Inflation Targeting and Extended Taylor Rule in Turkey Between 2008-2023. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 166-183.

GİRİŞ

Ekonomide süreç içerisinde meydana gelen değişimler iktisat politikalarının oluşumunda para politikasının en temel araç olarak kullanılmasını yıllardır devam ettirmektedir. Merkez bankalarının uygulamış oldukları para politikaları, faiz oranı, reeskont oranı gibi çeşitli araçlarla müdahaleler yapabilmeleri olarak özetlenebilir. Genel olarak Merkez bankalarının, fiyat istikrarı, istihdamın doğal seviyesine getirilmesi, ekonomik büyüme, finansal piyasalarda derinleşme ve istikrar gibi amaçlarına yönelik olarak bazı parasal araçları/enstrümanları kullanması gerekebilmektedir (Doğdu, 2019: 41). Bu çerçevede, para politikaları, faiz oranları ile yönlendirilebilirken literatürdeki yerini uzun yıllardır korumaktadır. Ekonomik şartlarda meydana gelen değişim ve gelişmeler para politikalarının da içeriksel olarak farklılaşmasını ve öneminin artmasını sağlamıştır. Merkez bankalarının bu noktada ekonomilerdeki rolü artarak fiyat istikrarı çerçevesinde enflasyonu negatif eğilime çevirebilmesi kendi lehine işlevsellik ve saygınlık gibi olgularını artırmıştır.

Enflasyonla mücadele çerçevesinde her bir ülke kendi gelişmişlik düzeylerine göre Merkez Bankası etkileri farklılaşabilmektedir. Hemen hemen tüm ülkelerde ekonomik açıdan merkez bankaları para ve kredi hacmi gibi temel göstergeleri düzenleyebilecek araç ve olanaklara sahiptir. Ancak bu araçların etkinliği de dönem, hedef ve gelişmişlik gibi faktörler çerçevesinde değişkenlik gösterebilmektedir. Bundan dolayı para politikalarının uygulanması merkez bankalarınca yürütülmektedir. Bu çerçevede parasal otorite (Merkez Bankası) faiz, para ve kur politikalarını eş anlı olarak yürüterek para politikalarını formüle ederek ekonomik dengelerin gerçekleştirilebilmesine yardımcı olmaktadır (Eğilmez ve Kumcu, 2006: 53-54).

Günümüz ekonomilerinde etkin bir para politikasının uygulanabilmesi için, maliye politikası gibi diğer politika ve araçlarla uyumlu bir şekilde çalışması gerekmektedir. Bu durum Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ise daha da önem arz ederek bütünleşik bir şekilde hareket edebilmelerini zorunlu kılmaktadır. Türkiye için baktığımızda, parasal yetki ve politikalar Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından kullanılmaktadır. TCMB 2002 yılından bu yana enflasyon hedeflemesi stratejisini benimserken, bu amaç çerçevesinde kısa vadeli faiz oranları (politika faiz oranı) çerçevesinde belirleme yapmıştır (Özyurt, 2003: 291).

Bu çalışmada da temel varyasyon olan Klasik Taylor Kural'ına döviz kuru ve sanayi üretim endeksi eklenerek Genişletilmiş Taylor Kuralı çerçevesinde Ocak 2008-Ağustos 2023 verileri kullanılarak Türkiye ekonomisi incelenecektir. Genişletilmiş Taylor Kuralı için yapılan analiz sonucunda enflasyon, sanayi üretim endeksi ve döviz kuru değişkenlerinin merkez bankası kısa vadeli faiz oranlarına pozitif tepki vermesi beklenmektedir.

1. Taylor Kuralının Teorik Çerçevesi

Geçmişte sabit döviz kuru ve sabit parasal genişleme araçları benimsenerek para politikası en temel araç olarak kullanılıyordu (Doğdu vd., 2020: 454). İktisat literatüründe bu amaç çerçevesinde uygulanacak politikaların, bir kurala göre mi yoksa ihtiyari olarak belirlenmesi mi gerektiği tartışmaları süregelmıştır. Bu tartışmalar çerçevesinde John B. Taylor (1993) para politikası çerçevesinde bir öneri sunarak, kısa vadeli nominal faiz oranlarının araç olarak kullanılması gerektiğini aynı zamanda enflasyonun ve hasılanın belirlenmiş olan hedefinden sapması durumunda bu faiz oranında değişikliğe gidilmesi gerektiğini

savunmuştur. Taylor kuralının temel çıkış noktası 1970'li yıllara dayanmakta ve bu dönemde yaşanmış olan petrol krizinin enflasyon oranlarını yüksek, büyüme oranlarını düşük düzeylere ulaştırması sonucunda uygulanmış olan para politikaları, geçmişte uygulanan teorik basit para politikaları ile paralel ilerlemiştir.

Taylor 1993 yılında yaptığı çalışmasında tepki fonksiyonunu aşağıdaki gibi tanımlamıştır;

$$i_t = r + \beta_0 + r_t^* + \pi_t + \beta_1(\pi_t - \pi_t^*)\beta_2 \frac{(y_t - y_t^*)}{y_t^*} \quad (1)$$

1 numaralı denklemde i_t kısa dönem nominal faiz oranı, r_t^* reel faiz oranını, π_t fiili enflasyon oranını, π_t^* hedef enflasyon oranını, y_t fiili gayri safi yurtiçi hasılayı, y_t^* tam istihdam denge seviyesindeki potansiyel gayri safi yurtiçi hasılayı temsil ederken, β_1 ve β_2 katsayıları ise enflasyon ve reel gayri safi yurtiçi hasılanın değiştiği noktada merkez bankalarının kısa vadeli faiz politikası ile verdikleri tepkileri göstermektedir (Doğdu, 2019: 63).

Günümüzde hala iktisat literatüründe etkin bir şekilde kullanılan Taylor kuralı, ABD gibi gelişmiş ülkelerin kullanabileceği para politikası kuralı olarak kabul görmüş olmakla birlikte, Taylor'un kendisinin de ifade ettiği gibi, gelişmekte olan ülkeler içinde farklılaştırılarak kullanılabilir. Bu çerçevede açık ekonomilerde gelişmekte olan ülkeler açısından MB hedeflerinin enflasyon, esnek döviz kuru ve para politikası kuralları olarak üçlü bir yapıda gerçekleştirilmesi gerektiği farklı çalışmalarda aktarılmıştır (Doğdu, 2019: 65).

Buna göre açık ekonomilere ait genişletilmiş Taylor Kuralı denklemi (2) ise;

$$i_t = r + \beta_0 + r_t^* + \pi_t + \beta_1(\pi_t - \pi_t^*)\beta_2 \frac{(y_t - y_t^*)}{y_t^*} + \beta_3(e_t - e_t^*) \quad (2)$$

şeklinde gerçekleşmiştir.

2 numaralı denklemde klasik Taylor kuralı denkleminde farklı olarak e_t döviz kurunu, e_t^* denge döviz kurunu ve β_3 ise döviz kurunda meydana gelen açığın faiz oranında meydana gelen açığa tepkisini ifade eden katsayıdır.

2. Literatür

Klasik Taylor Kuralının temel alındığı çalışmaların literatürü incelendiğinde Taylor (1993, 1999), Amerikan Merkez Bankasının para politikasını, çıktı ve enflasyon açısından hedef ve sapmalar çerçevesinde incelemiş ve faiz oranlarının bir kurala bağlı olarak tanımlanabilmesinin mümkün olduğu sonucuna ulaşmıştır. Goodfriend (1993) ise çalışmasında ABD'ye ait enflasyon ve çıktı açığını nominal faiz oranlarıyla yönlendirilebileceği sonucuna ulaşmıştır. Literatür derinlemesine tarandığında Taylor kuralına yönelik ampirik çalışmaların yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Clarida vd. (1998, 2001), Batini ve Haldane (1999), Woodford (2001), Gascoigne ve Turner (2003), Chadha ve Nolan (2007), Shibamoto (2008), Markov ve Nitschka (2013), konu ile ilgili yapılan çalışmaların temelini oluşturması açısından örneklendirilebilir. Arnold ve Vrugt (2012) yapmış oldukları çalışmalarının sonucu çerçevesinde Taylor kuralı tepki fonksiyonunun geçerli olduğu ve politika belirleyicisi olarak kullanılabileceği konusunda fikir sunmuşlardır. 2012 yılında Sghaier Tunus için yapmış olduğu çalışmasında merkez bankasının faiz aracını

kullanırken Taylor kuralı çerçevesinde hareket ettiği sonucuna ulaşmıştır. Bir diğer Taylor kuralı incelemesinde ise 2014'te Barradas çıktı açığı ve enflasyon oranını incelemişler ve tepkisel analiz sonuçlarının etkin olduğunu aktarmışlardır. Zhu ve Chen (2017) ise çalışmalarında Taylor kuralına ait reaksiyon fonksiyonunun asimetrik olduğu sonucuna varmışlardır. Crowley ve Hudgins (2021) yılında ABD ekonomisini incelemişler ve çalışmalarının sonucunda Taylor kuralı fonksiyonunun para politikası kurallarını uygulamakta yeterli olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Türkiye'ye yönelik Taylor Kuralı çalışmalarına bakıldığında; Ongan (2004), Aklan ve Nargeleçekenler (2008), Erdem ve Kayhan (2011)'in yapmış oldukları çalışmalarının sonuçlarına göre Merkez Bankasının faiz oranlarını belirlerken kurala göre hareket ettiği sonucuna ulaşmışlardır. Öte yandan Us (2007), Erdal ve Güloğlu (2005), Kaytancı (2015) yapmış oldukları çalışmalarında Merkez Bankasının politika faizini belirlerken Taylor Kuralına uygun olarak hareket etmediği; bağımsız olduğu sonucuna varmışlardır. 2011'de Lebe ve Bayat Türkiye üzerine yapmış oldukları analiz çerçevesinde Taylor Kuralının geçerli olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Erdoğan (2018), Türkiye için Genişletilmiş Taylor Kuralını analiz ederek, TCMB'nin kararlarında enflasyon açığının etkili olduğunu ancak çıktı açığı ve döviz kuru etkilemediği sonucuna ulaşmıştır. Şeker ve Eroğlu (2022), Türkiye için yapmış oldukları çalışmalarında ise Merkez Bankasının faiz politikalarının belirlerken üretim açığı ve döviz kuru değişkenini dikkate aldığı sonucuna ulaşmışlardır. Taş (2022), 2011-2022 dönemlerine ait verileri kullanarak yapmış olduğu çalışmada Türkiye için faiz oranı değişkeninin Genişletilmiş Taylor Kuralına göre hareket ettiği sonucuna ulaşmıştır. Bulut ve Tokatlıoğlu (2022), yapmış oldukları analiz çerçevesinde Genişletilmiş Taylor Denkleminin Türkiye için geçerli olduğu sonucuna varmışlardır.

Taylor kuralına döviz kuru değişkeninin de eklendiği çalışmalara bakıldığında; Greiber ve Herz (2000), Taylor (2001), Lubik ve Schorfheide (2004), Leitemo ve Söderström (2005), Engel ve West (2006), Chakraborty ve Evans (2008), Mark (2009), Garcia vd. (2011), Chen vd. (2017), Peker ve Sümer-Ladin (2018), Caporale vd. (2018), Yalçinkaya ve Yazgan (2020), Kodaz ve Mangır (2021), Erk vd. (2022), çalışmalarında iktisat literatürüne bu konuda sunmuş oldukları katkı Taylor kuralının geçerli olduğu ve para politikasında faizin belirlenmesinde yarar sağladığı sonucuna ulaşmışlardır. Öte yandan 1997'de Drumetz ve Vendelhan, 2005'te Nelson, 2005'te Cogley ve Sargent, 2006'da Kuzin, 2009'da Lee ve Crowley, 2013'te Kendall ve Ng yapmış oldukları çalışmalarında Taylor Kuralının geçerli olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Türkiye açısından yapılan çalışmalar incelendiğinde; Yazgan ve Yılmazkuday (2004), yine 2004 yılında Berument ve Taşçı, 2007'de Us, 2014'te Ardor ve Varlık, 2015'te Albayrak ve Abdioğlu, 2016'da Özcan, yine 2016'da Bal vd., 2019'da Coşar ve Köse, yine 2019'da Soybilgen ve Eroğlu, 2020'de Yalçinkaya ve Yazgan, 2021'de Pazarcı, 2021'de Akdeniz, yapmış oldukları çalışmalarında Merkez Bankasının Taylor Kuralına uyumlu olarak faiz politikası belirlediği sonucuna ulaşmışlardır. Öte yandan Taş ve Özbek (2021), Kanca (2022), Karagöl ve Doğan (2022), ise yapmış olduğu analizde Türkiye'de Taylor Kuralı tepki fonksiyonunun geçerli olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca Pazarcı ve Akkoç, 2023 yılında yapmış oldukları çalışmalarında TCMB'nin iki farklı başkana ait dönemlerini inceleyerek etki tepki fonksiyonunu tahmin etmişler ve iki alt dönemde de reaksiyon fonksiyonunun farklı değişkenlere farklı şiddette tepki verdiğini gözlemlemişlerdir.

3. Veri, Metodoloji ve Ampirik Bulgular

Bu çalışmada Genişletilmiş Taylor Kuralı çerçevesinde Merkez Bankası politika faiz oranları hangi seviyede tutması gerektiğini tespit edebilmek amacıyla, 2008-2023 (Ağustos) Kısa Vadeli Faiz Oranı (Politika Faizi)-Enflasyon (TÜFE)-Sanayi Üretim endeksi ve ABD doları cinsinden döviz kuru değişkenlerine ait aylık veriler kullanılarak Türkiye ekonomisi üzerine bir inceleme yapılmıştır. Tablo 1’de gösterilen bu veri setindeki değişkenlere TCMB Elektronik Veri Dağıtım Sisteminden ulaşılmıştır.

Tablo 1. Model ve Değişkenler

Değişkenler	Açıklama	Kaynak
dmbfaiz	TCMB Politika Faiz Oranı	TCMB
denf	Tüketici Fiyatları Endeksi	TCMB
duretim	Sanayi Üretim Endeksi	TCMB
dusdkur	Ortalama ABD doları TL karşılığı	TCMB

Çalışmada verilerin analizi için Vektör Otoregresif Modeli (VAR) kullanılarak E-Veivs paket programı aracılığı ile incelenmiştir. VAR modeli, ekonometrik analizlerde sıkça kullanılan ve makroekonomik değişkenlerin arasındaki dinamik ilişkilerin varlığını inceleyen (Lovrinovic ve Benazic, 2004: 30) istatistiksel bir araç olarak literatürde yerini almıştır. VAR modeli analizde kullanılacak olan değişkenlerin salt bir dışsallığa sahip olup olmadığının kesin bilinmediği durumlarda başvurulan bir ekonometrik modeldir. 1980 yılında Sims tarafından geliştirilen VAR modeli, yapısal modelde kısıtlama olmaksızın, seçilen değişkenleri birlikte ele alabilen bir sistem bütünlüğüne sahip olarak inceleyebilmektedir (Özgen ve Güloğlu, 2004: 95).

$$y_t = \alpha + \sum_{i=1}^t \beta_i y_{t-i} + \sum_{i=1}^t \gamma_i x_{i-1} + \varepsilon_{1t} \quad (3)$$

$$x_t = \alpha + \sum_{i=1}^t \beta_i x_{t-i} + \sum_{i=1}^t \gamma_i y_{i-1} + \varepsilon_{2t} \quad (4)$$

Bu model, içinde bulundurduğu tüm değişkenleri hem kendi hem de diğer değişkenlerin gecikmeli değerlerinin üzerine tanımladığı çok boyuta sahip basit bir zaman serisi öngörü modeli olarak bilinmektedir (Tarı, 2010: 452). Denklem 3 ve 4’te yer alan ε rassal hata terimlerini temsil ederek sistemde meydana gelen şokları vermektedir (Sims, 1980: 45). Örneğin; y_t ve z_t gibi iki zaman serisinin olduğu modelde y_t ’nin zaman içerisindeki hareketi, z_t ’yi şimdiki ve geçmiş değerlerinden yine aynı şekilde z_t ’nin zaman içerisindeki hareketi de y_t serisini şimdiki ve geçmişteki değerlerinden etkileyebilmektedir. Buna göre iki değişkene sahip basit bir sistem aşağıdaki şekilde ifade edilir;

$$y_t = b_{10} - b_{12}z_t + y_{11}y_{t-1} + \varepsilon_{yt} \quad (5)$$

$$z_t = b_{20} - b_{21}y_t + y_{21}y_{t-1} + y_{22}z_{t-1} + \varepsilon_{zt} \quad (6)$$

Verilen 5. ve 6. denklemde; y_t ve z_t ’nin durağanlığa sahip olduğu ε_{yt} ve ε_{zt} ’nin σ_y ve σ_z standart sapmalarına sahip olması ve white noise (beyaz gürültü) olduğu $\{\varepsilon_{yt}\}$ ve $\{\varepsilon_{zt}\}$ ’nin

ilişkisiz olarak white noise hata terimlerinin olduğu varsayımsal olarak değerlendirilmektedir (Yamak ve Köseoğlu, 2006: 134).

Kazdağlı 1996'ya göre makroekonomik modellemelerde yer alan değişkenlerin arasında genelde dinamik olarak geriye doğru besleme bulunmaktadır. Sistemdeki herhangi bir zaman serisi, zamanla izlenmiş olduğu trendle, sistemde bulunan diğer serinin trendinden bağımsızlığını tam olarak bilememekteyiz. Bu tarz simetrik etkileşimlerin bulunduğu zaman serilerindeki çok denklemlili olan sistemlerde, VAR yöntemi kullanılabilir (Kazdağlı, 1996: 4). Bu VAR modelleri, birden fazla denklemlerden oluşan zaman serisi modellemeleri için, dışsal ve içsel yarım yapma gereğini ortadan kaldırmakta ve tüm değişkenleri içsel olarak nitelendirmektedir (Tarı, 2010: 451).

Ekonometrik bir analizde serilerin birim kök testinin sınındığı en temel ve popüler olan iki yöntem mevcuttur. Bunlar 1979'da Dickey ve Fuller tarafından geliştirilmiş olan ADF birim kök testi ve 1988'de Philips ve Perron PP birim kök testi analizleridir (Yamak ve Köseoğlu, 2006: 134). Bu çerçevede çalışmamızda kullanılacak olan verilerin durağanlığını test etmek amacıyla bu analizler kullanılmıştır. Test sonuçları Tablo 2'de aktarılmıştır.

Tablo 2. ADF ve PP Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Model	Olasılık Değerleri			
		Seviye		Birinci Fark	
		ADF	PP	ADF	PP
enf	Sabit	1.000	0.7295	0.0036	0.0000
	Sabitli ve Trendli	1.000	0.5558	0.0017	0.0000
	Sabitsiz ve Trendsiz	0.9979	0.5944	0.0005	0.0000
mbfaiz	Sabit	0.2958	0.2468	0.0000	0.0000
	Sabitli ve Trendli	0.0191	0.2368	0.0001	0.0000
	Sabitsiz ve Trendsiz	0.5467	0.4477	0.0000	0.0000
üretim	Sabit	0.9998	1.000	0.0003	0.0000
	Sabitli ve Trendli	0.9998	1.000	0.0013	0.0000
	Sabitsiz ve Trendsiz	0.9794	1.000	0.0007	0.0000
usdkur	Sabit	0.000	0.0000	0.0000	0.0000
	Sabitli ve Trendli	0.0116	0.0000	0.0000	0.0000
	Sabitsiz ve Trendsiz	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

Not:* : %10** : %5 ***: %1 (Mackinnon, 1996)

Tablo 2'de bulunan ADF ve PP birim kök testi sonuçlarına göre usdkur değişkeni seviyede, denf, dmbfaiz ve üretim değişkenleri birinci farklarında durağan bulunmuşlardır. Yapılan gözlemlere göre tüm değişkenlerin birinci farklarında durağan oldukları görülmektedir. Buna göre PP ve ADF birim kök testleri tutarlı bir sonuç vermiştir.

VAR modeli tahmininde optimum gecikme uzunluğu amacıyla yapılan test sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

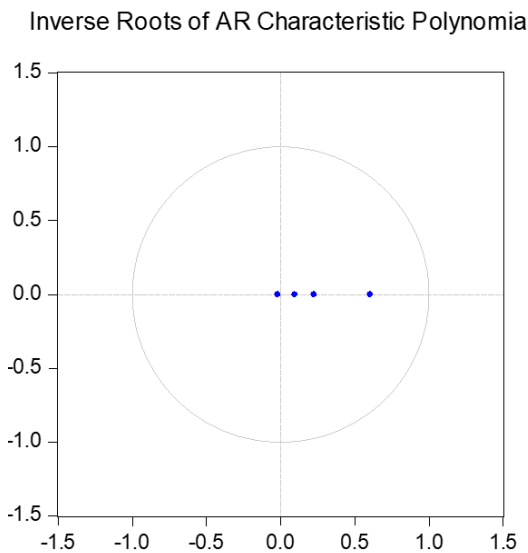
Tablo 3. VAR Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Gecikme Sayısı	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-1.852.476	NA	11982.93	2.074.275	2.081.397	2.077.163
1	-1.809.475	8.359.874	8862.768*	20.44106*	20.79720*	20.58547*
2	-1.796.560	2.453.087	9.176.191	2.047.554	2.111.657	2.073.547
3	-1.789.193	1.366.537	10112.24	2.057.199	2.149.793	2.094.745
4	-1.780.125	1.641.388	10940.48	2.064.944	2.186.029	2.114.043
5	-1.765.738	2.539.819	11162.25	2.066.746	2.216.322	2.127.398
6	-1.760.498	9.015.900	12626.19	2.078.769	2.256.835	2.150.973
7	-1.742.117	30.80567*	12346.14	2.076.109	2.282.665	2.159.866
8	-1.732.355	1.592.506	13310.79	2.083.078	2.318.125	2.178.388

Not: LR: Olabilirlik oranı test istatistiği (%5 düzeyinde); FPE: Son tahmin hatası kriteri; AIC: Akaike bilgi kriteri; SC: Schwarz bilgi kriteri; HQ: Hannan-Quinn bilgi kriteri. *; kriter tarafından seçilen gecikme uzunluğunu göstermektedir.

VAR modeli tahmin edilmeden önce modele uyumlu olan gecikme sayısı belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre en uygun olan gecikme uzunluğu Tablo 3'te de görüldüğü üzere 1 olarak değerlendirmeye alınmıştır. Bu modele ilişkin değerlendirmenin bir diğer aşaması da durağanlık ters köklerin birim çemberin içinde bulunduğu dair sonuçlar Şekil 1'de gösterilmiştir. Otokorelasyonun bulunmadığı en küçük gecikme uzunluğu seçilerek VAR Modeli olarak tercih edilmiştir.

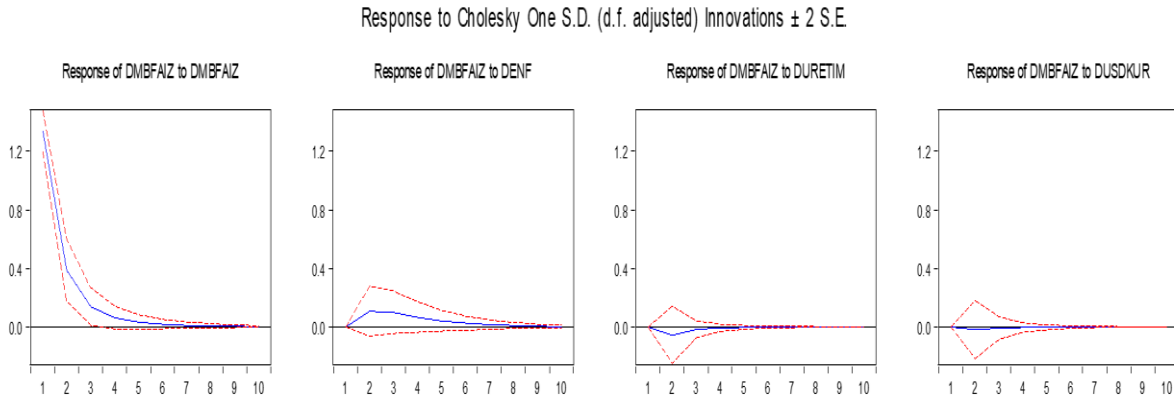
Şekil 1. VAR Modeli Ters Köklerin Modülüs (İstikrar Koşulu) Grafiği



En uygun VAR modeli belirlendikten sonra, genelleştirilmiş etki-tepki fonksiyonu ve varyans ayrıştırması yöntemleri kullanılmıştır. Varyans ayrıştırması yöntemi bir makro ekonomik değişkene en çok etki eden değişkeni bulmak amacıyla kullanılmaktadır. Öte

yandan etki-tepki analizi çerçevesinde değişkende oluşacak şokun modelde bulunan diğer değişkenler açısından nasıl bir tepki oluşturacağına bakılacaktır. Bu analiz sayesinde modelde etkin olduğu görülen değişkenlerin iktisadi politikalarda kullanılıp kullanılmayacağına karar verilebilmektedir (Özgen ve Güloğlu, 2004: 97). Aşağıda Şekil 2’de bulunan genelleştirilmiş etki tepki fonksiyonları grafiği enflasyon, üretim ve döviz kurunda meydana gelen şokların oluşturduğu tepkileri aktarmaktadır. Genelleştirilmiş etki-tepki grafiğinde orta nokta çizgi tahminlerini, altta ve üstte bulunan kesikli çizgiler de bir standart hata güven aralığına karşılık gelmektedir.

Şekil 2. Genelleştirilmiş Etki-Tepki Fonksiyonları Grafiği



Şekil 2’de bulunan grafikler incelendiğinde, MBFAİZ değişkeninin kendisinde oluşan bir standart hata şokuna tepkisi sekizinci dönemde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olduğu yönündedir. DENF değişkeni meydana gelebilecek bir şokta, DMBFAİZ değişkeninin tepkisi yaklaşık olarak ilk iki dönemde pozitif ve anlamsız iken iki ve altıncı dönem arasında pozitif ve anlamlıdır. Daha sonraki dönemlerde ise tepki sönme meydana gelmektedir. Öte yandan DMBFAİZ oranı DURETİM değişkende oluşan şoklara ilk iki dönemde negatif istatistiksel olarak anlamlı bir tepkiye sahipken sonraki dönemlerde bu tepkinin de etkisi sönmektedir. DUSDKUR değişkeninde oluşan şoka DFAİZ değişkeninin tepkisi ise yine negatif ve istatistiksel olarak anlamsız olduğu gözlenmektedir.

Tablo 4. Merkez Bankası Politika Faiz Oranının Varyans Ayrıştırması

Dönem	DMBFAİZ	DENF	DURETİM	DUSDKUR
1	100	0.000000	0.000000	0.000000
2	99,25059	0.576435	0.156388	0.016590
3	98,75932	1.052.501	0.167643	0.020540
4	98,53646	1.273.100	0.168953	0.021482
5	98,44835	1.360.739	0.169161	0.021753
6	98,41517	1.393.782	0.169206	0.021843
7	98,4029	1.406.007	0.169218	0.021874

Tablo 4 (Devam). Merkez Bankası Politika Faiz Oranının Varyans Ayırıştırması

8	98,39839	1.410.499	0.169222	0.021886
9	98,39674	1.412.146	0.169224	0.021890
10	98,39614	1.412.748	0.169224	0.021891

Tablo 4'te bulunan varyans ayırıştırma testi sonuçlarına göre DMBFAIZ değişkeni birinci dönemin sonunda neredeyse tamamının kendisi tarafından açıklanabilir nitelikte olduğu gözlenmektedir. Bu noktada değişkenin en dışsal değişken olarak göze çarptığı görülebilmektedir. MBFAIZ oranı zaman içerisinde azalmaktadır. Örneğin; beşinci dönem sonunda MBFAIZ değişkeni varyansının %1.36'sı DENS, yaklaşık olarak %0.17'si DURETIM ve %0.02'sinin DUSDKUR değişkenleri tarafından açıklandığı aktarılmaktadır. Onuncu dönem sonuna gelindiğinde ise DURETIM ve DUSDKUR değişkenleri hemen hemen değişmemekte olduğu, DENS değişkeninde de ciddi bir fark gözlemlenmemekle birlikte MBFAIZ değişkeni varyansının %1,41'i DENS, yine yaklaşık olarak %0.17'sini DURETIM ve %0.02'sini DUSDKUR değişkenini açıklayabildiği gözlemlenmiştir.

SONUÇ

Klasik ve Genişletilmiş Taylor Kuralı enflasyon hedeflemesi rejimi uygulamasını kullanan merkez bankaları tarafından tercih edilen bir para politikası kuralıdır. Para politikalarının bir kural çerçevesinde yönetilmesi, özellikle merkez bankalarının kredibilitelerini artırarak ekonomik karar alıcılar tarafından anlaşılabilirliğinin kolay olacağı tahmin edilebilmektedir. Beklenti ve tercihlerin piyasa açısından öneminin gittikçe arttığı bu günlerde de Taylor kuralı merkez bankalarının sıkça başvurdukları bir model olarak yerini korumaya devam etmektedir. Ekonomik entegrasyon ve küreselleşme sonucunda döviz kurunda meydana gelen değişimler para politikası üzerinde ciddi baskılar oluşturmuştur. Türkiye açısından değerlendirildiğinde konjonktürel yapısı itibarıyla döviz kuru değişimlerinin iktisadi faaliyetler üzerindeki baskısı giderek artmış ve ülke düzeyinde döviz kurunda durağan olmayan yapı bu durumu tetikleyici nitelikte olmuştur. Tarihsel süreç içerisinde en büyük gider kalemlerinden birini oluşturan enerji konusunda dışa bağımlı bir konumda olan Türkiye'nin temel ekonomik girdiler içerisinde, ithalatta en önemli pay sahibi olarak petrol, doğalgaz ve kömür gibi konvansiyonel enerji kaynakları gösterilebilirken (Doğdu, 2022: 59) bu durum ekonomiyi döviz kurunda meydana gelen hareketlilik neticesinde talep ve arz yanlı şoklara da maruz bırakmıştır. Bu noktada fiyat istikrarı temel hedefi olan TCMB'de direkt olarak döviz kuruna yönelik müdahalelerde bulunmasa da istikrar için çeşitli enstrümanlarla yüksek seyreden döviz kurundaki oynaklığı engellemek amacıyla örtülü olarak döviz piyasasına da müdahale ettiği gözlemlenmiştir. Genel olarak enflasyon hedeflemesine sahip olan merkez bankalarının pozisyonları doğrultusunda döviz kuruna da zaman zaman müdahale amacıyla çeşitli politikalardan yararlandıkları olmuştur. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası 2002 yılında örtük enflasyon hedeflemesi rejimine geçiş yapmıştır. 2006 yılına gelindiğinde ise TCMB enflasyon hedeflemesi için gerekli şartları tamamlayınca açık enflasyon hedeflemesi rejimini benimsemiştir. 2008'de tüm dünyada etkili olan küresel finans krizi çerçevesinde fiyat istikrarı üzerine de yoğunlaşmaya başlamıştır.

Bu çalışma klasik Taylor Kural'ına döviz kuru ve sanayi üretim endeksini de ekleyerek Genişletilmiş Taylor Kuralını test etmek amacıyla hazırlanmıştır. Türkiye için 2008-2023

(Ağustos) aylık veriler kullanılarak VAR analizi gerçekleştirilmiştir. Genişletilmiş Taylor Kuralı minimalinde, enflasyon, üretim ve döviz kuru değişkenlerinin merkez bankası faiz değişkenine pozitif tepki vermesi beklenmektedir. Gerçekleştirilen etki-tepki fonksiyonları incelendiğinde, değişkenlerin oluşan şoklara pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı tepkiler vermedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle Taylor Kuralı çerçevesinde incelendiğinde kuralın geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Öte yandan varyans ayrıştırması testi sonuçlarına göre ise, Merkez Bankası faiz oranı değişkenine ait varyansın 10 dönemlik bir seri sonunda yaklaşık olarak %1,41'ini enflasyon, %0,17'sini sanayi üretimi ve %0,02'sini döviz kuru değişkenleri ile açıklanabildiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre, Türkiye için genişletilmiş Taylor Kuralı'nın geçerli olmadığına fakat politika faiz oranlarında meydana gelen değişimlerin, dolar kuru değişkeni ve sanayi üretim endeksi değişkenine kıyasla enflasyonda oluşan sapmalarla açıklanabileceğini aktarmaktadır. Seçili dönem için Genişletilmiş Taylor Kuralı'nın geçersiz kabul edilmesi, enflasyon oranlarının yüksek olması ve karar birimlerinin uygun para politikası araçlarını etkin ve zamanında tercih etmemesi nedeniyle gerçekleşebilmektedir. Merkez Bankasının enflasyon hedeflemesini ve fiyat istikrarını koruyucu bir politika izlemesine rağmen, döviz kurlarında yaşanan dalgalanmalara yeterli ve zamanında önlem oluşturamaması, enflasyonda oluşacak sapmaların diğer makroekonomik değişkenleri de negatif yönde etkilemesine neden olacaktır.

Yapılan analiz çerçevesinde; literatürde Türkiye'de Genişletilmiş Taylor Kuralını ele alan Albayrak ve Abdioğlu (2015), Özcan (2016), Bal vd. (2016), Coşar ve Köse (2019), Soybilgen ve Eroğlu (2019), Yalçınkaya ve Yazgan (2020), Pazarıcı (2021) ve Akdeniz (2021)'in çalışmaları ile farklı sonuçlar elde edilmiştir. Bunun sebebi uygulanan ekonometrik model, incelenen dönem, seçilen değişken gibi farklı faktörlerden kaynaklanabilir nitelikte olmasıdır. Öte yandan, Taş ve Özbek (2021), Kanca (2022), Karagöl ve Doğan (2022) ve Pazarıcı ve Akkoç (2023) çalışmalarıyla benzer sonuçlara ulaşıldığı belirtilebilir. Veri seti ve istatistiksel model açısından literatürde güncel bir yerde bulunacak olan bu çalışma gelecekte bu konuda yapılacak olan çalışmalara katkı sağlayacaktır.

Güncel bir veri seti ile ekonometrik model seçilen bu çalışmanın devamı niteliğinde olacak çalışmalarda, Taylor Kuralı çerçevesinde farklı ekonometrik model ve yöntemlerle yeni analizler etrafında, yeni değişkenlerin (reeskont faiz oranı, gecelik borçlanma faizi, bankalararası borç verme faizi, mevduat faiz oranları, devlet iç borçlanma senetleri vb) analize dahil edilerek test edilerek literatüre kazandırılması sağlanabilecektir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada içerisinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, çalışmanın özgün olduğunu bildiririm. Aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Bu çalışma tek yazar tarafından oluşturulmuştur. Makalenin tüm kısımlarında yazarın kararı ve yazımı vardır.

Çıkar Beyanı

Çalışma tek yazarlı olduğu için literatür taraması ve çalışmanın hazırlanması aşamalarında çıkar çatışması durumu yaşanmamıştır.

KAYNAKÇA

- Akdeniz, C. (2021). "Taylor Kuralının Farklı Para Politikası Rejimleri Altında Geçerliliği: Türkiye Ekonomisi İçin TVP-VAR Modeli Uygulaması". *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 13 (25), 293-308.
- Aklan, N. A. ve M. Nargelecekenler (2008). "Taylor Rule in Practice: Evidence From Turkey". *International Advances in Economic Research*, 14 (2), 156-166.
- Albayrak, N. ve Z. Abdioğlu (2015). "Estimating Backward and Forward-Looking Monetary Policy Reaction Functions: Taylor Rule". *Suleyman Demirel University The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 20 (4), 141-163.
- Ardor, H. M. ve S. Varlık (2014). "İleriye Dönük Yeni Keynesyen Para Politikası Reaksiyon Fonksiyonunun Tahmini: Taylor Kuralı'nın, Mccallum Kuralı'nın, Taylor-Mccallum Melez Kuralı'nın Türkiye Ekonomisinde Geçerliliği". *Ekonomik Yaklaşım*, 24 (89), 45-71.
- Arnold, I. ve E. Vrugt (2012). "Forecasting with The Taylor Rule". *Applied Financial Economics*, 22, 1501-1510.
- Bal, H., B. Tanrıöver ve E. Erdoğan (2016). "Taylor Kuralı Kapsamında Merkez Bankası Politika Faiz Oranlarının Belirlenmesi Stokastik Trend Yaklaşımı". *International Journal of Academic Value Studies*, 2 (6), 95-106.
- Barradas, R. (2014). "The New Keynesian Model: An Empirical Application To The Euro Area Economy". *Journal of Money, Investment and Banking*, 29, 79-102.
- Batini, N. ve A. Haldane (1999). *Forward-Looking Rules for Monetary Policy. Monetary Policy Rules.* (Ed. J. B. Taylor). Chicago: University of Chicago Press.
- Berument, H. ve H. Taşçı (2004). "Monetary Policy Rules in Practice Evidence From Turkey". *International Journal of Finance and Economics*, 9, 33-38.
- Bulut, E. ve İ. Tokathioğlu (2022). "Türkiye Ekonomisi İçin Genişletilmiş Taylor Kuralı Analizi: ARDL Sınır Testi". *Fiscaoeconomia*, 6 (3), 976-1002.
- Caporale, G. M., M. H. Helmi, A. N. Çatık, F. M. Ali ve C. Akdeniz (2018). "Monetary Policy Rules in Emerging Countries: Is There an Augmented Nonlinear Taylor Rule?". *Economic Modelling*, 72, 306-319.
- Chadha, J. S. ve C. Nolan (2007). "Optimal Simple Rules for the Conduct of Monetary and Fiscal Policy". *Journal of Macroeconomics*, 29 (4), 665-689.

- Chakraborty, A. ve G. W. Evans (2008). "Can Perpetual Learning Explain The Forward-Premium Puzzle?". *Journal of Monetary Economics*, 55, 477-490.
- Chen, C., S. Yao ve J. Ou (2017). "Exchange Rate Dynamics in a Taylor Rule Framework". *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 46, 158-173.
- Clarida, R., J. Gali ve M. Gertler (1998). "Monetary Policy Rules in Practice: Some International Evidence". *European Economic Review*, 42, 1033-1067.
- Clarida, R., J. Gali ve M. Gertler (2001). "Optimal Monetary Policy in Open Versus Close Economies: An Integrated Approach". *American Economic Review*, 91, 248-252.
- Cogley, T. ve T. J. Sargent (2005). "Drifts and Volatilities: Monetary Policies and Outcomes in the Post WWII US". *Review of Economic Dynamics*, 8 (2), 262-302.
- Coşar, K. ve N. Köse (2019). "Zamanla Değişen Parametrelili Genişletilmiş Taylor Kuralı: Türkiye İçin Finansal İstikrarın Rolü". *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (1), 1-17.
- Crowley, P. M. ve D. Hudgins (2021). "Is the Taylor Rule Optimal? Evaluation Using a Wavelet-Based Control Model". *Applied Economics Letters*, 28 (1), 54-60.
- Doğdu, A. (2019). *Taylor Kuralının Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerindeki Geçerliliğinin Dumitrescu-Hurlin Panel Nedensellik Analizi ile Test Edilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Doğdu, A., G. Kurucu ve İ. E. Kayral (2020). Testing the Validity of Taylor's Rule on Developing Countries for Effective Financial Marketing. *Handbook of Research on Decision-Making Techniques in Financial Marketing* (Ed. H. Dinçer ve S. Yüksel). U.S.A., Pennsylvania: IGI Global.
- Doğdu, A. (2022). G7 ve E7 Ülkelerinde GSYİH ve Yenilenebilir Enerji Üretimi İlişkisi: TodaYamamoto Panel Nedensellik Analizi. *Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi*, 3 (2), 57-79.
- Drumetz, F. ve A. Vendelhan (1997). "The Taylor Rule: Application and Limits". *Banque De France Bulletin Digest*, 46, 35-41.
- Eğilmez, M. ve E. Kumcu (2006). *Ekonomi Politikası*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Engel, C. ve K. West (2006). "Taylor Rules and the Deutschmark-Dollar Real Exchange Rate". *Journal of Money, Credit, and Banking*, 38, 1175-1194.
- Erdal, F. ve B. Güloğlu (2005). "Modelling Real Exchange Rate Behaviour with the Taylor Rule: An Empirical Analysis". *In Proc. The International Conference on Policy Modeling, EcoMod, Istanbul*, 1-12.
- Erdem, E. ve S. Kayhan (2011). The Taylor Rule in Estimating the Performance of Inflation Targeting Programs: The Case of Turkey. *Global Economy Journal*, 11 (1), 185-219.
- Erdoğan, E. (2018). *Kurala Dayalı ve İhtiyari Para Politikası Tartışmaları Kapsamında Taylor Kuralının Analizi: Teori ve Türkiye Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

- Erk, H., Ü. Ş. Birecikli ve H. Emeç (2022). "Enflasyon Hedeflemesi Rejiminin Taylor Kuralı Kapsamında Heterojen Panel Veri Analiziyle İncelenmesi". *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (1), 375-409.
- Garcia, C. J., J. E. Restrepo ve S. Roger (2011). "How Much Should Inflation Targeters Care About the Exchange Rate?". *Journal of International Money and Finance*, 30 (7), 1590-1617.
- Gascoigne, J. ve P. Turner (2003). "Asymmetries in bank of England Monetary Policy". *Applied Economics Letters*, 11 (10), 615-618.
- Goodfriend, M. (1993). "Interest Rate Policy and the Inflation Scare Problem: 1979-1992". *FRB, Richmond Economic Quarterly*, 79 (1), 1-23.
- Greiber, C., ve B. Herz (2000). "Taylor Rules in Open Economies". *Working Paper*, Bayreuth University.
- Kanca, O. C. (2022). "Taylor Kuralının Türkiye Örneğinde Tahmini". *Maliye Çalışmaları Dergisi-Journal of Public Finance Studies*, 68, 51-66.
- Karagöl, V. ve B. Doğan (2022). "Türkiye'de Para Politikasına Farklı Bir Bakış: Çevrimlerle Genişletilmiş Taylor Kuralı". *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (3), 1-21.
- Kaytancı, B. G. (2015). *Merkez Bankası Para Politikası Tepki Fonksiyonu: Türkiye Uygulaması (1990-2003)*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Kazdağlı, H. (1996). "Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'nın Kuruluş Tarihçesi ve 1934-1938 Dönemindeki Para Politikasının VAR Yöntemiyle Analizi". *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14 (2), 35-52.
- Kendall, R. ve T. Ng (2013). *Estimated Taylor Rules Updated For The Post-Crisis Period (No. AN2013/04)*. New Zealand: Wellington.
- Kodaz, S. S. ve F. Mangır (2021). "Döviz Kuru ile Genişletilmiş Taylor Kuralı: Panel Veri Analizi". *Journal of Academic Value Studies*, 7 (4), 403-415.
- Kuzin, V. (2006). "The Inflation Aversion of the Bundesbank: A State-Space Approach". *Journal of Economic Dynamics and Control*, 30, 1671-1686.
- Lee J. ve P. M. Crowley (2009). "Evaluating the Stresses from ECB Monetary Policy in the Euro Area". *Bank of Finland Research Discussion Papers*, 1, 1-26.
- Leitemo, K. ve U. Söderström (2005). "Simple Monetary Policy Rules and Exchange Rate Uncertainty". *Journal of International Money and Finance*, 24 (3), 481-507.
- Lovrinovic, I. ve M. Benazic (2004). "A VAR Analysis of Monetary Transmission Mechanism in the European Union". *Zagreb International Review of Economics-Business*, 7 (2), 27-42.
- Lubik, T. A. ve F. Schorfheide (2004). "Testing for Indeterminacy: An Application to U.S. Monetary Policy". *American Economic Review*, 94, 190-217.
- Mark, N. (2009). "Changing Monetary Policy Rules, Learning and Real Exchange Rate Dynamics". *Journal of Money, Credit, and Banking*, 41, 1047-1070.

- Markov, N. ve T. Nitschka (2013). "Estimating Taylor Rules For Switzerland: Evidence from 2000 to 2012". *Swiss National Bank Working Papers*, 8, 1-41.
- Nelson, C. M. (2005). "Changing Monetary Policy Rules, Learning and Real Exchange Rate Dynamics". *National Bureau of Economic Research Working Paper*, 11061, 1047-1070.
- Ongan, T. H. (2004). "Enflasyon Hedeflemesi ve Taylor Kuralı: Türkiye Örneği". *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, (45), 1-12.
- Özcan, M. (2016). "Asymmetric Taylor Monetary Rule: The Case of Turkey". *Eurasian Academy of Sciences Social Sciences Journal*, 10, 68-92.
- Özgen, F. B. ve B. Güloğlu (2004). "Türkiye'de İç Borçların İktisadi Etkilerinin VAR Tekniği ile Analizi". *METU Studies in Development*, 3, 93-114.
- Özyurt, H. (2003). *Para Teorisi ve Politikası*. Trabzon: Derya Kitabevi.
- Pazarıcı, Ş. (2021). *Finansal İstikrar Göstergeleri ile Genişletilmiş Taylor Kuralı: TCMB Tepki Fonksiyonunun Bir Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Pazarıcı, Ş. ve U. Akkoç (2023). "İki Başkan Tek Kural: Tcmb'nin Taylor Tipi Reaksiyon Fonksiyonu Tahmini". *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 19 (2), 260-278.
- Peker, O. ve A. Sümer-Ladin (2018). "Yeni Keynesyen Yaklaşım Perspektifinde Optimal Taylor Kuralı: Türkiye Örneği". *Bankacılar Dergisi*, 107, 77-96.
- Sghaier, I. M. (2012). "Taylor Rule and Monetary Policy in Tunisia". *Romanian Economic Journal*, 15 (46), 143-166.
- Sims, C. A. (1980). "Macroeconomics and Reality". *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1-48.
- Shibamoto, M. (2008). "The Estimation of Monetary Policy Reaction Function in a Data-Rich Environment: The Case of Japan". *Japan and the World Economy*, 20 (4), 497-520.
- Soybilgen, B. ve B. A. Eroğlu (2019). "Time-Varying Taylor Rule Estimation for Turkey with Flexible Least Square Method". *Boğaziçi Journal Review of Social, Economic and Administrative Studies*, 33 (2), 122-139.
- Şeker, H. ve İ. Eroğlu (2022). "Kurala Dayalı-İhtiyari Politika Tartışmaları Çerçevesinde Taylor Kuralı: TCMB Özelinde Bir Uygulama". *Journal of Marmara University Social Sciences Institute*, 17 (58), 589-612.
- Tarı, R. (2010). *Ekonometri*. (6. Baskı). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Taş, S. ve S. Özbek (2021). "Enflasyon Hedeflemesi Stratejisinde Genişletilmiş Taylor Kuralı'nın Geçerliliği: Türkiye Üzerine Ampirik Bulgular". *Journal of Economics and Research*, 2 (1), 13-25.
- Taş, S. (2022). "Genişletilmiş Taylor Kuralı'nın Türkiye Ekonomisi İçin Geçerliliğinin Fourier Testler ile Analizi". *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 65-70.

- Taylor, J. (2001). "The Role of The Exchange Rate in Monetary Policy Rules". *The American Economic Review*, 91 (2), 263-268.
- Taylor, J. B. (1993). "Discretion Versus Policy Rules in Practise". *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy*, 39, 195-214.
- Taylor, J. B. (1999). "The Robustness and Efficiency of Monetary Policy Rules As Guidelines For Interest Rate Setting By the European Central Bank". *Journal of Monetary Economics*, 43 (3), 655-679.
- Us, V. (2007). "Alternative Monetary Policy Rules in the Turkish Economy Under an Inflation-Targeting Framework". *Emerging Markets Finance and Trade*, 43 (2), 82-101.
- Woodford, M. (2001). "The Taylor Rule and Optimal Monetary Policy". *American Economic Review*, 90, 232-237.
- Yalçınkaya, Ö. ve Ş. Yazgan (2020). "Taylor Kuralı Kapsamında Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Para Politikası Tepkilerinin Belirlenmesi: Doğrusal ve Doğrusal Olmayan Zaman Serisi Analizi". *Akdeniz İİBF Dergisi*, 20 (1), 35-65.
- Yamak, R. ve M. Köseoğlu (2006). *Uygulamalı İstatistik ve Ekonometri*. (3. Baskı), Trabzon: Celepler Matbaacılık.
- Yazgan, M. E. ve H. Yılmazkuday (2004). "Monetary Policy Rules in Practice: Evidence from Turkey and Israel". *Applied Financial Economics*, 17 (1), 1-14.
- Zhu, Y. ve H. Chen (2017). "The Asymmetry of US Monetary Policy: Evidence From A Threshold Taylor Rule With Time-Varying Threshold Values". *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 473, 522-535.

EXTENDED ABSTRACT

The changes that have occurred in the economy throughout the process have continued to use monetary policy as the most basic tool in the formation of economic policies for years. The monetary policies implemented by central banks can be summarized as their ability to intervene with various tools such as interest rates and rediscount rates. In general, central banks may need to use some monetary tools/instruments for their objectives such as price stability, bringing employment to its natural level, economic growth, deepening and stability in financial markets. In this context, monetary policies can be guided by interest rates and have maintained their place in the literature for many years.

In order for an effective monetary policy to be implemented in today's economies, it must work in harmony with other policies and tools such as fiscal policy. This situation is even more important in developing countries such as Turkey, requiring them to act in an integrated manner. When we look at Turkey, monetary powers and policies are used by the Central Bank of the Republic of Turkey (TCMB). While the TCMB has been adopting the inflation targeting strategy since 2002, it has determined short-term interest rates (policy interest rate) within the framework of this purpose.

In the past, monetary policy was used as the most basic tool by adopting fixed exchange rates and fixed monetary expansion tools. In the economic literature, debates have continued as to whether the policies to be implemented within the framework of this purpose should be determined according to a rule or optionally. The main starting point of the Taylor rule dates back to the 1970s, and the monetary policies implemented as a result of the oil crisis in this period, which brought inflation rates to high levels and growth rates to low levels, progressed in parallel with the theoretical simple monetary policies implemented in the past. Although the Taylor rule is accepted as the monetary policy rule that developed countries such as the USA can use, as Taylor himself stated, it can be used differently in developing countries. In this context, it has been stated in different studies that the Central Bank targets should be achieved in a triple structure as inflation, flexible exchange rate and monetary policy rules for developing countries in open economies.

In this study, in order to determine at what level the Central Bank should keep policy interest rates within the framework of the Extended Taylor Rule, 2008-2023 (August) Short-Term Interest Rate (Policy Rate)-Inflation (CPI)-Industrial Production index and exchange rate variables in US dollars are analyzed. An analysis was made on the Turkish economy using monthly data. In the study, the data were analyzed through the E-Views package program using the Vector Autoregressive Model (VAR). According to the observations, all variables were found to be stationary in their first differences. Before estimating the VAR model, the appropriate lag number for the model was determined. According to these results, the most appropriate delay length was evaluated as (1). The smallest lag length with no autocorrelation was selected as the VAR Model. After determining the most appropriate VAR model, generalized impulse-response function and variance separation methods were used.

The response of the MBFAİZ variable to a standard error shock is statistically significant and positive in the eighth period. In case of a shock that may occur in the DENF variable, the response of the MBFAİZ variable is approximately positive and insignificant in the first two periods, while it is positive and significant between the second and sixth periods. In later periods, reaction extinction occurs. On the other hand, while the MBFAİZ rate has a negative, statistically significant reaction to the shocks in the DURETIM variable in the first two periods, the effect of this reaction fades in the following periods. It is observed that the response of the MBFAİZ variable to the shock occurring in the DUSDKUR variable is also negative and statistically insignificant.

According to the variance decomposition test results, it is observed that the DMBFAİZ variable is almost entirely explainable by itself at the end of the first period. At this point, it can be seen that the variable stands out as the most external variable. MBFAİZ rate decreases over time. For example; It is reported that at the end of the fifth period, 1.36% of the variance of the MBFAİZ variable was explained by DENF, approximately 0.17% by DURETIM and 0.02% by DUSDKUR variables. At the end of the tenth period, it was observed that the DURETIM and DUSDKUR variables remained almost unchanged, and although no significant difference was observed in the DENF variable, 1.41% of the variance of the MBFAİZ variable could be explained by DENF, approximately 0.17% by DURETIM and 0.02% by DUSDKUR.

This study was prepared to test the Extended Taylor Rule by adding exchange rate and industrial production index to the classical Taylor Rule. VAR analysis was carried out using

monthly data for Türkiye between 2008-2023 (August). At the minimum of the Extended Taylor Rule, inflation, production and exchange rate variables are expected to respond positively to the central bank interest variable. When the impulse-response functions were examined, it was concluded that the variables did not give positive and statistically significant reactions to the shocks. Therefore, when examined within the framework of the Taylor Rule, it is concluded that the rule is not valid. In studies that will be a continuation of this study, in which an econometric model was selected with an up-to-date data set, new variables (rediscount interest rate, overnight borrowing interest, interbank lending interest, deposit interest rates, government domestic borrowing) will be analyzed around new analyzes with different econometric models and methods within the framework of Taylor's Rule. bonds, etc.) can be included in the analysis and tested and brought to the literature.

A SYSTEMATIC REVIEW ON THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN E-COMMERCE

Uğur ERDOĞAN¹

Abstract

Technological innovations in every field in recent years directly affect businesses and sectors. Artificial intelligence is one of the technologies that has attracted the most attention recently among these innovations. In this respect, it is a research topic that needs to be examined from a broad perspective and concerns many disciplines. Artificial intelligence has started a very fast and radical transformation process in the electronic commerce sector, as in many other sectors. It is seen that businesses in the e-commerce sector greatly benefit from artificial intelligence technologies to increase efficiency and productivity. Since artificial intelligence provides e-commerce companies with a high cost, efficiency and speed advantage, it is extremely important for e-commerce companies that want to be successful in the global competitive market to integrate artificial intelligence technologies into their processes. This article analyzes research trends for the use of artificial intelligence technology in e-commerce. The aim is to determine how this technology affects the e-commerce industry. Within the scope of the research, a systematic review, descriptive network analysis and bibliometric analysis methods were used within the scope of co-authorship, co-citation and keyword analysis. The result of the research reveals that the use of artificial intelligence technologies in e-commerce is an increasing trend in academic studies. The article is important in terms of the differentiation of theoretical and applied research in this field, keeping the topic up-to-date and guiding researchers who will work in this field.

Anahtar Kelimeler

Artificial Intelligence
E-Commerce
Bibliometrics Analysis
Technology

Makale Hakkında

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi : 08.09.2023
Kabul Tarihi : 06.10.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357551

¹ Öğr. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi, Yunak Meslek Yüksekokulu, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, e-posta: uerdogan@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8906-2977.

E-TİCARETTE YAPAY ZEKA KULLANIMINA İLİŞKİN SİSTEMATİK BİR İNCELEME

Öz

Son yıllarda her alanda yaşanan teknolojik yenilikler işletmeleri ve sektörleri doğrudan etkilemektedir. Bu yenilikler arasında son dönemde en çok ilgi gören teknolojilerden biri de yapay zekadır. Bu yönüyle geniş perspektiften incelenmesi gereken ve birçok disiplini ilgilendiren bir araştırma konusudur. Yapay zeka birçok sektörde olduğu gibi elektronik ticaret sektöründe de çok hızlı ve radikal bir dönüşüm sürecini başlatmıştır. E-ticaret sektöründeki işletmelerin verimliliği ve üretkenliği artırmak için yapay zeka teknolojilerinden büyük ölçüde faydalandığı görülmektedir. Yapay zeka, e-ticaret şirketlerine önemli bir maliyet, verimlilik ve hız avantajı sağladığından, küresel rekabetçi pazarda başarılı olmak isteyen e-ticaret şirketlerinin yapay zeka teknolojilerini süreçlerine entegre etmeleri son derece önemlidir. Bu makale, e-ticarette yapay zeka teknolojisinin kullanımına yönelik araştırma eğilimlerini analiz etmektedir. Amaç bu teknolojinin e-ticaret sektörünü nasıl etkilediğini tespit etmektir. Araştırma kapsamında ortak yazarlık, ortak alıntı ve anahtar kelime analizi kapsamında sistematik tarama, betimsel ağ analizi ve bibliyometrik analiz yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmanın sonucu, yapay zeka teknolojilerinin e-ticarette kullanımının akademik çalışmalarda giderek artan bir trend olduğunu ortaya koymaktadır. Makale bu alanda teorik ve uygulamalı araştırmaların farklılaştırılması, konunun güncel tutulması ve bu alanda çalışacak araştırmacılara yol göstermesi açısından önemlidir.

Keywords

Yapay Zeka
E-Ticaret
Bibliyometrik Analiz
Teknoloji

Article Info

Research Article

Received : 08.09.2023
Accepted : 06.10.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357551

Citation Information: Erdogan, U. (2023). A Systematic Review on the Use of Artificial Intelligence in E-Commerce. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 184-197.

Kaynakça Gösterimi: Erdoğan, U. (2023). E-Ticarette Yapay Zeka Kullanımına İlişkin Sistematik Bir İnceleme. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 184-197.

INTRODUCTION

Recent rapid developments in information technologies have deeply affected all sectors. The technological advances and innovations that have occurred are called the fourth industrial revolution after mechanization, automation and digitalization of factories (King, 2019: 16). With this concept that we encounter in various fields today, artificial intelligence and automation systems, which can communicate with each other, perceive each other, and realize the needs through data analysis, have begun to integrate into all processes and systems of enterprises. Artificial intelligence technologies that come with this concept are described as a revolution. Artificial intelligence technologies are rapidly changing traditional ways of doing business and market structures. Most start-up businesses and e-commerce firms compete to benefit from artificial intelligence technologies in their business investments (Lu et al., 2018: 372).

This article aims to systematically review academic articles on artificial intelligence technology in the e-commerce sector through the Web of Science (WoS) database. A bibliometric analysis is made by evaluating the spread of the academic literature in the field examined within the scope of the research. Much academic research has been done on artificial intelligence technology in recent years.

The global e-commerce market is constantly expanding, and more and more users are using online platforms. Thanks to technological advances, machine learning, big data and artificial intelligence have become more capable and more humanoid at solving problems, manipulating objects, moving and learning (Dwivedi et al., 2019: 5). E-commerce companies use artificial intelligence technologies for various purposes for the efficiency of their businesses (Vanneschi et al., 2018: 3). Data is one of the main components of artificial intelligence. Data is very valuable for a company in today's increasing customer diversity and information density.

This study aims to contribute to the academic literature by examining the latest approaches involving artificial intelligence technology applications in the e-commerce market, the applicability of these trends and their effects on internal and external stakeholders in the industry. The research aims to conduct systematic research on a subject such as artificial intelligence, about which many scientific publications have been produced. E-commerce has a lot of place in the world economy in terms of exports and economic growth. In addition, the e-commerce sector is a sector that is very open to the application of new technologies.

1. Literature Review

E-commerce offers consumers the convenience of shopping anytime, anywhere, without the need to go to physical stores. Compared to other areas, e-commerce brings higher profits with less capital requirement, making it one of the areas that many entrepreneurs are interested in and prefer. E-commerce, one area where artificial intelligence has created significant transformations, has started to take an important place in human life. Many people worldwide have started to use the internet regularly for products, entertainment places and to make friends (Chaffey and Chadwick, 2019: 5). Because of this, businesses' consumer behavior and marketing activities have completely changed. It would benefit companies operating in the electronic commerce sector to integrate artificial intelligence into their

marketing strategies to keep up with the competitive environment or gain an edge over their competitors (Pradeep et al., 2019: 25). Undoubtedly, artificial intelligence and e-commerce are used side by side much more now since artificial intelligence technology has an important place in increasing the efficiency of e-commerce. In fact, it is accepted in the literature that the technological development of e-commerce is parallel to the advancement of artificial intelligence technologies (Song et al., 2019: 3).

In one study, the authors explore the role of artificial intelligence in driving e-commerce activities, with a particular focus on customer behavior. The study proposes a model based on risk theory and the CRCB framework to help managers and policymakers develop new policies to serve customers better. The article also highlights Alibaba and Tencent's dominance of the Chinese e-commerce market and their investments in artificial intelligence (Rashidin et al., 2022: 2).

Integrating artificial intelligence (AI) into businesses is a challenge despite the growing interest. According to recent surveys, 85% of AI startups fail to meet their goals, demonstrating the challenge of implementing AI in businesses. Artificial intelligence capabilities are not independent and interact and evolve together with human capabilities to create business value in terms of space optimization and workforce efficiency and efficiency such as error reduction. Business managers must ensure that they take advantage of available resources and capabilities, for example, by unleashing the learning power of artificial intelligence through the creativity of human workers (Zhang et al., 2021: 10).

In another paper, it was concluded that the e-commerce system can be optimized using artificial intelligence and blockchain technology to maximize efficiency and objectivity. The article proposes an optimized online website innovation plan based on AI analysis. The simulation test confirms the effectiveness of the structure optimization of the e-commerce platform performed in this paper. The article also recommends further efforts to deal with the theoretical analysis system of the design and establish the evaluation standard, as well as statistical calculation of resource allocation vulnerabilities of online websites (Li, 2020: 7).

In a study, the most efficient recommendation strategies for artificial intelligence-supported e-commerce sites were investigated in the case of binary manufacturers and industry competition. The authors develop a game model to determine the impact of competition intensity and commission rate on manufacturers' ideal pricing decisions and the platform's recommendation strategies (Zhou, 2023: 1087).

2. Materials and Methods

Bibliometric analysis is defined as a method in which mathematical and statistical techniques are used in examining scientific information-sharing tools such as published journals and books. (Diodato, 1994: 12-15). As a result of the analysis of the data obtained by bibliometric methods, it is possible to reveal insights about the structure of the research area, social networks and current interests. The purpose of bibliometrics is summarized as evaluating the accumulated output of studies published by scientists, and attention is drawn to the usefulness of bibliometric methods in terms of examining science as a knowledge generation system (Barrios et al., 2008: 455). Bibliometry has been used to reveal the most cited authors in many academic studies and the most cited scientific research articles or country-

based contributions. This research method can determine the current publication status of a subject in a particular field by establishing a broad research perspective.

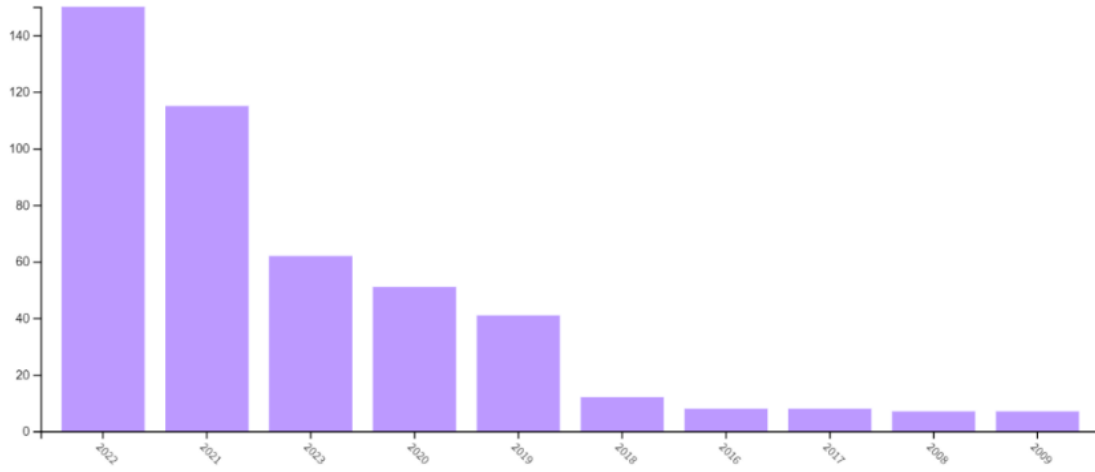
The study, using the bibliometric analysis method, aims to present a systematic literature review and inferences about the field of artificial intelligence in the field of e-commerce. In this direction, the bibliographic data obtained from the Web of Science (WoS) database, which is preferred due to its ease of access, with over 171 million records and approximately 1.9 billion cited references, and the development of the research subject in the historical process, its intellectual structure and author-publication. By determining the index-institution-country relations, a general framework has been tried to be put forward by examining them in the context of the relationship between e-commerce and artificial intelligence. The data in the research were obtained from the WoS database, which is frequently used in academic research, and since it is aimed to access the studies that include the concepts of 'e-commerce' and 'artificial intelligence' in the title, abstract and author keywords, the index was searched through the 'topic' option. The query words were determined as 'e-commerce' OR 'electronic commerce' OR 'online shopping' OR 'internet shopping' OR 'ecommerce' OR 'online store' AND 'artificial intelligence' OR 'artificial Intelligence' OR 'artificial neural network'. As a result of the search, 526 articles were listed in the WoS directory. The VOSviewer package program, an open-source tool developed by Nees Jan van Eck and Ludo Waltman (2010), was used to perform the analyses due to its user-friendly interface and its superior capabilities in visualizing the analysis results.

3. Results

In this part of the study, the results of the analysis of the data obtained from the WoS database on e-commerce and artificial intelligence and the network maps created using the VOSviewer program are included.

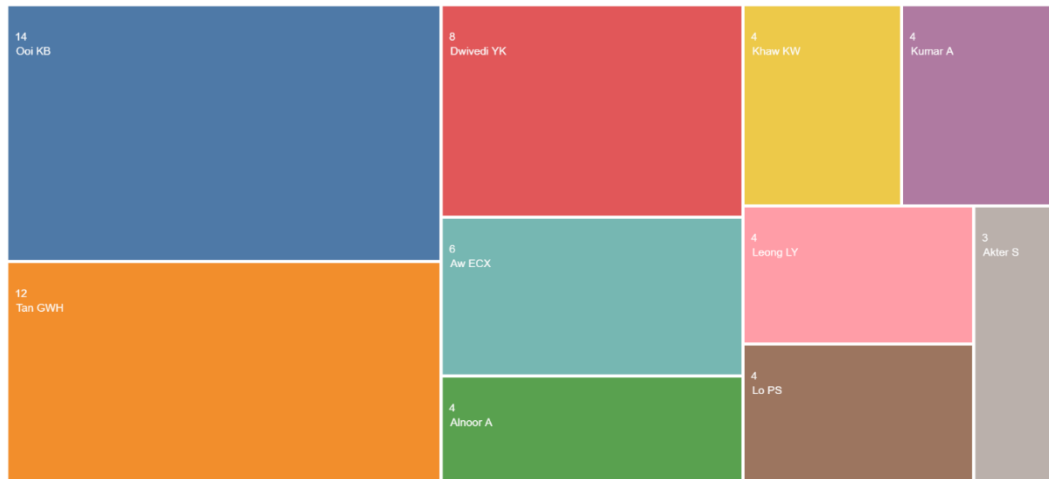
3.1. Production Trends

When we look at the articles in which e-commerce and artificial intelligence are studied together, there has been an increase every year since 1998, when the first study was conducted, as seen in Figure 1. This increase has been faster, especially since 2019. While there were 12 articles in 2018, 41 articles were published in 2019, 51 articles were published in 2020, 115 articles were published in 2021, and 150 articles were published in 2022. Until August 2023, 62 articles were published.

Figure 1. Annual Scientific Production

3.2. Authors' Publications

Out of 526 studies in the field of e-commerce and artificial intelligence, 14 were Ooi, K.B., 12 were Tan, G.W.H., 8 were Dwivedi, Y.K., 6 were Aw, E.C.X. Published by Alnoor, A., Khaw, K.W., Kumar, A., Leong L.Y. and Lo, P.S. contributed to the field with 4 studies each.

Figure 2. Authors' Publications

3.3. Publication Titles

Looking at the journals in which the articles are published, Sustainability ranks first with 20 articles. 15 articles were published in Expert Systems with Applications, 10 articles were published in Mobile Information Systems, 9 articles were published in Electronic Commerce Research and Applications and Electronics, 8 articles were published in Computational Intelligence and Neuroscience, International Journal of Advanced Computer Science and Applications, and Journal of Retailing and Consumer Services. 7 articles have been published in Computers in Human Behavior, Ieee Access, International Journal of Computer

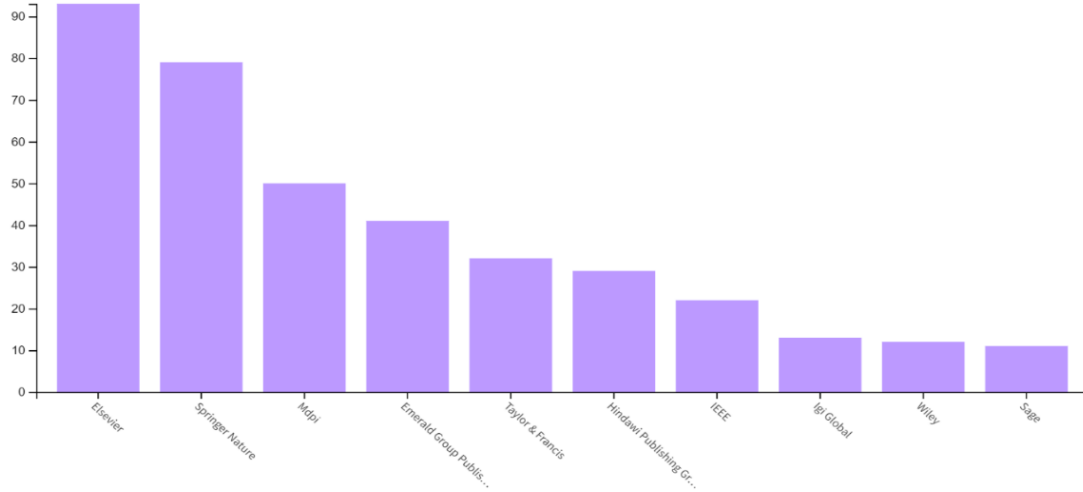
Science and Network Security and Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research. These journals appear to be the most widely published journals in the field of e-commerce and artificial intelligence.

Table 1. Publication Titles

Publication Titles	Record Count	% of 526
Sustainability	20	3.802%
Expert Systems with Applications	15	2.852%
Mobile Information Systems	10	1.901%
Electronic Commerce Research and Applications	9	1.711%
Electronics	9	1.711%
Computational Intelligence and Neuroscience	8	1.521%
International Journal of Advanced Computer Science and Applications	8	1.521%
Journal of Retailing and Consumer Services	8	1.521%
Computers in Human Behavior	7	1.331%
Ieee Access	7	1.331%
International Journal of Computer Science and Network Security	7	1.331%
Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research	7	1.331%
Frontiers in Psychology	6	1.141%
Journal of Electronic Commerce Research	6	1.141%
Journal of Global Information Management	6	1.141%
Lecture Notes in Computer Science	6	1.141%
Wireless Communications Mobile Computing	6	1.141%

In the query made in the context of publishers, it was determined that 83 publishers were listed. Between 1998-2023 (August), 93 publications were published by Elsevier, 79 publications by Springer Nature, 50 publications by Mdpi, 41 publications by Emerald Group Publishing, 32 by Taylor and Francis, 29 by Hindawi Publishing Group, and 22 by IEEE. It was determined that 520 of 526 articles were written in English and 6 of them were written in different languages. In the analysis made on the basis of the indexes in which the journals were scanned, it was found that 53% (n=277) of these studies were included in the Science Citation Index Expanded (SCI EXPANDED), 40% (n=209) were scanned in the Social Sciences Citation Index (SSCI), and 20% (n=106) appear to have been scanned in the Emerging Sources Citation Index (ESCI).

Figure 3. Publishers



3.4. Research Areas

When the research areas of the articles (at least 10 publications) are examined, it is seen that most studies were done in the field of Computer Science with 243 publications. This number corresponds to approximately 46% of all publications. It is followed by Business Economics with 138 publications, Engineering with 105 publications, and Telecommunications with 38 publications.

Table 2. Research Areas

Research Areas	Record Count	% of 526
Computer Science	243	46.198%
Business Economics	138	26.236%
Engineering	105	19.962%
Telecommunications	38	7.224%
Operations Research Management Science	32	6.084%
Information Science Library Science	28	5.323%
Science Technology Other Topics	26	4.943%
Environmental Sciences Ecology	21	3.992%
Psychology	21	3.992%
Social Sciences Other Topics	15	2.852%
Mathematics	12	2.281%
Physics	12	2.281%
Neurosciences Neurology	10	1.901%

3.5. Nationalities of The Authors

Table 3 shows the 15 most repeated nationalities among the authors of the analyzed articles, as the same article may belong to researchers from different countries. China is the country with the most publications, with 152 publications. This country is followed by India, USA, Malaysia, UK and other countries.

Table 3. Nationalities of The Authors

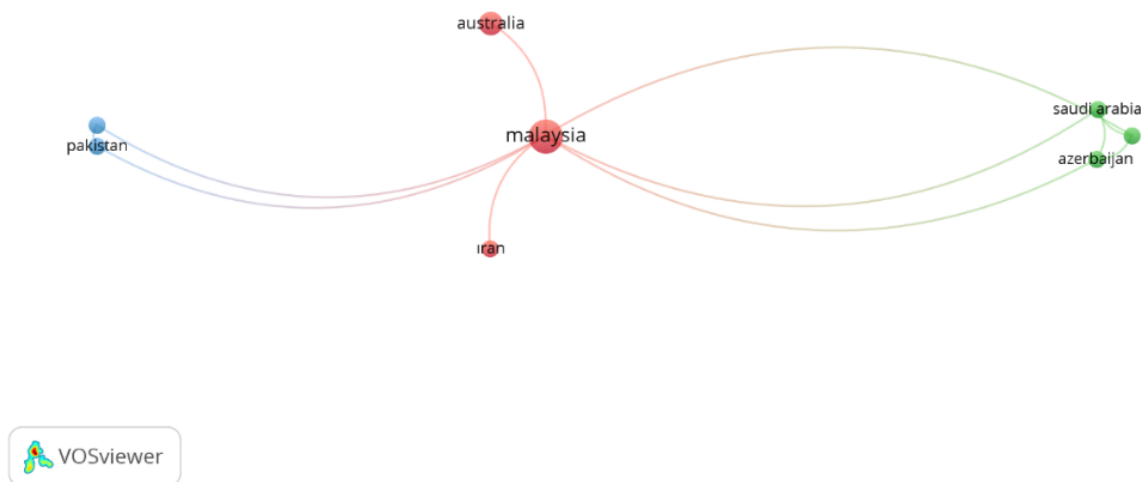
Country	Record Count	% of 526
China	152	28.897%
India	79	15.019%
USA	71	13.498%
Malaysia	39	7.414%
England	32	6.084%
Taiwan	31	5.894%
South Korea	29	5.513%
Australia	21	3.992%
Germany	21	3.992%
Saudi Arabia	16	3.042%
Spain	15	2.852%
Pakistan	15	2.852%
Neurosciences Neurology	10	1.901%

3.6. Network Analysis

3.6.1. Co-Authorship of Countries

Figure 4 presents a visualization map of the co-authorship of countries in the literature on artificial intelligence and its use in e-commerce processes. The size of the node represents the number of articles published by different countries. The growth in size indicates that countries are broadcasting more. Looking at the dimensions shown in Figure 4, Malaysia appears to be the most influential country in terms of articles on artificial intelligence technology and e-commerce.

Figure 4. Network Analysis of Countries' Co-Authorship



3.6.2. Keywords Co-Occurrence

A total of 18 cluster densities with 477 connections among the 116 key aggregation overall were analyzed. Among the 116 keywords analyzed, the words 'e-commerce', 'artificial intelligence', 'electronic commerce', 'cross-border e-commerce', 'big data' and 'artificial neural network' were determined as the most frequently used words in the researches in the field of e-commerce and artificial intelligence.

Figure 5. Network Analysis of Keywords

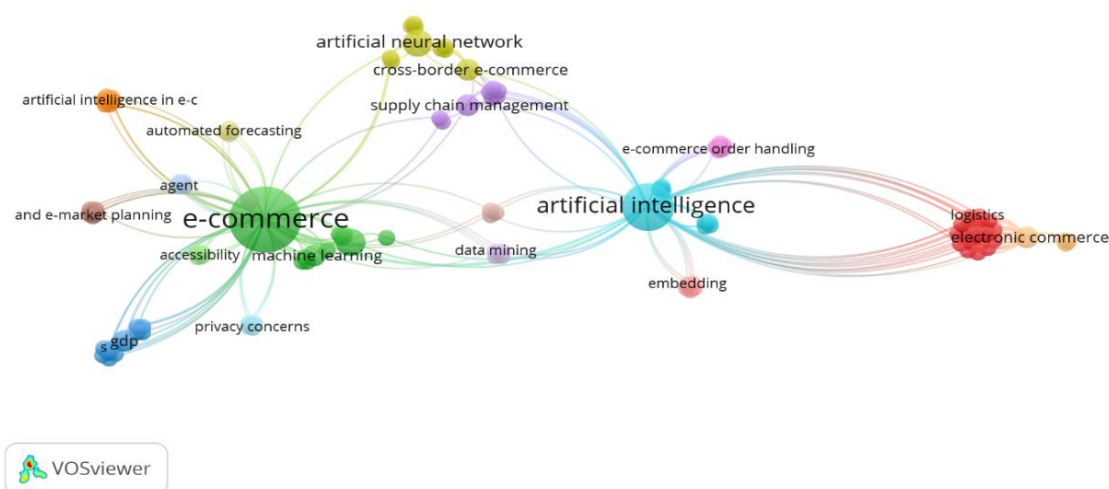


Table 4 represents the top 10 keywords represented by the strength of each link. Logically, 'e-commerce' is the keyword with the most effective power in total relations with 17.

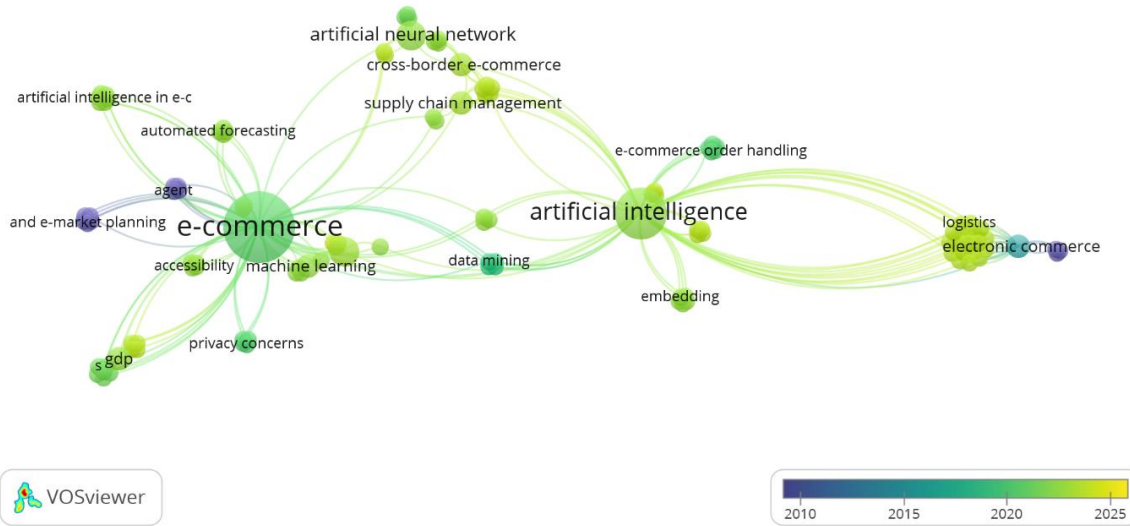
Table 4. Co-Occurrence of Keywords

Keywords	Occurrences	Total Link Strength
E-Commerce	17	70
Artificial Intelligence	9	55
Artificial Neural Network	3	10
Big Data	3	10
Electronic Commerce	2	22
GDP	2	12
Cross-Border E-Commerce	2	11
Supply Chain Management	2	10
E-Commerce Platform	2	8
Machine Learning	2	7
Artificial Intelligence	9	55
Artificial Neural Network	3	10

The temporal trend network map with 116 keywords is given in Figure 6. This network map shows which keywords were more heavily researched for their association at different time periods between 2010 and 2020. Accordingly, it is seen that the clusters shown in yellow,

which include keywords such as artificial intelligence, cross-border e-commerce, digital transformation, data and logistics, correspond to the topics examined in recent years.

Figure 6. Common Word Analysis – Temporal Trend Network Map



3.6.3. Autor Co-citation

Analysis of authors' joint citations was made by considering at least 3 citations per author. Sixty-four authors were filtered by this selection. Table 5 presents a list of the 10 most cited authors jointly by other researchers. Accordingly, the authors with the highest co-citation power are seen as Liu Y., and Shen B. Dinev T, Kim DJ, and Xu H are the authors with the highest connectivity.

Table 5. Autor Co-Citation

Author	Citations	Total Link Strength
Liu, Y	8	43
Shen, B	8	16
Nielsen, J	7	14
Dinev, T	6	180
Li, H	5	124
Gefen, D	5	109
Chong, AYL	5	86
Hair, JF	5	51
Ngai, EWT	5	35
Ho, GTS	5	15
Liu, Y	8	43
Shen, B	8	16
Nielsen, J	7	14

CONCLUSION

Artificial intelligence technology applied in the e-commerce sector is an exciting and new field of research in terms of improving the value chain of shopping services and increasing the efficiency and profitability of the sector in general. This article provides an overview of the research field using descriptive bibliometric analysis, network analysis, and visualization based on co-authorship and co-citation criteria.

Artificial intelligence systems, which benefit from many different technologies, from machine learning to data science, from deep learning to voice assistant, increase the e-commerce experience; chatbots, search engines and personalized customer service applications improve the structure of e-commerce. Businesses that make most of their sales on e-commerce platforms allocate a significant part of their digital marketing budgets to artificial intelligence-based applications. Among the most important benefits of artificial intelligence are increasing efficiency, saving time, better understanding of customer information, making marketing decisions more applicable, increasing the return on investment and providing customer satisfaction (Shahid and Li, 2019: 32).

The COVID-19 pandemic has had major effects on various aspects of social life, including the economy. The decrease in the purchasing power of individuals who cannot do business has led to an increase in electronic commerce as a product and service supply tool. Businesses operating in the field of e-commerce should consider factors such as increasing internet speed, expanding 5G and Wi-Fi networks, and increasing accessibility and trust in mobile devices and applications to increase the growth and competitiveness of e-commerce (Vărzaru and Bocean, 2021: 2315).

The development of network computing technology and artificial intelligence technology has led to the creation of software agents. E-commerce, especially in C2C transactions, has inherent information asymmetry due to the anonymity and liquidity of transactions. In the virtual environment, buyers cannot physically see the products and can only rely on the seller's photos and descriptions to select the products. A new C2C e-commerce credit system model based on the game theory model of e-commerce buyers and AI technology sellers is proposed to promote the development of e-commerce (Mu and Ding, 2022: 9).

It is necessary to develop a corporate social responsibility model based on humane principles in e-commerce and high technology in the artificial intelligence economy. The high technology of the artificial intelligence economy makes it possible to maximize the contribution of responsible human resource management (HRM) in e-commerce businesses to increase their revenue (Zavyalova et al., 2023: 8).

E-commerce companies can use Chatbots to enhance their customers' online shopping experience by providing authentic conversations and convenience. Companies can also focus on developing Chatbot technology to address users' concerns about privacy and technology immaturity. Both utilitarian and hedonic factors need to be considered in the design and implementation of Chatbots in e-commerce (Marjerison et al., 2022: 1).

Businesses and large e-commerce firms actively apply artificial intelligence technology and optimize their e-commerce platforms to increase their competitiveness. With the support of artificial intelligence technology, e-commerce will have a wider development trend, and this will further improve customer relations and experiences with alternative applications. Quick answers to instant questions should be provided 24 hours a day, 7 days a week via chatbots. Likewise, instant interactions with WhatsApp and social media applications and their questions should be answered quickly. The customer's contact point is not *call center* numbers but web and mobile applications.

While the traditional form of stock management is limited to current stock levels, AI-assisted stock management should provide how to maintain stocks with the sales trend in previous years, anticipated or expected changes in product demands, and potential supply-related issues that will affect stock levels. In addition to inventory management, warehouse management is also provided with the emergence of automated robots, which are predicted as the future of artificial intelligence in e-commerce.

Artificial intelligence is a transformative force, especially in the e-commerce sector, and this is inevitable. It is certain that this development will continue to increase due to the developing technologies day by day. In this age where digitalization is effective in every field, if artificial intelligence is not used in e-commerce activities, falling behind competitors is an inevitable result. For this reason, it is very important for e-commerce companies to follow the developing technology and integrate artificial intelligence into their systems.

This article presents a bibliometric analysis and literature review of research on artificial intelligence in e-commerce. The main research themes in this research area are optimization in e-commerce, trust and personalization, sentiment analysis and artificial intelligence-related technologies. The article will contribute to the researchers who will work in this field in the future by analyzing the results of studies in this field. The limitation of this study is that only the Web of Science database was used for its preparation. Therefore, the analysis can be extended for future research by including Scopus or other alternative databases.

REFERENCES

- Barrios, M., A. Borrego, A. Vilaginés, C. Ollé and M. Somoza (2008). "A Bibliometric Study of Psychological Research on Tourism". *Scientometrics*, 77 (3), 453-467.
- Chaffey, D. and F. E. Chadwick (2019). *Digital Marketing*. (Seventh Edition). Harlow, England, New York: Pearson.
- Diodato, V. P. (1994). *Dictionary of Bibliometrics*. New York: Haworth Press.
- Dwivedi, Y. K., L. Hughes, E. Ismagilova, et all. (2019). "Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary Perspectives on Emerging Challenges, Opportunities, and Agenda for Research, Practice and Policy". *International Journal of Information Management*, 57 (101994), 1-47.
- King, K. (2019). *Using Artificial Intelligence in Marketing: How to Harness AI and Maintain the Competitive Edge*. (1st Edition). New York: Kogan Page Ltd.

- Li, S. (2020). "Structure Optimization of e-Commerce Platform Based on Artificial Intelligence and Blockchain Technology". *Wireless Communications and Mobile Computing*, 12, 1-8.
- Lu, H., Y. Li, M. Chen, H. Kim and S. Serikawa (2018). "Brain Intelligence: Go beyond Artificial Intelligence". *Mobile Netw Appl.*, 23 (2), 368-375.
- Marjerison, R. K., Y. Zhang and H. Zheng (2022). "AI in E-Commerce: Application of the Use and Gratification Model to The Acceptance of Chatbots". *Sustainability*, 14 (21), 1-16.
- Mu, W. and H. Ding (2022). "C2C Model E-Commerce Credit Evaluation Model Based on Artificial Intelligence". *Mobile Information Systems*, 12, 1-10.
- Pradeep, A. K., A. Appel and S. Sthanunathan (2019). *AI For Marketing and Product Innovation: Powerful New Tools for Predicting Trends, Connecting with Customers and Closing Sales*. Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons.
- Rashidin, S., D. Gang, S. Javed and M. Hasan (2022). "The Role of Artificial Intelligence in Sustaining the E-Commerce Ecosystem: Alibaba vs. Tencent". *Journal of Global Information Management*, 30 (8), 1-25.
- Shahid, M. Z. and G. Li (2019). "Impact of Artificial Intelligence in Marketing: A Perspective of Marketing Professionals of Pakistan". *Global Journal of Management and Business Research*, 19 (2), 27-33.
- Song, X., S. Yang, Z. Huang and T. Huang (2019). "The Application of Artificial Intelligence in Electronic Commerce". *J. Phys.: Conf. Ser.*, 1302 (3), 1-6.
- Van Eck, N.J. and Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84 (2), 523-538.
- Vanneschi, L., D. M. Horn, M. Castelli and A. Popovič (2018). "An Artificial Intelligence System for Predicting Customer Default in E-Commerce". *Expert Systems with Applications*, 104, 1-21.
- Värzaru, A. A. and C. G. Bocean (2021). "A Two-Stage SEM-Artificial Neural Network Analysis of Mobile Commerce and Its Drivers". *JTAER*, 16 (6), 2304-2318.
- Zavyalova, E. B., V. A. Volokhina, M. A. Troyanskaya and Y. I. Dubova (2023). "A Humanistic Model of Corporate Social Responsibility in E-Commerce with High-Tech Support in The Artificial Intelligence Economy". *Humanit Soc Sci Commun*, 10 (1), 1-10.
- Zhang, D., L. G. Pee and L. Cui (2021). "Artificial Intelligence in E-Commerce Fulfillment: A Case Study of Resource Orchestration at Alibaba's Smart Warehouse". *International Journal of Information Management*, 57 (102304), 1-15.
- Zhou, C., H. Li, L. Zhang and Y. Ren (2023). "Optimal Recommendation Strategies for AI-Powered E-Commerce Platforms: A Study of Duopoly Manufacturers and Market Competition". *JTAER*, 18 (2), 1086-1106.

YENİLİĞİ TEŞVİK ETMEDE KAPSAYICI LİDERLİĞİN ROLÜ: ARAŞTIRMA LİTERATÜRÜ ODAKLI BİR İNCELEME

İbrahim YIKILMAZ¹

Öz

İnovasyon performansı, günümüzün yoğun rekabet ortamında organizasyonel başarının temel unsurudur. Ancak inovasyon süreçlerindeki düşük başarı oranları birçok örgütsel sonucu olumsuz etkileyerek kaynakların etkin kullanımını ve müşteri memnuniyetini azaltabilmektedir. İnovasyon; destekleyici, çeşitliliği, farklı bilgi kanalları aracılığıyla yenilikçi çözüm ve öneriler sunan çalışanları destekleyen bir organizasyon iklimini ve bu iklimin oluşmasını sağlayan bir liderlik uygulamasını gerektirir. Bu bağlamda takipçiler arasında güven, saygı ve aidiyet duygusu yaratan kapsayıcı liderlik, inovasyon performansının artırılmasına önemli ölçüde katkı sağlayabilir. Bu çalışma, ampirik sonuçlar sağlayan çalışmalar kapsamında inovasyon ve kapsayıcı liderlik arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Web of Science veri tabanında *inovasyon* ve *kapsayıcı liderlik* anahtar kelimelerini içeren çalışmalar belirlenmiştir. Çalışmalar yazar, yayın tarihi, araştırma türü, örneklem büyüklüğü ve değişkenler gibi çeşitli faktörlere göre kategorize edilmiştir. İnovasyon ve kapsayıcı liderlik üzerine yapılan ampirik çalışmaların sonuçları paylaşılmıştır. Çalışmanın işletmelerde inovasyon performansının artırılmasında kapsayıcı liderlik uygulamalarına ilişkin farkındalığı arttıracak beklenmektedir. Ayrıca inovasyon ve kapsayıcı liderlik arasındaki ilişkiye dair ampirik çalışmaları sunarak literatürü genişletmektedir.

Anahtar Kelimeler

Kapsayıcı Liderlik
Yaratıcılık
Yenilik
Yenilikçi İş Davranışı
Performans

Makale Hakkında

Derleme Makale
Gönderim Tarihi : 08.09.2023
Kabul Tarihi : 10.10.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357552

¹ Arş. Gör. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, e-posta: ibrahimyklmz@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1051-0886.

THE ROLE OF INCLUSIVE LEADERSHIP IN FOSTERING INNOVATION: A FOCUSED REVIEW OF THE RESEARCH LITERATURE

Abstract

Innovation performance is a crucial element for organizational success in today's intensely competitive business environment. However, low success rates in innovation processes can negatively affect many organizational outcomes, reducing the effective use of resources and customer satisfaction. Innovation requires both an organizational climate that supports employees who are supportive, diverse and offer innovative solutions and suggestions through different information channels, and also a leadership practice that ensures the formation of this climate. In this context, inclusive leadership, which creates a sense of trust, respect, and belonging among followers, can significantly contribute to increasing innovation performance. This study aims to examine the relationship between innovation and inclusive leadership within studies that provide empirical results. To achieve this, studies containing the keywords *innovation* and *inclusive leadership* were identified in the Web of Science database. The studies were categorized based on several factors, including the author, publication date, type of research, sample size, and variables. The results of empirical studies on innovation and inclusive leadership are shared. This study is expected to increase awareness of inclusive leadership practices in increasing innovation performance in businesses. Additionally, it expands the literature by presenting empirical studies on the relationship between innovation and inclusive leadership.

Keywords

Inclusive Leadership
Creativity
Innovation
Innovative Work Behaviour
Performance

Article Info

Compilation Article

Received : 08.09.2023
Accepted : 10.10.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357552

Citation Information: Yıkılmaz, İ. (2023). The Role of Inclusive Leadership in Fostering Innovation: A Focused Review of The Research Literature. *Journal of Society, Economics and Management*, 4 (Special), 198-219.

Kaynakça Gösterimi: Yıkılmaz, İ. (2023). Yeniliği Teşvik Etmede Kapsayıcı Liderliğin Rolü: Araştırma Literatürü Odaklı Bir İnceleme. *Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi*, 4 (Özel), 198-219.

INTRODUCTION

Businesses are constantly striving to meet ever-changing customer expectations and demonstrate effective management practices in increasingly competitive industry environments. Innovation performance is an important strategic advantage and success factor in this process (Birchall and Tovstiga, 2005: 102; Zhuplev, 2018: 1; Jiang and Chen, 2018: 1820). To succeed, companies must effectively manage the competitive dynamics and speed of the industry environment while offering services and products that exceed customer expectations (Yıkılmaz and Gunduz Çekmecelioğlu, 2023: 209). Innovation performance is a critical issue that significantly affects the overall performance of an enterprise. It has a decisive impact on many organizational outputs, both directly and indirectly (Shouyu, 2017: 648; Phan, 2019: 73; Wang and Ahmed, 2007: 38; Gunday et al., 2011: 662). Despite its importance, it is often the case that the innovation performance of enterprises falls short of expectations. According to a global study conducted by McKinsey (2022) on CEOs, although innovation is a top priority for many, only 10% of respondents felt that their businesses had achieved successful innovation performance. According to Castellion and Markham (2013) and Rhaiem and Amara (2021), the success rate in innovation varies between 10% and 60% depending on the complexity of the innovation type, but failure is often the result. The innovation process also incurs a high rate of resource waste, and leadership is identified as a critical factor in overcoming this, according to the Arthur Little Report (2023). According to Huang et al. (2022), a leadership style that thinks strategically, possesses strong communication skills, has high emotional intelligence, and can effectively handle problems while remaining grounded in integrative and inclusive values is crucial. Effective leadership also plays a critical role in identifying and responding to environmental changes, meeting the needs and expectations of internal and external stakeholders, and distributing resources effectively.

According to a 2017 study by PwC on innovation performance in 1200 companies globally, executives reported difficulties in adapting their business strategy to innovation. 72% of executives also stated that they did not have more innovative solutions than their competitors. Moreover, different parties involved in the innovation process, such as employees, can have a positive impact on the process. Therefore, a management approach is needed that can bring together parties with different opinions and suggestions and foster harmony to contribute to the innovation process. Jong and Roth (2015) emphasize the importance of a management practice that encourages and guides the structure, processes, and all elements of the business for success in the innovation process. They arrived at this conclusion based on their extensive study of 2,500 executives in over 300 companies. Furstenthal et al. (2021) also note that success in the innovation process requires a management practice that reallocates resources, promotes flexibility, and increases speed, especially in the post-pandemic period. When all of these factors are evaluated together, it becomes clear that the leader's leadership and the organizational climate they create have a decisive impact on innovation performance. Inclusive leadership can address the need for flexibility, effective resource allocation, and a leadership approach that encourages and embraces diversity, which is considered necessary for innovation. Social Exchange Theory (Blau, 1968; Emerson, 1976) posits that individuals' action-reaction system is based on a process of change. When presented with issues such as trust, loyalty, and power in social interactions, individuals

approach them with a positive and value-giving attitude. Inclusive leaders (IL), on the other hand, are a type of leadership style that promotes change and development, recognizes and rewards employees' efforts, and champions justice, equality, and joint decision-making (Nembhard and Edmondson, 2006: 947; Carmeli et al., 2010: 252; Randel et al., 2018: 192). IL ensure a psychologically safe and empowering climate for its employees by providing accessible resources in every field. They also foster a supportive organizational climate that encourages innovative work behaviors (Carmeli et al., 2010: 252; Zhu et al., 2020: 2960; Wang et al., 2021: 6). In this context, in improving the situation regarding low innovation performance, it is aimed to examine the effect of inclusive leadership in the establishment of sustainable innovation performance and management understanding and to increase awareness in this direction. With the aim of providing suggestions to businesses, this study systematically and collectively presents the results of empirical studies on the relationship between innovation performance and inclusive leadership. By doing so, it expands the existing literature on the topic. Additionally, the study raises awareness of the importance of IL in promoting innovation performance and establishing a sustainable management approach and is expected to contribute significantly to practical applications.

1. Literature Review

1.1. Inclusive Leadership

The importance of human resources in business cannot be overstated. However, leaders play a particularly important role in ensuring a fair distribution of work, creating a sense of belonging, and facilitating joint decision-making. The abilities and characteristics of leaders have the power to make employees feel valued and to create a working environment that is respectful and fair. Specifically, the discourse and behavior of leaders can make employees feel included in organizational processes, leading them to express their thoughts freely and to make greater efforts to cooperate for the success of the organization. Organizations can achieve innovative and creative outputs that improve performance by utilizing this process. Inclusive leadership (IL) is considered a distinct skill that empowers companies to adjust to diverse concepts, abilities, customers, and markets (Bourke and Titus, 2020: 1).

The definition of IL was established in 2006, referring to the behaviors and communication of leaders who recognize and appreciate the efforts of their subordinates, thus motivating them to contribute more (Nembhard and Edmondson, 2006: 927). This definition emphasizes the importance of appreciating employees' efforts. Carmeli et al. (2010: 250) stated that inclusive leaders exhibit 'openness, accessibility, and availability' in their interactions with followers. Thus, the characteristics of inclusive leaders are being explained. According to Randel et al. (2018), IL can be defined as an approach to leadership that prioritizes supporting employees as a group by ensuring fairness and equality, promoting diverse contributions, and providing opportunities for shared decision-making. The theoretical foundations that encourage this leadership style are based on the concept of 'inclusiveness' in organizations. The term inclusion, which comes from the combination of the Chinese words 包(Bao) and 容(Rong), emphasizes the importance of creating a sense of belonging in the workplace. Bao means to include, while Rong refers to tolerating certain actions and accepting different forms of behavior (Siyal et al., 2023: 3). In this way, employees feel that the organization has a distinct

identity. Inclusivity is defined as "the degree to which an employee feels respected in the workplace, a sense of belonging and being treated as a unique individual" (Aslan et al., 2021: 170). One of the fundamental roles of managers is to ensure a fair distribution of organizational resources, opportunities, and rewards among employees. When employees feel included, they are highly influenced by their managers' discourses and behaviors. Therefore, IL is necessary in organizations that strive to promote inclusiveness.

Inclusive leaders are effective in creating an environment where equal and fair behavior is prevalent among groups and group members within the organization. This promotes a strong sense of belonging among employees by eliminating feelings of exclusion and fear. According to a study conducted by Nembhard and Edmondson (2006), IL has a positive effect on employees' psychological safety and encourages them to work more efficiently. As managers' IL levels increase, employees are more likely to participate in decision-making processes, resulting in higher performance (Blau, 1968: 452). When employees feel empowered to be involved in organizational activities and decisions, they respond with proactive behaviors.

According to organizational support theory, IL increases the likelihood of employees exhibiting positive and extra work behaviors. IL strengthens the interaction between the leader and their followers, encouraging employees to pursue organizational goals, job satisfaction, and performance (Carmeli et al., 2010: 251). Similarly, innovative work behavior has positive effects on various outcomes, including team innovation, strategic flexibility, and diversity climate. Disseminating innovative and creative ideas can thus improve organizational performance.

1.2. Inclusive Leadership and Innovation Performance

According to Li and Tang (2022), IL is an essential tool for managing workforce diversity and promoting organizational inclusion. Its three pillars of 'openness, accessibility, and availability' can drive innovation performance at all levels (the individual, group, and organizational). Javed and his colleagues (2019a; 2019b) found evidence of the positive impact of inclusive leadership on innovative work behaviors at the individual level in their study. Accordingly, employees' perceptions of their managers' inclusive leadership can influence individual innovation performance in three ways (Li and Tang, 2022: 2). The first effect is based on the social exchange theory, which posits that employees are more likely to exert effort and take action in response to the resources offered by managers, whether material or non-material (Blau, 1964). Thus, a social exchange relationship established between managers and employees can have a positive impact on organizational performance and outputs. Inclusive leadership, which fosters employees' sense of belonging, acts as a supportive resource at the psychological level. In return for the services provided by inclusive leaders, employees respond by increasing their levels of innovative and creative performance. In other words, employees tend to respond by exhibiting extra-role behaviors, such as innovative work behaviors (Choi et al., 2015: 931). The second effect of IL on individual innovation performance is related to allowing employees to express their opinions openly. Inclusive leaders are open to different ideas and create the perception that they are always ready and accessible as listeners to their employees. As a result, employees can freely express their opinions and propose new ideas, knowing that they will not be ignored (Carmeli et al., 2010: 252). The third

effect of IL on individual innovation behaviors is based on the open communication process. The presence of leaders who are always open to communication and willing to support their employees instills trust and belonging in employees, enabling them to engage in innovative behavior (Clegg et al., 2002: 409).

In order to improve organizational performance, it is important to focus on both group and individual performance. Leaders cannot rely solely on individual behaviors to increase innovation performance at the organizational level. Instead, they must also encourage team-oriented studies that promote in-group and inter-group commitment (Morgeson et al., 2010: 8). IL, with its characteristics of 'openness, accessibility, and availability', can foster behaviors such as increasing team members' loyalty to their groups, encouraging them to generate innovative ideas, and promoting cooperation to enhance group innovation. On the other hand, it can enable them to focus on group goals by reducing/eliminating communication barriers between group members with different personalities. Thus, it can create a social environment where coordination can be achieved within the group (Mor-Barak, 2003: 145).

When viewed from a systems approach, it is clear that evaluating organizations solely based on individual and group performance is not sufficient. It is necessary to consider innovative interactions between groups from a holistic perspective. Additionally, innovation performance encompasses a wide range of factors beyond just the interaction between managers and employees in the context of inclusive leadership. Therefore, the interactions between groups as a whole, including those with their managers and other groups, also significantly impact organizational outputs at an innovative level. According to Winters (2013: 206), IL encourages the establishment of an inclusive environment that acknowledges and accepts diverse approaches, styles, perspectives, and experiences. Thus, it enables group performance to increase by effectively managing individual diversity within the organization. In addition, When a group member within the organization sees that innovative ideas and actions are appreciated by inclusive leaders in other groups, they may believe that they can experience similar effects by acting in the same way. Thus, intergroup interaction can increase innovation performance.

IL has been found to have multi-level effects on innovation performance. IL acknowledges and appreciates individual differences among its employees and adjusts its approach accordingly. This creates a perception that every employee's concerns and ideas are valued and fosters a sense of confidence in suggesting new ideas without fear of punishment or rejection. With this supportive environment, employees are more likely to think innovatively and focus on their goals. As a result, innovation performance can improve at the individual, group, and organizational levels when employees feel accepted and appreciated for their differences in the workplace.

2. Methodology

The study aims to explore the relationship between innovation and inclusive leadership and provide recommendations based on the findings. The systematic review method was used to identify relevant studies, following a set of steps outlined by Littell et al. (2008). Studies were included if they were empirical, qualitative or quantitative and examined issues related to innovation and inclusive leadership. The search was conducted on the 'Web

of Science' electronic databases, using *innovation* and *inclusive leadership* as keywords. Initially, 46 studies were identified, but after applying inclusion criteria and removing duplicates, the study continued with 34 studies. These 34 studies represent all available empirical research on the topic. Publications were classified by author, publication date and sample. The findings and results of the studies were then analyzed and summarized in detail.

3. Findings

Table 1 contains the details of 34 studies that were analyzed based on their inclusion criteria and main objective.

Table 1. Descriptive Information of Determined Studies

	Author/s	Title	Sample
1	Zhang et.al, (2022)	Chinese nurses' innovation capacity: The influence of inclusive leadership, empowering leadership and psychological empowerment	1355 nurses in China
2	Duc and Tho, (2023)	Inclusive leadership and team innovation in retail services	300 team leaders in retail services
3	Gong, et al., (2021)	Inclusive leadership, ambidextrous innovation and organizational performance: the moderating role of environment uncertainty	325 High-tech enterprises' employees
4	Ye et all., (2019)	Inclusive leadership and team innovation: The role of team voice and performance pressure	230 members from 55 teams
5	Vladić et all., (2021)	Determinants of Innovation Capability: An Exploratory Study of Inclusive Leadership and Work Engagement	in-depth interview with the CEO
6	Javed et.al., (2019a)	Inclusive leadership and innovative work behavior: The role of psychological empowerment	390 employees in the information technology and cargo sectors within the United Kingdom and Canada.
7	Mitchell and Boyle, (2021)	Professional faultlines and interprofessional differentiation in multidisciplinary team innovation: The moderating role of inclusive leadership	70 interprofessional health care teams
8	Mansoor et.al., (2021)	Does inclusive leadership incite innovative work behavior?	217 employees working in Pakistani banks
9	Zhu et al., (2020)	The Paradoxical Effect of Inclusive Leadership on Subordinates' Creativity	393 Full-time and front-line employees

Table 1 (Continued). Descriptive Information of Determined Studies

	Author/s	Title	Sample
10	Wang et al., (2021)	Moderating Multiple Mediation Model of the Impact of Inclusive Leadership on Employee Innovative Behavior	418 employees of the manufacturing industry in China.
11	Javed et.al., (2019b)	Impact of inclusive leadership on innovative work behavior: The role of psychological safety	390 supervisors-subordinates dyads working in textile industry in Pakistan.
12	Shafi et.al, (2023)	Impact of inclusive leadership on project success through climate for innovation: the moderating role of knowledge sharing	201 participants working in project-based organizations in Pakistan
13	Zhao et al., (2022)	Impact of ambidextrous human resource practices on employee innovation performance: the roles of inclusive leadership and psychological safety	788 employees from 32 companies across different industries in China
14	Fang et al., (2021)	An empirical study of the relationship between inclusive leadership and business model innovation	30 enterprises in Zhejiang Province, China
15	Gupta et.al., (2022)	Impact of Inclusive Leadership on Innovation Performance During Coronavirus Disease 2019 Outbreak: Mediating Role of Employee Innovation Behavior and Moderating Role of Psychological Empowerment	300 employees in Saudi manufacturing firms
16	Jolly and Lee, (2021)	Silence is not Golden: Motivating Employee Voice through Inclusive Leadership	440 hospitality employees
17	Wu and Li, (2023)	Impact of inclusive leadership on employees' innovative behavior: A relational silence approach	263 in-service leaders and employees
18	Choi et al., (2017)	Inclusive Leadership and Employee Well-Being: The Mediating Role of Person-Job Fit	207 employees in five telecommunication companies in Vietnam
19	Montero-Muñoz, and Calderón-Gómez, (2020)	Associativity, inclusive leadership and local economic development. The Group of Independent Artisans of Mompox	interviews with artisans and local leaders, this article analyzes the filigree sector in Mompox, Colombia

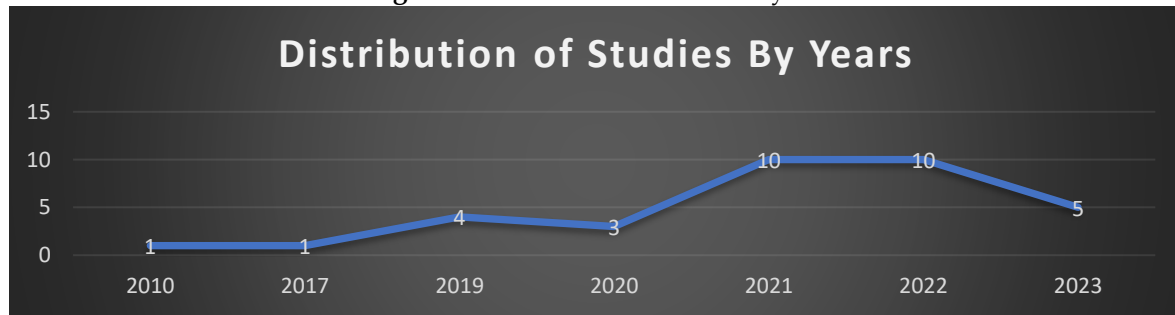
Table 1 (Continued). Descriptive Information of Determined Studies

	Author/s	Title	Sample
20	Nguyen et.al., (2022)	Inclusive Leadership and Creative Teaching: The Mediating Role of Knowledge Sharing and Innovative Climate	468 high school teachers in Vietnam
21	Khan et.al., (2022)	Employee mindfulness, innovative work behaviour, and IT project success: the role of inclusive leadership	347 information technology project employees
22	Carmeli, et al, (2010)	Inclusive Leadership and Employee Involvement in Creative Tasks in the Workplace: The Mediating Role of Psychological Safety	150 employees
23	Mir et al., (2021)	Impact of Inclusive Leadership on Project Success: Testing of a Model in Information Technology Projects	Information technology projects in Pakistan
24	Ackaradejruangsri et.al., (2022)	Exploring the Determinants of Young Inclusive Leadership in Thailand: Research Taxonomy and Theoretical Framework	interviews with 12 young Thai leaders
25	Fang, et.al., (2019)	The Impact of Inclusive Leadership on Employees' Innovative Behaviors: The Mediation of Psychological Capital	351 employees in China
26	Javed et al., (2018)	Inclusive Leadership and Innovative Work Behavior: Examination of LMX Perspective in Small Capitalized Textile Firms	150 supervisors-subordinate dyads in small capitalized firms
27	Khan et.al., (2020)	Does inclusive leadership affect project success? The mediating role of perceived psychological empowerment and psychological safety	328 employees working in project-based organisations across the information technology industry.
28	Shah et al., (2021)	The Inter-Relationship between CSR, Inclusive Leadership and Employee Creativity: A Case of the Banking Sector	533 banking sector employees in Pakistan
29	Bhutto et.al., (2021)	Green inclusive leadership and green creativity in the tourism and hospitality sector: serial mediation of green psychological climate and work engagement	302 employees in the tourism and hospitality sector
30	Thabet et.al., (2023)	Does green inclusive leadership promote hospitality employees' pro-environmental behaviors? The mediating role of climate for green initiative	254 employees working in the hospitality industry

Table 1 (Continued). Descriptive Information of Determined Studies

	Author/s	Title	Sample
31	Katsaros (2022)	Exploring the inclusive leadership and employee change participation relationship: the role of workplace belongingness and meaning-making	155 employees from 31 teams from a branch of a multinational pharmaceutical company in EU
32	Zhong and Luo, (2022)	The Trickle-Down Effects of Inclusive Leadership on Employees' Innovative Behavior: The Joint Moderating Effects of Vicarious Learning and Organizational Inclusion Climate	74 leaders 524 employees
33	Fu et.al., (2022)	An Inclusive Leadership Framework to Foster Employee Creativity in the Healthcare Sector: The Role of Psychological Safety and Polychronicity	366 employees of the selected hospitals
34	Shao et.al., (2022)	A CSR Perspective to Drive Employee Creativity in the Hospitality Sector: A Moderated Mediation Mechanism of Inclusive Leadership and Polychronicity	427 leaders and employees

Figure 1 displays the distribution of studies from Table 1 across the years, indicating that interest in the concept has grown since 2020.

Figure 1. Distribution of Studies By Years

The studies examined reveal that psychological empowerment, team innovation, and employee creativity are often analyzed alongside inclusive leadership (Figure 2).

Figure 2. Keyword Co-Occurrence Map



The results obtained from the study are as follows:

- *Inclusive Leadership significantly increases the innovation performance and overall performance of the business:*

Gong et al. (2021) found that IL positively affects organizational performance and that exploratory and exploitative innovations play a mediator role in this effect. This shows that IL has a clear impact on introducing a new product or service in a disruptive way, whether it is aimed at improving employees' existing product skills and competence. In the study, it was also examined whether the effect of IL changed in accordance with the situation of the organization. It has been determined that the effect of IL on innovation and organizational performance increases in environments with high environmental uncertainty.

It is emphasized that IL's trust, humility and empathy-based approaches in leadership practice are decisive in the formation of this effect, in which IL increases employees' work engagement and innovation capabilities (Vladić et al., 2021: 130).

A study that examines three levels of leadership practices reveals important results regarding inclusive leadership. Zhong et al. (2022) explore the interaction between top management, supervisors, and employees in terms of leadership practices and find that the supervisor's inclination towards inclusive leadership has a significant effect on employees' innovative behavior. Additionally, the study determines that vicarious learning and an inclusive organizational climate increase the impact of top management's inclusive leadership practices on supervisors' inclusive leadership practices. It is also noted that young leaders who embrace diversity and entrepreneurship tend to act openly and inclusively towards innovations (Ackaradejruangsri et al., 2022: 1).

➤ *Inclusive leadership can increase team innovation in businesses:*

Team-based work and team innovation are increasing day by day due to project-based business processes and product service delivery approaches. Inclusive leadership has been shown to increase team innovation. Within this interaction mechanism, it has been found that team voice further enhances the positive effect of inclusive leadership (IL) on team innovation performance. Employee voice refers to the ability of employees to express their thoughts and opinions about their work without fear of negative consequences, regardless of their location, schedule, or method of working. When employee voice channels are functioning properly, employees may experience an increase in their sense of worth, trustworthiness, and decision-making power. Ultimately, this can lead to an improvement in their job satisfaction and overall innovation performance. Moreover, it has been observed that the effect of IL on team performance is even greater when performance pressure is high (Ye et al., 2019: 468). Another important factor between IL and team performance is the psychological contract. According to studies by Duc and Tho (2023), inclusive leaders who take into account individual expectations, beliefs, and wishes of their employees while clearly expressing their mutual expectations and requirements, i.e. making a psychological contract, are more likely to foster team innovation. In this context, employee voice and psychological contract are crucial factors within the organizational climate created by inclusive leaders. As a result, employees' ability to offer innovative solutions and suggestions is increasing.

➤ *Inclusive leadership significantly affects the increase of innovative work behavior:*

In the development of innovative services and products, it is crucial that employees exhibit innovative work behaviors that meet the needs of the organization. IL has emerged as a significantly effective element in the formation of innovative work behavior (Mansoor et al., 2021: 93). In this process, IL is formed by influencing and activating various organizational and individual dynamics. By adopting an embracing, supportive leadership approach, IL paves the way for the formation of Psychological Capital (PsyCap) in employees (Fang et al., 2019: 480). PsyCap reflects an optimistic attitude towards work and life. With the positive climate created by IL in the organizational environment, PsyCap increases, paving the way for an increase in the creative behavior of employees.

It has been emphasized that IL has a positive effect on Leader-Member Exchange (LMX) (Javed et al., 2018: 103) and psychological empowerment, which is a determinant in the increase of Innovative Work Behavior (IWB) (Javed et al., 2019a: 554). Psychological empowerment, in particular, relates to the motivation derived from an intrinsic task and has four cognitive orientations: competence, meaning, self-determination, and impact. It reflects an individual's personal orientation towards their job role (Spreitzer, 1995: 1442). IL plays a crucial role in developing psychological empowerment and effective interaction with their subordinates (LMX) and promoting proactive behavior among employees, resulting in innovative work behavior.

It has been emphasized that IL enables employees to produce creative and innovative solutions in a psychologically trusting environment (Carmeli et al., 2010: 250; Javed et al., 2019b: 117; Zhu et al., 2020: 2960; Wang et al., 2021: 1). Such an environment results in increased involvement in IWB activities. Research has shown that psychological safety has a greater

impact on IWB than creative self-efficacy (Wang et al., 2021: 1), indicating that the psychological support and trust environment experienced by employees within the organization is more important than their own belief in their ability to perform creative activities. However, it has also been pointed out that employees may limit their creativity due to a decrease in challenge-related stress in this psychologically safe and comfortable environment (Zhu et al., 2020: 2960).

According to Wang et al. (2021), providing employees with material or non-material rewards for their innovation performance can increase the effect to a certain extent in the relationship between IL and IWB. Additionally, Gupta et al. (2022) found that psychological empowerment activities positively influence employees' innovative behavior.

Various platforms state that the burden on employees in today's organizational environments has significantly increased. This increase has greatly affected their lives, especially their physical and mental health. The pressure to innovate in businesses raises performance expectations for employees, and as a result, job stress is increasing day by day. In this context, the environment of communication, trust, and support created by Inclusive Leadership (IL) positively affects the well-being of employees and enhances their Innovative Work Behavior (IWB) (Choi et al., 2017: 931). Furthermore, IL's effective communication, accessible and inclusive approach in its relationship with employees, and ensuring that employees work in a place that suits their expectations and abilities, i.e., ensuring person-job fit, significantly increases employee well-being and innovation performance (Choi et al., 2017: 931).

➤ *IL plays an important role in increasing the innovation performance and capability of businesses in the healthcare, banking, education and hospitality sectors, where innovation plays a critical role:*

In terms of increasing sectoral performance, a study examining craftsmen in the filigree industry in Latin America shares that it does not support young and new craftsmen as a collective approach to producing new products and services (Montero-Muñoz and Calderón-Gómez, 2020: 193). In this context, it is shared that the development of young craftsmen in local development and providing sustainable products and services and the creation of an environment in which they can reveal themselves and their talents are possible by adopting the IL leadership style.

As in every sector, it is important to develop information and teaching tactics suitable for rapidly developing conditions in the education sector in terms of obtaining effective results. At this point, it is shared that school principals who exhibit IL style have a significant impact on teachers' knowledge sharing and the creation of an innovative climate, and this situation is effective in teachers' adoption and implementation of creative teaching techniques (Nguyen et al., 2022: 1).

In the rapidly developing field of health, it is crucial to develop innovative behaviors and adopt innovations. According to Zhang et al. (2022), the adoption of the IL approach increases the innovation capacity of nurses. It has also been noted that the healthcare sector affects the ability of hospital employees to produce innovative solutions and suggestions (Fu, et al., 2022: 4519).

Interdisciplinary teams and their effective functioning play an important role in solving problems and developing innovative applications in healthcare organizations. At this point, IL approach significantly influences interprofessional healthcare teams to produce innovative solutions (Mitchell and Boyle, 2021: 332).

Continuous improvement and innovation in products and services are essential, particularly in businesses like accommodation, where daily operations are dynamic and customer satisfaction directly impacts success. The effectiveness of service innovation is directly related to the performance of front-line service delivery. In this regard, it is important to consider employee feedback in understanding customer expectations. It is suggested that the supportive features of IL can increase employee voice, which can effectively improve service innovation performance by clearly revealing employees' business processes and customer expectations (Jolly and Lee, 2021: 1092). Also, diversifying customer expectations and CSR practices requires continuous presentation of green practices and innovative solutions in the accommodation sector. Bhutto and Colleagues (2021) conducted studies in this sector and made important determinations. They found that employees' green psychological climate perceptions (GPC) and green work engagement (GWE) levels increase within a climate created by employees' green IL leadership approach. It has also been determined that employees' green creative behaviors increase with work engagement, trust, and a psychological climate in which they feel comfortable expressing themselves. Another study in the hospitality industry revealed that the green IL leadership approach increased employees' task-related pro-environmental behavior and environmentally focused organizational citizenship behaviors (Thabet et.al., 2023: 43).

In today's work environments, employees often perform multiple interconnected tasks, leading to a high rate of employee polychronicity. In such cases, building a supportive and meaningful work environment is crucial. In particular, the hospitality industry requires creative service solutions, and it is important to examine employee behavior. Shao et al. (2022) conducted a study and found that in environments with high employee polychronicity, employees' perceptions of the organization's corporate social responsibility (CSR) policies and practices increase their creative performance. The IL approach has a significant impact on this relationship. In light of these findings, it is clear that adopting the IL approach in the accommodation sector has significant contributions.

Although creativity and innovation are important in every industry, it is especially crucial in the banking sector, where the main product is finance, and product innovation must continuously meet diverse customer expectations. Shah et al. (2021) examined employee creativity levels and the relationship between CSR IL and creativity in the banking sector. The study highlights that employees care about their bank's CSR practices, and their perception of the bank's CSR performance affects their creativity. Additionally, the study finds that IL leadership plays a significant role in this relationship.

➤ *The success rate of innovation-based projects is significantly affected by IL:*

The organizational environment created by the leadership approach plays a decisive role in the success of innovation projects. Research has stated that IL has a significant effect on creating a climate for innovation in the organizational environment, and the success rate of

innovation projects increases with IL-supported organizational climate (Shafi, et al., 2023: 201). Additionally, Khan and his colleagues (2020) emphasize the contribution of IL to the success of innovation projects, which supports the findings of this study.

The growing number of project-based groups has led to increased interest and expectations regarding their effectiveness. Khan et al. (2022) examined the relationship between employee mindfulness, project success, innovative work behavior, and IL in project groups. Mindfulness in the workplace involves being aware of one's thoughts, emotions, and actions while maintaining a calm and collected approach to completing tasks. Adopting the IL approach can increase the mindfulness and innovative work behavior levels of the project team, which significantly contributes to project success.

➤ *Ambidextrous HRM makes a significant contribution to the relationship between innovation performance and IL:*

Creating an ideal climate for innovation and establishing a balance between efficiency and flexibility in the organizational environment are important responsibilities of the human resources department. Social Exchange Theory (SET) describes a system of exchange based on actions and reactions (Blau, 1964; Emerson, 1976). The theory posits that individuals engage in exchanges in the expectation of receiving rewards for their efforts. Therefore, the way employees are treated directly affects their behavior, especially their ability to produce innovative solutions. In this context, Zhao et al. (2022) examined the ambidextrous HRM approach in their studies. This approach, in addition to the traditional HRM approach, implements two-way policies based on the organizational commitment and cooperation of employees in the organization. The results show that AHRM practices significantly increase the impact of innovation performance, and IL plays an important role in achieving the goal of AHRM practices.

➤ *IL plays a major role in increasing business model innovation:*

Openness, accessibility, and availability are characteristic features of Inclusive Leadership (IL), which significantly affect the level of Business Model innovation among employees. This means a company's ability to review its products and services to meet market and customer expectations and offer innovation in its business model. It is emphasized that in this process, openness and accessibility features are more dominant, and it is important for the IL approach to support differences and new initiatives (Fang et al., 2021: 480).

IL also contributes significantly to employees' ability to obtain information from various sources by supporting boundary-spanning exploration activities and finding innovative solutions and suggestions beyond organizational boundaries and conventions. In addition, IL increases employees' sense of belonging to the workplace and their ability to create meaning for their work. Within this framework, employees' participation in change and creating innovative products and services increases significantly (Katsaros, 2022: 158).

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

In addition to the challenges businesses face in achieving effectiveness and efficiency, the expectation of high innovation performance means they must operate in a highly competitive industry environment. Innovation capabilities enable them to maintain a

sustainable competitive advantage. Unfortunately, low innovation performance can lead to a wastage of resources and time, with up to 90% failure rate depending on the complexity of the product or service offered. At this point, employee commitment to organizational goals and innovative work behaviors become critical in reducing this negative situation. The management approaches of leaders in an organization are instrumental in creating an innovative organizational climate. Inclusive Leadership, a leadership style that is supportive, open to new ideas, democratic, and encourages entrepreneurial behavior, plays a critical role in fostering both innovative performance and an innovative employee profile. Inclusive leadership fosters an environment of trust, support, cooperation, and encouragement that is essential in today's business environment, from innovation performance to overall performance. Inclusive leaders closely monitor the formation of psychological capital among employees to foster innovation performance and creative business behaviors. Inclusive leadership offers significant advantages in every sector by making employees feel psychologically safe and empowered and supporting their development through leader-member exchange. This is especially true in the banking, accommodation, education, and health sectors, where the demand for innovative services and products is high. In addition, IL increases business model innovation by creating awareness and self-efficacy in employees to meet changing expectations. IL ensures the formation of an employee profile that closely follows customer and market expectations and benefits from alternative sources for information and innovation. In all these respects, inclusive leadership stands in contrast to authoritarian leadership styles, which are now outdated. Inclusive leadership allows for the proper management of differences, and it is an issue that should be emphasized by all organizations. In this context, it would be appropriate for businesses to review their current leadership practices and adopt inclusive leadership in order to develop effective management practices and improve innovation performance. This is particularly important given the high competition, increasing focus on innovative green-themed products and services, and the need for corporate social responsibility that is now on the agenda for many businesses. As the studies mentioned above clearly state, the approach and encouragement of top management have a decisive effect on the development of inclusive leadership at all levels within a business. After assessing the organization's current leadership perception and innovation climate, top management should initiate the change process with a supportive and broad statement of will to adopt an inclusive leadership approach. HRM activities play a vital role in this process. To improve the interaction between employee-leader-innovation performance, leaders' and employees' characteristics and developments should be closely monitored and evaluated. To adopt an inclusive leadership approach, the following steps should be taken: awareness training, courses on behaviors that encourage the IL approach in daily activities, and an effective vertical and horizontal communication mechanism. These steps will help establish an organizational culture that is more democratic, has a high diversity orientation, is open to innovative ideas and suggestions, is psychologically strong, and consists of employees who are aware of their talents and opportunities and have an innovative perspective.

The inclusive leadership approach, one of the postmodern leadership styles, contributes greatly to sustainable competitive advantage and effective management, as well as to the business and innovation process. Therefore, it is recommended that businesses initiate a change and development process in alignment with the aforementioned suggestions.

Statement of Research and Publication Ethics

As the study was written in the form of a review article, an ethics committee report was not prepared.

Authors' Contribution Rates to the Article

The author carried out the writing process of the article alone, and the contribution level is 100%.

Conflict of interest

There is no conflict of interest.

REFERENCES

- Ackaradejruangsri, P., A. Mumi, S. Rattanapituk and P. Pakhunwanich (2022). "Exploring The Determinants of Young Inclusive Leadership in Thailand: Research Taxonomy and Theoretical Framework". *Journal of the Knowledge Economy*, 1-28.
- Arthur Little Report (2023). *From Good To Great: Enhancing Innovation Performance Through Effective Management Processes*, https://www.adlittle.com/sites/default/files/reports/ADL_9th_Innovex_report.pdf (01.09.2023).
- Aslan, H., İ. S. Mert and C. Şen (2021). "The Effect of Inclusive Leadership on the Work Engagement: An Empirical Study From Turkey". *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8 (11), 169-178.
- Bhutto, T. A., R. Farooq, S. Talwar, U. Awan and A. Dhir (2021). "Green Inclusive Leadership and Green Creativity in the Tourism and Hospitality Sector: Serial Mediation of Green Psychological Climate And Work Engagement". *Journal of Sustainable Tourism*, 29 (10), 1716-1737.
- Birchall, D. and G. Tovstiga (2005). *Capabilities for Strategic Advantage: Leading Through Technological Innovation*. Norwich: Palgrave.
- Blau, P. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley.
- Blau, P. M. (1968). "Social Exchange". *International Encyclopedia of the Social Sciences*, 7 (4), 452-457.
- Bourke, J. and A. Titus (2020). *The Key to Inclusive Leadership*, *Harvard Business Review*, <https://hbr.org/2020/03/the-key-to-inclusive-leadership> (01.09.2023)
- Carmeli, A., R. Reiter-Palmon and E. Ziv (2010). "Inclusive Leadership and Employee Involvement in Creative Tasks in the Workplace: The Mediating Role of Psychological Safety". *Creativity Research Journal*, 22 (3), 250-260.
- Castellion, G. and S. K. Markham (2013). "Perspective: New Product Failure Rates: Influence of a Rgumentum Ad P Opulum and Self-Interest". *Journal of Product Innovation Management*, 30 (5), 976-979.

- Choi, S. B., T. B. H. Tran and B. I. Park (2015). "Inclusive Leadership and Work Engagement: Mediating Roles of Affective Organizational Commitment and Creativity". *Soc. Behav. Personal.* 43, 931-943.
- Choi, S. B., T. B. H. Tran and S. W. Kang (2017). "Inclusive Leadership and Employee Well-Being: The Mediating Role of Person-Job Fit". *Journal of Happiness Studies*, 18, 1877-1901.
- Clegg, C., K. Unsworth, O. Epitropaki and G. Parker (2002). "Implicating Trust In The Innovation Process". *J. Occup. Org. Psychol.* 75, 409-422.
- Duc, L. A. and N. D. Tho (2023). "Inclusive Leadership and Team Innovation in Retail Services". *The Service Industries Journal*, 1-21.
- Emerson, R. (1976). "Social Exchange Theory". *Annual Review of Sociology*, 2, 335-362.
- Fang, Y. C., J. Y. Chen, M. J. Wang and C. Y. Chen (2019). "The Impact of Inclusive Leadership on Employees' Innovative Behaviors: The Mediation of Psychological Capital". *Frontiers in Psychology*, 10, 1-11.
- Fang, Y., X. Dai and X. Zhang (2021). "An Empirical Study of the Relationship Between Inclusive Leadership and Business Model Innovation". *Leadership and Organization Development Journal*, 42 (3), 480-494.
- Fu, Q., J. Cherian, N. Ahmad, M. Scholz, S. Samad and U. Comite (2022). "An Inclusive Leadership Framework To Foster Employee Creativity in the Healthcare Sector: The Role of Psychological Safety and Polychronicity". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19 (8), 1-13.
- Furstenthal, L., H. Martin and E. Roth (2021). *Innovation: Your launchpad out of the COVID-19 crisis*, <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/innovation-your-launchpad-out-of-the-covid-19-crisis> (01.09.2023)
- Gong, L., Z. Liu, Y. Rong and L. Fu (2021). "Inclusive Leadership, Ambidextrous Innovation and Organizational Performance: The Moderating Role of Environment Uncertainty". *Leadership and Organization Development Journal*, 42 (5), 783-801.
- Gunday, G., G. Ulusoy, K. Kilic and L. Alpkan (2011). "Effects Of Innovation Types on Firm Performance". *International Journal of Production Economics*, 133 (2), 662-676.
- Gupta, S., N. Nawaz, A. Tripathi, S. A. Chaudhry and K. Agrawal (2022). "Impact of Inclusive Leadership on Innovation Performance During Coronavirus Disease 2019 Outbreak: Mediating Role of Employee Innovation Behavior and Moderating Role of Psychological Empowerment". *Frontiers in Psychology*, 13, 1-14.
- Huang, Z., S. Sindakis, S. Aggarwal and L. Thomas (2022). "The Role of Leadership in Collective Creativity and Innovation: Examining Academic Research and Development Environments". *Frontiers in Psychology*, 13, 1-18.
- Javed, B., I. Abdullah, M. A. Zaffar, A. Haque and U. Rubab (2019a). "Inclusive Leadership and Innovative Work Behavior: The Role of Psychological Empowerment". *J. Manag. Org.* 25, 554-571.

- Javed, B., S. M. M. R. Naqvi, A. K. Khan, S. Arjoon and H. H. Tayyeb (2019b). "Impact of Inclusive Leadership on Innovative Work Behavior: The Role of Psychological Safety". *Journal of Management and Organization*, 25 (1), 117-136.
- Javed, B., A. K. Khan and S. Quratulain (2018). "Inclusive Leadership and Innovative Work Behavior: Examination of LMX Perspective in Small Capitalized Textile Firms". *The Journal of Psychology*, 152 (8), 594-612.
- Jiang, Y. and C. C. Chen (2018). "Integrating Knowledge Activities for Team Innovation: Effects of Transformational Leadership". *Journal of Management*, 44 (5), 1819-1847.
- Jolly, P. M. and L. Lee (2021). "Silence is Not Golden: Motivating Employee Voice Through Inclusive Leadership". *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 45 (6), 1092-1113.
- Jong, M. and E. Roth (2015). *The Eight Essentials of Innovation*, <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/the-eight-essentials-of-innovation> (01.09.2023).
- Katsaros, K. K. (2022). "Exploring the Inclusive Leadership and Employee Change Participation Relationship: The Role of Workplace Belongingness and Meaning-Making". *Baltic Journal of Management*, 17 (2), 158-173.
- Khan, J., M. Jaafar, B. Javed, N. Mubarak and T. Saudagar (2020). "Does Inclusive Leadership Affect Project Success? The Mediating Role of Perceived Psychological Empowerment and Psychological Safety". *International Journal of Managing Projects in Business*, 13 (5), 1077-1096.
- Khan, J., M. Jaafar, N. Mubarak and A. K. Khan (2022). "Employee Mindfulness, Innovative Work Behaviour and IT Project Success: The Role of Inclusive Leadership". *Information Technology and Management*, 5, 1-15.
- Li, T. and N. Tang (2022). "Inclusive Leadership and Innovative Performance: A Multi-Level Mediation Model of Psychological Safety". *Front. Psychol*, 13, 1-13.
- Littell, J. H., J. Corcoran and V. Pillai (2008). *Systematic Reviews and Meta-Analysis*. UK: Oxford University Press.
- Mansoor, A., M. Farrukh, Y. Wu and S. Abdul Wahab (2021). "Does Inclusive Leadership Incite Innovative Work Behavior?". *Human Systems Management*, 40 (1), 93-102.
- McKinsey and Company (2022). *What is Innovation?*, <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-innovation> (01.09.2023)
- Mir, A., M. Rafique and N. Mubarak (2021). "Impact of Inclusive Leadership on Project Success: Testing of a Model in Information Technology Projects". *International Journal of Information Technology Project Management (IJITPM)*, 12 (1), 63-79.
- Mitchell, R. and B. Boyle (2021). "Professional Faultlines and Interprofessional Differentiation in Multidisciplinary Team Innovation: The Moderating Role of Inclusive Leadership". *Health Care Management Review*, 46 (4), 332-340.

- Montero-Muñoz, S. and N. Calderón-Gómez (2020). "Associativity, Inclusive Leadership and Local Economic Development". *The Group of Independent Artisans of Mompox. Bitácora Urbano Territorial*, 30 (1), 193-204.
- Mor-Barak, M. E., L. Findler and L. H. Wind (2003). "Cross-Cultural Aspects of Diversity and Well-Being in the Workplace: An International Perspective". *J. Soc. Work Res. Eval.*, 4, 145-169.
- Morgeson, F. P., D. S. DeRue and E. P. Karam (2010). "Leadership in Teams: A Functional Approach To Understanding Leadership Structures and Processes". *J. Manag.*, 36, 5-39.
- Nembhard, I. M. and A. C. Edmondson (2006). "Making It Safe: The Effects of Leader Inclusiveness and Professional Status on Psychological Safety and Improvement Efforts in Health Care Teams". *Journal of Organizational Behavior*, 27 (7), 941-966.
- Nguyen, T. V. T., H. T. Nguyen, T. X. Nong and T. T. T. Nguyen (2022). "Inclusive Leadership and Creative Teaching: The Mediating Role of Knowledge Sharing and Innovative Climate". *Creativity Research Journal*, 1-12.
- Phan, T. T. A. (2019). "Does Organizational Innovation Always Lead to Better Performance? A Study of Firms in Vietnam". *Journal of Economics and Development*, 21 (1), 71-82.
- PwC (2017). *Reinventing Innovation Five Findings to Guide Strategy Through Execution*. <https://www.pwc.com/gr/en/publications/assets/innovation-benchmark-report.pdf> (01.09.2023)
- Rhaiem, K. and N. Amara (2021). "Learning From Innovation Failures: A Systematic Review of the Literature and Research Agenda". *Review of Managerial Science*, 15, 189-234.
- Randel, A. E., B. M. Galvin, L. M. Shore, K. H. Ehrhart, B. G. Chung, M. A. Dean and U. Kedharnath (2018). "Inclusive Leadership: Realizing Positive Outcomes Through Belongingness and Being Valued for Uniqueness". *Human Resource Management Review*, 28 (2), 190-203.
- Shafi, M. Q., A. Qayyum, S. Naz, S. Rabbani and N. Kamal (2023). "Impact of Inclusive Leadership on Project Success Through Climate For Innovation: The Moderating Role of Knowledge Sharing". *International Journal of Knowledge and Learning*, 16 (2), 201-220.
- Shah, M. S., C. Wu and Z. Ullah (2021). "The Inter-Relationship Between CSR, Inclusive Leadership and Employee Creativity: A Case of the Banking Sector". *Sustainability*, 13 (16), 1-17.
- Shao, J., J. Cherian, L. Xu, M. Zaheer, S. Samad, U. Comite and D. Badulescu (2022). "A CSR Perspective to Drive Employee Creativity in the Hospitality Sector: A Moderated Mediation Mechanism of Inclusive Leadership and Polychronicity". *Sustainability*, 14 (10), 1-22.
- Shouyu, C. (2017). "The Relationship Between Innovation and Firm Performance: A Literature Review". In *2017 7th International Conference on Social Network, Communication and Education (SNCE 2017)*, Holland: Atlantis Press.

- Siyal, S., J. Liu, L. Ma, K. Kumari, M. Saeed, C. Xin and S. N. Hussain (2023). "Does Inclusive Leadership Influence Task Performance of Hospitality Industry Employees? Role of Psychological Empowerment and Trust in Leader". *Heliyon*, 9, 1-18.
- Spreitzer, G. M. (1995). "Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement and Validation". *Academy of Management Journal*, 38 (5), 1442-1465.
- Thabet, W. M., K. Badar, M. Aboramadan and A. Abualigah (2023). "Does Green Inclusive Leadership Promote Hospitality Employees' Pro-Environmental Behaviors? The Mediating Role of Climate for Green Initiative". *The Service Industries Journal*, 43 (1-2), 43-63.
- Vladić, N., D. Maleti and M. Maleti (2021). "Determinants of Innovation Capability: An Exploratory Study of Inclusive Leadership and Work Engagement". *Quality Innovation Prosperity*, 25 (2), 130-152.
- Wang, C. L. and P. K. Ahmed (2007). "Dynamic Capabilities: A Review and Research Agenda". *International Journal of Management Reviews*, 9 (1), 31-51.
- Wang, H., M. Chen and X. Li (2021). "Moderating Multiple Mediation Model of the Impact of Inclusive Leadership on Employee Innovative Behavior". *Frontiers in Psychology*, 12, 1-18.
- Winters, M. (2013). From Diversity to Inclusion: An Inclusion Equation. *Diversity at Work: The Practice of Inclusion* (Ed. B. M. Ferdman and B. R. Deane). San Francisco: Jossey-Bass
- Wu, G. F. and M. Li (2023). "Impact of Inclusive Leadership on Employees' Innovative Behavior: A Relational Silence Approach". *Frontiers in Psychology*, 14, 1-10.
- Ye, Q., D. Wang and W. Guo (2019). "Inclusive Leadership and Team Innovation: The Role of Team Voice And Performance Pressure". *European Management Journal*, 37 (4), 468-480.
- Yikilmaz, I. and H. Gunduz-Cekmecelioglu (2023). Organizational Agility as a Key Driver of Innovation Performance in SMEs and Large Enterprises. *New Perspectives and Possibilities in Strategic Management in the 21st Century: Between Tradition and Modernity*. (Ed J. Martínez-Falcó, Javier and B. Marco-Lajara). Pennsylvania: IGI Global.
- Zhang, S., Y. Liu, Y. G. Li, Z. Zhang and T. Fa (2022). "Chinese Nurses' Innovation Capacity: The Influence of Inclusive Leadership, Empowering Leadership and Psychological Empowerment". *Journal of Nursing Management*, 30 (6), 1990-1999.
- Zhao, F. W. Hu, F. Ahmed and H. Huang (2022). "Impact of Ambidextrous Human Resource Practices on Employee Innovation Performance: The Roles of Inclusive Leadership and Psychological Safety". *European Journal of Innovation Management*, 26 (5), 1444-1470.
- Zhong, J., Y. Li and J. Luo (2022). "The Trickle-Down Effects of Inclusive Leadership on Employees' Innovative Behavior: The Joint Moderating Effects of Vicarious Learning and Organizational Inclusion Climate". *Journal of leadership and Organizational Studies*, 29 (3), 342-358.
- Zhu, J., S. Xu and B. Zhang (2020). "The Paradoxical Effect of Inclusive Leadership on Subordinates' Creativity". *Frontiers in Psychology*, 10, 1-8.

Zhuplev, A. V. (2018). *Disruptive Technologies for Business Development and Strategic Advantage*. Pennsylvania: IGI Global.

19. YÜZYILIN İLK YARISINDA YUNUSLAR KÖYÜNÜN DEMOGRAFİK YAPISINA DAİR BİR İNCELEME

Hüseyin GÖKSAL¹

Öz

Günümüzde Kütahya'nın Gediz ilçesine bağlı olan, Yunuslar köyünün demografik yapısının tahliline dair yapılmış mevcut çalışmada, zikredilen köyün öncelikli olarak nüfus ve temettuat defterleri değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Böylelikle Yunuslar köyünün, 19. yüzyıldaki demografik ve sosyo-ekonomik yapısı tespit edilmeye gayret gösterilmiştir. Bu döneme ait nüfus defterlerinde, ağırlıklı olarak vergi verebilecek ve askerlik hizmeti sunabilecek kişilerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu defterlerde geçen kişiler meslek, ünvan, lakap ve fiziki özelliklerini belirtilerek kaydedilmiştir. Çalışmada istifade edilen temettuat defterleri de vergi mükelleflerinin gelir durumlarını içermekte olup, bunun yanında kişilerin ad, ünvan, lakap, meslek gibi özelliklerini de bünyesinde barındırmaktadır. Bu defterler, kaydı yapılan bölgenin sosyo-ekonomik dokusunun da anlaşılmasında son derece kıymetlidir.

Anahtar Kelimeler

Kütahya
Gediz
Yunuslar
Nüfus Defteri
Temettuat Defteri

Makale Hakkında

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi : 08.09.2023
Kabul Tarihi : 18.10.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357350

¹ Öğretmen, Milli Eğitim Bakanlığı, e-posta: goksalhuseyin@gmail.com, ORCID: 0009-0007-3158-0246.

A STUDY ON THE DEMOGRAPHIC STRUCTURE OF YUNUSLAR VILLAGE IN THE FIRST HALF OF THE 19TH CENTURY

Abstract

In the current study conducted on the analysis of the demographic structure of Yunuslar village, which is currently affiliated with the Gediz district of Kütahya, the population and dividend books of the mentioned village were evaluated primarily. Thus, efforts were made to determine the demographic and socio-economic structure of Yunuslar village in the 19th century. The population books of this period mainly aimed to identify people who could pay taxes and provide military service. The people mentioned in these books were recorded by stating their profession, title, nickname and physical characteristics. Dividend books used in the study also include the income status of taxpayers, as well as the characteristics of individuals such as names, titles, nicknames and professions. These books are extremely valuable in understanding the socio-economic texture of the recorded region.

Keywords

Kütahya
Gediz
Yunuslar
Population Registry
Temettuat Registry

Article Info

Research Article

Received : 08.09.2023
Accepted : 18.10.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357350

Kaynakça Gösterimi: Göksal, H. (2023). 19. Yüzyılın İlk Yarısında Yunuslar Köyünün Demografik Yapısına Dair Bir İnceleme. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 220-239.

Citation Information: Goksal, H. (2023). A Study on the Demographic Structure of Yunuslar Village in the First Half of the 19th Century. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 220-239.

GİRİŞ

Çalışmanın konusu Kütahya'nın Gediz ilçesine bağlı olan Yunuslar köyünün, 19. yüzyılın ortalarındaki demografik yapısının ortaya koyulmasıdır. Günümüzde Yunuslar köyü Gediz-Kütahya yolunun üzerinde yer alıp, Gediz'e 20 km., Kütahya'ya ise 75 km. uzaklıktadır. Köyün üç tarafı dağ ve ormanlarla çevrili olup, güney tarafı ovalıktır.

Yunuslar, 1530 yılında Virancık (Örencik)² nahiyesine bağlı bir köydür. Köy önceleri Doğanlılar Köyü yolu üzerinde ve şimdi *Eski Köy* denilen mevkide bulunmaktaydı. Ancak, köy yol üzerinde olduğu için, eşkiya baskınları olması sebebiyle, tahminen 1600'lü yıllarda, terk edilmiş ve *Yukarı Köy* denilen mevkiye taşınmıştır. Burada bir müddet kalan köylüler, köyün kuzey tarafında meydana gelen heyelanın, kendi köylerinde olmasından endişe ettikleri için, ikinci kez göç hareketinde bulunmuşlar ve 1865 yılında şimdiki yerine gelmiştir. Örencik nahiyesinin Emet'e bağlı olması sebebiyle, Yunuslar, 1942 yılına kadar Emet'in bir köyü olarak kalmıştır. 1942 yılında ise Emet'ten ayrılarak Gediz'e bağlanmıştır (Göksal, 2021: 21).

Yukarıda kısaca tarihi gelişimi verilen Yunuslar köyünün 19. yüzyılın ortalarındaki demografik yapısının tahlilinde öncelikli olarak, H.1258/M.1842 tarihli nüfus defteri verilerinden istifade edilmiştir. Çalışmada kullanılan bir diğer defter ise, Yunuslar köyünü de içeren 8833 numaralı temettuat defteridir. Temettuat defterleri birçok Anadolu şehir, kasaba ve köyleri için kaydedilmiş ve bu yerler hakkında başta ekonomisi olmak üzere, sosyal ve kültürel açıdan bilgilerin yer aldığı defterler zinciridir (Doğtekin, 2020: 1478). Yunuslar'a ait temettuat defterinden, köyün o dönemdeki ekonomik faaliyetleri hakkında bilgiler derlenmiştir.

Osmanlı devleti 'tahrir kayıtları' ile arazi yazımı ve nüfus kayıtlarının tutulmasına büyük önem vermiştir. Tahrir sayımları otuz-kır yıl gibi aralıklarla yapılmış ve nüfus, arazi gibi sonuçları gösteren ana defterlerdir. Bu şekildeki defterlerden günümüze binlercesi intikal etmiştir. Bu defterler sayesinde, belirli bir tarihte, Osmanlı devletindeki her köyün ve kasabanın yetişkin erkek nüfusu, baba adları ve yaşları kayıtlı olmak suretiyle, kullandıkları arazi ve vergiler de kaydedilmiştir. Modern anlamdaki ilk nüfus sayımları ise 1830-1831 tarihinden itibaren yapılmaya başlanmış olup, sadece erkek nüfus yazılmıştır (Çağlar ve Eralaca, 2020: 423). Osmanlılarda modern sayılabilecek bu ilk nüfus sayımları 1828 yılında başlayıp, Osmanlı Rus savaşı yüzünden ancak 1831 yılında tamamlanabilmiştir. Bu sayımlarda bir yaşından yüz yaşına kadar Müslüman ve gayrimüslim erkek nüfusunun tespiti yapılmıştır. Nitekim söz konusu sayımların amacı, ülkede askerlik yapabilecekler ile vergi mükelleflerinin tespitini sağlamaktı (Güneş, 2014: 221).

Yunuslar köyüne ait nüfus defteri "Kütahya Nevâhiyesi'nden Virancık Nâhiyesi'nde mevcûd olub müceddeden, tahrîr olunan ehl-i İslâm'ın nüfus defteri"dir. Defter, Başbakanlık Osmanlı Arşivi'nde NFS.d koduyla, 1656 numarada kayıtlıdır (BOA, NFS.d.1656: 99-101). Defterin birinci sayfasında Sene (12)58 kaydı bulunmaktadır. O dönemde Virancık Nahiyesi'ne tabi olan köyler kaydedilmiştir. Defter orijinal numaralı olup, en son sayfa numarası 126'dır. Defterde sayımı yapan memur hakkında herhangi bilgi bulunmamaktadır.

² Örencik, Kütahya'nın en eski nahiyelerinden birisi olarak bilinmektedir. Ancak, 2012 tarihinde nüfusu 2000'in altına düştüğü için köy durumuna düşmüştür. Şimdi Emet'e bağlı bir köydür.

Müceddeden ifadesi *yeniden* anlamına gelmektedir. Bu sebeple, mevcut defterin Virancık nahiyesinin ilk sayımını içermediği anlaşılmaktadır.

Bahsi geçen defter, hanelere göre kaydedilmiştir. Her hanenin numarası kırmızı ile yazılmış, sonra kişinin, boy, sakal veya bıyık özelliği belirtildikten sonra, sülale adı, babasının adı ve yaşı yazılmıştır.³ Bundan sonra, o hanede yaşayan erkek nüfus, bu kişinin akrabalık derecesi *oğlu, diğer oğlu, torunu* gibi belirtildikten sonra adı, babasının adı ve yaşı belirtilmiştir. İlk haneden başlayarak, son haneye kadar ayrıca nüfus numarası da verilmiştir. Bazı kayıtların altına kırmızı renkte 'fev' ibaresi konulmuştur. Bu durumu, kişinin kaydı tutulduktan sonra, vefat ettiği şeklinde yorumlamak mümkündür.

1. Yunuslar Köyünün Sosyal Yapısı

1.1. Nüfus Bilgileri

Yunuslar Köyü'nün tespit edilebilen en eski nüfus verileri, incelenen nüfus defterinde yer almaktadır. Buna göre, 1842 yılında Yunuslar köyü, 49 hane ve 150 erkek nüfustan ibarettir. Kadın ve erkek nüfusun eşit olduğu varsayılarak, bu tarihte köy nüfusu 300 olarak hesaplanabilir. Buradan da yola çıkarak, her hanede ortalama olarak 6 kişinin yaşadığını düşünmek mümkündür. Köyde 1844 yılında yapılan temettuat tahririnde hane sayısı 56'dır. Nüfus defteri üzerinden yapılan hesaplama göre, her hanede 6 kişinin yaşıyor olabileceği sonucundan hareketle, köyün 1844 tarihindeki nüfusunun 336 kişi olduğu ifade edilebilir (BOA, ML.VRD.TMT.D/8833). Yunuslar'ın Osmanlı dönemine ait en son nüfus bilgileri ise 1900 yılına aittir. H.1316/M.1900 tarihli Hüdavendigâr vilayeti salnamesinden elde edilen bilgilere binaen, Yunuslar köyü o tarihte Virancık (Örencik) nahiyesine bağlı, 67 hane ve 401 nüfustan oluşmaktadır (SVH, H.1316/M.1900: 112). Tespit edilen mevcut kaynaklarda, Yunuslar köyünde gayrimüslim varlığına rastlanmamıştır. Bu dönemde Gediz'e ait nüfus verilerini içeren kayıtlarda da gayrimüslimlere dair bir bilgi bulunmamaktadır (Değirmenci, 2021a: 176).

Yunuslar köyünün Cumhuriyet dönemine ait elde edebildiğimiz ilk nüfus bilgileri 1924 yılına aittir. Bu tarihte köyün hane sayısı ve kadın ile erkek nüfusu ayrı ayrı belirlenmiştir. Buna göre, köyde 309 erkek ve 308 kadın yaşamaktadır.⁴ Toplam nüfus 617'dir. Bir sonraki nüfus verileri ise, Türkiye'nin ikinci nüfus sayımı olan 1935 yılına aittir. Bu tarihte köyün toplam nüfusu 790'dır (BİGD, 1937: 398).

1935 yılındaki sayımdan itibaren köyün nüfusu artmaya devam etmiştir. 10 yıllık periyodik sayımlarla köyün nüfusu 1990 yılında, 2364'e yükselmiştir. 2000 yılında ise nüfus 2428'dir. Ancak, bu tarihten sonra köyün nüfusu düşmeye başlamış ve 2010 yılında 1042, 2012 yılında ise 959 olmuştur (Göksal, 2021: 62).

³ Örnek olarak, birinci hanedeki kişi "Uzun boylu, kır sakallı, softa oğlu Seyyid Osman bin Kadı Ali sinni 45" şeklinde yazılmıştır. Bkz. Defter s. 99

⁴ 1924 yılı Cumhuriyet dönemine ait elde edebildiğimiz ilk nüfus bilgileri Gediz Nüfus Müdürlüğü arşivindeki Yunuslar Köyü'ne ait müsvedde defterinin 42 ile 74 sayfaları arasındaki köye ait kayıtların tek tek sayılmasıyla elde edilmiştir. Defter incelendiğinde 1924 yılında köye gelen memurların evleri tek tek dolaşarak, hayatta olan kişilerin kayda geçirildiği anlaşılmaktadır. Kayıtlarda eğer kişinin nüfus tezkiresi varsa o kayıtların esas alındığı, eğer böyle bir belgesi yoksa köyden iki kişinin şahadetiyle kayda geçirildiği belirtilmektedir. Bu şekilde bir kayıt yenileme ihtiyacını, Yunan işgali sırasında o sırada köyün bağlı olduğu Emet kazasında meydana gelen yangında nüfus kayıtlarının yakılması sebebiyle ortaya çıkmıştır.

Tablo 1. Yıllara Göre Yunuslar Köyünün Nüfus Bilgileri

Yıl	Hane	Kadın Nüfus	Erkek Nüfus	Toplam
1842	49	-	150	300
1844	56	-	-	336
1900	68	-	-	401
1924	130	308	309	617
1935	-	420	370	790
1940	-	455	467	922
1950	-			1027
1960	-	652	592	1244
1970	-	721	692	1413
1980	-	768	715	1483
1990	-	1187	1177	2364
2000	-			2428
2010	-	518	524	1042
2011	-	494	480	972
2012	-	459	480	959
2013		461	457	918
2014		431	444	875
2015		411	421	832
2016		398	416	814
2017		380	409	789
2018		380	402	782
2019		372	391	763
2020		364	378	742
2021		357	380	737
2022		348	363	711

2012 yılından sonra düşüşler yine devam etmiştir (Göksal, 2021: 62). Sayısal veriler yukarıdaki tabloda açıkça görülmektedir.

1.2. Sülale Adları

Tablo 2. 1842 Yılı Nüfus Defterine Göre Sülale Adları

Sıra No	Sülale Adı	Sayısı	Sıra No	Sülale Adı	Sayısı
1	Aşık Halil Oğlu	1	21	Kasım Oğlu	1
2	Çağan Oğlu	1	22	Kınaz Oğlu	1
3	Çoban Oğlu	1	23	Koca Ali Oğlu	1
4	Çulha Oğlu	1	24	Kölemen Oğlu	1
5	Dağar Oğlu	1	25	Köse Mehmed Oğlu	1
6	Danabaş oğlu	2	26	Kuşaksız Oğlu	1
7	Deli Osman Oğlu	1	27	Kuşçu Oğlu	1
8	Ekiz Oğlu	1	28	Mazak Oğlu	6
9	Hacı Oğlu	1	29	Musa Kethüda Oğlu	1
10	Halil Oğlu	1	30	Paşalı Oğlu	2
11	İhsan Oğlu	2	31	Recep Oğlu	1

Tablo 2 (Devam). 1842 Yılı Nüfus Defterine Göre Sülale Adları

Sıra No	Sülale Adı	Sayısı	Sıra No	Sülale Adı	Sayısı
12	İlyas Oğlu	1	32	Safer Oğlu	1
13	İsa Oğlu	2	33	Sağır Oğlu	3
14	İshak Oğlu	1	34	Sarı Süleyman oğlu	1
15	Kadı Oğlu	1	35	Sarı Yusuf Oğlu	1
16	Kalaycı Oğlu	1	36	Sipahi oğlu	1
17	Kara Ahmet Oğlu	2	37	Softa Oğlu	2
18	Kara Ali oğlu	2	38	Taşçı Oğlu	1
19	Kara Veli Oğlu	1	39	Yel Oğlu	1
20	Kart Oğlu	1			

Toplum hayatında önemli bir yer tutan sülale isimleri ve lakaplar, Cumhuriyetin ilanından sonra, 26 Kasım 1934 tarihinde kabul edilen soyadı kanunu ile ünvanların kullanımının kaldırılmasıyla birlikte tarihe karışmıştır. Ancak şu anda ünvanlar hâlâ Anadolu'da özellikle küçük yerleşim birimlerinde, halkın birbirlerini tanımaları için gayri resmi de olsa sülale adı olarak kullanılmaktadır.

Soyadı kanununun kabulünden önce, soyadı gibi, ancak soyadından farklı olarak, isimden önce kullanılan sülale adları, bugün her ne kadar resmen kullanılmasa bile, geçmiş ile günümüz arasında bir köprü olmaktadır. Çünkü bu sülale isimlerinden yola çıkarak kimi aileler, şecerelerini yazılı kaynakların olduğu tarihlere kadar götürebilme imkânını elde edebileceklerdir. Köklerinin nereden geldiğini, hangi tarihten beri bu topraklarda olduklarını daha önemlisi dedelerinin nasıl ve kimler olduğunu anlayabilme yolu olarak kullanacaklardır.

H.1258/M.1842 tarihli nüfus defteri verilerine göre hane sayısı 49'dur. Bu hanelerin sülale isimlerinin toplam sayısı ise 39 olarak belirlenmiştir. Bazı hanelerde 'kardeşi' veya 'damadı' olarak kaydedilenler vardır. Bunlardan 'kardeşi' yazanlar doğal olarak aynı sülale isimlerine sahiptir. Ancak, 'damad', 'eniştesi' veya 'üvey babası' olarak kaydedilen nüfusun sülale adları da farklıdır. Bu sebeple, bir hanede birden fazla sülale de kaydedildiği olmuştur.

En fazla kullanılan sülale *Mazakoğlu* olup, sayısı 6'dır. Bunu 3 sülale ismi ile Sağıroğlu takip etmektedir. Danabaşoğlu, İhsanoğlu, İsa oğlu, Kara Ahmedoğlu, Kara Alioğlu, Paşalioğlu ve Softaoğlu ise 2'şer hanenin sülale ismi olarak kaydedilmiştir. Diğer sülale isimleri ise birer kere kullanılmıştır.

Tablo 3. 1844 Yılı Temettuat Defterlerine Göre Sülale Adları

Sıra No	Sülale Adı	Sayısı	Sıra No	Sülale Adı	Sayısı
1	Âşık Halil Oğlu	1	20	Kasım Oğlu	1
2	Celil Oğlu	1	21	Koca Ali Oğlu	1
3	Cenan Oğlu	1	22	Kölemen Oğlu	1
4	Çulha Oğlu	1	23	Köse Oğlu	1
5	Dana Oğlu	1	24	Kuşaksız Oğlu	1
6	Danabaş Oğlu	1	25	Kuşçu Oğlu	1

Tablo 3 (Devam). 1844 Yılı Temettuat Defterlerine Göre Sülale Adları

Sıra No	Sülale Adı	Sayısı	Sıra No	Sülale Adı	Sayısı
7	Deli Osman Oğlu	1	26	Mazak Oğlu	4
8	Ekiz Oğlu	1	27	Musa Kâhya Oğlu	3
9	Hacı Oğlu	2	28	Paşalı Oğlu	3
10	İhsan Oğlu	2	29	Recep Oğlu	1
11	İlyas Oğlu	1	30	Sağır Oğlu	3
12	İsa Oğlu	1	31	Sarı Süleyman Oğlu	1
13	İshak Oğlu	1	32	Sarı Yusuf Oğlu	1
14	Kadı Oğlu	1	33	Sefer Oğlu	1
15	Kalaycı Oğlu	1	34	Sipahi Oğlu	1
16	Kara Ahmet Oğlu	4	35	Softa Oğlu	1
17	Kara Ali Oğlu	3	36	Taşçı Oğlu	1
18	Karak Oğlu	1	37	Yel Oğlu	2
19	Kart Oğlu	1	38	Yusuf Oğlu	1

1844-45 yılı temettuat defterinde de sülale isimleri hemen hemen aynıdır. Bu defterdeki sülale adlarının sayısı 38'dir. Nüfus defterindeki sülale isimleri ile temettuat defterlerindeki sülale isimlerinin bazılarında kâtip hatası olabileceği tahmin edilen isimler bulunmaktadır. Çağan-Cenan, Dana-Dağar, Kınaz-Karak, bu sülale isimlerine örnek olarak gösterilebilir. Nüfus defterinde Musa Kethüda oğlu olarak yazılan sülale adı, temettat defterinde Musa Kahyaoğlu olarak kaydedilmiştir.

Bu Sülale isimlerinden Âşık Haliloğlu, 'Âşık', Çağanoğlu, 'Çağan', Kuşaksızoğlu, 'Kuşaksız', Sağıroğlu 'Sağır' ve Yeloğlu 'Yel' olarak soyadı olarak hale Yunuslar Köyü'nde devam etmektedir. Bunun yanında, Deli Osmanoğlu, 'Delosmanlar', İhsanoğlu, 'Esanlar', Kara Alioğlu, 'Garaaliar', Kölemenoğlu, 'Kölümenler', Kuşçuoğlu, 'Guşçular', Musa Kethüdaoğulları, 'Musalar', Paşalıoğlu, 'Paşallar' şeklinde köyde sülale ismi olarak kullanılmaya devam etmektedir. Yeloğlu ve Sağıroğlu, soyadının yanında, sülale adı olarak da kullanılmaktadır.⁵

Sülale adlarının büyük bir kısmının kişi adlarından veya kişi adlarına eklenmiş sıfatlardan oluştuğu görülmektedir. Bunun yanında, çoban, çulha, kalaycı, kuşçu ve taşçı gibi mesleklerden esinlenerek kullanılan sülale adları da bulunmaktadır. Kadı, kethüda ve sipahi gibi Osmanlılardaki devlet görevlilerinden kaynaklanan sülale isimlerine örnektir.

1.3. İsimler

Tablo 4. 1842 Yılı Nüfus Defterinde Geçen Kişi Adları

Sıra No	İsim	Tekrarlanma Sayısı	Sıra No	İsim	Tekrarlanma Sayısı
1	İbrahim	21	12	Ömer	4
2	Mehmed	19	13	Murad	3
3	Ali	16	14	Veli	3
4	Ahmed	13	15	Abdullah	2
5	Hüseyin	12	16	Musa	2
6	Halil	11	17	Abdi	1

⁵ Bu bilgiler 12/07/2023 tarihindeki saha ziyaretinden elde edilmiştir.

Tablo 4 (Devam). 1842 Yılı Nüfus Defterinde Geçen Kişi Adları

Sıra No	İsim	Tekrarlanma Sayısı	Sıra No	İsim	Tekrarlanma Sayısı
7	Mustafa	9	18	Mahmud	1
8	Süleyman	9	19	Mestan	1
9	İsmail	8	20	Nasuh	1
10	Hasan	7	21	Seyfi	1
11	Osman	6			

Yunuslar köyünde kayıtlı olan erkek nüfusun kullandığı isimlerin çeşidi 21'dir. En fazla kullanılan isim ise İbrahim olup, bunun sayısı da 21'dir. Bu ismi 19 kişinin adını içeren Mehmed ismi takip etmektedir. Kullanılma sıklığı fazla olan bir diğer isim ise, Ali olup, Ali isminin sayısı 16'dır. Bunlardan başka, 13 Ahmed, 12 Hüseyin, 11 Halil, 9 Mustafa ve Süleyman, 8 İsmail, 7 Hasan, 6 Osman, 4 Ömer, 3 Murad ve Veli, 2 Abdullah ve Musa ismi kullanılmıştır. Abdi, Mahmud, Mestan, Nasuh ve Seyfi isimleri ise sadece birer kez tekrar edilmiştir.

Tablo 5. 1844 Yılı Temettuat Defterinde Geçen Kişi Adları

Sıra No	İsim	Tekrarlanma Sayısı	Sıra No	İsim	Tekrarlanma Sayısı
1	Halil	8	10	İsmail	2
2	İbrahim	8	11	Osman	2
3	Mustafa	7	12	Ömer	2
4	Mehmet	5	13	Mahmut	1
5	Ali	4	14	Murat	1
6	Hüseyin	4	15	Musa	1
7	Ahmet	3	16	Süleyman	1
8	Hasan	3	17	Veli	1
9	Abdullah	2			

Temettuat verilerinde kullanılan isim sayısı 17'dir. Temettuat defterleri nüfus defterlerinden farklı olarak hane reisi kaydı üzerine ele alınmış defterlerdir. Yani sadece hane reisinin ismi kaydedilmiştir. Bu sebeple köydeki kullanılan isimlerin tespitinde nüfus defterleri kadar detaylı bilgi elde edilememektedir. Fakat karşılaştırma imkânı sunması bakımından bu defterlerdeki isimlere de yer verilmiştir.

Bir yerde kullanılan isimler, o yerin dini ve etnik yapısı hakkında bilgi verir. Yunuslar köyüne ait defterlerde geçen isimlere bakıldığında, isimlerin büyük bir çoğunluğunda dinin etkisini görülmektedir. İsimlerin bazılarının, Muhammed isminin Türkler tarafından tercih edilen şeklini içeren Mehmed, Mahmud ve Mustafa olduğu görülmektedir. Bunun yanında, Hz. Muhammed'in, dört halifesinden Ömer, Osman ve Ali isimleri de sıklıkla tercih edilen isimler arasındadır. Ayrıca Hz. Muhammed'in iki torunu Hasan ve Hüseyin'in adları yine köylüler tarafından isim olarak konulmuştur. Köyde verilen isimlerden Süleyman, İsmail ve Musa isimleri ise, Kuran-ı Kerim'de ismi geçen peygamberlerin adlarından esinlenilmiştir.

Buradan yola çıkarak, Yunuslar köyünde yaşayan halkın tamamının Müslüman olduğu ve isimlerini tercih ederken de Hz. Peygamberin, yakın arkadaşlarının, torunlarının adlarından ve Kuran-ı Kerim'de ismi geçen peygamberlerden esinlendiklerini göstermektedir.

İsimlerin tamamının Arapça kökenli isimlerden oluşması ve hiç Türkçe kökenli isimlerin olmayışı da dikkat çekmektedir.

1.4. Şahsi Lakaplar

Tablo 6. Nüfus ve Temettuat Defterinde Geçen Lakaplar

Temettuat Defterindeki Lakaplar ve Kullanım Sıklığı		Nüfus Defterindeki Lakaplar ve Kullanım Sıklığı	
Kambur	1	Topal	2
Koca	1	Koca	1
Topal	1	Sarı	1
Parmaksız	1	Hayta	1

Sözlükte, “bir kimseye asıl adından başka takılan ad” (Devellioğlu, 1986: 646) olarak geçen lakap, kişinin asıl adının yanında diğer insanlardan ayırt edilmesini sağlayan, sonradan bir münasebetle şöhret bulduğu ismidir. Yani lakap, kişiyi aynı adı taşıyan hemcinslerinden ayırt eden ve tanıtan sıfattır. Kişilerin tanınmasında önemli bir yeri olan bu lakaplar, özellikle küçük yerleşim birimlerinde hala etkisini sürdürmektedir. Lakapların en büyük özelliği, kişinin kendi tarafından seçilmeden toplum tarafından konulmuş olmasıdır. Toplum tarafından verilen bu lakaplar genellikle kişilerin fiziki yapılarından kaynaklanmaktadır. Yunuslar köyüne ait nüfus defterinde kaydedilen lakap çeşidi 4’tür. Bunlardan 2 tanesi topal, diğerler ise, hayta, koca ve sarıdır. Burada da görüldüğü gibi, lakapların verilmesinde kişilerin fiziki ve kişisel özellikleri ön plana çıkmış durumdadır.

1.5. Fiziki Özellik

Yunuslar köyüne ait nüfus defterinde 15 yaşından büyük kişilerin bıyık, sakal ve boy özellikleri de verilmiştir. Sakal ve bıyık özellikleri kara ve ter biçiminde verilirken, sakal özellikleri ak, kara, kır, köse, kumral ve sarı olarak belirtilmiştir. Defter incelendiği zaman, kişilerden 20 yaşına kadar olanlar ter bıyıklı, 30 yaşına kadar olanlar ise kara bıyıklı olarak kaydedilmiştir. 15 yaşının altında olanlar için ise şab-emred ifadesi yer almaktadır.⁶ 30 yaşın üzerinde erkeklerin ise hemen hemen hepsinin sakallı olduğu anlaşılmaktadır. Bunlar genellikle 40 yaşına kadar olanlar kara sakallıdır. 40 yaşını geçtikten sonra kır sakallı ifadesi yer almaya başlamaktadır. 70 yaşındaki kişilerin de kır sakallı olarak geçtiği görülmektedir.⁷ Aksakallı olarak kaydedilen kişilerin ise, defterde isimlerinin karşılıklarına piri fani ibaresi yazılmıştır. Bunların hepsinin de 90 yaşında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7. 1842 Yılı Nüfus Defterinde Geçen Sakal ve Bıyık Özellikleri

Sıra No	Özellik	Tekrarlanma Sayısı	Sıra No	Özellik	Tekrarlanma Sayısı
1	Kır Sakallı	20	6	Sarı Sakallı	5
2	Kumral Sakallı	12	7	Ak Sakallı	3
3	Köse Sakallı	11	8	Kara Bıyıklı	2
4	Kara Sakallı	9	9	Şab-emred	1
5	Ter Bıyıklı	7			

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü üzere bıyık özelliği belirtilen 9 kişi bulunmaktadır. Bunlardan 2 tanesi kara, 7 tanesi de ter bıyıklıdır. Sakal özelliklerinden ise, kır sakallıların

⁶ Şabb-ı emred, henüz sakalı bıyığı çıkmamış genç, yeni ergenliğe giren erkekler için kullanılan bir tabirdir.

⁷ Örnek olarak, 20. Hane reisi Sarı Yusuf Oğlu Koca Ömer 70 yaşında olmasına rağmen, ‘kır sakallı’ olarak kaydedilmiştir.

çokluğu göze çarpmaktadır. Kır sakallıların sayısı 20'dir. Bundan başka, 9 kişinin sakalı kara, 11 kişinin köse ve 12 kişinin de kumraldır. Sarı sakallı olarak kaydedilen kişilerin sayısı ise, 5'tir. Yukarıda da belirtildiği gibi, 3 kişi piri fani olarak kaydedilmiş olup, bunların yaşı 90 olarak belirtilmiştir. Fiziki özelliği şabb-ı emred olarak yazılan kişi sayısı ise sadece birdir.

Tablo 8. 1842 Yılı Nüfus Defterinde Geçen Sakal ve Bıyık Özellikleri

Boy Özelliği	Sayısı	Yüzdeler (%)
Orta	63	88,73
Kısa	5	7,05
Uzun	3	4,22
TOPLAM	71	100

Boy özelliği verilen kişi sayısı da 71'dir. Bunlardan 63 tanesi orta, 5 tanesi kısa ve 3 tanesi de uzun olarak kaydedilmiştir. Bu durumda, boy özelliği kaydedilen kişilerden % 88,73'nün orta boylu olduğu görülmektedir. Yani, Yunuslar köyünde yaşayan kişilerin büyük bir çoğunluğunun orta boylu olduğu anlaşılmaktadır. Kısa boylu olduğu belirtilen kişilerin yüzdeler oranı % 7,05 ve uzun boylu olduğu belirtilen kişilerin yüzdeler oranının ise %4,22'dir.

1.6. Akrabalık İlişkileri

Nüfus defterinde yer alan 150 nüfusun kaydı sırasında bir takım akrabalık ilişkileri de yazılmıştır. Yukarıda da ifade edildiği gibi, incelenen nüfus defteri, hane bazlı tutulmuş olan bir defterdir. Hanelerin ilk sırasında her zaman hane reisi olan kişi bulunmaktadır. Bu şekilde kaydedilen hane reisi sayısı 49'dur. Hane reislerinden sonra, o hanede yaşayan erkek nüfus kaydedilmiş ve ilk sıradaki kişiyle akrabalık ilişkisi belirtilmiştir.

Tablo 9. 1842 Yılı Nüfus Defterinde Geçen Akrabalık İlişkileri

Sıra No	Akrabalık İlişkisi	Tekrarlanma Sayısı	Sıra No	Akrabalık İlişkisi	Tekrarlanma Sayısı
1	Oğlu	58	7	Amca oğlu	2
2	Hane reisi	49	8	Amcası	1
3	Yeğeni	14	9	Damadı	1
4	Kardeşi	10	10	Eniştesi	1
5	Torunu	9	11	Üvey babası	1
6	Üvey oğlu	3	12	Üvey kardeşi	1

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi, defterde en fazla geçen akrabalık ibaresi, oğlu şeklinde yazılmış olup, sayısı 58'dir. Bunu 14 kişiyle, yeğeni ifadesi takip etmektedir. Kardeşi tabiriyle kaydedilenlerin sayısı 10, torunu olarak geçen kişilerin sayısı ise, 9'dur. Bir hane reisi amca, iki hane reisi de amcaoğlu olarak belirtilmiştir. Bundan başka, evlilik yoluyla oluşan akrabalıklardan damat ve enişte ise birer defa kaydedilmiştir. Damat olarak geçen kişi, 2. hanede ikamet etmektedir. Bu hanede ayrıca hane reisinin oğlu, kardeşi ve yeğenleri de bulunmaktadır (BOA, NFS.1656: 100). Enişte olarak kaydedilen kişi ise, 44. haneye kayıtlı olup, hane reisinin oğlu da aynı hanede yaşamaktadır (BOA, NFS.1656: 99). Bunlardan başka, 3 kişi üvey oğul, birer kişi de üvey baba ve üvey kardeş sıfatıyla defterde yer almaktadır.

Buradan da anlaşılacağı üzere, Yunuslar köyünde çekirdek ailenin yanında, dede, baba ve oğulların beraber yaşadığı büyük aile tipleri de mevcuttur. Ayrıca, aynı hanede kardeşin, amcanın hatta amcaoğlunun da ikamet ettiği görülmektedir. İki kişinin damat ve enişte olarak

kaydedilmesi ve hane reisi ile aynı evde yaşıyor olması, Yunuslar köyünde iç güveysi olarak bilinen evlilik şeklinin de gerçekleştiğini göstermektedir. Bunun yanında, erkeğinin eşinin ölmesi veya boşanması halinde bir başka kadınla evlendiği de anlaşılmaktadır. Çünkü 5 kişi üvey olarak kaydedilmiştir. Bunlardan 3 tanesi oğul, bir tanesi baba ve bir tanesi de kardeştir.

Deftere diğer kadınlar kaydedilmediği için, köyde birden fazla evlilik yapılıp, yapılmadığına dair herhangi bir bilgi bulunamamıştır. Yunuslar köyünde gerçekleştirilen sözlü tarih çalışmasında, son elli yıl içinde aynı anda birden fazla kadınla evlilik yapılmasına rastlanmadığı belirtilmiştir (Göksal, 2021: 57). Bunun medeni kanunla yasaklandığı bilinen bir gerçek olmasının yanında, toplumun gelenekleri ile alakalıdır. Çünkü bazı bölgelerde aynı anda, birden fazla kadınla evlenen kişilerin olduğu bilinmektedir.

1.7. Çocuk Sayısı

Yunuslar'a ait nüfus defterinden köydeki çocuk sayılarını tespit etmek de mümkündür. Çünkü yukarıda da ifade edildiği gibi, hane reislerinin çocukları açıkça *oğlu* olarak kaydedilmiştir.

Tablo 10. 1842 Yılı Nüfus Defterinde Geçen Çocuk Sayıları

Çocuk Sayısı	Sahip Olan Hane Reisi
1	21
2	7
3	4
4	2

Tabloda da görüldüğü üzere, hane reislerin sahip olduğu erkek çocuk sayısı 1 ile 4 arasında değişmektedir. 1 erkek çocuğa sahip hane reisi sayısı 21'dir. 2 erkek çocuğu sahip olan hane reisi sayısı 7, 3 erkek çocuğu sahip hane reisi sayısı ise 4'tür. En fazla erkek çocuk sayısı 4'tür. 4 çocuğa sahip hane reisi sayısı ise 2'dir. Buradan da anlaşıldığı gibi, Yunuslar köyündeki hane reisleri çok çocuklu değildir. Defterde kız çocuklarına dair bilgilere yer verilmediği için, hane reislerinin tam çocuk sayısı tespit edilememiştir.

1.8. Yaş Grupları

Nüfus defterlerinde kayıtlı bütün kişilerin yaşları verilmiştir. Bu bilgiler ışığında 1842 yılında Yunuslar köyünde yaşayan erkeklerin yaşları hakkında net bilgilere ulaşmak mümkün olmuştur. Buradan hareketle, nüfusun ortalama yaşı hakkında tespitler yapılabilme imkânını elde ederken, kişilerin ortalama ömürleri hakkında tahminler de yürütülmüştür.

Yunuslar Köyü'nde yaşayan bütün erkekler göz önünde alındığında 150 kişinin ortalama yaşı 26,06 olarak hesaplanır. Buna göre, incelenen tarihte Yunuslar köyünün nüfus özelliklerine bakıldığı zaman, genç bir nüfusa sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Yine defterlerdeki nüfus verilerinden hareketle Yunuslar'daki erkeklerin hangi yaş aralıklarında yoğunlaştığını ve hangi yaş grubunun hâkim unsur olduğunu tespit etmek mümkündür.

Tablo 11. 1842 Yılı Nüfus Defterinde Geçen Yaş Gruplarının Dağılımı

Yaş Grubu	Kişi Sayısı	Yüzdellik Oran	Yaş Grubu	Kişi Sayısı	Yüzdellik Oran
1-10	58	38,66	51-60	6	4
11-20	15	10	61-70	8	5,33
21-30	18	12	71-80	0	0
31-40	10	6,66	81-90	3	2
41-50	32	21,33			

Tabloda da görüldüğü gibi, çocuk olarak kabul edilebilecek yaş grubu olan 1-10 yaş grubuna sahip olan kişi sayısı 58'dir. Bunun yüzdellik oranı % 38,66'dır. En kalabalık yaş grubu da bu gruptur. 11-20 yaş grubunda 15 kişi olup, bunun oranı ise % 10'dur. 21-30 yaş grubunda kayıtlı kişi 18 (%12), 31-40 yaş grubunda kayıtlı 10 (% 6,66), 41-50 yaş grubunda 32 kişi (% 21,33), 51-60 yaş grubundaki 6 kişi (% 4), 61-70 yaş grubundaki kayıtlı kişi 8 (% 5,33) ve 81-90 yaş grubundaki kişi sayısı da 3 (%2)'tür. 71-80 yaş grubunda kayıtlı hiçbir nüfus bulunmamaktadır. 81-90 yaş grubundaki 3 kişinin hepsi de 90 yaşında olup, defterde bunlar için *Pirifani* ifadesi yazılmıştır.

1.9. Farklı Özellikler

Yunuslar Köyü nüfus defterinde bazı erkeklerin kayıtlarının hemen üzerinde kırmızı renkle muhtelif notlar düşülmek suretiyle, o kişinin diğerlerinden farklı özellikleri kaydedilmiştir. Bu özellikler, 'Yek-çeşm', 'pirifani', 'redif', 'ikiz', 'fevt' ve 'redif' kayıtlarıdır. Bu şekildeki özür durumları nüfus sayımlarının asker alımı için de kullanılmasından dolayı kaydedilmiştir (Akyel ve Olçay, 2015: 267).

Yek-çeşm tabiri 'tek gözlü' anlamına gelmektedir (Devellioğlu, 1986: 1393). Yukarıda da ifade edildiği gibi, nüfus defterlerinin tutulmasındaki temel amaç, askere elverişli olanları tespit etmektir. Bu şekilde, kırmızı kalemle belirtilmesi de kişinin askere elverişli olmadığını göstermek için vurgulandığını düşündürmektedir. Aynı tarzda kırmızıyla yazılmış tek gözlü, ya da bir gözü kör olanların sayısı 2'dir. Bundan başka 3 kişi de *pirifani* yani ihtiyar olarak kaydedilmiştir. Bu üç kişinin de yaşı 90'dır. Bunlardan birisi 19. haneni reisi Kölemenoglu Mehmet'tir. Mehmet'in 35 yaşında bir de oğlu vardır (BOA, NFS.1656: 101). Bir diğeri 31. hanenin reisi, Kuşaksızoglu Seyfi'dir. Seyfi'nin 40 yaşında bir oğlu kaydedilmiş, ancak buna da 'fevt' kaydı düşülerek, öldüğü belirtilmiştir. Ayrıca, köydeki tek ikiz çocuk bu hanede yaşamakta olup, Seyfi'nin 'torun'u olarak kaydedilmiştir (BOA, NFS.1656: 100). 90 yaşındaki bir diğeri 43. hanenin reisi, Çulhaoğlu İbrahim'dir. İbrahim'in 21 yaşında bir oğlu bulunmaktadır (BOA, NFS.1656: 100).

Redif olarak kaydedilen kişi sayısı 3'tür. Redif askerleri, Yeniçeri ocağının kaldırılmasından hemen sonra, Asakir-i Mansure-i Muhammediye ismiyle kurulan asker ocağının yanında, yaşları 23 ila 32 arasında olan gençlerden kura usulüyle oluşturulan askeri sınıftır (Muşmal ve Şahinkaya, 2015: 483). İncelenen defterdeki 3 kişinin yaşları 25, 26 ve 30'dur.

Defterde bazı kişilerin bilgileri üzerine yine kırmızı renkte bir kalemle, 'fevt'⁸ diye ibare düşülmüştür. Bu şekilde ifade yer alan kayıtların sayısı 7'dir. Ancak, bu kaydın ne zaman tutulduğuna dair bir bilgi bulunmamaktadır. Bu şekilde ölüm bilgisi verilenlerden iki tanesi 70, İki tanesi 60, iki tanesi 40 ve bir tanesi de 1 yaşındadır. Bu bilgiler ışığında, incelediğimiz deftere göre, ölüm yaş ortalaması 48,71 olarak hesaplanmıştır. Ölenlerin bir tanesinin 1 yaşında bir çocuk olması, köyde, çocuk ölümlerinin de olduğunu bize göstermektedir.

Tablo 12. 1842 Yılı Nüfus Defterinde Geçen Farklı Özellikler

Özellik	Kişi Sayısı	Özellik	Kişi Sayısı
Fevt Kaydı	7	Bir Gözü Kör	2
Pirifani	3	İkiz	2
Redif	3		

1.10. Hanelerin Nüfusu

Nüfus defteri verilerinden hanelerin erkek nüfuslarını tespit etmek mümkündür. Çünkü hane bazlı yazılan bu defterlerde bir hanede kaç tane erkek nüfusun yaşadığı detaylıca kaydedilmiştir. Yunuslar Köyü'nde hanelerde yaşayan nüfus 1 ile 9 arasında değişmektedir.

Tablo 13. 1842 Yılı Nüfus Defterinde Geçen Hane Nüfus Bilgileri

Nüfus Sayısı	Hane	Nüfus Sayısı	Hane
1	12	6	2
2	15	7	4
3	7	9	2
4	5		

Tabloda da görüldüğü gibi, hanede tek erkek nüfusun bulunduğu hane sayısı 12'dir. Ancak, kadınlar kaydedilmediği için, hanelerin gerçek nüfuslarını tespit etmek mümkün değildir. 2 erkek nüfusun yaşadığı hane sayısı ise 15'tir. 3 erkek nüfus yaşadığı hane sayısı 7, 4 erkek nüfusun yaşadığı hane sayısı 5, 6 erkek nüfusun yaşadığı hane sayısı 2, 7 erkek nüfus yaşadığı hane sayısı 4 ve 9 erkek nüfusun yaşadığı hane sayısı ise 2'dir.

Burada da görüldüğü gibi, 1, 2 ve 3 erkek nüfusun yaşadığı hane sayısının toplamı 34'tür. Toplam 49 hanenin bulunduğu göz önünde bulundurulursa, Yunuslar'da hane nüfuslarının çok fazla olmadığı görülmektedir.

2. Yunuslar Köyü'nün Ekonomik Faaliyetleri

2.1. Hayvancılık ve Tarım

Tablo 14. 1844 Yılı Temettuat Defterinde Geçen Büyükbaş Hayvan Bilgileri

İnek	Dana	Düve	Manda	TOPLAM
51	25	22	9	107

1844 yılında köydeki büyük baş hayvanların toplam sayısı 107'dir (BOA, ML.VRD.TMT.d.8833). Bunların büyük çoğunluğunu inek oluşturmaktadır. Birkaç ev dışında hemen hemen bütün evlerde büyükbaş hayvan, özellikle de inek bulunmaktadır. İneklerin az

⁸ Fevt, kelime anlamı olarak 'Bir daha ele geçmemek üzere kaybetme, elden çıkarma, kaçırma' anlamına gelmektedir. Defterde bu kelimenin *ölüm* anlamında kullanıldığı düşünülmektedir.

olması, kişilerin inekleri kendi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla beslediklerini ortaya koymaktadır.

Tablo 15. 1844 Yılı Temettuat Defterinde Geçen Küçükbaş Hayvan Bilgileri

Sağman Koyun	Sağman Keçi	Yoz Koyun	Kuzu	Yoz Keçi	Oğlak
26	368	220	50	20	116

Köydeki küçükbaş hayvanların sayısı ise 711'dir. Küçükbaş hayvancılık olarak daha çok keçinin tercih edildiği görülmektedir. Bunun sebebinin köyün o dönemdeki yerleşim yerinin ormana yakın olmasıdır. Bilindiği gibi keçi yetiştirmek ormanlık alanlarda daha kolaydır. Günümüzde Gediz'e bağlı bir köy olan Gümele de, 1844 yılına ait temettuat tahririnde benzer veriler içermektedir. Küçükbaş hayvan olarak orada da keçi yetiştiriciliği başta gelmektedir (Çağlar ve Doğtekin, 2020: 4158).

Tablo 16. 1844 Yılı Temettuat Defterinde Geçen Yük Hayvanlarına Dair Bilgiler⁹

Hayvanın Cinsi	Sayısı	Hayvanın Cinsi	Sayısı
Öküz	106	Bargir	7
Kısra	18	Katır	7
Merkep	40		

Köyde en çok bulunan hayvanlardan bir tanesi de öküzdür (BOA, ML.VRD.TMT.d.8833). Sanayi öncesi tarıma dayalı toplumlarda öküzün önemi çok büyüktür. Öküz, tarımın her aşamasının vazgeçilmezidir. Ekim, taşıma ve hasat dönemlerinin hepsinde öküz kullanılmaktadır. Buradan ortaya çıkan durum, Yunuslar'ın ekonomisinin büyük ölçüde tarıma dayalı olduğudur.

Yunuslar köyüne ait temettuat defteri verilerine göre köyde, 2338 dönüm mezru tarla bulunmaktadır. Bunlardan 36,377 kuruş gelir kaydedilmiştir. Tarlalara ekilen ürünler arpa ve buğdaydır. 1844 yılı verilerine göre Yunuslar'da üretilen buğday 2.100 ayar iken, arpa 1.410'dur (BOA, ML.VRD.TMT.d.8833).

2.2. Arazi Dağılımı ve Kullanımı

Temettuat defterlerinde hane reislerinin tarla, bağ, bahçe gibi arazilerinin teferruatlı bir şekilde bilgileri verilmiştir. Defterlerde ekili arazi 'mezru' arazi' ifadesiyle belirtilmiştir. Bu araziler hububat için ayrılmış arazilerdir. Nadasa bırakılan araziler ise *gayr-i mezru' arazi* olarak kaydedilmiştir (Değirmenci, 2021b: 349). Yunuslar köyünün 2338 dönüm mezru' arazisi bulunmaktadır. O tarihte Yunuslar köyünde 56 hane bulunduğu göz önüne alındığı zaman, hane başına ortalama 41,75 dönüm arazi düşmektedir.

1844/45 Temettuat kayıtlarına göre Yunuslar köyündeki 56 hane reisinden 53'ünün 3 ilâ 120 dönüm arasında arazisi bulunmaktadır. 3 hanenin ise arazisi yoktur (BOA, ML.VRD.TMT.d.8833).

Tevfik Güran toprakların büyüklüklerine göre tarım arazilerini üç gruba ayırmıştır. Yüzölçümleri 10 dönümden az olan işletmeler küçük işletme, 10-50 dönüm arasındakiler orta

⁹ Bilgiler aynı defterden alınmıştır.

ve 50 dönümden büyük olan işletmeler büyük işletme olarak belirlenmiştir (Güran, 1998: 242). Bu tasnife göre Yunuslar köyündeki işletmeler tablo 17’de gösterilmiştir.

Tablo 17. 1844 Yılı Temettuat Defterine Göre Yunuslar Köyündeki İşletmelerin Tasnifi

İşletme Çeşidi	İşletme Sayısı	Yüzledik Oranı (%)
Büyük İşletme	12	23,64
Orta İşletme	40	76,36
Küçük İşletme	1	1,77

Tabloda da görüldüğü gibi Yunuslar’daki işletmelerin % 76.36 oranındaki büyük bir kısmı orta işletmeler sınıfındadır. Büyük işletmelerin oranı 23.64 iken, küçük işletmelerin oranı 1.77’dir.

Tablo 18. 1844 Yılı Temettuat Defterine Göre Yunuslar’daki Hanelerin Sahip Oldukları Arazi Miktarı

Hane	Sülale	Dönüm
1	Softa Oğlu Osman	80
2	Mazak Oğlu Mustafa	50
3	Mazak Oğlu İbrahim	60
4	Deli Osman Oğlu Halil	60
5	Kalaycı Oğlu Mahmud	20
6	Mazak Oğlu Hüseyin	40
7	Âşık Halil Oğlu Veli	60
8	İsa Oğlu Abdullah	60
9	Celil Oğlu Halil	70
10	Cenan Oğlu Ahmet	20
11	İhsan Oğlu Abdullah	3
12	Danabaş Oğlu Ali	60
13	Dana Oğlu Halil	25
14	Kara Ahmet Oğlu Halil	40
15	Taşçı Oğlu Kambur İsmail	10
16	Kölemen Oğlu Ahmet	30
17	Sarı Yusuf Oğlu Koca Ömer	30
18	Koca Ali Oğlu Süleyman Oğlu İbrahim	35
19	İhsan Oğlu Hüseyin	30
20	Recep Oğlu Mehmet	--
21	Yel Oğlu Halil	120
22	Yel Oğlu Mehmet'in kardeşleri Mustafa	--
23	Kara Ahmet Oğlu Ali	40
24	Sipahi Oğlu Osman	20
25	Sağır Oğlu Musa Oğlu İbrahim ve Halil	40
26	Sağır Oğlu Mustafa	50
27	Sağır Oğlu Hasan	40
28	Kuşaksız Oğlu Hüseyin, Hasan ve İbrahim	50
29	Köse Oğlu İbrahim	40
30	İlyaz Oğlu İbrahim Oğlu Mustafa ve Mehmet	75
31	Musa Kâhya Oğlu İbrahim	40
32	Musa Kâhya Oğlu Musa	40
33	Musa Kâhya Oğlu Mehmet	40

Tablo 18 (Devam). 1844 Yılı Temettuat Defterine Göre Yunuslar'daki Hanelerin Sahip Oldukları Arazi Miktarı

Hane	Sülale	Dönüm
34	İshak Oğlu Hasan	40
35	Sefer Oğlu Mustafa	60
36	Hacı Oğlu İbrahim Oğlu Hüseyin ve Kardeşi Ali	100
37	Kara Ali Oğlu Ali	80
38	Kara Ali Oğlu Ali	50
39	Kara Ali Oğlu Ömer	50
40	Kara Ahmet Oğlu Murad	50
41	Kuşçu Oğlu Süleyman Oğlu Mehmet	40
42	Çulha Oğlu Mehmet	30
43	Kasım Oğlu İbrahim	30
44	Kadı Oğlu Topal Ahmet	20
45	Sarı Süleyman Oğlu Süleyman	40
46	Karak Oğlu Hasan	10
47	Paşalı Oğlu İsmail	--
48	Paşalı Oğlu Mustafa	40
49	Kart Oğlu Ali oğlu İbrahim	30
50	Yusuf Oğlu İbrahim	30
51	Paşalı Oğlu Hasan ve Mustafa	50
52	Kasım Oğlu Halil	30
53	Hacı Oğlu Halil	50
54	Mazak Oğlu Veli Oğulları İbrahim ve Mehmet	50
55	Ekiz Oğlu Halil	40
56	Kara Ahmet Oğlu Parmaksız Mustafa bin Ali	40
	TOPLAM	2338

SONUÇ

Kütahya'nın Gediz ilçesine bağlı olan Yunuslar köyünün, 19. yüzyılın ortalarındaki demografik yapısına dair yapılan bu çalışmada, öncelikli olarak köyün H.1258/M.1842 tarihli nüfus defteri verilerinden, sonrasında H.1260/M1844 tarihi temettuat defterinden ve saha içerisinde gerçekleştirilen sözlü tarih çalışmasından istifade edilmiştir. Ayrıca literatürdeki benzer niteliğe sahip araştırma eserlerinden de yararlanılarak, Yunuslar köyünün bahsedilen dönemdeki demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ortaya koyulmaya gayret gösterilmiştir.

Yunuslar Köyü'nün tespit edilebilen en eski nüfus verileri, 1842 yılında tutulan nüfus defterinde yer almaktadır. Buna göre, köy, 49 hane ve 150 erkek nüfusu içermektedir. Toplumlarda kadın ve erkek nüfusun tüm zamanlarda eşit olduğundan hareketle, bu tarihteki köy nüfusunun yaklaşık olarak 300 kişiden ibaret olabileceği söylenebilir. Köyde 1844 yılında gerçekleştirilen temettuat tahririnde ise hane sayısı 56'dır. Nüfus defterinden ulaşılan tahmini nüfus sayısının hane sayısına bölünmesiyle elde edilen (nüfus sayısı/hane sayısı) hesaplama göre, her hanede 6 kişinin yaşıyor olabileceği sonucundan yola çıkarak, köyün 1844 tarihindeki nüfusunun 336 kişi olduğu ifade edilebilir. Köyün Osmanlı dönemine ait en son nüfus bilgileri ise H.1316/M.1900 tarihli Hüdavendigâr vilayeti salnamesinde geçmekte olup,

o tarihte Virancık (Örencik) nahiyesine bağlı bulunan Yunuslar, 67 hane ve 401 nüfustan müteşekkildir.

Yunuslar'ın Cumhuriyet dönemine ait elde edebildiğimiz ilk nüfus bilgileri 1924 yılına aittir ve bu tarihte köyde 309 erkek ve 308 kadın yaşamaktadır. Türkiye'nin ikinci nüfus sayımı olan 1935 yılında ise, köyün toplam nüfusu 790'dır. 2000 yılına kadarki nüfus verilerinden köyün nüfusunun giderek arttığı, sonrasında ise azalmaya başladığı görülmektedir. 2000 yılında nüfus 2428 iken, 2010 yılında 1042, 2012 yılında ise 959 olmuştur.

H.1258/M.1842 tarihli nüfus defteri verilerine göre hanelerin sülale isimlerinin toplam sayısı ise 39 olarak belirlenmiştir. En fazla kullanılan sülale *Mazakoğlu* olup, sayısı 6'dır. Bunu 3 sülale ismi ile Sağıroğlu takip etmektedir. Danabaşoğlu, İhsanoğlu, İsaoglu, Kara Ahmedoğlu, Kara Alioğlu, Paşalıoğlu ve Softaoğlu ise 2'şer hanenin sülale ismi olarak kaydedilmiştir. Diğer sülale isimleri ise birer kere kullanılmıştır. 1844 yılı temettuat defterinde de sülale isimleri hemen hemen aynıdır. Bu defterdeki sülale adlarının sayısı 38'dir.

H.1258/M.1842 tarihli Yunuslar köyüne ait nüfus defterine göre, kayıtlı olan erkek nüfusun kullandığı isimlerin çeşidi 21'dir. En fazla kullanılan isim ise İbrahim olup, bunun sayısı da 21'dir. Temettuat verilerinde kullanılan isim sayısı 17'dir. En çok geçen isimler ise sekizer kez geçen İbrahim ve Halil adlarıdır.

Köy ahalisinin fiziki özelliklerine dair, nüfus defterinde geçen verilerinden istifade edilmiştir. Buna göre, Sakal ve bıyık türlerine göre, 2 kişi kara, 7 kişide de ter bıyıklı olarak kaydedilmiştir. Sakal özelliklerinden ise, kır sakallıların çokluğu göze çarpmaktadır. Kır sakallıların sayısı 20'dir. Bundan başka, 9 kişinin sakalı kara, 11 kişinin köse ve 12 kişinin de kumraldır. Sarı sakallı olarak yazılan kişilerin sayısı ise, 5'tir. Boy özelliği verilen kişi sayısı da 71'dir. Bunlardan 63 tanesi orta, 5 tanesi kısa ve 3 tanesi de uzun olarak ifade edilmiştir. Buradan da Yunuslar köyünde yaşayan kişilerin büyük bir çoğunluğunun orta boylu olduğu anlaşılmaktadır.

Nüfus defterinde yer alan 150 nüfusun kaydı sırasında bir takım akrabalık ilişkileri de yazılmıştır. Hanelerin ilk sırasında yer alan hane reislerinden sonra, o hanede yaşayan erkek nüfus kaydedilmiş ve ilk sıradaki kişiyle akrabalık ilişkisi belirtilmiştir. Defterde en fazla geçen akrabalık ibaresi, oğlu şeklinde yazılmış olup, sayısı 58'dir. Bunu 14 kişiyle, yeğeni ifadesi takip etmektedir. Kardeşi tabiriyle kaydedilenlerin sayısı 10, torunu olarak geçen kişilerin sayısı ise, 9'dur. Bir hane reisi amca, iki hane reisi de amcaoğlu olarak belirtilmiştir. Bundan başka, evlilik yoluyla oluşan akrabalıklardan damat ve enişte ise birer defa geçmektedir.

Köye ait nüfus defterinde, hane reislerin sahip olduğu erkek çocuk sayısı 1 ile 4 arasında değişmektedir. 1 erkek çocuğa sahip hane reisi sayısı 21'dir. 2 erkek çocuğu sahip olan hane reisi sayısı 7, 3 erkek çocuğu sahip hane reisi sayısı ise 4'tür. En fazla erkek çocuk sayısı 4'tür. Defterde kız çocuklarına dair bilgilere yer verilmediği için, hane reislerinin tam çocuk sayısı tespit edilememiştir.

1844 yılı temettuat defteri verilerine göre köydeki büyük baş hayvanların toplam sayısı 107'dir. Bunların büyük çoğunluğunu inek oluşturmaktadır. Küçükbaş hayvanların sayısı ise 711'dir. Küçükbaş hayvancılık olarak daha çok keçinin tercih edildiği görülmektedir. Köyde

en çok bulunan hayvanlardan bir tanesi de öküzdür. Köyde bu tarihte 2338 dönüm mezru tarla bulunmaktadır. Bunlardan 36,377 kuruş gelir kaydedilmiştir. Tarlalara ekilen ürünler arpa ve buğdaydır. Sonuç itibariye bahsi geçen dönemde, Yunuslar'ın ekonomisinin büyük ölçüde tarıma dayalı olduğu görülmektedir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışma içerisinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları, akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, bu çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, çalışmanın özgün olduğunu bildiririm. Aksi bir durumda aleyhime doğabilecek bütün hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Çalışma tek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çıkar Beyanı

Çalışma tek yazar tarafından hazırlandığı için çıkar çatışması yaşanacak herhangi bir durum bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akyel, S. ve E. Olçay (2015). "1847 Tarihli Kıbrıs Nüfus Defterine Göre Değirmenlik Kazasındaki Gayrimüslim Nüfus Yapısı". *Uluslararası Sosyal Araştırmaları Dergisi*, 8 (39), 263-270.
- Başbakanlık İstatistik Genel Direktörlüğü (BİGM) (1937). *1935 Genel Nüfus Sayımı, Köyler Nüfusu*. 59 (75). İstanbul: Hüsnütabiat Basımevi.
- Çağlar, İ. M. ve H. Eralaca (2020). "Nüfus ve Temettuât Defterlerine Göre 19. Asrın İlk Yarısında Sinirli Köyü'nün Sosyo Ekonomik Durumu". *Turkish Studies-History*, 15 (2), 421-441.
- Çağlar, İ. M. ve A. Doğtekin (2020). "19. Yüzyıl Ortalarında Bir Anadolu Köyü: Gümele Örneği". *International Social Sciences Studies Journal*, 6 (70), 4146- 4164.
- Değirmenci, K. (2021a). "Osmanlı Bürokrasisinde Gedizli Memurlar". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 69, 173-190.
- Değirmenci, K. (2021b). "1844-1845 Tarihli Temettuât Defterine Göre Kütahya Sancağı Gediz Kazası Muhipler Köyünün Sosyal ve Ekonomik Yapısı". *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 343-366.
- Devellioğlu, F. (1986). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lügat*. Ankara: Aydın Yayınevi.
- Doğtekin, A. (2020). "Temettuât ve Nüfus Defterlerine Göre 19. Yüzyılda Kızılca Köyü'nün Sosyo-Ekonomik Durumu". *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 7 (3), 1475-1518.
- Göksal, H. (2021). *Tarihi ve Kültürüyle Yunuslar Köyü*. Ankara: Sonçağ Yayınevi.

Güneş, M. (2014). "Osmanlı Dönemi Nüfus Sayımları ve Bu Sayımları İçeren Kayıtlar". *Akademik Bakış*, 8 (15), 221-240.

Güran, T. (1998). "Osmanlı Tarım Ekonomisi 1840-1910". *Türk İktisat Tarihi Yıllığı*, 1, 225-303.

Hüdavendigâr Vilayeti Salnâmesi (HVS). H.1316/M.1900.

Muşmal, H. ve M. Şahinkaya (2015). "1844 Tarihli Nüfus Sayımına Göre Beyşehir Kazası". *Turkish Studies*, 10(1), 477-510.

Nüfus Defteri BOA, NFS.D.1656.

Temettüat Defteri BOA, ML.VRD.TMT.D/8833.

EXTENDED ABSTRACT

In this study on the demographic structure of Yunuslar village, which is located in the Gediz district of Kütahya, in the middle of the 19th century, firstly, the data of the population book of the village dated H.1258 / 1842, then the temettuat book dated H.1260 / 1844 and the oral history study conducted in the field were utilised. In addition, the demographic and socio-economic characteristics of Yunuslar village in the mentioned period were tried to be revealed by making use of similar research works in the literature.

The earliest population data of Yunuslar Village can be found in the population book kept in 1842. Accordingly, the village consists of 49 households and 150 male population. Considering that the male and female population is equal at all times in societies, it can be said that the village population at this date may have consisted of approximately 300 people. The number of households in the village was 56 in the 1844 dividend survey. According to the calculation obtained by dividing the estimated population number obtained from the population book by the number of households, it can be said that the population of the village in 1844 may include 336 people, based on the conclusion that 6 people may have lived in each household. The latest population information of the village in the Ottoman period is given in the Hüdavendigâr province salnament dated H.1316/M.1900, and Yunuslar, which was connected to Virancık sub-district at that time, consisted of 67 households and 401 inhabitants.

The first population information of Yunuslar from the Republican period dates back to 1924 when there were 309 males and 308 females living in the village. In 1935, the second census of Turkey, the total population of the village was 790. Until 2000, the population data shows that the population of the village gradually increased and then started to decrease. While the population was 2428 in 2000, it was 1042 in 2010 and 959 in 2012.

According to the population book dated H.1258/M.1842, the total number of the sülale names of the households was determined as 39. The most used family name is "Mazakoğlu" with 6 names. This is followed by Sağıroğlu with 3 sülale names. Danabaşoğlu, İhsanoğlu, İsaoglu, Kara Ahmedoğlu, Kara Alioğlu, Paşalioğlu and Softaoğlu were recorded as the sülale names of 2 households each. Other family names are used once each. In the 1844 dividend book, the sülale names are almost the same. The number of sülale names in this book is 38.

According to the population book of Yunuslar village dated H.1258/M.1842, there are 21 names used by the registered male population. The most common name used is Ibrahim, and the

number of this name is also 21. The number of names used in the temettuat data is 17. The most common names are İbrahim and Halil, which are mentioned eight times each.

Regarding the physical characteristics of the inhabitants of the village, the data in the population book were utilised. Accordingly, according to the types of beard and moustache, 2 people were recorded as black and 7 people were recorded as having sweat moustache. In terms of beard characteristics, it is noticeable that there are many people with grey beards. The number of people with grey beards is 20. Furthermore, 9 people have black beards, 11 people have brown beards and 12 people have auburn beards. The number of people with yellow beards is 5. The number of people with height characteristics is 71. Of these, 63 were described as medium, 5 as short and 3 as tall. This shows that the majority of the people living in Yunuslar village were of medium height.

During the registration of the 150 population in the population book, some kinship relations were also recorded. After the heads of the households in the first row of the households, the male population living in that household was recorded, and the kinship relationship with the person in the first row was indicated. The most common kinship phrase in the ledger was written as a son, with 58 entries. This is followed by the term nephew with 14 persons. The number of people recorded as his brother is 10, and the number of people recorded as his grandson is 9. One household head is mentioned as uncle, and two household heads are mentioned as uncle's son. In addition, the groom and brother-in-law, who were related through marriage, are mentioned once each.

In the population book of the village, the number of male children of the household heads varies between 1 and 4. The number of household heads with 1 male child is 21. The number of household heads with 2 male children is 7, and the number of household heads with 3 male children is 4. The highest number of male children is 4. Since there is no information about daughters in the ledger, the exact number of children of the household heads could not be determined.

According to the 1844 dividend book, the total number of cattle in the village is 107. The majority of these are cows. The number of small cattle is 711. It is seen that goats are mostly preferred as ovine livestock. One of the most common animals in the village is oxen. There were 2338 acres of measured fields in the village at this date. An income of 36,377 kurus was recorded from these. The crops cultivated in the fields were barley and wheat. As a result, it is seen that the economy of Yunuslar was largely based on agriculture in this period.

TARİHİ ESERLERİN RESTORASYONUNDA BELEDİYELERİN ROLÜ VE KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ¹

Nihal GÜNEŞ AY²
Duygu İLKHAN SÖYLEMEZ³

Öz

Konya ili M.Ö.7.bin yılından beri yerleşim yeridir. Frig, Hitit, Lidya, Pers, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlılar tarafından önemli bir kent merkezi olarak kullanılmıştır. Neolitik çağdan itibaren farklı toplum ve kültürlerle ev sahipliği yapan şehir, birçok sanat eserine sahiptir. Kent nüfusunun artışıyla birlikte belediyelerin görev ve sorumlulukları da artmıştır. Belediye gelir ve giderlerinin yer aldığı bütçeler niceliksel olarak artmıştır. Toplumun talep ve beklentilerini karşılamak için görev tanımı genişlemiştir. Belediye Kanunu'nun 14. Maddesine göre imar, su, kanalizasyon, yol, itfaiye, zabıta hizmetlerinin yanı sıra kültür, sanat, turizm ve tanıtım faaliyetleri de belediye hizmetleri içinde yer almaktadır. Bu bağlamda belediyeler mabetlerin yapımı, bakımı, onarımını yapabilir. Kültür ve tabiat varlıkları ile tarihî dokunun ve kent tarihi açısından önem taşıyan yerlerin ve işlevlerinin korunmasını sağlayabilir. Tarihi eserlerin bakım ve onarımını yapabilir, korunması mümkün olmayanları aslına uygun olarak yeniden inşa edebilir. Köklü bir tarihi geçmişi olan Konya, çok sayıda tarihi eserlere ev sahipliği yapmaktadır. Tarihi eserlerin bakımı, korunması ve restorasyonu Kültür ve Turizm Bakanlığı yanında yerel yönetim kuruluşu olan belediyeler tarafından da yerine getirilmektedir. Konya Büyükşehir Belediyesi kent sınırları içinde yer alan birçok tarihi eserin hem tanıtımını ve hem de restorasyonunu gerçekleştirmektedir. Bu çalışmada Konya Büyükşehir Belediyesi'nin son on yıl içerisinde restore ettiği tarihi eserler yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler

Tarihi Eser
Restorasyon
Turizm
Konya Büyükşehir Belediyesi

Makale Hakkında

İnceleme Makalesi
Gönderim Tarihi : 08.09.2023
Kabul Tarihi : 20.09.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357333

¹ Bu makale, 27-30 Eylül 2022 tarihleri arasında yapılan International Congress on Engineering and Agricultural (ENAG 2022)' de bildiri olarak sunulan çalışmanın genişletilmiş ve güncellenmiş halidir.

² Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, Kadınhanı Faik İçil Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, e-posta: nihalay@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9788-7872.

³ Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, e-posta: duyguilkhan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5707-1542.

THE ROLE OF MUNICIPALITIES IN THE RESTORATION OF HISTORICAL MONUMENTS AND THE CASE OF KONYA METROPOLITAN MUNICIPALITY

Abstract

Konya province has been inhabited since the 7th millennium BC. It was used as an important city centre by Phrygians, Hittites, Lydians, Persians, Romans, Byzantines, Seljuks and Ottomans. The city, which has been home to different societies and cultures since the Neolithic Age, has many works of art. With the increase in the urban population, the duties and responsibilities of municipalities have also increased. The budgets including municipal revenues and expenditures have increased quantitatively. The definition of duties has expanded to meet the demands and expectations of the society. According to Article 14 of the Municipal Law, in addition to zoning, water, sewerage, road, fire brigade and police services, culture, art, tourism and promotion activities are also included in municipal services. In this context, municipalities may construct, maintain and repair temples. They may ensure the protection of cultural and natural assets, historical texture and places and functions of importance in terms of urban history. They can maintain and repair historical monuments and rebuild those that cannot be preserved in accordance with the original. Konya, which has a deep-rooted historical past, is home to many historical monuments. The maintenance, protection and restoration of historical monuments are carried out not only by the Ministry of Culture and Tourism but also by municipalities, which are local government organisations. Konya Metropolitan Municipality carries out both the promotion and restoration of many historical monuments within the city borders. In this study, historical monuments restored by Konya Metropolitan Municipality in the last ten years are included.

Keywords

Historical Artifact
Restoration
Tourism
Konya Metropolitan Municipality

Article Info

Review Article
Received : 08.09.2023
Accepted : 20.09.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357333

Kaynakça Gösterimi: Güneş Ay, N. ve İlhan Söylemez, D. (2023). Tarihi Eserlerin Restorasyonunda Belediyelerin Rolü ve Konya Büyükşehir Belediyesi Örneği. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 240-253.

Citation Information: Gunes Ay, N. and Ilkhan Soylemez, D. (2023). The Role of Municipalities in the Restoration of Historical Monuments and the Case of Konya Metropolitan Municipality. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 240-253.

GİRİŞ

Türkiye'nin barındırdığı ve turizme konu olacak tarihi eserler bakımından (Beşir vd., 2022: 42) adeta bir açık hava müzesi konumundadır. Sahip olduğu bu mevcut potansiyelini daha fazla turizme kazandırması ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan ülkenin yararına olacaktır. Tarihi alan ve eserlerin rehabilite edilmesi ve turizm için altyapılarının tamamlanması, turizme kazandırılması ve turistik destinasyon haline dönüştürülmesi merkezi yönetimin yanı sıra belediyelerin de görevleri arasındadır. Sosyal, kültürel, bilimsel ve ekonomik etkileşim alanları olan tarihi destinasyonlar, Türkiye ve Konya'nın inanç ve kültür turizminin belirleyicilerinden olmaktadır. Coğrafya, kültür ve turizmi bir araya getirme gücüne sahiptir (Sadık, 2018: 77).

İnanç ve kültür turizmi gelir getirici etkisinin yanında kültürel değerlerin korunmasında da etkili olmaktadır (Doggett, 1993: 8-11). Turistlerin deniz, güneş, kum olarak nitelendirilen turizme bakış açıları değişerek (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 10) artık ağırlıklı olarak kültür ve doğa turizmi faaliyetlerine yöneldikleri gözlemlenmektedir.

Turizm, tarihi yapıların onararak ve restore edilerek gelecek nesillere aktarımını sağlamakta ve kent için önemli bir ekonomik kaynak yaratmaktadır (Doğaner, 2013: 10). Turistlerin destinasyon seçiminde doğal çekicilik, ulaşım ve aktivite olanakları etkili olmaktadır (Davras ve Uslu, 2019: 694). Tarihi eserlere ev sahipliği yapan kentlerin daha çok turist çekebilmesi için, doğal çekiciliğin artırılması, ulaşımın kolaylaştırılması ve çeşitli aktivitelerin organize edilmesinde ilgili belediyelere büyük görevler düşmektedir. Eserlerin aslına uygun olarak restore edilmesi, belediye hizmetleri içinde yer almaktadır. Son dönemlerde ülke ve dünya genelinde inanç ve kültür turizmi yükseliş eğilimindedir. Konya, üst üste kurulan büyük medeniyetler nedeniyle kent merkezi ve il sınırları içinde zengin tarihi eserlere sahip olmasını sağlamaktadır (Benhür, 2017: 41). Çok sayıda inanç ve kültür varlıklarına sahip Konya ilinde Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından gerçekleştirilen alt yapı, tanıtım ve pazarlama hizmetlerinin yanında tarihi eserlerin restorasyonunu gerçekleştirmekte bulunmaktadır. İnanç ve kültür turizmi insanların kültürel miras sunumlarına olan merak motivasyonu ile yaptıkları ziyaretlerdir (Silberberg, 1995: 362). Konya Büyükşehir Belediyesi, kent sınırları içinde bulunan farklı inançlara ait tarihi eserleri restore ettirmiş ve inanç turizmine kazandırmıştır.

Restorasyon kelime olarak aslını bozmadan onarmak, sanatça tamir etmek, yapıyı, tarihsel kimliğini ve belge değerini koruyarak onarmak anlamlarına gelmektedir. "Restorasyon, öncelikle özgün durumunu yitiren, statik açıdan sorunları bulunan ya da mimari açıdan tahribata maruz kalmış yapıların aynı mimari özelliklerle ve kullanım amacına uygun olarak ayağa kaldırılma ve özgün niteliklerine kavuşturma eylemidir" (Ürer, 2006: 131).

Tarihi eserlere zarar veren bitkilerin yok edilmesi ve bunların gelişmesini önlemek için temizlik ve bakıma dikkat etmek gerekir (Ülgen, 1974: 16).

Türkiye 7-8 Ekim 1999 tarihinde Strasbourg'da toplanan Avrupa Tarihi Kentler Birliği'ne davet edilmiş ve 2001 yılında da Birliği'nin 12. üyesi olmuştur. Birlik, tarihi kentler arasında kültürel miras alanında iş birliğinin geliştirilmesini öngörmektedir.

Kentlerin tarihi dokularının ve kültürel mirasının korunması amacıyla üye belediyeler arasında iş birliği ve deneyim alışverişi sağlanmıştır. Belediyecilik hizmetleri, koruma, restorasyon, kültür, çevre, imar ve tarihi kent konularında bilgi, belge, mevzuat, kaynak ve eğitime dönük çalışmalar yapılmaktadır. Tarihi ve kültürel eserlerin onarım ve restorasyonuna yönelik kaynak oluşturulmuş ve kent kimliğinin kazanımı sağlanmıştır (TKB, 2022). Tarihi Kentler Birliği'nin temel politika ve öncelikleri şöyle sıralanır (TKB, 2021: 10):

1. Tarihsel, kültürel veya doğal varlıkların korunması için ortak politikalar ve teknikler oluşturmak,
2. Ortak politikalar için kamu kurumları, sivil toplum örgütleri, meslek birlik ve odaları, üniversiteler gibi kurum ve kuruluşlar ile iş birliği yapmak,
3. İlgili uluslararası kurum ve kuruluşlarla birlikte projeler geliştirmek.

1. Medeniyetler Şehri Konya

Korunması gerekli kültür varlıklarının rölöve, restitüsyon, restorasyon projeleri, sokak sağlıklılaştırma, çevre düzenleme projeleri ve bunların uygulamaları ile değerlendirilmesi, muhafaza, nakil işleri ve kazı çalışmalarına yönelik mal ve hizmet alımlarına ilişkin usul ve esaslar, 15.06.2022 tarih ve 5738 Sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı olan 'Korunması Gerekli Kültür Varlıklarının Onarımları ve Restorasyonları İle Çevre Düzenlemesine İlişkin Mal ve Hizmet Alımlarına Dair Usul ve Esaslar' ile düzenlenmiştir (Cumhurbaşkanlığı Kararı, 2022).

İlk medeni toplumlara ev sahipliği yapan Konya, ilerleyen yıllarda tarihi İpek Yolu güzergahı üzerinde bulunması ve yoğun olarak kullanılması ve Selçuklu Devleti'nin başkenti olması nedenleriyle çok sayıda tarihi eserleri barındırmaktadır. Konya'nın yerleşim birimi olarak tarihsel gelişimini etkileyen medeniyetler sırasıyla şunlardır (KTB) (Görsel 1):

-M.Ö. 8. Yüzyıl	: Hitit Medeniyeti
-M.Ö. 7. Yüzyıl	: Frig ve Kimmerler Medeniyeti
-M.Ö. 6. Yüzyıl	: Lidyalılar
-M.Ö. 5. Yüzyıl	: Pers Medeniyeti
-M.Ö. 4. Yüzyıl	: Makedonlar
-M.Ö. 1. Yüzyıl	: Roma Medeniyeti
-M.S. 7. Yüzyıl	: Sasaniler ve Müslüman Araplar
-1077-1307	: Selçuklu Medeniyeti
-1307-1465	: Karamanoğulları Beyliği
-1465-1923	: Osmanlı Medeniyeti
-1923-	: Türkiye Cumhuriyeti

Görsel 1. Medeniyetlerin Beşiği Konya

Kaynak: <https://kazanbilgi.net>

2. Konya Büyükşehir Belediyesi'nin Kültürel Mirasa Yönelik Faaliyetleri

Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından restore edilen camii, mescit, türbe, müze ve tarihi mekanlar Görsel 1'de gösterilmiştir. Selçuklu Devleti'nin başkenti olduğu için Konya'da inanç temelli mekanların yoğun olduğu gözlemlenmektedir. Belediye turistlerin uğrak yeri olan bu mekanların gelecek yıllara ve nesillere aktarılması için aslına uygun kalınarak alt yapı ve restorasyon çalışmalarını sürdürmektedir. Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından il sınırları içinde yapılan bazı restorasyon faaliyetleri (Görsel 2)'nden bazıları aşağıda anlatılmaktadır.

Görsel 2. Stratejik Plana Göre Restorasyon Faaliyetleri

RESTORASYONU TAMAMLANAN VE DEVAM EDEN MESCİTLER			PROJESİ DEVAM EDEN TARİHİ MEKANLAR		
Meram - Tahir Paşa Camii	Kadınhanesi - Atıf Merkez Camii	Emirgazi - İskender Camii	Derebucak - Durak Hanı	Beyşehir - Üzümlü Kalfaoğlu Konağı	Beyşehir - İsmail Ağa Medresesi
Karataş - Azize Camii	Meram - Bulgur Dede Mescidi	Selçuklu - Tatlıyol Camii	Markaz - Karataş Medresesi	Meram - Kızıllıca Yarınlı Şehri	Seydişehir - Bakırcılar Evi
Karataş - Asmalı Hatip Camii	Meram - Kapu Camii Restorasyon	Selçuklu - Başarebey Camii	Karataş - San Hasan Çeşmesi	Ereğli - Taş Evler Restorasyonu	Yunak - Yarınlı Şehri
Karataş - Kula Saray Camii	Ahır/Akkışa - Büyük Camii	Höyük - Kireli Yeni Camii	Karataş - Sair Uveysi Sokak Çeşmesi	Beyşehir - Ahmet Şahın Evi	Karataş - Sanayi Mektebi
Karataş - Çukur Camii	Akşehir - İlkol Camii	Sarıyay - Laleli Büyük Camii	Karataş - Zekai Dede Sokak Çeşmesi	Ereğli - Vezirler Çeşmesi	Karataş - Mor Ev
Karataş - Hacveysi Camii	Akşehir - Kalaycı Mescidi	Yalıhöyük - Merkez Camii	Beyşehir - Egrefoğlu Bedesteni	Beyşehir - Yenidoğan Küçükçeşme	Karataş - Güngör Sokak Sağlıklaştıma
Karataş - Sultan Selim Camii	Akşehir - Tahakkale Mescidi	Tuzlukçu - Cuma Camii	Meram - Hasbey Darul Hüfüz	Seydişehir - Tepecik Urumduğin Çeşmesi	Karataş - Raziye Sultan Kervansaray
Karataş - Gazi Nasrullah Ca	Beyşehir - Yendişahın Büyük Ca		Meram - Halk Eğitim Binası	Yunak - Merkez Çeşmesi	Beyşehir - İsmail Ağa Medresesi
RESTORASYON PROJESİ ÇALIŞILAN YAPILAN CAMİ VE MESCİTLER			TÜRBE VE MÜZELERİN RESTORASYONLARI		
Akşehir - İlkol Camii	Akören - Avdan Camii	Karataş - Fahruşah Camii	Karataş Koyunlu Evi	Meram - Süylemez Tekkesi	Selçuklu Ayabakan Türbesi
Beyşehir - Egrefoğlu Camii	Akören - Aşağı Hadim Camii	Meram - Yaglı Tekke	Karataş Kültür Evi	Selçuklu Seyit Halil Türbesi	Altınkın Taşgünbaba Türbesi
Meram - Karaisalı Camii	Kadınhanesi - Kabaklı Camii	Selçuklu - Sakahane Mescidi	Karataş Müzesi - Hıncıyan	Selçuklu Gömeç Hatun Türbesi	Altınkın Kışla Türbesi
İlgin - Sadıklı Camii	Derebucak - Gönem Eski Ca	Meram - Sükran Mescidi	Karataş Siyavuş Türbesi	Selçuklu Hocacihan Türbesi	Çiğirbeyli Yaşar Türbesi
Höyük - Tolca Şirinehatin Ca	Dorankışar - Köpçü Y. Emre Ca		Meram Altesabz-i Veli Türbesi	Selçuklu Süt Tekkesi Haricyesi	Selçuklu Seyit Sücaeddin Türbesi
			Meram Cemal Ali Dede Türbesi Ve Mescidi	Selçuklu Fatma Hatun Ferhunde - Süt Tekkesi	Seydişehir Seyid Harun Veli Türbesi
				Meram Ebu İshak Kazanı Türb	
PROJE AŞAMASINDA BULUNAN TÜRBE VE MÜZELER			RESTORASYON VE YENİLEME ÇALIŞMASI TAMAMLANAN VE DEVAM EDEN TARİHİ MEKANLAR		
Karataş - Semsi-i Tabrizi Türb.	Karataş - Emir İshak Paşa Tür.	Selçuklu - Taçlı Vezir Türbesi	Beyşehir Eski Hükümet Kon.	Sarıyaylı Ladikli A. Hüdai Evi	Meram Nasuh Bey Darul Hüfüz
Karataş - Bedrettin Günortaş Türbesi	Karataş - Kadı İzzettin Türbesi Ve Camii	Seydişehir - Şeyh Mahmut Bin Yahya Türbesi	Bozok Eski Hükümet Kon.	Meram Eski Dmo Masrafhanesi	Meram Yarınlı Medrese
Karataş - Ulvi Sultan Türbesi	Meram - Seker Furun Türbesi	Bodur - Camii Caddesi Türbesi	Ereğli Rüstem Paşa Restorasyonu	Meram Hocacihan Hanı	Merkez Dede Bahçesi Konağı
			Karataş Çatalhöyük Hanı	Meram İstasyon Evleri (13 Adet) Restorasyonu	Selçuklu Silile Baruthanesi
			Karataş Gazı Mustafa Kemal Paşa İlköğretim Okulu	Meram Köygeçiz Sokak, Tarihi Yapının Restorasyonu	Ereğli Taş Evi Restorasyonu
					Karataş Mengüç Caddesi Sağlıklaştıması

Kaynak: KBB, 2020: 33.

2.1. Mevlâna Kültür Vadisi Projesi

3.950.000 m2 alana sahip tarihi, kültürel ve turistik lokasyonlar projelendirilmiştir. Böylece kentle bütünlük sağlayan güvenli, yaşanabilir, sosyal yaşam ve turizm mekanları meydana getirilmiştir. Şu ana kadar dolaylı maliyetler dışında toplam harcamalar

188.765.567,67 TL olarak gerçekleşmiştir (KBB, 2016: 13). Mevlana Kültür Vadisi Projesi'nin amaçları şöyledir:

Tarihi kent merkezini oluşturan farklı kent parçalarından, gerek sivil mimarlık örneği gerek anıtsal nitelikli tekil yapılardan gerek doku ölçeğindeki yapı adalarından, kentsel altyapı sorunlarının çözümünden kent mekânına eklenecek yeni anıtsal öğelere, karakteristik simgeler ve kent tarihine atıfta bulunan 'imaj'lara, kültürel ve turistik tesislerden bir takım mekâna ilişkin düzenlemelere, tarihi mekânların yeniden canlandırılması, restorasyon ve röleve çalışmaları ile bütün bu yerleşik dokuya ve çalışmalara ekle(mle)necek müze ve sergi salonları gibi tamamlayıcı kültür tesislerinden oluşmaktadır. Proje kapsamında tescilli anıtsal yapıları ve sivil mimarlık örneklerini restore etmek, başarılı çevre düzenlemeleri ile bu kentsel simge değeri taşıyan yapıları öne çıkarmak, korunmasını sağlamak ve yaşatarak gelecek nesillere aktarılmasını sağlamaktır (Eseroğlu, 2018:76-79).

Görsel 3. Mevlana Meydanı (Eski ve Yeni Hali)



Kaynak: KBB, 2016.

Bugünkü şeklini Kanuni Sultan Süleyman döneminde alan Yeşil Kubbe (Kubbe-i Hadra) 1698, 1798, 1816, 1835, 1912, 1949 ve 1964 yıllarında restorasyonlar geçirmiştir. Haziran 2020'de tarihinin en kapsamlı restorasyonuna başlanmış ve Aralık 2021'de tamamlanarak, Şeb-i Arus Törenleri'ne yetiştirilmiştir. Yeşil Kubbe restorasyonunda yıpranan, yer yer dökülen çiniler (Görsel 5) sökülmüştür. Yeşil Kubbe'nin çinileri ile altındaki tuğla kubbe arasında yer yer 15 ila 18 santimetre kalınlığa ulaşan yaklaşık 100 ton beton ve moloz temizlenmiştir. Bilim kurulunun çalışmaları sonucunda müze arşivinde bulunan 1816 ve 1835 yıllarına ait çini örneklerinden yola çıkılarak aslına en uygun şekilde yeni çiniler üretilmiştir (Özgül, 2022; Doğan, 2021).

Görsel 4. Mevlana Türbesi Yeşil Kubbe (Restorasyon Öncesi ve Sonrası)



Kaynak: KBB, 2016.

2.2. Tarihi Bedesten Çarşısı

Konya'nın kalbi niteliğinde olan Tarihi Bedesten Çarşısı, Romalılardan bugüne kadar önemli bir ticaret merkezidir. İki bin yıl öncesine uzanan Tarihi Bedesten Çarşısı, 2013 yılında Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından Mevlana Kültür Vadisi Projesi kapsamında tarihi dokusunu kaybetmeden büyük bir restorasyondan geçirilerek aslına uygun yenilenmiştir.

Mevlana Kültür Vadisi Projesi kapsamında, Bedesten Çarşısı'nda yaklaşık 95 bin m²'lik alanda 7 cadde içerisinde bulunan 40 sokaktaki 2 bin 700 civarında dükkânda düzenleme yapılmıştır. Projenin kapalı mekan alanı toplamı yaklaşık 180.000 metrekare olup 66 ada ve 945 parselden oluşan proje kapsamında, düzenleme yapılmıştır. Alanda 3 adet iç, 4 adet dış cadde yeniden düzenlenmiştir. Çarşıda yer alan dükkânların konumu ve ürünlerin sergileniş biçimi geleneksel karaktere uygun olarak düzenlenmiştir. Bölgede toplam 519 bina bulunmaktadır. Bu binaların 138'i tescil edilmiş 381'i ise tescil edilmemiştir. Bölgede 40 adet sokakta gerçekleştirilen sokak cephesi düzenlemesi sonucunda, 2.687 adet dükkânda düzenlemeye gidilmiştir. Proje maliyeti 96.451.739,64 TL olarak gerçekleşmiştir (KBB, 2016: 16). Proje ile Kapı Camii ile Aziziye Cami'nin yanı sıra Bulgur Dede Mescidi, Mecidiye Han, Ahmet Efendi Hamamı, Nakip Hacı İbrahim Hanı gibi tescilli yapılar da restorasyona tabi tutulmuştur. Hatta bu proje ülke genelinde 111 belediyenin katılımı ile gerçekleştirilen yarışmada İdeal Kent Ödülü'ne layık görülmüştür (goKonya).

Görsel 5. Tarihi Bedesten Çarşısı (Restorasyon Öncesi)



Kaynak: KBB, 2016.

Görsel 6. Tarihi Bedesten Çarşısı (Restorasyon Sonrası)



Kaynak: KBB, 2016.

2.3. Alâeddin Tepesi ve Köşkü

Konya Büyükşehir Belediyesi Alâeddin Tepesi 2. Kılıçaslan Köşkü Koruma - Canlandırma ve Kentsel Tasarım Projesi kapsamında höyüğü çeviren Selçuklu surlarının bir burcu üzerine oturtulmuş Sultan Kılıçaslan Köşkü, koruma ve canlandırma projesiyle restore edilerek turizme kazandırılacaktır.

Konya Büyükşehir Belediyesi ile Kültür ve Turizm Bakanlığı arasında yapılan protokol çerçevesinde Alaaddin Tepesi'nde çalışmalar başlatılmıştır. Alaaddin Tepesi 2. Kılıçaslan Köşkü Koruma, Canlandırma ve Kentsel Tasarım Projesi kapsamında köşkü korumak amacıyla inşa edilen beton şemsiye kaldırılacak ve artık köşk görülebilecektir. Görsel olarak burcun gerçeğe yakın ölçüleri oluşturulacaktır. 3 milyon 745 bin liralık proje kapsamında köşkün kalıntısı şeffaf olarak cam yüzeyle korunacaktır. Bu cam yüzey sayesinde ziyaretçiler sur kalıntılarını ve köşkü izleme olanağı bulacaktır. Ayrıca bu alanda Selçuklu arkeolojisi ve Alaaddin Tepesi hakkında bilgilendirme yapılacaktır. Alaaddin Cami ve Kılıçaslan Köşkü'nün bulunduğu meydana konulacak panolarla, alanın tarihsel geçmişine yönelik bilgilere yer verilecektir.

Şimdiye kadar 2. Kılıçaslan Köşkü'nün etrafını saran Selçuklu eseri 5 metre yüksekliğinde 6 burçlu iç sur duvarları ortaya çıkarılmıştır. Tarihi Kentler Birliği'nin düzenlediği 'Metin Sözen Koruma Büyük Ödülü'nü kazanan 2. Kılıçaslan Köşkü Arkeolojik Kazı Alanı ve Kentsel Tasarım Projesi tamamlandığında Konya, yeni bir tarihi mekana kavuşmuş olacaktır (KBB, 2016: 29).

Görsel 7. 2. Kılıçaslan Köşkü (Restorasyon Öncesi ve Sonrası)



Kaynak: KBB, 2016.

Görsel 8. Alaeddin Tepesi (Restorasyon Öncesi ve Sonrası)



Kaynak: KBB, 2016.

2.4. Ulvi Sultan Türbesi ve Mescidi

Konya Valilik binası yanında bulunan Ulvi Sultan Türbesi ve Mescidi'nin 2018 yılında Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından restorasyonuna başlanılmıştır. 1924 yılında yıkılan ve toprak altında kalan mescit ve türbe iki yıllık çalışmanın ardından 2020 yılında ziyarete açılmıştır (Tomar, 2021: 38-39).

Görsel 9. Ulvi Sultan Türbesi ve Mescidi (Restorasyon Öncesi ve Sonrası)



Kaynak: KBB, 2016.

2.5. Rüstem Paşa Kervansarayı

Kanuni Sultan Süleyman'ın veziri olan Damat Rüstem Paşa tarafından Ereğli'de Mimar Sinan'a yaptırılan ve geçmişte hac yolcularının uğrak yeri olan (Doğan, 2019) kervansaray Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından 2017 yılında restorasyona başlanmış ve 2019 yılında hizmete açılmıştır.

Görsel 10. Rüstem Paşa Kervansarayı (Restorasyon Öncesi ve Sonrası)



Kaynak: KBB, 2016.

2.6. Eski Buğday Pazarı

Konya Büyükşehir Belediyesi, Mevlana Kültür Vadisi Projesi kapsamında Tarihi Osmanlı Buğday Pazarı'nı aslına uygun olarak restore ettirmektedir. Bu proje kapsamında Selçuklu mimarisi tarzında Türkiye'nin ilk tarım müzesi oluşturulacaktır. 27.850 metrekarelik bir alanda, 129 dükkân ve farklı büyüklüklerde salonlar inşa edilmiştir. Projede ortak alanı (meydan) yanında yaklaşık 800 araçlık 2 katlı yer altı otoparkı yapılacaktır (KBB, 2016: 48).

Görsel 11. Eski Buğday Pazarı (Restorasyon Öncesi ve Sonrası)

Kaynak: KBB, 2016.

SONUÇ

Küresel turizm pazarında etkin, farklı ve ekonomik gücüyle farkındalık yaratmak isteyen şehirler, yeni stratejiler ile öne çıkmaya çalışmaktadırlar. Yaşanabilir, güvenli, tercih edilebilir ve yatırım merkezi olabilmek için şehirler, bir marka gibi kendilerini pazarlamaktadırlar. Bu bağlamda kentin başlangıçtaki sermayesi doğal kaynakları, kültürel mirası ve tarihsel geçmişi olmaktadır. Avrupa'da olduğu gibi tarihi eserleri ile öne çıkmaya çalışan şehirler, stratejilerini turistlerin tercih ettiği bir destinasyon olma yolunda belirlerler. Konya Büyükşehir Belediyesi il sınırları içinde bulunan tarihi eserleri hem tarihe duyduğu saygı hem bu eserlerin korunup, sağlamaştırılıp gelecek nesillere aktarılması ve hem de kültür turizmine katkı sunmak amacıyla restore etmektedir.

Restorasyon kapsamında cami, mescit, konut, han, türbe, medrese, kütüphane ve kamu binaları bulunmaktadır. Restorasyonların finansmanı için her ne kadar uluslararası kuruluşların ve hayırsever kişi ve kurumların desteklerinden yararlınsa da kendi iç finansman kaynaklarından daha çok kullanılmaktadır. Yapılan restorasyon çalışmalarında ilgili kamu kurumları, restoratörler, firmalar, sivil toplum kuruluşları, diğer kurum ve kuruluşlar ve halk ile yapılan toplantılar sonucunda çok katılımlı olarak alınması, yerel demokrasiyi de güçlendirecektir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada içerisinde sunduğumuz verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimizi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumuzu, çalışmada yararlandığımız eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimizi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımızı, çalışmanın özgün olduğunu bildiririz. Aksi bir durumda aleyhimize doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimizi beyan ederiz.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Yazarların katkıları eşit orandadır.

Çıkar Beyanı

Herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Benhür, Ç. (2017). "Vali Rebi Karatekin Döneminde Tarihi Eser ve Turizm Çalışmalarının Konya Basınına Yansımaları". *SUTAD*, (41), 353-380.
- Beşir, Ş. E., E. Sönmez, A. Taş ve E. Z. Tomar (2022). "Tarihi Yerleşimlerde Kültür Turizmine Yönelik Somut Kültür Varlıklarının İncelenmesi: Konya/Sille Örneği". *Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi*, 7 (1), 42-71.
- Beycan, D. O. ve M. Burç (2014). "Çok Katımlı Bir Restorasyon Uygulaması: Almanya-Dortmund Da Rodenberg Su Şatosu Restorasyonu". *Mimarlar*, 6 (10), 49-56.
- Cumhurbaşkanı Kararı (2022). *Korunması Gerekli Kültür Varlıklarının Onarımları ve Restorasyonları İle Çevre Düzenlemesine İlişkin Mal ve Hizmet Alımlarına Dair Usul ve Esaslar*, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/21.5.5738.pdf> (12.09.2023).
- Davras, Ö. ve A. Uslu (2019). "Destinasyon Seçimini Belirleyen Faktörlerin Destinasyon Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Fethiye'de İngiliz Turistler Üzerinde Bir Araştırma". *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (1), 679-696.
- Doggett, L. (1993). "Multi-Cultural Tourism Development Offers A New Dimension in Travel". *Business America*, 114 (18), 8-11.
- Doğan, A. (2019). *Osmanlı'da Hac Yolcularının Uğrak Yeri: Rüstem Paşa Kervansarayı*. <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/osmanlida-hac-yolcularinin-ugrak-yeri-rustem-pasa-kervansarayi/1642484#:~:text=Konya,%C3%B6nemli%20k%C3%BClt%C3%BCrel%20varliklar%C4%B1n%20ba%C5%9F%C4%B1nda%20geliyor.> (12.09.2023).
- Doğan, A. (2021). *Mevlana Müzesi'nin 'Yeşil Kubbe'sinde Restorasyon Sona Erdi*. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/mevlana-muzesinin-yesil-kubbesinde-restorasyon-sona-erdi/2445027> (12.09.2023).
- Doğaner, S. (2013). *Türkiye Kültür Turizmi*. İstanbul: Doğu Kitapevi.
- Dönek, E. ve M. Özkaynak (2019). "Şehir Markalaşması Sürecinde Tarihi Yapıların Çevre Sorunlarının İncelenmesi: Konya-Selçuklu Medreseleri". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (65), 376-388.
- Eseroğlu, İ. (2018). *Kentsel Dönüşümde Kültürel Birikimin Sürekliliği ve Korunması Sorunu: Konya-Mevlana Kültür Vadisi Projesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- GoKonya (ty). *Tarihi Bedesten Çarşısı*, <https://www.gokonya.com/tr/tarihi-bedesten-carsisi> (12.09.2023).
- KTB (ty). *Konya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kültür ve Turizm Bakanlığı*, https://www.konyakultur.gov.tr/index.php?route=pages/pages&page_id=1 (12.09.2023).
- KBB (2016). *Konya İl Bütününde Koruma Odaklı Planlama Çalışmaları ve Uygulamalar Tarihi, Kentler Birliği Konya Buluşması*, https://www.tarihikentlerbirligi.org/wp-content/uploads/Tarihi-Kentler-Birli%C4%9Fi_May%C4%B1s.pdf (12.09.2023).

- KBB (2020). *Stratejik Plan 2020-2024, Konya Büyükşehir Belediyesi*, http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/NB9yy+stratejik_plan.pdf (12.09.2023).
- Kozanbilgi (2023). *İlkçağ Uygarlıkları ve Anadolu*. <https://kozanbilgi.net/2023/08/ilkcag-uygarliklari-ve-anadolu/> (12.09.2023).
- Özgül, E. (2022). *Konya'daki Restorasyon Çalışmaları Faciaya Döndü*. <https://www.konyaolay.com/konya-daki-restorasyon-calismalari/1169/> (12.09.2023).
- Öztürk, Y. ve İ. Yazıcıoğlu (2002). "Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma". *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
- Sadık, G. (2018). "Kültür Turizmi Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili". *Journal of Business in The Digital Age*, 1 (2), 76-83.
- Silberberg, T. (1995). "Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites". *Tourism Management*, 16 (5), 361-365.
- TKB (2021). *2021 Yılı Faaliyet Raporu*. https://www.tarihikentlerbirligi.org/wp-content/uploads/TKB-2021-_Yili_Faaliyet_Raporu-.pdf (12.09.2023).
- TKB (2022). *Kuruluş Öyküsü*. <https://www.tarihikentlerbirligi.org/hakkimizda/tarihce/> (12.09.2023).
- Tomar, E. (2021). "Ulvi Sultan Türbe ve Mescidi". *Rotary Dergisi*, 184, 38-30.
- Ülgen, A. S. (1974). "Tarihi Anıtların Korunması ve Onarılmasına Ait Prensipler". *Rölöve ve Restorasyon Dergisi*, 1 (1), 16-20.
- Ürer, H. (2006). "Tarihi Eser Restorasyonu". *Sanat Tarihi Dergisi*, 15 (2), 129-136.

EXTENDED ABSTRACT

Konya province, which has been a settlement since 7000 BC, has hosted many great civilizations. It was used as an important city center of great states such as the Phrygian, Hittite, Lydian, Persian, Roman, Byzantine, Seljuk and Ottoman states. The city, which has hosted different societies and cultures since the Neolithic age, has many historical and artistic works. Konya, which hosted the first civilized societies, hosts many historical artifacts due to its location on the historical Silk Road and its intensive use in the following years and its being the capital of the Seljuk State.

Konya is Turkey's largest province in terms of surface area. The city, consisting of 31 districts, is also the sixth most populous city in the country. Konya Municipality was established in 1875. It became a metropolitan city in 1987 and municipal services have been carried out according to this status since 1989. Since 2014, the borders of the metropolitan municipality have expanded and become provincial civil borders.

With the increase in urban population, the duties and responsibilities of municipalities have also increased. Budgets that include municipal revenues and expenses have increased quantitatively. The job description of municipalities has expanded in order to meet the demands and expectations of society. According to Article 14 of the Municipality Law, in

addition to zoning, water, sewage, road, fire, and police services, culture, art, tourism, and promotional activities are also included in municipal services. In this context, municipalities can carry out the construction, maintenance, and repair of temples. It can ensure the protection of cultural and natural assets, historical texture, and places and functions that are important for the city's history. It can carry out maintenance and repair of historical monuments and rebuild those that cannot be preserved in accordance with their original form.

Konya, which has a deep-rooted historical past, is home to many historical artifacts. The maintenance, protection, and restoration of historical monuments are carried out by the Ministry of Culture and Tourism as well as municipalities, which are local government organizations. Konya Metropolitan Municipality carries out both the promotion and restoration of many historical monuments within the city borders. Many mosques, masjids, mausoleums, museums, and historical sites have been restored. The municipality continues its infrastructure and restoration works to preserve the originality of these places, which are frequented by tourists, to be transferred to future years and generations.

With the Mevlana Culture Valley Project, registered monumental buildings and examples of civil architecture are being restored and successful environmental arrangements are being made. Thanks to this project, it is aimed to highlight, protect, and transfer the values that have become the symbol of the city to future generations. The spilled and broken tiles of the Mevlana Tomb, defined as the Green Dome, were renewed in accordance with the original. Within the scope of the project, the shops and streets in the Historical Bedesten Bazaar were arranged. Structures causing visual pollution have been eliminated. Its shops, exhibitions, sidewalks, and streets have been harmonized with each other and thus brought into tourism.

Within the framework of the protocol made between Konya Metropolitan Municipality and the Ministry of Culture and Tourism, work has been started on Alaaddin Hill. Thanks to the glass surface to be placed, visitors will have the opportunity to watch the city walls ruins and the mansion. Additionally, information about Seljuk archeology and Alaaddin Hill will be given in this area. Information about the historical background of the area will be included with the panels to be placed in the square where Alaaddin Mosque and Kılıçarslan Mansion are located.

In addition, the Ulvi Sultan Tomb and Masjid next to the Governorship building, Rüstem Pasha Caravanserai in Ereğli, and the Old Wheat Market in the city center were restored and put into service by Konya Metropolitan Municipality.

Cities that want to raise awareness with their effective, different, and economic power in the global tourism market are trying to stand out with new strategies. Cities promote themselves like a brand in order to become livable, safe, preferable, and investment centers. In this context, the initial capital of the city is its natural resources, cultural heritage, and historical past. As in Europe, cities that try to stand out with their historical monuments determine their strategies to become a preferred destination for tourists. Konya Metropolitan Municipality restores historical monuments within the provincial borders in order to respect history, to protect, consolidate, and transfer these works to future generations, and to contribute to cultural tourism. The restoration scope includes mosques, masjids, residences, inns, tombs, madrasahs, libraries, and public buildings. Although it benefits from the support of international

organizations and philanthropic individuals and institutions to finance the restorations; It uses more of its own internal financing resources.

Multi-participation in the restoration works, as a result of meetings held with relevant public institutions, restorers, companies, non-governmental organizations, other institutions and organizations, and the public, will also strengthen local democracy.

Municipalities, which are the public institutions closest to the public, not only contribute to tourism by restoring historical monuments they also make it easier to be re-elected by getting more votes in elections. Municipalities, which are political organizations, will increase the appeal of the political party to which they are affiliated by providing services that will please the public.

Preserving and restoring historical and cultural buildings will lead to an increase in generations with high historical awareness. The visual appeal of the information written in history books to young people will create permanence in their minds.

Recently, it has been observed that societies are trying to highlight their tourism potential and culture and arts. Therefore, a significant increase is observed in the restoration and repair works of historical monuments. However, incorrect applications attract attention in restorations that are being implemented rapidly.

Lack of experts and lack of due care during the restoration implementation process will cause serious damage to historical monuments. Issues such as the materials used and the period the building belongs to should be taken into consideration by those carrying out the restoration.

TÜRKİYE'DE KALKINMA POLİTİKALARI VE BÖLGESEL KALKINMA PLANLARININ DÖNÜŞÜMÜ

Aslı ARSLAN¹
Aybala TÜRKMEN²

Öz

Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde benimsenen *milli iktisat* anlayışıyla ekonomide uygulanan devlet politikaları belirli dönüşümler yaşamış, yeni devletin istiklalini kazanmasının ardından özellikle 1960'lı yıllara kadar kalkınma politikalarına yer verilmiştir. Bu politikalar 1960 sonrası da dönüşüm yaşayarak kalkınma planları dâhilinde günümüze kadar varlığını devam ettirmiştir. Kalkınma hamleleri ulusal düzeyde devam ederken, küreselleşme ile birlikte ülkeler için sosyo-ekonomik sorunlardan biri olarak tespit edilen bölgesel dengesizlik ve buna bağlı olarak gelişen bölgesel kalkınma düzeyi farklılığı, özellikle gelişmekte olan ülkelerin karşılaştığı en büyük sorun olarak belirmiştir. Bu büyük sorun karşısında izlenen devlet politikalarının süreci yönetme şekli, teşvik ve özendirme çalışmaları olarak belirlenmiştir. Aynı çerçevede kuruluşlar oluşturulmuş, çözüm mekanizmaları devreye sokulmuştur. Bu bağlamda bu çalışmanın temel amacı, Türkiye genelinde kalkınma politikalarını, bölgeler arası dengesizlikleri ve gelişmişlik düzeyleri arasındaki farklılıkları gidermek için uygulanan bölgesel kalkınma politikalarını ve bu politikaların yıllar içinde geçirdiği dönüşümleri incelemektir.

Anahtar Kelimeler

Kalkınma
Bölge
Politika
Kalkınma Ajansları

Makale Hakkında

Derleme Makale

Gönderim Tarihi : 04.09.2023
Kabul Tarihi : 22.10.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1354976

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, e-posta: asliarslan@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3088-4666.

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, e-posta: 212208107@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4480-9114.

TRANSFORMATION OF DEVELOPMENT POLICIES AND REGIONAL DEVELOPMENT PLANS IN TURKIYE

Abstract

The state policies adopted in the late period of the Ottoman Empire under the concept of *national economy* underwent certain transformations, and after the new state achieved independence, development policies were particularly emphasized until the 1960s. These policies transformed after 1960 and have continued to exist until today within the framework of 10-year development plans. While development moves continue at the national level, regional imbalance, which has been identified as one of the socio-economic problems for countries with globalization, and the resulting difference in regional development level, has emerged as the biggest problem faced by developing countries in particular. The way the state policies followed in the face of this big problem manage the process has been determined as incentive and incentive activities. Within the same framework, organizations have been established and solution mechanisms have been put into effect. In this context, the main purpose of this study is to examine the development policies in Türkiye in general, the regional development policies implemented to eliminate the imbalances between regions and the differences between development levels, and the political transformations that these policies have undergone over the years.

Keywords

Development
Region
Policy
Development Agencies

Article Info

Compilation Article

Received : 04.09.2023
Accepted : 22.10.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1354976

Kaynakça Gösterimi: Türkmen, A. ve Arslan, A. (2023). Türkiye’de Kalkınma Politikaları ve Bölgesel Kalkınma Planlarının Dönüşümü. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 254-272.

Citation Information: Turkmen, A. and Arslan, A. (2023). Transformation of Development Policies and Regional Development Plans in Turkiye. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 254-272.

GİRİŞ

İnsanlık tarihinde yaşam şartlarının iyileştirilmesi ve bunun devamlı hale gelebilmesi için ihtiyaçlar dâhilinde sürekli olarak gelişim ve yenileşme dinamiği içerisinde çalışmalar yapılmıştır. Her toplumun ihtiyacı, tarih boyunca değişiklik göstermekle beraber hangi çevrede bulunduğu bakılmaksızın (kırsal veya kentsel) bütün toplumlar bu süreçten etkilenmektedir. Kalkınma da bu durumdan hareketle değişimi işaret eden dinamik bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Tolunay ve Akyol, 2006: 116-117).

Hem niceliksel hem de niteliksel yöndeki tüm olumlu gelişmeleri ifade eden ve birçok kez tanımlanan bu kavram, genel olarak ülkelerin yapısal niteliklerinde olumlu değişimler gerçekleştirmiş ve gerçekleştirmeye de devam etmektedir. İnsanların hayat kalitelerini artırmak ve bunu istikrarlı bir şekilde geliştirmek amacıyla ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel koşullarının iyileştirilmesi sürecini kapsayan kalkınma kavramı tek bir konu veya tek bir sektöre indirgenemeyecek kadar geniştir (Konat, 2022: 1).

Kalkınma kavramı, sadece ekonomik bir gelişmenin sonucu olarak değerlendirilmeyeceği gibi, toplumda yaşanan sosyal değişimlerin sonucu olarak da değerlendirilmemelidir. Çünkü ülkeler veya toplumlar, devamlı olarak, bir değişim süreci içindedir ve insanların davranış, tutum ve uğraşları statik değildir. Toplumlar gelişerek ve değişerek farklı formlarda şekillenebilmektedir. Bunun sonucunda ise kurumsal yapılar, toplumsal değerler, insanların tutum ve davranışları, ekonomik ve sosyo-kültürel yapılar değişim göstermektedir (Şahin, 2021: 37).

Kalkınma, ülkelerin tamamında aynı zamanda görülen veya bir ülkedeki tüm bölgelerde eş zamanlı görülen bir olgu değildir. Belirli ülkelerde, ülke içindeki merkezlerin daha fazla gelişmesinin sonucu olarak kendini gösteren bu kavramın özellikle ekonomik alanda ön koşul olarak değerlendirilmesinin; kalkınma derecelerinin farklılığından kaynaklandığını söylemek yanlış olmayacaktır (Deviren ve Yıldız, 2014: 20-21).

Bölgelerarası gelişme farklılıklarının ortaya çıkması, hemen her ülkede doğal merkez etrafında yoğunlaşan ekonomik ve sosyal faaliyetlerden kaynaklanmaktadır. Bu durumda bölgelerin ekonomik etkinlikleri, nüfus dağılımları etkilenmiş, kent ve çevrelerin doğal görünüşleri bozulmuş ve faaliyetlerin maliyetinde artışa sebep olarak gelişme önünde tıkanıklığa yol açmıştır (Cankorkmaz, 2011: 117).

Sanayi Devriminden önce devletler; zengin, fakir, hükmeden ve hükmedilen devletler olarak değerlendirilirken, bazı devletlerin daha zengin ya da hükmeden devlet olarak anılması ileri düzeyde askeri organizasyonlara sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Bu devletler, diğer devletlere göre daha güçlü bir sosyo-kültürel yapının varlığına bağlı olarak hem daha zengin hem de diğer devletleri egemenlikleri altına alabilecek kadar güçlü sayılmaktadır. Sanayi Devrimi sonrasında ise ülkeler, gelişmiş, gelişmekte olan ve az gelişmiş olarak değerlendirilmekte ve Sanayi Devrimi bu değişimin ortaya çıkışının başlangıç noktasını oluşturmaktadır. (Dinler, 2012: 97-98). Bu kavramın az gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerle ilişkilendirilmesi 1950'li yılların ortasına denk gelmektedir (Kaynak, 2009: 30). Yine Lloyd G. Reynolds'un da belirttiği gibi çoğu ülkelerde kalkınma hikâyesi 20. Yüzyılın ikinci yarısına tekabül etmektedir (Reynolds, 1996: 54).

Kalkınma kavramı ve kalkınma amaçlı politikalar hızlı bir değişim göstermiş, bu durum kavramın içeriğini de etkilemiştir. Kalkınma kavramındaki bu değişimler dünya çapında 1950'lerden sonra devletlerin bölgesel gelişmelerdeki sorumluluğunu artırmış ve bölge içindeki kamu, özel sektör ve farklı sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte politika yürüten ve uygulama projeleri ortaya koyan bir devlet anlayışını günümüze taşımıştır (Eraydın, 2004: 136-137).

Politika, gelecekte muhtemel bir sorunun önüne geçilebilmesi amacıyla alınan tüm önlemleri ve tedbirleri kapsayan stratejilerin bütünüdür (Savrul, 2012: 31). Kalkınma ve bölgesel kalkınma politikaları da ülkelerin ekonomi politikaları çerçevesinde, mevcut durumda ve gelecekte meydana gelebilecek dengesizlikler sonucunda ortaya çıkacak sorunların çözümü için alınan önlemleri, neler yapılması ve nasıl bir yol izlenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Gelişme seviyeleri çerçevesinde tartışılan bölgelerarası dengesizlik sadece gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkelerin değil, hemen her ülkede karşılaşılabilen bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Küresel bir yöntem olarak belirlenen bölgesel kalkınma ajanslarını oldukça kullanan İngiltere dahi, bölgesel anlamda denge kuramayan bir ülke olarak eleştirilmiştir (Pike ve Rodriguez, 2007). Ülkeler bu dengesizliğin zayıf yönlerini ortadan kaldırarak dengeli kalkınma olgusunu gerçekleştirmek ve yatırımların geri kalmış bölgelere yoğunlaşmasını sağlamak amacıyla çeşitli teşvik mekanizmalarına başvurmuştur. Kalkınmayı sağlayan bu gelişmeler günümüze gelinceye kadar birçok değişim dinamiğinden geçmiş ve kullanılan yöntem ve teşvik mekanizmaları sürekli olarak değişmiştir (Sevinç, 2011: 36).

Türkiye'de Osmanlı Devleti'nden bu yana devam eden gelişmişlik sorunu hükümetlerin her zaman gündeminde yer almış ve gerekli görülen müdahalelerle azaltılmaya çalışılmıştır (Bakırcı vd., 2014: 283). Devletçi politikaların var olduğu erken Cumhuriyet döneminde bölgesel kavramlara arzu edilen önemin verilemediği, sonuç olarak da ekonomik gelişmenin devletin bazı bölgeleriyle sınırlı kaldığı görülmüştür. Ancak söz konusu ilgisizliğin bölge ya da bölgesel planlamaya önem verilmemesinden değil, yeni kurulan bir ülkenin, ulusal düzeyde iktisat problemlerine öncelik vermesinden kaynaklandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Savaştan çıkmış bir ülke ekonomik olarak toparlanmaya ihtiyaç duymuş ve bu nedenle bölgesel kalkınmaya yönelik planlamaları istenilen ve beklenen düzeyde yapamamıştır (Bakırcı vd., 2014: 284).

Türkiye'de kalkınma politikaları tarih içinde çeşitli dönemlerde farklı dönüşümler geçirmiştir. Bu dönüşümler, ülkenin ekonomik, siyasi, toplumsal ve kültürel dinamiklerine bağlı olarak şekillenmiştir. Türkiye, 1960'ların ortalarından itibaren beş yıllık kalkınma planları hazırlamaya başlamış ve bu planlar, ülkenin farklı bölgelerini ekonomik olarak kalkındırmayı hedeflemiştir. Özellikle sanayileşme ve altyapı projeleri bu dönemde önemlidir. Ancak bu dönemde bölgesel eşitsizliklerin giderilmesinde sınırlı başarılar elde edilmiştir. 1980 askeri darbesinin ardından ise Türkiye'de bölgesel kalkınma politikaları daha fazla vurgulanmaya başlanmış ve bu dönemde de bölgesel kalkınma ajansları oluşturulmuştur. Bu ajanslar, bölgesel sorunları analiz etmek, bölgeye özgü projeler geliştirmek ve bölge ekonomilerini desteklemek gibi görevlere sahiptir. 2000'li yıllarda ise Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne katılım süreci başlamış ve bu süreç bölgesel kalkınma

politikalarının önemini artırmıştır. AB finansmanı, bölgesel kalkınma projeleri için önemli bir kaynak sağlayarak bu dönemde, Türkiye'nin AB uyum süreci çerçevesinde bölgesel kalkınma planları geliştirilmesine olanak sağlamış, bölgesel rekabetçiliği artırmak için çeşitli programlar başlatılmıştır. 2010 sonrasında ise Türkiye'de birçok bölge için kalkınma ajansları oluşturulmuştur. Bu ajanslar, bölgesel kalkınma stratejileri hazırlamak, kaynakları yönlendirmek ve projeleri uygulamak gibi görevlere sahiptir. Ayrıca, Türkiye'nin 2023 *Stratejik Planı* gibi ulusal kalkınma stratejileri de bölgesel kalkınma hedeflerini desteklemek amacıyla oluşturulmuştur.

Bunun yanı sıra, bölgesel kalkınma politikalarının etkinliğini artırmak için kamu-özel sektör işbirliği, eğitim ve altyapı yatırımları gibi alanlarda çalışmalar da yürütülmüştür. Ancak, Türkiye'deki bölgesel eşitsizlikler hala devam etmektedir ve bölgesel kalkınma politikalarının başarısı, bu eşitsizliklerin nasıl azaltıldığına ve her bölgenin potansiyelini nasıl daha iyi değerlendirdiğine bağlıdır.

Türkiye tarihi, coğrafyası, jeopolitik konumu ve zengin kaynaklarıyla önemli bir ülkedir. Bazı kalkınma iktisatçılarına göre *az gelişmiş* olarak nitelendirilen Türkiye, bazı iktisatçılara göre de *gelişmekte olan* olarak değerlendirilmektedir. Tarihsel olarak incelendiği zaman da kalkınma konusunda oldukça yol kat etmiş olan Türkiye'de hala bölgelerarası dengesizliğin olduğu aşikârdır (Sevinç, 2011: 37). Süreç içinde birçok politika oluşturulup, mevcut mekanizmalar yenileriyle değiştirilip birtakım araçlar kullanılsa da bölgelerarası dengesizlik varlığını sürdürmeye devam etmiştir.

Bu nedenle yapılan bu çalışmadaki temel amaç, tarihsel bütünlük içerisinde kalkınma politikaları ve özellikle küreselleşmeyle birlikte ortaya çıkan bölgesel kalkınmanın Türkiye'deki gelişim sürecini, bölgelerarası dengesizlikleri ve kalkınma düzeyleri arasındaki farklılıkları gidermek amacıyla uygulanan bölgesel kalkınma politikalarını ve bu politikaların yıllar içerisinde geçirdiği dönüşümleri incelemektir. Bu çalışmada doküman analizi yapılarak dönüşümler irdelenecek, güncel bilgi eksiklikleri de giderilmeye çalışılacaktır.

1. Türkiye'nin Planlı Dönem Öncesi Kalkınma Politikaları

1923 yılında kurulan Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin siyasi bağımsızlığını sürdürebilmesinin güçlü ve sağlam bir ekonomiye sahip olmakla mümkün olacağı düşünülmektedir. Sınırlı kaynakların verimli kullanılmasının Türkiye ekonomisinin gelişmesine katkı sağlayacağı ve bunun kalkınma amacı doğrultusunda doğru adımlar olacağı varsayılmaktadır. Bu nedenle cumhuriyet tarihi boyunca sosyo-ekonomik amaç ve hedeflere ulaşabilmek için oluşturulan ve görevlendirilen birçok kuruluş bulunmaktadır (Öney, 1987).

Tam bağımsızlık çerçevesinde ekonomide de bağımsızlığı esas alan Mustafa Kemal, 1923 yılında İzmir İktisat Kongresi'nde devletin izleyeceği yol haritasının esaslarını belirlemiştir. Buradaki en önemli amaç ve ihtiyaç, savaş yorgunu olan halkın ekonomisine yön vermek, yurdu kalkındırmaktır (İnan, 1989: 12).

Mustafa Kemal Atatürk, bir savaştan çıktığını fakat ekonomik anlamda da bir savaş verildiğini ifade ederek bu konudaki heyecanını ve bu heyecanın ürünlerini görmeyi arzularken "... İnsan ömrü çok büyük işleri başarabilecek kadar uzun değil. Mamur olmalı Türkiye'nin her tarafı, müreffeh olmalı. Devletin yapamadığını millet, milletin yapamadığını

devlet yapmalı. Devlet ve millet ülke sorunlarını göğüslemede daima el ele olmalıdır” demiştir (Topdemir, 2009: 21).

Herkese iş sağlanması, hızlı ekonomik kalkınma, dengeli gelir dağılımı, enflasyonsuz kalkınma, teknolojiye hızlı gelişmeleri yabancı sermayeyle iş birliği yaparak çözüme, bölgeler arası dengeli kalkınma vb. gibi kalkınma programlarıyla yeni devletin politikası, kalkınmakta olan diğer dünya ülkelerine de örnek teşkil etmiştir (Topdemir, 2009: 25).

Ulusal bütünleşmeyi ekonomik alana da taşıyan karar alıcılar, hem mevcut problem ve isteklere yönelik hem de iç-dış yatırımcılara güven vermek isteyen bir politika belirlemişlerdir (Kepenek, 2012: 32). Lozan’da alınan sonuçlarla cumhuriyet döneminin ilk on yılı aynı amaca hizmet etmiştir. Ülkenin var olma savaşı içinde kalkınma ve gelişim sağlanabilmesinin yolunun sanayileşmeden geçtiğine dair görüş hâkim olmuştur. Devlet bunu yaparken yeni bir siyasal ve idari sistem altında yapmış, stratejik güvenlik kaygılarını da göz önünde bulundurarak *sanayi tohumlaması* uygulamasına gitmiş, sanayi tesislerinin İstanbul ve Marmara Bölgesi dışında Orta Anadolu ve İç Ege’de kurulmasına karar vermiştir (Göymen, 2005: 36).

1929 yılında New York Borsası’nın çökmesiyle ortaya çıkan Dünya Ekonomik Buhranından da etkilenen devlet gerek iç gerekse dış kaynaklı sebeplerle kötüleşen ekonomide yeni önlemler alma yoluna gitmiş, liberal anlayıştan yeterince verim alınmaması üzerine, devletin etkin olacağı devletçilik anlayışına geçiş yapmıştır (Bulut, 2003: 87). Türkiye’nin topyekûn kalkınma planlamaları, ilki 1933 yılında hazırlanmış olan Sanayi Planları ile başlamıştır. 1933-1937 yılları arasında Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı hazırlanmış, devletçilik politikasıyla kalkınma amaçlanmıştır. Ardından 1936 yılında hazırlanmış olan 1938-1943 yıllarını kapsayan dönemde İkinci Beş Yıllık Sanayi Planı uygulanmaya çalışılsa da İkinci Dünya Savaşı’nın patlak vermesi sonucu bu plan uygulanamamıştır. İkinci Dünya Savaşı’nın ardından yeni bir kalkınma stratejisi arayan devlet, Saraçoğlu hükümeti döneminde 1946 İvedi Sanayi Planı’nı hazırlatmıştır. Devletçilik ve sanayileşmeyi ön plana çıkaran bu plan sonrası, ABD etkisiyle belirlenen daha çok tarımı ilgilendiren 1947 Türkiye İktisadi Kalkınma Planı (Vaner Planı) uygulanmak istenmiş fakat 1960 yılına kadar kalkınmada planlı bir ekonomiye geçiş çabaları sonuçsuz kalmıştır (Uzunkaya, 2020:15; Ay, 2012: 147).

Türkiye’de kalkınma planları dışında bölgesel kalkınma planlarının 1960 sonrası yapıldığı düşünülmekte, açık bir şekilde bölgesel konuların metne dökülmesi 1960 yılından sonraki planlı döneme denk gelmektedir. Ancak önceki dönemde de örtülü bir biçimde de olsa planlama mevcuttur ve buna yönelik bölgesel kalkınma politikaları oluşturulmuştur. Örneğin 1934-1935 yıllarında Celal Bayar tarafından hazırlatılan ve 1936 yılında Atatürk’e sunulan *Şark Raporu* (Bayar, 2006) bunun kanıtlarındandır. (TÜSİAD, 2008: 94).

1960 öncesi bölgesel kalkınmaya yönelik çabaların sınırlı olması Türkiye’nin mevcut dönemdeki sosyo-politik konumundan kaynaklanmaktadır. Bu dönemde bile bölgelerarası dengesizliklerin farkında olunsa da öncelik, genellikle batıya ve zengin kaynakların bulunduğu, ulaşım imkânlarının daha rahat olduğu bölgelere verilmiştir. Çünkü çetin bir istiklal mücadelesi verilmiş ve zor şartların baş gösterdiği bir ülkede, sanayileşme, devlet yatırımlarıyla gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle de bu dönemdeki bölgesel

kalkınmanın temel stratejisi ulusal bir ekonomi yaratarak ulusal toplum yaratma düşüncesi, nüfusun ülkedeki çeşitli bölgelere dağıtılması, ülkenin bölgelerarası ulaşım ihtiyacını karşılayacak demiryolları sisteminin geliştirilmesidir.

1923-1945 yılları arasında Türkiye, Büyük Ekonomik Buhran ve İkinci Dünya Savaşı'nı yaşayan dünyayla eş zamanlı olarak ekonomik etkileri yaşamış, buna rağmen tüm siyasal, toplumsal, ekonomik badireleri atlatarak önemli ölçüde ekonomik gelişim sağlayabilmiştir. İkinci Dünya Savaşı devam ederken hızlanan enflasyon, yoğunlaşan siyasi baskılar, Türkiye'de değişim ve dönüşümün gerekliliğini göstermiştir. Bu aşama uluslararası yeni bir küresel sistem kurmaya hazırlanan ABD ve yeni oluşan tüccar ve toprak sahibinden sahiplerinden oluşan milli burjuvazi ile Türkiye, dış dünyaya kapalı olan ekonomisini dışa açmaya fırsat bulmuştur. Demokrat partinin uluslararası bu sistemle bütünleşmek için çaba sarf etmesi kalkınmayla ilgili büyük bir hamle olmuşken, sonuçları beklenen gibi olmamış, iktidarının sonlarına doğru durum daha da kötüleşmiştir (Kazgan, 2004: 73).

2. Türkiye'nin Planlı Dönem Kalkınma Planları

1923 -1960 yılları arasında genel olarak ulusal kalkınmayı hedef alan devlet için 1960 yılı, yeni Devlet Planlama Teşkilatı'nın kurulmasıyla birlikte Türkiye'nin ekonomi politikalarında yeni bir dönem başlamıştır. Bu dönem, planlı-denetimli ekonomi dönemi olarak da ifade edilmiştir. İç ve dış baskılar ile gerek dışa kapanma gerekse serbest piyasa ekonomisiyle uluslararası sisteme dâhil olma yolunda savrulan ekonomi, özellikle 1963-1974 yılları arasında başka dönüşümler yaşamıştır.

Dünya geneline bakıldığında zaman kalkınma politikaları İkinci Dünya Savaşı'ndan 1970'li yıllara kadar, var olan merkezi otorite tarafından uygulanmaya konulmuş, 1970'li yıllardan sonra ise eski nesil politikalar olarak adlandırılan bu politikalardan vazgeçilerek yerleşme potansiyeline dayalı yeni nesil politikalar oluşturulmuştur. Yeni nesil politikalarının etkisiyle yatırımlarda daha az gelişen bölgelere yoğunlaşmış ve bu bölgedeki altyapı yatırımlarının da artırılması sağlanmıştır. Böylelikle 2. Dünya Savaşı ile birlikte yaygınlaşan sosyal refah devleti anlayışı yerini almıştır (Eraydın, 2004: 24).

Planlı dönem içerisinde bazı bölgelere ve illere kalkınmada öncelik verilmesi bazı değişikliklere uğramış olsa da günümüzdeki bölgesel politikalara temel oluşturmuştur. Dengesizliğin fazla olduğu il veya bölgeye teşvik ve hizmetlerden yararlanma önceliği verilmiş, sosyal adaleti sağlama amaçlı müdahaleler gerçekleştirilmiştir (Elmas, 2000: 122).

Bazı muhalif siyasi çevreler tarafından da bölgelerarası dengesizlik olgusu ele alınmış, plan ve politikalarında bu konuya yer verilmiştir. Örneğin, Türkiye İşçi Partisi'nin hazırlamış olduğu demokratikleşme planında da Doğu ve Güneydoğu Bölgeleri'nin bölgelerarası dengesizlikte başrolde olduğu belirtilmektedir. Hükümet politikalarının yetersiz olduğu belirtilen planda söz konusu bölgelerdeki dengesizliğin giderilmesinde asıl girişimin devlet ve kamu kuruluşlarından bekleneceği düşüncesi savunulmaktadır. Plana göre bölgesel dengesizliklerin giderilmesi bütün hükümet programlarında, kalkınma planlarında ele alınmış ve birçok çözüm yolu öne sürülmüştür. Fakat önerilen çözüm yolları da dengesizliğin oluşmasını engellemeye yeterli olmamıştır (Türkiye İşçi Partisi, 1978: 206). Ancak Atatürk'ün de belirttiği gibi (Topdemir, 2009: 21) Devletin yapamadığını millet, milletin yapamadığını devlet yapmalı, müreffeh olmanın yolu devlet ve milletin el ele olmasına bağlıdır anlayışıyla

devleti temsil eden her hükümet de bugüne kadar Atatürk'ün politikalarını da göz önünde bulundurarak gerekli bölgeye yatırım ve finansman sağlamaya özen göstermiş ancak bölge halkından gerekli desteği göremediğinden gelişimin önündeki tıkanıklık günümüze kadar devam etmiştir.

Planlı dönemle birlikte ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmelere hız kazandırmak amaçlanmış, bölgelerarası kalkınma ilkesi planlı kalkınmanın temel hedefleri içinde yerini almıştır. Ülkenin çeşitli bölgelerindeki kapasitelerin canlandırılması amacıyla farklı birçok bölgesel planlama hazırlanmış, bu planların uygulanıp izlenmesi görevi de Devlet Planlama Teşkilatı'na verilmiştir. Devlet Planlama Teşkilatı bu planları hazırlarken tüm kamu kurum ve kuruluşlarını, üniversiteleri ve özel sektör kuruluşlarını da göz önüne alarak buradan gelen temsilcilerin görüşüne yer vermiştir. Bu temsilcilerden oluşan Özel İhtisas Komisyonlarının görüşleri ve oluşturdukları raporlar sonucunda kalkınma planları hazırlanmıştır (Göymen, 2005: 37).

Tüm bu çalışmalar, bölgelerin veya illerin ihtiyaçlarının ön plana çıkması olgusu, ihtiyaçların giderilmesi ve farklılığın azaltılması amacıyla yönetimlerin de gündemine konu olmuştur. Bu bağlamda, başta Doğu ve Güneydoğu bölgelerindeki iller olmak üzere, ülkede sosyo-ekonomik olarak gelişmişlik düzeyinin düşük olduğu yerler *Kalkınmada Öncelikli Yörelere* olarak adlandırılmıştır (İldırar, 2004: 190).

Devlet Planlama Teşkilatı tarafından bu yörelere yönelik özendirici politikalar devreye sokulmuştur. Bu uygulamalara Organize Sanayi Bölgesi uygulaması da eklenmiş ve son dönemlerde daha popüler olan Kalkınma Ajansı Uygulamaları bu süreçte yerini almıştır. Amaç, bölgesel kalkınma politikalarında yerleşme sürecinin ayağının oluşturulması ve geri kalmış bölgelerde yatırım ortamlarının iyileştirilerek bölgesel dengesizliklerin giderilmesidir. Organize Sanayi Bölgeleri; yıllardır işletmelerin verimliliklerinin artması ve sanayi yatırımlarının yapılmasında kuruldukları bölgenin kalkındırılması açısından kritik bir görev üstlenmektedir (Çağlar, 2006: 307-312).

Organize Sanayi Bölgeleri'nin oluşturduğu istihdam ve sağladığı destekler ile iş yapmanın önünde birçok engelin olduğu geri kalmış bölgelerde gelişme aracı olarak kullanılmakta, yerel sermayeyi koruyarak birikimin il dışına veya başka bölgeye çıkmasını engellemektedir. Aynı zamanda Organize Sanayi Bölgeleri, yerel düzeyde küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin gelişmelerine elverişli bir ortam sağlayan planlama aracıdır. Böylece sanayinin yerleşerek bölgeler arasında daha dengeli dağılmasındaki görevi büyük önem arz etmektedir (Devlet Planlama Teşkilatı, 2008: 25).

3. Türkiye'de Bölgesel Kalkınmaya Giden Yol

Bölge, birçok parametreyle açıklanabilecek bir kavramdır. Ekonomik, sosyal, kentsel, yönetsel, sosyolojik, coğrafi gibi parametrelerin kullanılarak oluşturulduğu bu kavram ile bölgesel karşılaştırmalar da yapılabilmektedir (Apan, 2004: 40). Özellikle ekonomik gelişme düzeylerine yönelik yapılan karşılaştırmalar bölgesel kalkınma sorunsalının temelini oluşturmaktadır.

Bölgesel kalkınma; bir ülke içinde yer alan tüm bölgelerin çevre bölgeler ve tüm dünya ile karşılıklı etkileşimi sonucu bölge vizyonunu göz önüne alarak katılımçılığı ve

sürdürülebilirliği temel ilke olarak benimseyen, insan kaynaklarının geliştirilmesi yöntemiyle bölgesel refahın yükseltilmesi amacıyla yapılan çalışmaların bütünüdür (Devlet Planlama Teşkilatı, 2003: 250).

Bölgesel kalkınma fikrinin temel amacı; bölgeler arasındaki dengesizliklerin giderilerek, gelişmişlik farklarının azaltılması, bölgenin sahip olduğu kaynağın verimli kullanılarak gelir ve istihdam seviyesinin artırılmasıdır. Dengesizliğe sebep olan zayıf yönlerin en aza indirgenip hayat kalitesinin artması ve refah seviyesinin yükseltilmesi ve en önemlisi de köyden kente göçün önüne geçilebilmesidir (Sevinç, 2011: 36).

Bölgesel kalkınma, ulusal kalkınma hedeflerine büyük ölçüde katkı sağlayan bir politika olmuştur. Başarıya ulaşan bir bölgesel kalkınma politikası bölgesel dengesizlikten olumsuz etkilenen bölgelerin ülke ekonomisine kazandırılması bir yana dursun kendinden daha fazla gelişim gösteren bölgelerin ürettiği ürünlerin yeni ve geniş pazarlara ulaştırılması yolunda da önemli imkânlar sunmaktadır (Konat, 2022: 24).

1929 yılındaki ekonomik buhran sonrası ülkeler arası dengesizliklerin yanı sıra bölgesel dengesizlikler de baş göstermiştir. Her ülke bir diğerine oranla ekonomik, sosyal, siyasal veya kültürel olarak farklı konum ve yapıda olabilmektedir. Tüm bu farklılıklara rağmen yaşam düzeyinin yükseltilmesi ve her toplumun kendi geleceğini güvende tutabilmesi tüm ülkeler için ortak amaç olarak sayılabilmektedir. Bu amaç doğrultusunda başta Avrupa ülkeleri olmak üzere birçok ülke, özellikle ekonomik dengesizlikleri giderme yolunda dengesizlikleri azaltacak politikaları uygulamaya koymuştur. Türkiye'nin 1930'lu yıllarda oluşturduğu Keban projesi de bu politikaların izdüşümü olarak ortaya çıkmış zamanla yerini Güneydoğu Anadolu Projesi'ne bırakmıştır.

Günümüzde bölgesel kalkınma politikaları ortak bazı noktalara sahip olsa da ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Çünkü ülkelerin tarihsel süreçleri, sosyoekonomik koşulları ve birbirinden farklı politik yaklaşımları ülke uygulamalarında farklılığa sebep olmakta ve bunun sonucunda gerçekleşen toplumsal değişimler de bölgesel gelişme politikalarında önemli değişimlere yol açmaktadır (Kara, 2008: 54-56; Sarıca, 2001: 154). Bölgesel olarak belirlenen çözüm mekanizmalarının, demokrasi, eşitlik, enternasyonalizm ve adalet gibi temel ilke ve değerlerden bağımsız olarak geliştirilmemesi gerekmektedir. Çünkü bölgesel kalkınmanın genişletilmiş tanımları içinde sosyal eşitsizliğin azaltılması, çevresel sürdürülebilirliğin teşvik edilmesi, kapsayıcı hükümet ve yönetişimin teşvik edilmesi ve kültürel çeşitliliğin tanınması çeşitli derecelerde vurgulanmıştır. (Haughton ve Counsell, 2004).

Türkiye'de de Avrupa Birliği'ne giriş süreciyle birlikte 40 yıldır uygulanmakta olan ve teşvik sistemi üzerine kurulan bölgesel gelişme politikaları terk edilerek yerini, Avrupa Birliği'nin bütün aday ülkelere benimsediği; sermaye, özel sektör ve bölgesel rekabetin ön plânda olduğu yeni bir uygulama sürecine bırakmıştır (Akiş, 2011: 249).

3.1. Türkiye'de Bölgesel Kalkınma Ajansları

Genel olarak bölgesel kalkınmaya yönelik politikalar ülkelerdeki gelişmemiş ve az gelişmiş bölgeler üstünde yoğunlaşmaktadır. Ancak bazı özel bölgelere yönelik özel bölgesel

politikalar, projeler, bu bölgeleri temel alan planlamalar (fiziki, sosyal, ekonomik)da mevcuttur (Sevinç, 2011: 43).

Kalkınma Ajansları, yeni bölgesel gelişme paradigması çerçevesinde geliştirilen araçlardan biridir. Kalkınma Ajansları, bölgesel kalkınma uygulamalarına yönelik kararların ve politikaların özellikle bölgede yaşayan aktörler tarafından alındığı yerinden yönetim stratejisine dayalı bölgesel kurumlardır. Kalkınma Ajansları eskiden sadece devletin üstlenmiş olduğu kalkınma misyonunun paylaşılmasını sağlamakta, sektörel ve geniş çaplı kalkınma problemlerini tanımlayarak bu problemlerin çözümünde pratik stratejiler geliştirmektedir. Kuruldukları bölgelerde mevcut olan girişimcilik potansiyelini geliştirip canlandırarak bölgesel kalkınmaya katkı sağlayan bu kurumların temel görevi de var olan potansiyeli ortaya çıkararak bunu geliştirmektir (Sevinç, 2011: 46).

Yeni yaklaşımın temel kurumu olan Kalkınma Ajanslarının temel amacı bölgesel gelişme farklılıklarını ortadan kaldırmaktır. Bu ajanslar bölgeye yatırım yapmayı düşünen girişimciye gerekli bilgileri sunmakta, bölgeye veya bölgeden dışarıya teknolojik transferler gerçekleştirmekte, bölgeye yerleşmiş olan tüm firmaların bütün alanlarına danışmanlık yapmakta ve yol, su, kanalizasyon gibi alt yapı hizmetleri ile ilgili faaliyetlerde aktif olarak rol almaktadır. Bölgesel Kalkınma Ajanslarının tüm bu hizmetleri vererek bölge ekonomisinin canlanmasına katkı sağlamasına paralel olarak bu bölgeye yapılacak olan yatırımların da artmasını sağlaması düşünülmektedir. Böylelikle bölge halkının da kalkınmaya aktif olarak katılımını sağlamada önemli rol üstlenmiş olacaktır (Akiş, 2011: 249).

Bölgesel Kalkınma Ajanslarının dünyadaki ilk örneği, 1929 yılındaki ekonomik buhran sonrasında 1933 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde kurulan *Tennessee Valley Auyhority*(TVA)'dır (Ergun, 1993: 73-77). Avrupa'da ise 2.Dünya Savaşı sonrasında bu kurumlar kurulmaya başlanmıştır. Her iki coğrafyada da, bölgesel kalkınma ajanslarının kurulduğu dönem ekonomik ve sosyal anlamda dengesizliğin fazla olduğu ve gelişmişlik düzeyinin bölgelerarasında dengesiz olarak arttığı dönemdir (Kutlu ve Görün, 2018: 71).

Türkiye'de merkezi kurum ve kuruluşların yerel düzeydeki birimlerinin işlevselliğinin sınırlı olması ve yerel kurumların bulunmaması uygulanan politikaların etkinliğinin azalmasına sebep olmaktadır. Bu nedenle Türkiye'de bölgesel kalkınmaya yönelik yapılan çalışmalar 1990'lı yıllarda başlamıştır. Sürecin Türkiye'de başlamasındaki temel amaç ise yerelliklerin içsel kalkınma dinamiğinin yanında, Avrupa Birliği'ne katılım sürecini de hızlandırmaktır (Maç, 2006: 3).

Bu bağlamda; kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki iş birliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek amacıyla, ulusal kalkınma planı ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak üzere oluşturulacak kalkınma ajanslarının kuruluş, görev ve yetkileri ile koordinasyonuna ilişkin esas ve usulleri düzenleyen 5449 numaralı kanun, 8 Şubat 2006 yılında 26074 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Resmi Gazete, 2006).

Bölgesel Kalkınma Ajansları sanayileşen, sanayi-ötesi, şehir, kırsal kesim vb. yer fark etmeksizin herhangi bir sınırlamaya tabi olmadan kurulabilmektedir. Yani bölgesel kalkınma

ajanslarının nerede kurulacağına yönelik olarak sınırlayıcı bir kural bulunmamaktadır. Yalnızca kurulacak bölgelerde bazı unsurların bulunması gerekmektedir (Eren ve Cidegiller, 2011: 393).

Bunlar;

- Yeterli bir nüfusun olması
- Mevcut girişimci veya girişimcilik potansiyeline sahiplik
- Nitelikli insan gücü
- Bölgesel ve yerel kalkınma stratejisi üzerinde görüş birliği
- Kalkınacak bölgesel alanı betimleyen sektörel yapı 'dır.

Kalkınma ajanslarının kurulmasıyla birlikte kalkınmaya yönelik çabalar da daha organize hale gelmiş ve geri kalmış bölgelerin kalkındırılması ve ülke ekonomisine katılması yolunda ciddi adımlar atılmıştır. Göreve gelen tüm hükümetler kalkınma ajansları tarafından belirlenen politikalara göre icraat listeleri oluşturmuş ve birbirine entegre projelerin hayata geçirilmesi sağlanmıştır. Doğu Anadolu Projesi, Doğu Karadeniz Projesi, Güneydoğu Anadolu Projesi bunların en önemlilerinden olmuştur.

'Güneydoğu Anadolu Projesi Bölge Kalkınma İdaresi Teşkilatının Kuruluş ve Görevleri Hakkında 6 Kasım 1989 Tarih ve 388 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkındaki Kanun Teklifi' içinde yer aldığı üzere projenin temel hedefi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi halkının gelir düzeyi ve hayat standardını yükselterek, bu bölge ile diğer bölgeler arasındaki gelişmişlik farkını ortadan kaldırmak, kırsal alandaki verimliliği ve istihdam imkânlarını artırarak, sosyal istikrar, ekonomik büyüme gibi milli kalkınma hedeflerine katkıda bulunmak olan Güneydoğu Anadolu Projesi, çok sektörlü ve entegre bir proje olarak, Türkiye'nin en büyük bölgesel kalkınma projesi olarak ifade edilmiştir. Güneydoğu Anadolu Projesi, 1989 yılında tamamlanan GAP Master Planı ile çok sektörlü entegre bölgesel kalkınma projesine dönüştürülmüş, enerji ve sulama amaçlı yapılara paralel olarak, tarımsal ve sınaî kalkınma, kırsal-kentsel altyapı, ulaşım, eğitim, sağlık vb. alanlarda birbirleriyle ilişkili projeler olarak ele alınmıştır (tbmm.gov.tr).

Yoksulluğun ortadan kaldırılması ve toplumdaki eşitsizliğin azaltılması hedefleri çerçevesinde faaliyet gösteren Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın (UNDP) da temel çalışma alanları *sürdürülebilir kalkınma, demokratik yönetim, barış inşası ve iklimle ve doğal afetlerle mücadele* 'dir. Türkiye'nin de uluslararası kalkınma iş birliğinde yükselen profili ve önemli bir donör ülke konumuna gelmesinin de etkisiyle 2011 yılında Türkiye-UNDP Ortaklık Çerçeve Anlaşması imzalanmış ve ilişkiler stratejik nitelik kazanmıştır (Dışişleri Bakanlığı, 2012).

Ülkemizde kurulmuş olan Kalkınma Ajansları ve kapsadığı bölgeler Tablo-1'de görüldüğü gibidir.

Tablo 1. Türkiye’de Kurulan Kalkınma Ajansları ve Kapsadığı İller

BÖLGE	AJANS ADI	KISALTMA	KAPSADIĞI İLLER
TR71	Ahler Kalkınma Ajansı	AHIKA	Nevşehir, Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Niğde
TR51	Ankara Kalkınma Ajansı	ANKARAKA	Ankara
TR61	Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı	BAKA	Isparta, Antalya, Burdur
TR81	Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı	BAKKA	Zonguldak, Bartın, Karabük
TR41	Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı	BEKKA	Bursa Eskişehir, Bilecik
TR62	Çukurova Kalkınma Ajansı	ÇKA	Adana, Mersin
TRC3	Dicle Kalkınma Ajansı	DIKA	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt
TR63	Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı	DOĞAKA	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
TRB2	Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı	DAKA	Bitlis, Hakkâri, Muş, Van
TR90	Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı	DOKA	Trabzon, Ordu, Rize, Artvin, Giresun, Gümüşhane
TR42	Doğu Marmara Kalkınma Ajansı	MARKA	Kocaeli, Bolu, Düzce, Sakarya, Yalova
TRB1	Fırat Kalkınma Ajansı	FKA	Malatya, Elazığ, Tunceli, Bingöl
TR32	Güney Ege Kalkınma Ajansı	GEKA	Denizli, Aydın, Muğla
TR22	Güney Marmara Kalkınma Ajansı	GMKA	Balıkesir, Çanakkale
TRC1	İpekyolu Kalkınma Ajansı	İKA	Adıyaman, Gaziantep, Kilis
TR10	İstanbul Kalkınma Ajansı	İSTKA	İstanbul
TR31	İzmir Kalkınma Ajansı	İZKA	İzmir
TRC2	Karacadağ Kalkınma Ajansı	KARACADAĞ	Diyarbakır, Şanlıurfa
TR82	Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı	KUZKA	Kastamonu, Çankırı, Sinop
TRA1	Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı	KUDAKA	Bayburt, Erzincan, Erzurum
TR52	Mevlana Kalkınma Ajansı	MEVKA	Konya, Karaman
TR72	Orta Anadolu Kalkınma Ajansı	ORANKA	Kayseri, Sivas, Yozgat
TR83	Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı	OKA	Amasya, Çorum, Samsun Tokat
TRA2	Serhat Kalkınma Ajansı	SERKA	Kars, Ağrı, Ardahan, Iğdır
TR21	Trakya Kalkınma Ajansı	TRAKYAKA	Edirne, Kırklareli, Tekirdağ
TR33	Zafer Kalkınma Ajansı	ZAFER	Kütahya, Afyonkarahisar, Manisa, Uşak

Kaynak: İçişleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü

Yatırımların yönlendirilmesinde önemli rolü olan Kalkınma Ajanslarının bölge içinde toplanacak yatırımlarla bölgenin küresel rekabette yer almasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bölge potansiyelinin ve buna uygun stratejilerin benimsenmesinde farklılık yaratan yatırım yapılarının küresel rekabette de farklılık yaratmasına ve küresel rekabet gücü oluşturmaya yardımcı olması beklenmektedir. Türkiye’de benzer yatırımlar istenen düzeye gelemese de kalkınma ajansları bu yatırımlar konusunda yönlendirici ve tanıtıcı konumda olmalıdır (Özer, 2008: 396).

Plan ve bütçe komisyonlarında sıkça dile getirilen kalkınma ajansları işlevleri ve sınırlılıkları konusunda kalkınma ajanslarının, bölgelerindeki kamu kurumlarına, mahallî idarelere, üniversitelere, sivil toplum kuruluşlarına ve özel sektöre mali ve teknik destek sağladıklarından bahsedilerek, kalkınma ajansları tarafından sonuç odaklı program uygulanmasına devam edilmesine, destek programları tasarlanarak uygulamaya konulması gerektiğine değinilmiştir. Bunun dışında bölge kalkınma idarelerinin sınırlı bütçelerle projeleri tamamlayamamaları dolayısıyla görev sürelerinin uzatıldığı, personel sıkıntısının yaşandığı, var olanların özlük haklarının yetersiz olduğu da ifade edilmiştir.

SONUÇ

1923 yılında kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulduğu yıllar, sanayi üretiminin ilkel yöntemlerle gerçekleştiği ve üretimin yetersiz olduğu bir dönemdir. Nüfusun büyük çoğunluğunun tarım ve hayvancılıkla uğraştığı bu yıllarda, ekonomik kalkınma için özellikle

sanayiye yönelik yol haritaları çizilmiş ve uygulanmış olsa da kalkınma hamleleri yeterli olmamıştır. 1929 yılındaki ekonomik buhranla birlikte, Türkiye’de devletçi politikalar izlenmeye başlanmıştır. 1960 yılına kadar plansız bir dönem varlığını sürdürmüştü, fakat yine de birçok bölgesel planlamaya yer verilmiştir. 1960 yılı sonrasında planlı kalkınma fikriyle, Türkiye ekonomisinde dönüm noktası yaşanmıştır. Bu tarihten sonra küreselleşmeyle birlikte bölgesel kalkınmanın önemi de anlaşılacak, bölgelerarası kalkınma planları yapılmıştır.

Bu bağlamda mevcut hükümetler, ekonomiyi yeniden canlandırma çabalarının merkezine verimliliği koymak zorunda kalmıştır. Bu ülkenin tümü için geçerli olmakla birlikte bölgeler için de geçerlidir. Bölgesel üretkenlik kalıpları ulusal üretkenliği destekleyecektir. İnsanların deneyimleri ile siyasi tepkileri arasındaki bağlantılar yerel refahın itici gücü olarak yerel üretkenliğe önemli ölçüde bağlıdır. Yapılan çalışmalar müreffeh bölgelerde yaşayan insanların düşük verimli bölgelerde yaşayanlardan çok daha derin bir görüşe sahip olma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Kişiler arası eşitsizlik kadar ülke içindeki bölgesel eşitsizlik de hoşnutsuzluk yaratmaktadır. Bu da ülkenin hoşnutsuzluğu olacaktır. (Pike ve Rodriguez, 2007).

Genellikle yaşam kalitesi, sosyal uyum ve refaha yönelik belirsiz hareketler, bazen huzursuz bir şekilde, ekonomik rekabetçilik ve büyüme ile ilgili sürekli endişelerle bütünleşmiş veya dengelenmiştir. Siyasi döngüler sırasında değişen hükümet gündemleri, bölgesel kalkınma politikalarını yeniden düzenlemeye yöneltmiştir.

Bölgesel kalkınma politikaları ve bu bağlamda yürütülen projeler Türkiye için büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de bölgesel dengesizliğin azaltılması, gelişmişlik farklarının dengeli hale gelmesi amacıyla birçok plan hazırlanmış, politikalar uygulanmış ve teşvik vb. özendirici çalışmalar yapılmıştır. Bu sürecin hala devam ettiğini söylemekle birlikte dünyadaki çeşitli uygulamalara kıyasla tüm bu plan, politika ve çalışmaların çok uzun bir geçmişinin ve etkinliğinin olmadığını söylemek gerekir.

Entegre projelerin hazırlanması ve uygulanması bu süreci olumlu etkilemekle birlikte bu projelerin artırılması ve gerekli desteklerin hem yerel hem bölgesel anlamda artırılması doğru bir adım olarak düşünülmektedir. Çünkü bu projelerin temel hedefi özellikle bölge halkının gelir düzeyine etki ederek hayat kalitesini artırmak, bölgenin gelişimini sağlayarak hem bölge hem ülke açısından sosyo-ekonomik bir dinamik oluşturmaktır. Bölgelerarası dengesizliği ortadan kaldırarak kırsal kesimdeki verimliliği artırmak, istihdam olanaklarını iyileştirerek dengesiz göçün de önüne geçilmesini sağlayacaktır.

Bu bağlamda gerek merkezi yönetim gerekse yerel yönetimler sadece belirli politikaları uygulayıp sonuca ulaşmaktan çok bu politikaların paralelinde başka politikaları da göz önüne alarak süreci hızlandırmalıdır. İç siyasetteki kararsızlık ve boşluklar politik çıkarların bir sonucu olarak önceliklerin değişmesine sebep olmakta bu da bölgesel kalkınma politikalarının etkinliğini azaltmaktadır. Bunun temel sebebi ise merkezi otorite ile yerel otoriteler arasındaki idari yapının yokluğundan kaynaklanmaktadır. Bu durum koordinasyon becerisi zayıf olan bir kamu yönetimi anlayışının varlığına da işaret etmektedir (Sevinç, 2011: 49).

Günümüzde, bölgesel kalkınma sorununun geleneksel yöntemlerle çözüme kavuşmayacağı açık ortadadır. Ekonomik ve sosyal refah anlayışının oluşması ve bunun sürdürülebilirliğinin sağlanması temel amaçtır. Bu amaca hizmet eden kalkınma ajansları

temel probleme pratik çözümler bulacak stratejik mekanizmalardır. Bölgedeki aktörlerin rol aldığı, sürdürülebilirliğe ilişkin her türlü yöntemin kullanıldığı, gerekli kaynak temini yaparak paydaşlarına destek olma misyonuyla hareket eden ve ortaya koyduğu faaliyetlerle, yatırımlara yaptıkları desteklerle, potansiyel girişimciliğin ortaya çıkması ve geliştirilmesinde üstlendiği rolle bu ajanslar bölgesel kalkınma anlamında temel ayaktır.

Bu nedenle kalkınma ajanslarının yasal düzenlemeler, gerekli ve düzenli denetimler yapılarak kurumsal anlamda desteklenmesi, her türlü teknik ve idari ihtiyaçlarının karşılanması, bütçelerinin kamuoyundaki beklentilerini karşılayacak düzeye getirilmesinin bölgesel kalkınma sürecine büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada içerisinde sunduğumuz verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimizi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumuzu, çalışmada yararlandığımız eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimizi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımızı, çalışmanın özgün olduğunu bildiririz. Aksi bir durumda aleyhimize doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimizi beyan ederiz.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Bu makale iki yazar tarafından hazırlanarak eşit katkı oranları ile ortaya konulmuştur.

Çıkar Beyanı

Bu çalışmanın hazırlanmasında çıkar çatışması yaşanacak herhangi bir durum bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akiş, E. (2011). "Küreselleşme Sürecinde Bölgesel Kalkınma Yaklaşımındaki Gelişmeler ve Bölgesel Kalkınma Ajansları". *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi*, 44, 237 – 256.
- Apan, A. (2004). "Bölge Kavramı ve Bölgesel Kalkınma Ajansları" *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 13 (4), 39–58.
- Ay, İ. C. (2012). "2.Dünya Savaşı Ulusa Planlama Faaliyetleri: 1946 İvedikli Sanayi Planı ve 1947 Türkiye İktisadi Kalkınma Planının Karşılaştırmalı Analizi". *İstanbul İktisat Dergisi*, 62 (1), 147.
- Bakırcı, F., D. E. Ekinci ve T. Şahinoğlu (2014). "Bölgesel Kalkınma Politikalarının Etkinliği: Türkiye Alt Bölgeler Bazında Bir Uygulama". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (2), 281-298.
- Bayar, C. (2006). *Şark Raporu*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Bulut, M. (2003). "1929 Dünya Ekonomik Buhranı ve Türkiye'de Devletçiliğe Geçiş". *Bilig*, 26, 77-101.

- Cankorkmaz, Z. (2011). "Türkiye'de Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Bu Ajanslara Yönelik Eleştiriler". *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26 (1), 113-138.
- Çağlar, E. (2006). *Türkiye'de Yerelleşme ve Rekabet Gücü: Kümelenmeye Dayalı Politikalar ve Organize Sanayi Bölgeleri*. Ankara: TEPAV Yayını.
- DPT (2003). *İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması*. Ankara.
- DPT (2008). *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) Bölgesel Gelişimde Temel Araçlar ve Koordinasyon Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara.
- Dış İşleri Bakanlığı (2022). *Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı* https://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-kalkinma-programi-_undp_-.tr.mfa (16.11.2022).
- Dinler, Z. (2012). *Bölgesel İktisat*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Elmas, G. (2000). "GAP ve Devlet". *İktisat Dergisi*, 403, 25- 34.
- Eraydın, A. (2004). "Bölgesel Kalkınma Kavram, Kuram ve Politikalarında Yaşanan Değişimler". *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu*, 1, 126-146.
- Eren, H. ve A. Cidecigiller (2011). "Bölgesel Kalkınma Ajansları". *İÜHFİM*, 69 (1), 391-410.
- Ergun, T. (1993). "Bölgelerarası Dengesizliklerin Giderilmesinde Bölgesel Örgütlenmelerin Önemi: Tennessee Valley Authority". *Amme İdaresi Dergisi*, 26, 71-82.
- Göymen, K. (2005). *Türkiye'de Bölgesel Politikaların Evrimi ve Bölgesel Kalkınma Ajansları, Yerel Kalkınma İçin Ortaklıklar*. İstanbul: İstanbul Politikalar Merkezi Yayını.
- Haughton, G. and D. Counsell (2004). *Regions, Spatial Strategies and Sustainable Development*. London: Psychology Press.
- <https://www5.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem22/yil01/ss677m.htm> (10.04.2023).
- Ildırrar, M. (2004). *Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- İç İşleri Bakanlığı Sivil Toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü (2022). *Kamu –STK İş Birliği Projesi*, https://www.siviltoplum.gov.tr/bilgimerkezi/kalkinma-ajanslari_ (11.11.2022).
- İnan, A. (1989). *İzmir İktisat Kongresi 17 Şubat-4 Mart 1923*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Kara, M. (2008). *Bölgesel Rekabet Edilebilirlik Kavramı ve Bölgesel Kalkınma Politikalarına Yansımaları*, DPT Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Kaynak, M. (2009). *Kalkınma İktisadı*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kazgan, G. (2004). *Tanzimat'tan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kepek, Y. (2012). *Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Konat, E. M. (2022). *Sürdürülebilir Bölgesel Kalkınmanın Tesisinde Kalkınma Ajanslarının Yeri ve Önemi: Mevlana Kalkınma Ajansı ve Karaman İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.

- Kutlu, S. Z. ve M. Görün (2018). "Kalkınma Ajanslarının Yerelde Merkezileşme Bağlamında İncelenmesi: Batı Akdeniz, Doğu Anadolu, Fırat ve Güney Marmara Kalkınma Ajansları Örneği". *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16 (32), 67-90.
- Maç, N. (2006). "Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Türkiye". *Konya Ticaret Odası, Etüd-Araştırma Servisi Araştırma Raporu*, 117 (76), 1-8.
- Öney, E. (1987). *İktisadi Planlama*. Ankara: Savaş Yayınları.
- Özer, Y. E. (2008). "Küresel Rekabet-Bölgesel Kalkınma ve Türkiye". *Review of Social, Economic & Business Studies*, 9 (10), 389-408.
- Pike, A., P. Rodriguez, J. Tomaney (2007). "What Kind Of Local And Regional Development and For Whom", *Regional Studies*, 41, 1253-1269.
- RG (2006). *Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun*. 5, 45(26074), 5449. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5449.pdf> (15.04.2023).
- Reynolds, L. G. (1996). Üçüncü Dünya Ekonomilerinde Uzun Vadeli Büyüme- Tarihsel Perspektiften Ekonomik Kalkınma. *Kalkınma İktisadi: Yükselişi ve Gerilemesi*. (Ed. F. Şenses). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sarıca, İ. (2001). "Türkiye'de Bölgesel Gelişme Politikaları ve Projeleri". *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 1 (1), 154-204.
- Savrul, B. K. (2012). *Bölgesel Kalkınma Teorileri ve Politikaları: Avrupa Birliği ve Türkiye*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Sevinç, H. (2011). "Bölgesel Kalkınma Sorunsalı: Türkiye'de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları". *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (2), 35-54.
- Şahin, M. S. (2021). *Türkiye'de Kırsal Kalkınma Politikaları ve Yönetim Projelerinin Yönetim Sorunsalı*. Doktora Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Tolunay, A. ve A. Akyol (2006). "Kalkınma ve Kırsal Kalkınma: Temel Kavramlar ve Tanımlar" *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 2, 116-117.
- Topdemir, R. (2009). *Atatürk'ün Doğu-Güneydoğu Politikaları ve GAP*. İstanbul.
- TİP (1978). *Demokratikleşme için Plan 1978-1982*. İstanbul: Kent Basımevi.
- TÜSİAD (2008). *Türkiye'de Bölgesel Farklar ve Politikalar*. İstanbul: Graphis Matbaa.
- Uzunkaya, S. Ş. (2020). "Türkiye Ekonomisinde 1923- 1977 Yılları Arasındaki Sanayi ve Kalkınma Planlarının Değerlendirilmesi". *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, (Temmuz Özel Ek), 34-50.
- Vatansver, N. D. ve O. Yıldız (2014). "Bölgesel Kalkınma Teorileri ve Yeni Bölgeselcilik Yaklaşımının Türkiye'deki Bölgesel Kalkınma Politikalarına Etkileri". *Akademik Bakış Dergisi*, 44, 1 - 35.

EXTENDED SUMMARY

In human history, studies have been carried out within the dynamic of continuous development and innovation in line with the needs in order to improve living conditions and make this permanent. Based on this situation, development emerges as a dynamic concept that indicates change.

The concept of development cannot be evaluated only as a result of economic development, nor should it be evaluated as a result of social changes in society. Development is not a phenomenon that occurs simultaneously in all countries or in all regions within a country. In certain countries, it manifests itself as a result of greater development of centers within the country.

The emergence of differences in interregional development stems from the economic and social activities concentrated around the natural center in almost every country. States before the Industrial Revolution; While they are evaluated as rich, poor, ruling and dominated states, some states are referred to as richer or ruling states because they have advanced military organizations. These states are considered both richer and powerful enough to dominate other states, due to the existence of a stronger socio-cultural structure compared to other states. After the Industrial Revolution, countries are evaluated as developed, developing and underdeveloped.

The development story in many countries corresponds to the second half of the 20th century. The concept of development and development-oriented policies have changed rapidly, and this has also affected the content of the concept. These changes in the concept of development increased the responsibility of states in regional developments around the world after the 1950s and brought to the present the understanding of a state that carries out policies and puts forward implementation projects together with the public, private sector and different non-governmental organizations within the region.

Interregional imbalance, which is discussed within the framework of development levels, is a problem that can be encountered not only in underdeveloped or developing countries, but in almost every country. Countries resort to various incentive mechanisms in order to eliminate the weaknesses of this imbalance, achieve balanced development and ensure that investments are concentrated in underdeveloped regions. These developments that enable development have gone through many change dynamics until today, and the methods and incentive mechanisms used have constantly changed.

Development policies in Türkiye have undergone different transformations in various periods throughout history. These transformations have been shaped depending on the economic, political, social and cultural dynamics of the country. Türkiye started to prepare five-year development plans since the mid-1960s, and these plans aimed to economically develop different regions of the country. After the 1980 military coup, regional development policies began to be emphasized more in Türkiye and regional development agencies were established

during this period. These agencies have duties such as analyzing regional problems, developing region-specific projects and supporting regional economies. In the 2000s, Türkiye's accession process to the European Union started and this process increased the importance of regional development policies. After 2010, development agencies were established for many regions in Türkiye. These agencies have duties such as preparing regional development strategies, directing resources and implementing projects. Additionally, national development strategies such as Türkiye's 2023 Strategic Plan have been created to support regional development goals.

Regional development policies and projects carried out in this context are of great importance for Türkiye. In Türkiye, many plans have been prepared, policies have been implemented and incentives, etc. have been implemented in order to reduce regional imbalance and balance development differences. Encouraging efforts have been made. Although it is said that this process is still ongoing, it should be said that all these plans, policies and studies do not have a very long history and effectiveness compared to various practices in the world.

Although the preparation and implementation of integrated projects positively affects this process, increasing these projects and increasing the necessary supports both locally and regionally is considered a right step. Because the main goal of these projects is to increase the quality of life by affecting the income level of the people of the region and to create a socio-economic dynamic for both the region and the country by ensuring the development of the region. Increasing productivity in rural areas by eliminating interregional imbalance will prevent unbalanced migration by improving employment opportunities.

In this context, both the central government and local governments should accelerate the process by considering other policies in parallel with these policies, rather than only implementing certain policies and achieving results. Indecision and gaps in domestic politics cause priorities to change as a result of political interests, which reduces the effectiveness of regional development policies. The main reason for this is the lack of administrative structure between the central authority and local authorities.

Today, it is obvious that the regional development problem cannot be solved by traditional methods. The main goal is to create an understanding of economic and social welfare and ensure its sustainability. Development agencies that serve this purpose are strategic mechanisms that will find practical solutions to the basic problem. These agencies are the main pillars of regional development, in which the actors in the region take part, use all kinds of methods related to sustainability, act with the mission of supporting their stakeholders by providing the necessary resources, and with the activities they put forward, the support they provide to investments, and the role they undertake in the emergence and development of potential entrepreneurship.

For this reason, it is thought that supporting development agencies institutionally through legal regulations, necessary and regular inspections, meeting all their technical and

administrative needs, and bringing their budgets to a level that meets public expectations will make a great contribution to the regional development process.

BELEDİYE HİZMETLERİ İÇİNDE KATI ATIK YÖNETİMİNİN ÖNEMİ VE KONYA BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ ÖRNEĞİ¹

Hakkı Mümin AY²

Adnan SÖYLEMEZ³

Öz

Üretim süreci içinde kaynaklar kullanılırken, yalnızca kaynakların tüketilmesi söz konusu olmamaktadır. Ayrıca kaynakların azalması, yerine konmaması ve geleceğe taşınmaması sorunları beraberinde yaşanmaktadır. Gerek üretim ve gerekse tüketim faaliyetleri, işletmelerin dikkate almak istemediği negatif dışsallıklara neden olmaktadır. Nüfusun hızla artması, bireysel ve toplumsal taleplerin artması, teknolojiye yaşanan gelişmeler, tüketim arzusunun paralel olarak üretim hirsının artması gibi etkenler, çevrenin kirlenmesi ve kaynakların yok olmasına neden olmaktadır. Çevre kirliliği küresel kamusal bir mal olduğu için tüm ülkeleri ve uluslararası kuruluşları ilgilendirmektedir. İnsana en yakın kamu kuruluşu olan belediyeler, geleneksel hizmetlerinin yanı sıra atık yönetimi, sıfır atık, yenilenebilir enerji kaynakları gibi çevre duyarlılığı olan yeni hizmetleri de yerine getirmeye çalışmaktadırlar. Belediyeler toplumdaki çevreci talepleri dikkate alarak ve tekrar seçmen oylarına talip olmak açısından, sürdürülebilir çevre konusunda etkin faaliyetler yürütmektedirler. Konya Büyükşehir Belediyesi sürdürülebilir çevre konusunda örnek olabilecek hizmetler yürütmektedir. Evsel atık, tehlikeli atık, katı atık, endüstriyel atık, tıbbi atık, inşaat ve hafriyat atığı ve ambalaj atığı konularında atık yönetimini oluşturmuş, sıfır atık projelerini desteklemiş ve uygulamış bir belediyedir. Bu çalışmada Konya Büyükşehir Belediyesi'nin çevre ve toplum sağlığına zarar veren katı atıklar konusunda gerçekleştirdiği toplama, biriktirme, ayrıştırma, geri dönüşümü sağlama, toplumu bilinçlendirme gibi faaliyetleri incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler

Sürdürülebilir Çevre
Katı Atık
Geri Dönüşüm
Negatif Dışsallık
Konya Büyükşehir Belediyesi

Makale Hakkında

İnceleme Makalesi
Gönderim Tarihi : 08.09.2023
Kabul Tarihi : 18.10.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357353

¹ Bu makale, 27-30 Eylül 2022 tarihleri arasında yapılan International Congress on Engineering and Agricultural (ENAG 2022)'de bildiri olarak sunulan çalışmanın genişletilmiş ve güncellenmiş halidir.

² Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü, e-posta: hma@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9033-8248.

³ Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, e-posta: soylemez@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8153-0238.

THE IMPORTANCE OF SOLID WASTE MANAGEMENT IN MUNICIPAL SERVICES AND THE EXAMPLE OF KONYA METROPOLITAN MUNICIPALITY

Abstract

While resources are used in the production process, not only resources are consumed. In addition, the problems of decreasing resources, not replacing them and being unable to carry them to the future are also experienced. Both production and consumption activities cause negative externalities that businesses do not want to consider. Factors such as rapid increase in population, increase in individual and social demands, developments in technology, and increase in production ambition in parallel with the desire for consumption cause pollution of the environment and destruction of resources. Since environmental pollution is a global public good, it concerns all countries and supranational organisations. Municipalities, which are the closest public institutions to people, are trying to fulfil new services with environmental sensitivity, such as waste management, zero waste, and renewable energy sources, in addition to their traditional services. Municipalities carry out practical activities on the sustainable environment by considering the environmentalist demands from society to aspire for voter votes again. Konya Metropolitan Municipality carries out exemplary services in a sustainable environment. It is a municipality that has established waste management in domestic waste, hazardous waste, solid waste, industrial waste, medical waste, construction and excavation waste and packaging waste, and has supported and implemented zero waste projects. In this study, Konya Metropolitan Municipality's activities, such as collection, accumulation, sorting, recycling, recycling and raising awareness of the society on solid wastes that harm the environment and public health, are examined.

Keywords

Sustainable Environment
Solid Waste
Recycling
Negative Externality
Konya Metropolitan Municipality

Article Info

Review Article

Received : 08.09.2023
Accepted : 18.10.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357353

Kaynakça Gösterimi: Ay, H. M. ve Söylemez, A. (2023). Belediye Hizmetleri İçinde Katı Atık Yönetiminin Önemi ve Konya Büyükşehir Belediyesi Örneği. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 273-292.

Citation Information: Ay, H. M. and Soylemez, A. (2023). The Importance of Solid Waste Management in Municipal Services and the Example of Konya Metropolitan Municipality. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 273-292.

GİRİŞ

Nüfusun kırsaldan kentlere kayması sonucu yerel yönetimler içinde belediyelerin görev ve sorumlulukları genişlemiştir. Ayrıca küresel kamusal mal niteliğindeki iklim değişikliği, göç, doğal kaynakların azalması, sürdürülebilirlik gibi sorunlar ve sosyal belediyecilik akımı belediye hizmetlerinin niteliksel ve niceliksel olarak artmasına neden olmuştur. Bugün itibariyle belediye hizmetleri yol, kaldırım, kanalizasyon, toplu taşıma, su, mezar hizmetleri ile sınırlı değildir. Ekonomik ve sosyal yaşamda yaşanan gelişmeler hem merkezi idarenin hem de yerel yönetimlerin görev ve sorumluluklarını nitelik ve nicelik olarak artırmıştır. Dezavantajlı gruplar, yeşil alanlar, hava kirliliği, atık yönetimi, engelsiz yaşam hizmetleri gibi çok sayıda yeni faaliyet alanları, belediyelerin görevleri içinde yer almaktadır.

Kentlerde nüfusun artması ile birlikte üretim, tüketim, dağıtım, pazarlama, ulaşım gibi faaliyetlerde yoğunluk yaşanmaya başlamıştır. Üretim, yatırım ve istihdam olanaklarının kentlerde yoğunlaşması ile birlikte tüketim ve çevre kirliliğinin de yoğunlaşması sonucunu doğurmaktadır. Ekonomik faaliyetler sonucu oluşan katı, sıvı ve gaz şeklindeki atıklar, belediyelerin müdahale ve mücadele alanına girmektedir. Ekonomi, sağlık, çevre, esenlik kaynaklı kaygılar katı atık yönetiminin güncelliğini korumasına neden olmuştur.

Atık geri dönüşümü büyük ölçüde yerel, bölgesel ve ulusal atık yönetimine dayanır. Belediyeler başta olmak üzere çevre düzenleyici kurumlar, sağlık risklerini azaltmak, atık toplama ve bertaraf sistemlerinin verimliliğini artırmak istemektedirler. Gelişmekte olan ülkelerde finansman yetersizliği, atık farkındalığı eksikliği, uzman eksikliği ve niteliksiz personel gibi sorunlar yaşamaktadırlar. Gelişmiş ülkelerde yaygın olan ileri teknolojilerin benimsenmesi, gelişmekte olan ülkelerin atık yönetimi koşullarında önemli iyileşmelere neden olabilir (Banerjee vd., 2023: 487). Çünkü doğal çevredeki iyileştirmeler, kentsel yaşam ortamındaki yaşam kalitesinin iyileştirilmesiyle birlikte değerlendirilmektedir (Baud vd, 2001: 4).

Bu çalışmada belediyelerin katı atık yönetimi bağlamındaki çeşitli faaliyetlerine değinilmiştir. Konya Büyükşehir Belediyesi'nin katı atık yönetimi bağlamındaki il sınırları içindeki faaliyetleri anlatılmıştır.

1. Katı Atık Kavramı ve Katı Atık Yönetimi

Nüfusun artması, ekonominin büyümesi, teknolojinin gelişmesi ve toplumların kültürel entegrasyonları ile insanların tüketim alışkanlıkları da değişim göstermektedir. İnsanların üretim ve tüketim faaliyetlerinin doğal sonucu atıklardır. Son yıllarda atık oluşum hızı ve atık miktarı günden güne artış göstermektedir. Atık hacminin artması ile atıkların çeşitliliği de artmaktadır (Amasuo ve Baird, 2016: 88). Atık Yönetimi Yönetmeliği'ne göre atık, "Üreticisi veya fiilen elinde bulunduran gerçek veya tüzel kişi tarafından çevreye atılan veya bırakılan ya da atılması zorunlu olan herhangi bir madde veya materyal" olarak tanımlanmıştır (Resmi Gazete, 2015). Katı atık, ise "üreticisi tarafından atılmak istenen ve toplumun huzuru ile özellikle çevrenin korunması bakımından, düzenli bir şekilde bertaraf edilmesi gereken katı maddeler ve arıtma çamurudur" (csb.gov.tr, 2022).

Atıklar sıvı, gaz ve katı olarak gruplandırılmaktadır. Katı atıklar ise kaynağına ve etkilerine göre iki şekilde sınıflandırılabilir. Kaynağına göre katı atıkların sınıflandırılması Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katı Atıkların Kaynaklarına Göre Sınıflandırılması

Atık Kaynakları	Atığın Oluştığı Yer	Atık Türü
Evsel Atık	Konut, daire, bina mağaza piknik alanı vb.	Yemek atıkları, bahçe atıkları, ambalaj atıkları, metaller, atık piller, tehlikeli evsel atıklar vb.
Endüstriyel Atık	Tesis, fabrika, imalathane, atölye vb.	Ambalaj atıkları, metal atıklar, kimyasal atıklar, tehlikeli endüstriyel atıklar vb.
Ticari/Kurumsal Atık	Ofis, kamu binaları, okul, hastane vb.	Ambalaj atıkları, metal, kartuş atıkları, tehlikeli endüstriyel atıklar vb.
Tıbbi Atık	Hastane, sağlık ocağı, revir vb.	İlaç, enjeksiyon, tıbbi aletler, tehlikeli atıklar vb.
Tarımsal Atık	Mandıra, hara, tarım arazileri, çiftlikler vb.	Gübre, çürümüş hasat kalıntıları, hayvansal kalıntılar vb.
Belediye Hizmet Atığı	Cadde, sokak, park, bahçe, temizlik hizmetleri vb.	Ağaç yaprak döküntüleri, sokak süprüntüleri, park atıkları, özel atıklar vb.
İnşaat-Yıkım Atığı	Yol yapım, inşaat, kazı sahaları vb.	Beton, demir, çimento, moloz toprak vb. atıklar

Kaynak: Steiner and Wiegel, 2009: 4-5.

Katı atıklar etkilerine göre ise tehlikeli ve tehlikesiz olarak ikiye ayrılır. Tehlikeli katı atık; yanıcı, aşındırıcı, yok edici, zehirli ve reaktif maddelerden oluşan insan ve çevre sağlığını olumsuz etkileyebilecek, güvenli bir şekilde uzaklaştırılması ve özel işlemlere tabi tutulması gereken atıklardır. Tehlikesiz katı atıklar; tehlikeli olan katı atıklar dışında kalan, çevre ve insan sağlığına zararsız atıklardır. Organik veya inorganik maddeler, inşaat ve hafriyat atıkları, mutfak ve yemek artıkları, kâğıt, karton, cam, metal, plastik ve kompozit gibi ambalajlar tehlikesiz katı atıklardan sayılır (Palabıyık, 2001: 26).

Atıkların doğrudan insan etkileşimi ve faaliyetlerinin bir sonucu olduğu kabul edilmektedir. Farklı kaynaklardan üretilen (Vesilind vd., 2014: 481) katı atıklar, kontrolsüz sanayileşme ve yetersiz altyapı nedeniyle dünya genelinde her geçen gün artmaktadır.

Dünya Bankası’nın 2020 yılı verilerine göre küresel olarak yılda 2,01 milyar ton evsel katı atık üretilmektedir. Bu katı atığın en az %33’ü çevre ve sağlık açısından güvenli olarak bertaraf edilememektedir. Küresel olarak günlük kişi başı üretilen katı atık miktarı ortalama 0,74 kilogramdır. Bu miktar ülkelerin gelişmişlik seviyesine göre 0,11 ile 4,54 kg/kişi-gün arasında değişmektedir. Dünya nüfusunun %16’sını oluşturan yüksek gelirli ülkelerin tüm küresel atığın yaklaşık %34’ünü ürettiği belirtilmektedir. Yapılan tahminler 2050 yılına kadar

küresel katı atık üretim miktarının 3,4 milyar tona çıkacağını ve aynı dönemdeki nüfus artışının iki katından fazla olacağını göstermektedir (datatopics.worldbank.org, 2023a). Katı atıklar, durumuna bağlı olarak çeşitli alanlarda değerlendirilebilir (Amasuomo ve Baird, 2016: 88-89).

Katı atık yönetimi: katı atıkların oluşumundan bertarafına kadar geçen süreçte doğal kaynakların, çevrenin ve halk sağlığının korunması ve halkın taleplerini gidermesi gibi amaçları gerçekleştirmek için atıkların sistematik olarak toplanması, taşınması, depolanması, işlenmesi, geri kazanılması, bertaraf edilmesi, bertaraf sahalarının kapatılması sonrası bakımı ve bu tür faaliyetlerin gözetim, denetim ve izlenmesi aşamalarından oluşan bir süreçtir (Nuray ve Akınç, 2008:3; Bilgi ve Deveci, 2022: 85-86). Tanımda geçen bertaraf etme: "Katı atıkların, konut, işyeri gibi üretildikleri yerlerde geçici olarak biriktirilmesi, bu yerlerden toplanması, taşınması, geri kazanılması gibi işlemlerden sonra, çevre ve insan sağlığı açısından zararsız hale getirilmesi ve ekonomiye katkı sağlanması amacıyla kompostlaştırma, enerji kazanmak üzere yakma ve/veya düzenli depolama işlemlerinin tümüne" denir (cevko.org.tr, 1991).

Etkin bir atık yönetimi; atık kaynaklarını belirleme, atığın fiziksel, kimyasal ve termal özelliklerini belirleme, geri kazanım potansiyelini hesaplama, atık yönetim ekipmanlarını tasarlama, ulusal yasalara ve Avrupa Birliği Direktifleri'ne uyumu sürdürmeye yardımcı olur (Gidarakos vd., 2006: 668). Katı atık yönetimi sosyal ve çevresel etkisi olan insan faaliyetleriyle ilgili en önemli konulardan biridir. Dünya çapında, atıkların yalnızca %19'u geri dönüşüm ve kompostlama yoluyla malzeme geri kazanımından geçmekte ve %11'i modern yakma tesislerinde yakılmakta; geri kalan kısım ise düzenli depolama yöntemi ile bertaraf edilmektedir (Cerqueti vd., 2021: 597). Katı atıkların tasnifi ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilmektedir. Ülkeler arasında üretilen atık miktarı değişmekte ve atık miktarının sayısallaştırılmasında farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle katı atık yönetiminde katı atık kapsamına alınan materyallerin yasal düzenleme kapsamında tanımlanması zorunluluğu doğmaktadır (Steiner ve Wiegel, 2009: 3).

İnsanların ve diğer canlı ve cansız varlıkların faaliyetleri sonucunda oluşan katı atıklar, zamanla biyolojik, fiziksel ve kimyasal olarak çevreyi ve insan yaşamını olumsuz etkilemektedir. Bugüne kadar yeterince ilgilenilmeyen katı atıklar, çevre ve halk sağlığı olarak iki etkiye sahiptir. Çevre etkileri yetersiz veya yanlış katı atık yönetim uygulamaları sonucunda hava kirliliği, su kirliliği ve toprak kirliliği gibi ekolojik sorunlardan oluşur. İnsanların ve diğer canlıların çevreye bıraktıkları atıklar ise halk sağlığı sorunlarına yol açmaktadır (Bozkurt ve Emekçi, 2020: 53).

Atıkların çevresel ortamlarda çeşitli olumsuz etkilerinin yanı sıra verimli tarım alanların düzenli depolama alanı olarak kullanılması ve iyi işletilmeyen bir atık yönetimi, çevre ve halk sağlığına zarar verebilmektedir (Herva vd., 2014). Gelişmekte olan ülkelerde atıklar genellikle düzensiz şekilde (vahşi) depolanmakta veya açık bir şekilde yakılmaktadır. Gelişmiş ülkelerdekilerle karşılaştırıldığında, gelişmekte olan ülkelerde yaşayanlar, özellikle de kentlerdeki yoksullar, sürdürülemez şekilde yönetilen atıklardan daha fazla etkilenmektedirler. Bu uygulamalar ciddi sağlık, güvenlik ve çevresel sonuçlar doğurmaktadır (worldbank.org, 2023b).

Katı atık yönetimi, çevre ve halk sağlığı düşünüldüğünde bir belediye yönetiminin en önemli sorumluluklarından biridir (Wilson vd., 2015). Atıkların Yönetimi Yönetmeliği'nin 8. maddesinde belediyelerin atık yönetimi konusundaki görev, yetki ve sorumlulukları düzenlenmiştir (Resmi Gazete, 2015). Atıkların bertarafını doğru bir şekilde yürütmek, sürdürülebilir ve yaşanabilir şehirler oluşturmak için şarttır, ancak gelişmekte olan ülke ve şehirlerin birçoğu için bu bir sorun teşkil etmektedir. Etkili bir atık yönetimi planı, genellikle belediye bütçelerinin %20-50'sini oluşturmaktadır. Bu önemli belediye hizmetini verimli ve sürdürülebilir bir şekilde işletmek halkın da sosyal olarak desteklediği entegre sistemler ile mümkündür (worldbank.org, 2023b). Az gelişmiş ve hatta gelişmekte olan ülkelerde katı atıkların yok edilmesi maliyetli olduğu için bunlar, genellikle tarla ve boş arazilere bırakılmaktadır. Bu durumda toprak, hava ve su kirliliği büyük boyutlara ulaşmaktadır. Çöplerden sızan zararlı maddeler yer altı sularını kirletmektedir. Çeşitli böcek ve bakterilerin üremesine, görüntü ve koku kirliliğine, zararlı virüslerin doğmasına ve salgın hastalıklara neden olmaktadır. Çöplerde biriken metan gazı, hava kirliliğine ve hatta biriken gazın patlaması ile çevre felaketlerine neden olmaktadır. Örneğin 1993 yılında İstanbul Ümraniye'deki çöplükte meydana gelen patlama, toprak kaymasına neden olmuş ve 29 kişi hayatını kaybetmiştir.

Katı atıklar içerisinde en tehlikeli olanlardan birisi de radyoaktif atıklardır. Yayıdıkları radyasyon insan ölümlerine veya sakat kalmasına neden olmaktadır. Bu atıklar, 1980'li yıllara kadar özel alaşımli metal bidonlar içerisinde konulup okyanuslara bırakılmıştır. Bugün ise gelişmiş ülkelerde radyoaktif atıklar, yeraltına gömülme ve üzerleri kalın kurşun bloklar ile kapatılmaktadır (Görsel 1).

Görsel 1. Yer Altındaki Nükleer Atık Depolarına Gömülen Radyoaktif Atıklar



Kaynak: Coğrafyabilim, 2017.

2. Belediye Hizmetleri İçinde Katı Atık Yönetimi

Yerel yönetimler, ülke sınırları içinde yerleşik olan değişik büyüklükteki köy, kasaba ve kent gibi yerleşim yerlerinde yaşayan başta insan olmak üzere tüm canlıların ortak ve yerel nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla belli bir hukuk düzeni içinde oluşturulmuş anayasal kuruluşlardır. Yerel yönetimler halka en yakın birimler olmaları ve yerel halkın ihtiyaçlarını yerinde tespit etmeleri nedeniyle hizmet üretiminde önemli bir yere sahiptirler (Hacıköylü, 2013: IV). Katı atıklar kimilerine göre tüketimden sonra oluşan ve hemen yok edilmesi gereken bir çöp olarak görülmektedir. Kimilerine göre ise geri kazanımı ve ekonomik

değeri olan ve tekrar ekonomik faaliyetlerde kullanılabilen kaynakları ifade etmektedir (Bozkurt ve Emekçi, 2020: 6).

Elektrik, kaldırım, kanalizasyon hizmetleri gibi katı atık hizmetleri de dünyanın pek çok ülkesinde kamuya ve özellikle de belediyelere aittir. Dünya Ticaret Örgütü (GATT) tarafından uygulamaya konan GATS (*General Agreement on Trade on Services*) rejimi, katı atık hizmetlerinin kamu tekeline çıkarılıp, ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının gözetim ve denetiminde uluslararası serbest rekabete açılmasını hedeflemektedir (Güler, 2001: 42'den aktaran Günday vd., 2010: 397). Bugün itibarıyla ise Türkiye'de katı atıkların yok edilmesi ve geri kazanımının denetimi ilgili bakanlıklara, yönetmeliklere göre uygulaması ise belediyelere aittir (csb.gov.tr, 2022).

Katı atık yönetiminde ve bunun sürdürülebilirliğinde, özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde birçok sıkıntılarla karşılaşmaktadır. Bunlar teknik, finansal, kurumsal ve ekonomik sıkıntılar olarak sınıflandırılmaktadır (Ogawa, 2002: 1-4). Kentlerde katı atıkların şehirden ve insanlardan uzaklaştırılması görevi, belediyelere ait olduğu için de belediyelerin görev, sorumluluk ve harcamaları artmaktadır. Bu görevi yerine getirirken bütçe kısıtı nedeniyle hem ekonomik hem de verimli olmak zorundadır. Katı atık da dâhil olmak üzere her türlü atık yönetiminin gelişen teknoloji ile desteklenerek atık problemlerini sonlandıracak çözümler üretilmesi, sürdürülebilir kent hedefine ulaşmayı sağlayacaktır.

Avrupa Birliği toplum istatistikleri üretebilmek adına atık yönetim çerçevesi oluşturmaktadır. Bu çerçeve sayesinde üye ülkelere kullanılabilir ve karşılaştırılabilir bilgiler sağlamaktadır. Avrupa ülkeleri atık yönetiminde kentsel katı atık verilerini düzenli bir şekilde listelemek zorundadırlar. Bu ülkelerin atık yönetimi gelişiminde en önemli gösterge, kentsel katı atıklardır (Steiner ve Wiegel, 2009: 21-28).

Katı atık bileşimi ve miktarı ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Bunun başlıca nedenleri: Mevsimler, bahçecilik tercihleri, coğrafi özellikler, yağışlar, bölge insanının gelir düzeyi, tüketici tercihleri ve kültürel yapıdır (megep.meb.gov.tr, 2011). İnsan ve çevre sağlığı standartlarına uygun olarak atıkların verimli bir şekilde yönetilmesi için belediyelerin farklı ve esnek karar alabilecek stratejiler oluşturmaları gerekir. Bu stratejiler Atık Hiyerarşisi olarak nitelendirilen ve en çok tercih edilen yöntemden en az tercih edilene doğru ilerleyen bir entegre yönetim esasına dayanmaktadır (Vesilind vd., 2014: 509).

Katı atık yönetiminde başarı, belediyelerin alt yapı çalışmalarının yanında bireylerin aktif katılımı ile de ilgilidir. Belediyelerin kapsamlı bir katı atık yönetimi yürütebilmesi buna bağlıdır. Bu nedenle belediyeler farklı önlemler alarak toplumun tüm kesimlerine ulaşmalı ve atık bilincini bireylere aktarmalıdır. Çevre ve atık konusunda bireylerin farkındalığının artırılması ve teşvik edilmesi için bilgilendirici ve öğretici araç ve yöntemler kullanılabilir. Radyo, televizyon, internet ve sosyal medya gibi kitle iletişim araçları ile çevre bilinci geliştirilebilir. Halka ve şirketlere atık konusunda broşür ve diğer bilgilendirici materyallerin dağıtıldığı organizasyonlar ve kampanyalar düzenlenebilir. Okullarda öğrencilere dönük atık veya geri dönüşüm gibi etkinlikler ve projeler yürütülebilir (Steiner ve Wiegel, 2009: 129-132). Çevresel sorunların etkilerinin ortadan kaldırılması veya en aza indirilmesi için entegre bir atık yönetimi gerekir (Tekin 2020: 15). Entegre katı atık yönetimi, Amerika Birleşik Devletleri Çevre Koruma Ajansı (USEPA) tarafından katı atıkların yönetiminde kullanılması için

geliştirilen bir stratejidir. Sürdürülebilir entegre katı atık yönetimi, çevre sorunlarının oluşturduğu olumsuzları engellemek için atık yönetiminde farklı yöntem ve uygulamaların bütünleşmiş ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesini ve atıklardan geri dönüşümünün sağlanmasını ifade etmektedir (Ayaz ve Yavaş, 2021: 41). Verimli ve entegre bir katı atık yönetim sistemi şu özellikleri taşımalıdır (megep.meb.gov.tr, 2011):

- Bütüncül bir sistem olmalıdır,
- Ekonomik değer oluşturabilmelidir,
- Esnek olmalıdır,
- Bölgesel planlama yapılmalıdır.

Etkili, verimli ve kapsamlı bir atık yönetimi pahalıdır ve genellikle belediye bütçelerinin %20 ila %50'sini oluşturur. Bu temel belediye hizmetinin işletilmesi için verimli, sürdürülebilir ve sosyal olarak desteklenen entegre sistemlerini zorunlu kılar (datatopics.worldbank.org, 2023a).

3. Katı Atık Yönetiminde Dünyadan Bazı Örnekler

Çalışan, yeşil, dirençli ve kapsayıcı şehirler inşa etmek, yoğun politika koordinasyonu ve yatırım seçeneklerini gerektirir. Merkezi yönetim ve yerel yönetimler, derhal harekete geçerek, sürdürülebilir kalkınmalarının geleceğini şekillendirmek ve herkes için fırsatlar yaratmak için önemli bir role sahiptir (worldbank.org, 2023b). Katı atık yönetimi konusunda özellikle belediyeler yararlanması gereken başlıca kurum niteliğindedir. Belediyeler tarafından yürütülen bazı hizmetler çevreyi etkilerken, bazıları da doğrudan doğruya katı atık yönetimi görevini gerçekleştirirler. Belediyeler yerel yaşama en yakın olması ve demokratik toplumsal bir yaşam örgütü olması dolayısıyla, çevresel sorumlulukları ile öne plana çıkmaktadır (Zülfikar ve Beken, 2014: 79).

Hollanda'da bulunan Groningen şehrinde akıllı atık yönetimi uygulaması benimsenmiştir. Şehirdeki çöp kutuları doldukları anda toplama merkezine mesaj iletmektedir. Belediye böylece zaman, enerji ve emek yönünden tasarruf etmektedir. Yeni nesil belediyeçilik anlayışının bir yansıması olan bu uygulama ile Groningen Belediye'si yılda 92.000 Euro tasarruf ettiğini ilan etmiştir (ebelediye.info, 2022).

Japonya'nın Tokyo şehrinde atık yönetiminin verimli olması amacı için 2000 yılında, 23 ilçe belediyesinin katılımı ile 23 Temiz Kentler Birliği kurulmuştur. Geri dönüşümü sağlanan atıklar, cam, plastik, kâğıt, teneke kutuları tüm ilçelerde belirlenen günlerde ayrı ayrı toplanmakta ve geri dönüşümü sağlanmaktadır (Tezel ve Yıldız, 2020: 40).

İsveç, ekolojik farkındalık ve atık yönetimi konularında dünyada en önemli ülkelerden birisidir. Bu ülke evsel atıkların %99'unu geri dönüştürmektedir. Atıkların %50'si ile ısıtma ve uzaktan soğutma işlemleri için enerji sağlanmaktadır. Hatta Norveç ve komşu ülkelerden çöp satın almaktadır. Çöpler, belediyeler tarafından evlerden toplanma aşamasında ayrıştırılmaktadır. Orman veya doğal alanlarda çöp bırakmak yasaktır. Atık toplanmasında da bazı teşvikler getirilmiştir. İsveç'te cam, plastik ve metal kutuların geri dönüşümü için hemen hemen her yerde geri dönüşüm makineleri konmuştur. Atıkları bu makinelere koyanlar, makineden alışveriş fişi almaktadırlar. Bu teşvik sayesinde halk, geri dönüşüm konusunda bilinçlendirilmiştir (t24.com.tr, 2018).

ABD’de üretilen çöp miktarı kişi başı 773 kg ile ve dünyadaki çöplerin %12’sinden sorumlu olarak lider konumdadır. Hatta kişi başı üretilen katı atık miktarı, küresel ortalamanın üç katı kadardır. Buna karşın bu çöplerin yalnızca %35’i geri dönüşüme kazandırılmaktadır. Almanya ise çöplerinin %68’ini geri dönüşüme kazandıran ülke olarak lider durumdadır (bbc.com, 2019).

4. Konya Büyükşehir Belediyesi’nde Katı Atık Yönetimi

Konya ilinde katı atık çalışmaları Çevre Kanunu, Atık Yönetimi Yönetmeliği, Atıkların Düzenli Depolanmasına Dair Yönetmelik ve ilgili genelgeler çerçevesinde yürütülmektedir. Konya kenti katı atık yönetimi çalışmaları 2014 yılında çıkartılan ve büyükşehir belediyelerinin sınırlarını yeniden belirleyen 6360 sayılı Kanun kapsamında 31 ilçe belediyesini kapsayacak şekilde mesafelere göre 5 bölgeye ayrılmıştır. Her bölgede depolama sahaları ile transfer istasyonları belirlenmiştir. Toplam 5 depolama sahası, 13 transfer istasyonu planlanmıştır. Bunlardan 3 depolama sahası, 5 transfer istasyonu yapılarak faaliyete geçirilmiştir. Diğerleri için ihale çalışmaları devam etmektedir.

4.1. Bölge (Selçuklu, Meram, Karatay, Çumra, Akören)

Merkez ilçeleri kapsayan katı atık bertaraf çalışmaları, Aslım Katı Atık Depolama Sahasında, depolama faaliyeti olarak devam etmektedir.

Görsel 2. Aslım Depolama Sahası



Kaynak: KBB, 2023.

Görsel 3. Aslım Enerji Üretim Tesisi



Kaynak: KBB, 2023.

Aslım Depolama Sahası ve Aslım Enerji Üretim Tesisi, Karatay İlçesi Çatalhüyük Mahallesinde bulunmaktadır. Belediyeye tahsis edilmiş 170 ha alanda, Avrupa Birliği destekli, Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından koordine edilen ‘Konya Katı Atık

Yönetimi Projesi' kapsamında faaliyete başlanmıştır.

Projeye ait Fizibilite Raporu sonucu 25 yıl kapasiteli tesisin ilk 4 yıldaki yatırım bedeli 21.267.325,00 Avro olarak belirlenmiştir. Ancak Müşavirlik Sözleşmesi, Yapım Sözleşmesi ve Tedarik Sözleşmesi olarak 3 bileşenden oluşan projenin ihaleler sonucu gerçekleşen toplam bedeli 18.349.051,22 Avro olarak gerçekleşmiştir. Bu bedelin:

- % 72,15'i (13.238840,46 Avro) Avrupa Birliği tarafından,
- % 8,36'sı (1.533.980,68 Avro) Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından,
- % 19,49'u (3.576.230,08 Avro) Konya Büyükşehir Belediyesi öz kaynaklarından karşılanmıştır.

1.Bölgede bulunan katı atık düzenli depolama sahasına 02 Mayıs 2017 tarihinden itibaren Selçuklu, Meram, Karatay ve Çumra ilçe belediyelerince toplanan katı atıklar gelmektedir. Sahaya gelen katı atık miktarı ortalama 1.500 ton/gün olmak üzere yıllık ortalama 550.000 tondur. Gelen tüm atıklar 120 ton/saat kapasiteli ayrıştırma tesisinde ayrıştırılarak geri dönüşümü mümkün olanları ekonomiye kazandırılmaktadır.

Görsel 4. Ayrıştırma Tesisi



Kaynak: KBB, 2023.

Değerlendirilemeyen atıkların bir kısmı Termal Bertaraf Tesisi yakıt hammaddesi olarak işlenmektedir. Bu amaçla Termal Bertaraf Tesisi kurulmuştur. 2020 yılı içerisinde 822 ton/gün atık yakma kapasitesine sahip Termal Bertaraf Tesisi inşaatı tamamlanarak 17.12.2020 tarihinde lisans alınmıştır. Lisans kapasitesi 25,56 MW/saat olup, ilk etapta 13,33 MW/saat kapasiteli yakma tesisi kurulmuştur. Deneme yakmasına başlanmıştır olup, eksikler tamamlanmaktadır.

Görsel 5. Termal Bertaraf (Yakma) Tesisi



Kaynak: KBB, 2023.

Organik atıkların bir kısmı ve park bahçe atıkları karıştırılarak Kompost Tesisinde kompost üretilmektedir. En son ekonomik değeri olmayan atıklar düzenli depolanmaktadır.

Görsel 6. Kaşınhanı Düzenli Depolama Sahası



Kaynak: KBB, 2023.

Görsel 7. Kaşınhanı Elektrik Üretim Tesisi



Kaynak: KBB, 2023.

Depolanan atıklardan oluşan gazlardan enerji üretimi yapılmaktadır. Şu an itibariyle ortalama 8 MW/saat kapasite ile elektrik enerjisi üretilmektedir.

Depolama sahasında oluşan sızıntı suları arıtma tesisinde arıtılmaktadır. Toplanan tıbbi atıklar Tıbbi Atık Sterilizasyon Tesisinde sterilize edilerek bertaraf edilmektedir. 31 ilçedeki sağlık kuruluşlarından 4 adet lisanslı araç ile toplanan günlük ortalama 10 ton tıbbi atık, tesiste sterilizasyona tabi tutulmaktadır. Steril hale getirilen tıbbi atıklar evsel depolama alanında depolanarak bertaraf edilmektedir. Tıbbi atıklar basınçlı buharla sterilizasyon (otoklav) yöntemi ile sterilize edilerek düzenli depolama sahasında bertaraf edilmektedir.

4.2. Bölge (Akşehir, Tuzlukçu, Yunak, Çeltik, Ilgın, Doğanhisar, Kadınhanı, Sarayönü)

Akşehir’de bulunan mevcut düzenli depolama sahası kullanılmaktadır. 3 adet transfer istasyonu (Argıthanı, Büyükhasan ve Ladik) öngörülmektedir. Yaklaşık yıllık atık miktarı 95.000 ton’dur. Akşehir katı atık düzenli depolama sahası 2012 yılında işletmeye alınmıştır. Sahanın işletmesi ve çöp gazından elektrik enerjisi üretimi işi Cihanbeyli Katı Atık Düzenli Depolama Sahası ile birlikte ihale edilmiştir. Sahada 0,8 MW/saat kapasiteli Metan Gazından

Elektrik Enerjisi Üretim Tesisi kurulmuş olup, Ekim 2018 itibariyle enerji üretimine başlamıştır. Şimdilik ortalama 0,35 MW/saat kapasiteyle üretim yapılmaktadır.

Görsel 8. Akşehir Katı Atık Düzenli Depolama Sahası



Kaynak: KBB, 2023.

Görsel 9. Ladik Transfer İstasyonu



Kaynak: KBB, 2023.

4.3. Bölge (Cihanbeyli, Kulu, Altnekin)

Cihanbeyli’de bulunan mevcut düzenli depolama sahası kullanılmaktadır. Altnekin, Kulu ve Yeniceoba olmak üzere 3 adet transfer istasyonu (Kulu, Altnekin ve Yeniceoba) bulunmaktadır. Yaklaşık olarak yıllık atık miktarı 44.000 ton’dur. Saha ilk olarak 2008 yılında işletmeye açılmıştır. Sahanın işletilmesi Akşehir katı atık düzenli depolama sahası ile birlikte ihale edilmiştir. Gerekli ölçümler ve fizibiliteden sonra enerji üretim tesisi kurularak, gerekli izin ve lisans alınarak 01 Mart 2021 tarihinde üretime başlanmıştır. Tesis 1 motor ile 1,56 MW/saat üretim kapasitesine sahip olup, ortalama 0,4 MW/saat kapasiteyle üretim yapmaktadır.

Görsel 10. Akşehir Enerji Üretim Tesisi

Kaynak: KBB, 2023.

Görsel 11. Kulu Transfer İstasyonu

Kaynak: KBB, 2023.

Görsel 12. Cihanbeyli Enerji Üretim Tesisi

Kaynak: KBB, 2023.

4.4. Bölge (Ereğli, Karapınar, Emirgazi, Halkapınar)

4. Bölgede henüz düzenli depolama sahası yoktur. Düzenli depolama tesisi için Ereğli-Karapınar yolunun 30. km sinde bulunan Ereğli'nin vahşi depolama sahası planlanmıştır. 1 adet transfer istasyonu yapılması öngörülmektedir. Yaklaşık yıllık atık miktarı 75.000 ton olacağı tahmin edilmektedir. Mevcut durumda 4. Bölgede Ereğli'de bulunan depolama sahası kullanılmaktadır. Sahaya Ereğli ve Karapınar'ın atıkları gelmektedir. Ereğli sahaya kendisi getirmekte, Karapınar'ın atıklarını ise Karapınar'da geçici olarak yapılan basit aktarma merkezinden Belediyemiz taşımaktadır. Halkapınar ve Emirgazi kendi imkanları ile mevcut

sahalarını kullanmaktadırlar. Ereğli katı atık düzenli depolama sahası yapımı için çalışmalar devam etmektedir. İlk olarak proje ihalesiyapılmıştır. İhale kapsamında fizibilite raporu, ÇED raporu onaylanmış ve uygulama projelerihazırlanmaktadır.

Düzenli depolama işleri devam ederken diğer taraftan mevcut sahanın işletilmesi için 30.07.2019 tarihinde 'Ereğli Katı Atık Depolama Sahasında Oluşan Deponi Gazından Enerji Üretim Tesisi Kurulması ve İşletilmesi' ihalesi yapılmıştır. İş kapsamında mevcut durumda sahanın işletilmesi, enerji üretim tesisinin kurulması ve yapılacak düzenli depolama sahasının işletilmesi yapılacaktır. Kurulan enerji üretim tesisine 2020/Ekim ayında 3,082 MW lisans alınarak 1,541 MW kapasiteli tesis kurulmuş olup, 2021/Şubat ayında üretime başlamıştır. Halihazırda 0,5 MW/saat kapasite ile üretim yapılmaktadır.

Görsel 13. Ereğli Enerji Üretim Tesisi



Kaynak: KBB, 2023.

4.5. Bölge (Beyşehir, Seydişehir, Hüyük, Derebucak, Derbent, Bozkır, Güneysınır, Taşkent, Hadim, Ahırlı, Yalınhüyük)

5. Bölgede düzenli depolama sahası ve transfer istasyonu henüz bulunmamaktadır. Mevcut durumda 5. Bölgede bulunan bütün ilçeler kendi sınırlarında bulunan depolama sahalalarını kullanmaktadırlar. Büyük ilçelerden Beyşehir, Seydişehir ve Bozkır ilçelerinin sahalaları Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından ihale yöntemiyle işletilmektedir. Bölgedeki diğer ilçeler ise kendi imkânları ile işletilmektedir. Bölgede yapılması planlanan transfer istasyonları ile atıklar merkezde bulunan düzenli depolara taşınarak bertaraf edilecektir.

5. Tıbbi Atıklar

Konya'daki sağlık kuruluşlarından ve sanayi tesislerinden kaynaklanan tıbbi atıkların ayrı toplanması, taşınması ve bertarafı işlemleri 25.01.2017 tarih ve 29959 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 'Tıbbi Atıkların Kontrolü Yönetmeliği' çerçevesinde yürütülmektedir. 'Tıbbi Atıkların Toplanması, Taşınması ve Sterilizasyon Tesisinin Kurulması ve İşletme Hakkının 10 (on) Yıllığına Kiraya Verilmesi İş'i' 22.05.2007 tarihinde ihale edilmiştir. Tesis 22.07.2008 tarihinde işletmeye alınmış ve 31.12.2017 tarihinde sözleşme süresi sona ermiştir. Tıbbi atıkların toplanması, taşınması ve bertarafı çalışmaları, 24.01.2017 tarihinde ihalesi gerçekleştirilen 'Konya Katı Atık Düzenli Depolama Sahasında Katı Atıkların Bertaraf Edilerek Elektrik Enerjisi Elde Edilmesi İçin Gerekli Tesislerin Kurulması ve Sahanın İşletilmesi' işi kapsamında Ocak-2018 tarihinden itibaren tesislerin lisansının yenilenmesi ile birlikte devam etmektedir.

Konya'nın 31 ilçesinde bulunan hastane, diyaliz merkezi, aile sağlığı merkezi, özel muayenehane, ağız ve diş sağlığı muayenehanesi, özel diş polikliniği, genel poliklinik, özel dâhili cerrahi muayenehanesi, reviri bulunan sanayi ve üretim tesisi, sağlık kabini, veteriner hekim kliniği gibi 1.200 sağlık kuruluşundan 300 ton tıbbi atık toplanmaktadır. Toplanan bu atıklar sterilizasyon işlemine tabi tutulmaktadır. *Tıbbi Atık Sterilizasyon Tesisi'*nde öğütülerek basınçlı buhar yöntemiyle sterilize edilen bu atıklar, daha sonra Konya Katı Atık Düzenli Depolama Sahasında depolanmaktadır. Tıbbi atıklara ait tartım verileri ve atık beyanları Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı'nın MOTAT sistemi üzerinden online olarak kayıt altına alınmaktadır. Tüm sağlık kuruluşlarının tıbbi atık verileri bu sistem üzerinde kayıt altına alınarak Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından denetlenmektedir.

SONUÇ

Küresel olarak dünya nüfusunun % 50'sinden fazlası kentlerde yaşamaktadır. 2045 yılına kadar dünya kentli nüfusu 1,5 kat artarak 6 milyara çıkacağı tahmin edilmektedir (worldbank.org, 2023b). Yalnızca bu gelişme dahi şehirleri yönetenlerin ve özellikle de belediyelerin kentleşmeyi planlamak, artan nüfusun temel hizmetleri ve altyapıyı sağlamak, uygun fiyatlı konutlar inşa etmek, atık yönetimi ve geri dönüşümü sağlamak gibi artan görevlerinde hızlı hareket etmelidirler.

İnsan faaliyetlerinin artması ile birlikte doğal kaynakların tükenme tehlikesi de artmaktadır. Sınırlı olan kaynakların verimliliğinin sağlanması için, geri dönüşüm bilincinin artması, atıkların geri kazanımının sağlanması, sürdürülebilir bir atık yönetiminin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Evsel, endüstriyel, ticari, sınai veya zirai faaliyetlerdeki prosesler sonucunda ortaya çıkan atık miktarı sürekli olarak artmaktadır. Atıklarla mücadelede kullanılacak fonların yetersiz olması, doğal yaşam alanlarının ve enerji kaynaklarının sınırlı hale gelmesi, üretilen ürünlerde çevre dostu malzemelerin yaygın olarak kullanılmaması gibi faktörler her toplumda katı atık yönetiminin önemini giderek artırmaktadır. Çağdaş ve sürdürülebilir atık yönetim stratejilerinin belirlenmesinde küresel, ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde güncel ve etkin eğitim programlarının düzenlenmesi kaçınılmaz bir ihtiyaçtır. Belediyelerin katı atık mevzuatına uymaları konusunda denetimler ciddiyetle yapılmalıdır. Merkezi yönetim bir katı atık hesap verme standardı oluşturmalı ve bunu denetlemelidir. Belediyeler katı atık konusunda uzman ekipler kurmalı ve değişen koşullar dikkate alınarak sürekli eğitim verilmelidir.

Konya Büyükşehir Belediyesi il sınırları içindeki 31 ilçe belediyesini mesafelere göre 5 bölgeye ayırmıştır. Her bölgede depolama sahaları ile transfer istasyonları belirlenmiştir. Toplam 5 depolama sahası, 13 transfer istasyonu planlanmıştır. Bunlardan 3 depolama sahası, 5 transfer istasyonu yapılarak faaliyete geçirilmiştir. Diğerleri için ihale çalışmaları devam etmektedir. Merkez ilçelerin bulunduğu ve nüfusun yoğun olduğu 1. Bölgede katı atık yönetiminde hızlı ilerleme kaydedilmiştir. Avrupa Birliği ve Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı'nın yanı sıra Büyükşehir Belediyesi öz kaynakları ile finansmanı sağlanmıştır. Ancak nüfusun görece yoğun olmadığı diğer bölgelerde katı atık yönetimi çalışmaları yeterli değildir. Tıbbi atıkların toplanması ve bertaraf edilmesi konusunda da önemli adımlar atılmıştır.

Belediyeler katı atık yönetimi konusunda koordinasyonun yegâne sağlayıcısıdır. Belediyeler farklı yöntem ve iletişim kanalları kullanarak toplumun tüm kesimlerine ulaşmalı, çevre ve atık bilincini bireylere aktarmalıdır. Her türlü iletişim araç ve teknolojileri aracılığıyla farkındalık oluşturulmalıdır. Okullarda öğrencilere dönük atık veya geri dönüşüm gibi etkinlikler ve projelere destek verilmelidir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Bu çalışmada içerisinde sunduğumuz verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimizi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumuzu, çalışmada yararlandığımız eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimizi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımızı, çalışmanın özgün olduğunu bildiririz. Aksi bir durumda aleyhimize doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimizi beyan ederiz.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Yazarların katkıları eşit orandadır.

Çıkar Beyanı

Herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

- Amasuomo, E. ve J. Baird (2016). "The Concept of Waste and Waste Management". *Journal of Management and Sustainability*, 6 (4), 88-96.
- Ayaz, Ç. E. ve H. Yavaş (2021). "Büyükşehir Belediyelerinde Stratejik Atık Yönetimi: Stratejik Hedefler ve Uygulama Sonuçları". *Journal of Awareness*, 6 (1), 39-57.
- BBC (2019). *Hangi Ülke Ne Kadar Çöp Üretiyor, Ne Kadarını Dönüştürüyor?*, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-48851661> (18.12.2022).
- Bilgi, Ü. A. ve E. Ü. Deveci (2022). "Waste Management Practices Towards Low Carbon Cities". *Environmental Research and Technology*, 5 (1), 84-93.
- Banerjee, T., A. P. Nair ve M. S. Smitha (2023). Hazardous Waste Management: Lessons from Developed Countries. *Waste Management and Resource Recycling in the Developing World*. (Ed. P. Singh, P. Verma, R. Singh, A. Ahamad and A. C. S. Batalhao), Amsterdam: Elsevier.
- Baud, I., S. Grafakos, M. Hordijk ve J. Post (2001). "Quality of Life and Alliances in Solid Waste Management". *Cities*, 18 (1), 3-12.
- Bozkurt, Y. ve S. Emekçi (2020). *Kentsel Katı Atık Yönetiminde Belediyelerin Rolü*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Cerqueti, R., M. Cinelli ve F. Minervini (2021). "Municipal Waste Management: A Complex Network Approach with an Application to Italy". *Waste Management*, 126, 597-607.
- Coğrafyabilim (2017). *Atıklar Nasıl Sınıflandırılır?*, <https://cografyabilim.net/2017/11/08/atiklar-nasil->

- Steiner, M. ve U. Wiegel (2009). *Katı Atık Yönetimi Atık Yönetiminin Temellerine Yönelik Rehber Kitap*. Ankara: Eflatun Yayınevi.
- T24 (2018). *İsveç, Atıkların %99'unu Nasıl Geri Dönüştürüyor?*. <https://t24.com.tr/haber/isvec-atiklarin-yuzde-99unu-nasil-geri-donusturuyor,610201> (18.12.2022).
- Tekin, Ö. F. (2020). *Evsel Katı Atık Yönetimi ve Geri Dönüşüm*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Tezel, Ö. ve E. Yıldız (2020). "Sürdürülebilir Atık Yönetimi Uygulamalarında Dünya ve Türkiye Karşılaştırması: Edikab Örneği". *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 9 (2), 35-48.
- The World Bank (2023a). *Trends in Solid Waste Management, What a Waste 2.0 a Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050*. https://datatopics.worldbank.org/what-a-waste/trends_in_solid_waste_management.html (01.09.2023).
- The World Bank (2023b). *Urban Development*, <https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment> (05.08.2023).
- Vesilind, P.A., S. M. Morgan ve L. G. Heine (2014). *Çevre Mühendisliğine Giriş*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Wilson, D. C., L. Rodic, M. J. Cowing, C. A. Velis, A. D. Whiteman, A. Scheinberg, R. Vilches, D. Masterson, J. Stretz ve B. Oelz (2015). "Wasteaware Benchmark Indicators for Integrated Sustainable Waste Management in Cities". *Waste Management*, 35, 329-342.
- Zülfikar, H. ve N. Beken (2014). "Belediyeler ve Çevre Hizmetleri Üzerine Analitik Bir Bakış: Türkiye Örneği". *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (66-67), 75-100.

EXTENDED ABSTRACT

Globally, more than 50% of the world's population lives in cities. It is estimated that the world urban population will increase 1.5 times to 6 billion by 2045. This development alone requires city administrators, and especially municipalities, to act quickly in their increasing duties, such as planning urbanization, providing basic services and infrastructure to the growing population, building affordable housing, and ensuring waste management and recycling.

With the increase in human activities, the danger of depletion of natural resources also increases. In order to ensure the efficiency of limited resources, it is necessary to increase recycling awareness, ensure the recovery of waste, and implement sustainable waste management. The amount of waste generated as a result of processes in domestic, industrial, commercial, industrial or agricultural activities is constantly increasing. Factors such as insufficient funds to be used in the fight against waste, limited natural habitats and energy resources, and the lack of widespread use of environmentally friendly materials in manufactured products gradually increase the importance of solid waste management in every society. It is an inevitable need to organize up-to-date and effective training programs at global, national, regional and local levels in determining contemporary and sustainable waste management strategies. Inspections should be carried out seriously to ensure that municipalities comply with solid waste legislation. The central government should establish and monitor a solid waste accountability standard. Municipalities should establish teams

specialized in solid waste, and continuous training should be provided, taking into account changing conditions.

As a result of the population shift from rural to urban areas, the duties and responsibilities of municipalities within local governments have expanded. In addition, problems such as climate change, migration, depletion of natural resources, sustainability, which are global public goods, and the social municipalism movement have caused municipal services to increase qualitatively and quantitatively. As of today, municipal services are not limited to roads, sidewalks, sewage, public transportation, water and grave services. Developments in economic and social life have increased the duties and responsibilities of both the central administration and local governments in terms of quality and quantity. Many new activity areas, such as disadvantaged groups, green areas, air pollution, waste management, and barrier-free living services, are among the duties of municipalities.

With the increase in population in cities, activities such as production, consumption, distribution, marketing and transportation have started to become more intense. As production, investment and employment opportunities are concentrated in cities, this also results in increased consumption and environmental pollution. Solid, liquid and gaseous wastes generated as a result of economic activities fall into the field of intervention and struggle of municipalities. Concerns arising from the economy, health, environment and well-being have caused solid waste management to remain up-to-date.

Waste recycling relies heavily on local, regional and national waste management. Environmental regulatory bodies, especially municipalities, want to reduce health risks and increase the efficiency of waste collection and disposal systems. Developing countries experience problems such as lack of financing, lack of waste awareness, lack of experts and unqualified personnel. The adoption of advanced technologies common in developed countries can lead to significant improvements in the waste management conditions of developing countries.

Building cities that work, green, resilient and inclusive requires intense policy coordination and investment options. Central and local governments have an important role to play by taking immediate action to shape the future of sustainable development and create opportunities for everyone. Municipalities are the main institutions that should be used in solid waste management. While some services carried out by municipalities affect the environment, some directly perform the task of solid waste management. Municipalities stand out with their environmental responsibilities, as they are closest to local life and are democratic social life organizations.

Solid waste studies in Konya province are carried out within the framework of the Environmental Law, Waste Management Regulation, Regulation on Regular Storage of Waste and relevant circulars. Konya city solid waste management studies were divided into 5 regions according to distances, covering 31 district municipalities, within the scope of Law No. 6360, which was enacted in 2014 and redefined the boundaries of metropolitan municipalities. Storage areas and transfer stations have been determined in each region. A total of 5 storage areas and 13 transfer stations are planned. Of these, 3 storage areas and 5 transfer stations were built and put into operation. Tender work is ongoing for the others.

Konya Metropolitan Municipality has divided the 31 district municipalities within the provincial borders into 5 regions according to distance. Storage areas and transfer stations have been determined in each region. A total of 5 storage areas and 13 transfer stations are planned. Of these, 3 storage areas and 5 transfer stations were built and put into operation. Tender work is ongoing for the others. Rapid progress has been made in solid waste management in the 1st Region, where the central districts are located, and the population is dense. It was financed by the European Union and the Ministry of Environment, Urbanization and Climate Change, as well as the Metropolitan Municipality's own resources. However, in other regions where the population is relatively low, solid waste management efforts are not sufficient. Important steps have also been taken regarding the collection and disposal of medical waste.

There are hospitals, dialysis centers, family health centers, private clinics, oral and dental health clinics, private dental polyclinic, general polyclinic, private internal surgery clinics, industrial and production facilities with infirmaries, health cabins and veterinary clinics located in 31 districts of Konya. 300 tons of medical waste is collected from 1,200 health institutions. These collected wastes are subjected to a sterilization process. These wastes are ground and sterilized by pressurized steam method in the Medical Waste Sterilization Facility and are then stored in Konya Solid Waste Regular Landfill.

Municipalities are the sole providers of coordination regarding solid waste management. Municipalities should reach all segments of society by using different methods and communication channels and convey environmental and waste awareness to individuals. Awareness should be created through all kinds of communication tools and technologies. Activities and projects such as waste or recycling for students should be supported in schools.

KENTSEL MİRASIN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNE YÖNELİK RESTORASYON UYGULAMALARI (BURSA TARİHİ MAHKEME HAMAMI)¹

Duygu İLKHAN SÖYLEMEZ²
Nihal GÜNEŞ AY³

Öz

1421 yılında Çandarlı İbrahim Paşa'nın oğlu İbrahim Paşa tarafından yaptırılan Mahkeme Hamamı daha önce 1490, 1495 ve 1953 yıllarında onarım görmüştür. Kentlerin hafızasını koruması ve gelecek nesillere tarihi ve kültürel yapıların aktarılması adına yerel yönetimler önemli görevler üstlenmektedirler. Bursa Büyükşehir Belediyesi de bu alanda tarihi yapıların sürdürülebilirliğine yönelik olarak bu yapının aslına sadık kalınarak restorasyonunun yapılmasını sağlamıştır. Bu çalışmada, Bursa ilinde yer alan ve Bursa Büyükşehir Belediyesi tarafından restorasyonu yapılan Mahkeme Hamamı'nın öncesi ve sonrası ile ele alınarak ne bakımdan doğru bir restorasyon çalışması olduğu değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler

Yerel Yönetimler
Kentsel Miras
Restorasyon
Belediye
Bursa Büyükşehir Belediyesi

Makale Hakkında

İnceleme Makalesi
Gönderim Tarihi : 08.09.2023
Kabul Tarihi : 18.10.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357269

¹ Bu makale, 27-30 Eylül 2022 tarihleri arasında yapılan International Congress on Engineering and Agricultural (ENAG 2022)' de bildiri olarak sunulan çalışmanın genişletilmiş ve güncellenmiş halidir.

² Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Seyahat, Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, e-posta: duyguilkhan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5707-1542.

³ Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, Kadınhanı Faik İçil Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, e-posta: nihalay@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9788-7872.

RESTORATION FOR THE SUSTAINABILITY OF URBAN HERITAGE APPLICATIONS (THE BURSA HISTORICAL COURTHOUSE TURKISH BATH)

Abstract

The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath, which was built in 1421 by İbrahim Pasha, the son of Çandarlı İbrahim Pasha, was previously repaired in 1490, 1495 and 1953. Local governments play an important role in preserving the memory of cities and transferring historical and cultural structures to future generations. Bursa Metropolitan Municipality has also ensured that this building is restored by staying true to its original for the sustainability of historical buildings in this area. In this study, the The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath, located in the province of Bursa and restored by the Bursa Metropolitan Municipality, is discussed with its before and after, and it is evaluated in what respect it is a correct restoration work.

Keywords

Local Governments
Urban Heritage
Restoration
Municipality
Bursa Metropolitan Municipality

Article Info

Review Article

Received : 08.09.2023
Accepted : 18.10.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1357269

Citation Information: İlhan Soylemez, D. and Gunes Ay, N. (2023). Restoration for the Sustainability of Urban Heritage Applications (The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath). Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 293-300.

Kaynakça Gösterimi: İlhan Söylemez, D. ve Güneş Ay, N. (2023). Kentsel Mirasın Sürdürülebilirliğine Yönelik Restorasyon Uygulamaları (Bursa Tarihi Mahkeme Hamamı). Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 293-300.

INTRODUCTION

Cities are dynamic entities that continually evolve and adapt to changing circumstances. With the influx of immigration, the societies residing within them play a key role in shaping the city's transformation in various ways while simultaneously undergoing their own transformations. Within the context of historical continuity, cities serve as repositories of memories from the past that are transmitted to future generations. Cultural heritage can be broadly classified into two categories. On one hand, there exists heritage that takes on a tangible form, including archaeology, art, movable artefacts, architecture and landscape. On the other hand, there is a form of heritage that has captivated the interest of the global society, which is known as Intangible Cultural Heritage. Human creativity extends beyond constructing prestigious buildings or producing valuable objects; it also emerges from the ability to create unique cultural forms that may not be physical. Resulting cultural expressions, like ceremonies and religious rites, provide insight into a particular era. Intangible heritage denotes the cultural wealth of a society that requires careful preservation because it is more fragile than material heritage. It is in danger of disappearing with its traditional custodians (Barillet et al., 2006). The emergence of tangible cultural heritage is linked to intangible cultural heritage. Mankind's water approach through religious beliefs and traditions has resulted in the establishment of structures or monuments related to water. Baths are a prominent feature of historical structures. This paper focuses on the restoration process of the Court Bath, a historical bath facility, undertaken by the Bursa Metropolitan Municipality. The study analyses the works performed by municipalities to preserve tangible cultural heritage and subsequently ensure that intangible heritage is not forgotten.

The aim of this research is to examine how The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath, constructed in 1421 by İbrahim Paşa, the son of Çandarlı İbrahim Paşa, has ensured the sustainability of a historical and cultural structure. The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath, which has undergone renovations in 1490, 1495, and 1953 throughout its historical timeline, represents a significant architectural element in Bursa, preserving the urban memory of the city. Local administrations play a crucial role in the preservation of such structures of historical and cultural value and in passing them down to future generations.

In this context, the Bursa Metropolitan Municipality has undertaken the restoration of The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath, ensuring that it is faithfully restored to its original state. This study aims to evaluate this restoration process by comparing the pre-restoration and post-restoration states, highlighting how this process was carried out correctly.

The research methodology involves a detailed examination of the restoration process of The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath. By utilizing documents, photographs, and architectural analyses related to the restoration process, it is demonstrated that an approach emphasizing the preservation of the original features of the structure was followed, highlighting the historical and cultural significance of the restoration.

The findings of this study indicate that the restoration of The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath was carried out correctly, contributing to the preservation of the historical structure and its transmission to future generations. Emphasizing the importance of

such restoration projects in the preservation of the historical and cultural heritage, this study underscores the role of local administrations in such endeavors.

1. Sustainable Urban Heritage and Local Governments

Sustainable management of cultural heritage is vital in preserving the long-term relationship between heritage, society, and the environment. The creation and promotion of social awareness on the significance of heritage conservation are integral to sustainable cultural heritage management. A participatory approach to conservation is a key aspect in achieving this goal. The objective of conservation through a participatory method in sustainable management is not to separate the value from society, but rather to convey the value to society and guarantee that the value of cultural heritage contributes to economic and social progress. In participatory methodologies, cultural heritage values must be employed in a manner that is both socially and culturally sustainable. It is essential that preservation of the value's integrity be ensured, and that cost-effective utilization not lead to destruction (Öksüz Kuşçuoğlu and Taş, 2017).

Local governments are defined in the 1982 Constitution as public legal entities established by law to meet the common local needs of the provinces, municipalities or villages, with their decision-making bodies being elected by the electorate as specified in the law. Article 27 provides this definition in detail. Local governments are responsible for protecting, improving, and developing historical and cultural values, as they are the closest administrative unit to the city and its people. City and regional zoning plans are established by municipalities, who must ensure that these plans do not compromise the historical urban texture of the region. Furthermore, to ensure the continuity of cultural heritage protection, it is crucial to grant local governments more responsibilities and authority in international legal frameworks (Basmaçlı, 2018).

2. Restoration of The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath

Historical buildings, which have inherited from the past and witnessed various eras, are among the most significant representatives of our culture. These structures, carrying traces from the times they were built, need to be preserved, sustained, and passed on to future generations in the best possible way. The materials commonly used in historical buildings are natural stone, bricks, and original mortars used to provide stability. Thanks to these durable building materials, the number of monuments that have defied centuries and reached our present day is quite extensive. However, due to reasons such as societal negligence, human-induced damage, adverse environmental effects, natural disasters, and incomplete application of preservation principles, there are also structures that are in ruins or completely lost.

The construction techniques used in historical buildings are unique to themselves but are generally constructed in a 'masonry' style. Historical masonry structures are buildings composed of walls made by combining materials like natural stone or bricks sourced from the region, using a binding mortar. The masonry walls, both horizontally and vertically, serve as load-bearing elements within the structure.

Law No. 2863, dated 23.07.1983, aims to regulate actions and procedures for the protection of cultural and natural assets as mandated by the Culture and Natural Heritage

Protection Law. It introduces a key distinction by specifying a timeframe for the protection of natural assets and emphasizing the importance of registering structures built after the late 19th century. Since 1983, various changes and amendments, some of which were annulled by the Constitutional Court, have been made to Law No. 2863. The responsibility for procedures related to our historical artifacts, a vital component of our cultural heritage, including excavation permits and inspections in the artifact's location, falls under the jurisdiction of the Ministry of Culture and Tourism.

Restoration is the process of intervening in a historical artifact to halt its damage and address structural issues once the damages and their causes are understood. The principle of causing the least harm to the artifact should guide these efforts. Using construction techniques that are true to the original and preserving the spatial integrity without altering the layout is crucial. A successful outcome can be achieved through a coordinated effort involving various fields of expertise. Additionally, for seismic resilience, it is important to adhere to seismic regulations and guidelines (Çubuk, 2023: 15).

The dictionary meaning of the word hamam (hammâm), which derives from the root hamm (hamem) meaning to warm; to be warm in Arabic, is a place that warms and is used in the meaning of a place for bathing. Its Persian equivalent is germâb. Hammam is a facility built for people to wash by heating the water. Although the structures in which the water gushing out from under the ground, which have healing properties against some diseases thanks to the presence of chemical substances in them, are sometimes called hammam, they are called spa in Turkish and ılıca due to the fact that the water is usually naturally hot. The most important feature that distinguishes spas from baths is the large pool in the centre of the large bathing place (Eyice, 1997).

Since ancient times, humans have utilised spas to cleanse their bodies and souls, safeguard their health, and treat various ailments. They employed the natural clarity of water and air that comprise the universe, as well as sought ways to utilise earth and fire optimally. They experienced relief by immersing themselves in water and mud in diverse geographical locations. Healing medicine was employed for the purification of the soul and body. The use of water for purification has led to the development of various cultures. For instance, the Indians in the Ganges and the Egyptians in the Nile both used water for ritual cleansing, aligning with their beliefs by attributing divine properties to water. Water embodies the junction between life and purification, representing essential cleansing and washing. It is noteworthy that enclosed bathing rooms first emerged as a means of purifying sea and river water in ancient Greece, while on coasts, such facilities became private establishments. These buildings later evolved into centres of civil architecture.

It served as the origin of the baths, a vibrant aspect of Turkish culture. The Turkish Bath, introduced to Anatolia by the Seljuks in the first century, is the most significant feature of civil architecture during the Ottoman period and an essential part of daily life. The architectural and bathing culture brought by the Seljuks have made the Turkish Bath a crucial component of Anatolian culture (Bozok, 2005).

The abundance of water in Bursa and the importance people attached to cleanliness led to the formation of a bath culture. Generally, women used to go to the bathhouse once a week,

early in the morning, taking their small children with them. This was a traditional event and was also turned into a feast. Various foods were prepared the day before. All the women of the neighborhood would go to the hammam together on that day. Mostly these days were on Fridays or Sundays. Baths have an important place in the social life of Bursa today as they did in the past. Baths are not only places for cleaning and entertainment in Bursa social life. Baths are also places where wishes are made and offerings are made. When people's wishes come true, they cover the income of the bath for a day and allow people to benefit from the baths free of charge (Sarıtunç, 2019).

According to the 1945 issue of the Uludağ Bursa People's House Journal, there are 36 baths in the centre of Bursa built since 1866, and The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath is in the first place in this list (Sarıtunç, 2019).

The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath was constructed as a duplex thermal bath comprising separate sections for males and females. Each section encompasses areas for undressing, chilly environs, warm spaces, halvet quarters, water reservoir, and fireplace chambers. In 2010, the Bursa Metropolitan Municipality undertook restoration efforts that successfully concluded in 2011. Today, while one part of the building continues its original function, the other part is used as a cultural centre (GoBursa, n.d.).

The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath is a notable and opulent bathhouse in Bursa, often described as the city's most beautiful and well-endowed double bathhouse. The exterior walls are constructed with a combination of coarse ashlar stone and alternating rows of bricks. The building boasts multiple domes with polygonal bases and features a wide array of transitional elements. Mukarnas is used extensively, albeit in a stylized manner. The hot room alcoves come in various shapes, arranged to create patterns, and are covered with colorful glass, which adds an interesting decorative element to the structure (Kula Say, 2007: 189).

The Çandarlı İbrahim Pasha bath, with an area of around 1,500 square metres, was constructed approximately 600 years ago. One section of the bath, made up of two parts, is still used for bathing and was intended for women's use. The other section was meant for cultural activities and is still organized as such today (Şehir Postası, 2011).

Reinstating the Bursa Historical Courthouse Turkish Bath to its former glory marks a significant step towards Bursa's goal of becoming an 'Open-Air Museum,' according to Mayor Recep Altepe. He mentioned that the historical structure, which was constructed in 1421 by Çandarlı İbrahim Paşa and underwent renovations in 1490 and 1953, has now found its place in the city's skyline (Bursa Hakimiyet, n.d.). Mayor Altepe emphasized that all the historical buildings they have acquired in Bursa have been transformed into vibrant spaces. He explained that in the case of The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath, the women's section will be restored to its original function as a bathhouse, while the men's section will serve as a Cultural Center, taking into account the area's needs. This historical cultural center will be available for various activities and gatherings, catering to local schools, civil society organizations, and the general public (Biçer, 2019).

The restoration process has been carried out with great care, showing deep respect for the historical features. The restoration of the structural walls with original materials, the

meticulous preservation of portable embellishments, and the delicate reconstruction of decorative details have all ensured the faithful preservation of the former grandeur of the Bursa Historical Courthouse Turkish Bath. The restoration team has demonstrated meticulous work to understand and apply the original construction techniques. This restoration has not only preserved the past but has also enhanced Bursa's cultural richness and tourism potential. The Bursa Historical Courthouse Turkish Bath now serves as a historical venue for both the local community and visitors. Additionally, the restoration process has increased employment in the region and encouraged skill development.

CONCLUSION

Turkish baths provide not only personal cleanliness and health advantages but also fulfill important societal functions, including fostering social connections, preserving cultural heritage, and contributing to the tourism industry. Hence, Turkish baths hold significant importance in both physical and cultural aspects of Turkish society.

The aim of management plans for conserving and preserving cultural heritage sites is to safeguard and enhance their exceptional universal significance for both current and future generations, whilst implementing measures to guarantee this protection. In the management plan drafted for a protected area, the plan's priorities, issues, dangers, and possibilities will be assessed. Goals must be defined to solve issues and avoid potential risks, in alignment with the area's future objectives. To attain these targets, primary strategies and action plans should be created.

Upon analysis of current studies, it is evident that the Bursa Metropolitan Municipality is committed to preserving cultural artefacts and natural heritage by means of historical restoration works. Over the past 15 years, several historical buildings have been restored. Upon analysis of current studies, it is apparent that the Bursa Metropolitan Municipality has devoted efforts towards the preservation and conservation of cultural artefacts and natural heritage sites with historical significance, including the restoration of historical buildings over the past 15 years.

A successful restoration path has been pursued, particularly with regard to historical buildings that, once restored and transformed into open public areas and spaces, have become living structures. Local administrations' efforts in preserving the urban fabric and cultural heritage extend beyond this aim. Actions aimed at ensuring citizen satisfaction and the long-term electoral success of local governments, ultimately overseen by political authorities, will be evident.

In conclusion, the restoration of the the Bursa Historical Courthouse Turkish Bath is a significant achievement in terms of preserving historical heritage and passing it on to future generations. Those involved in this project deserve recognition for their dedication to preserving historical and cultural values. The revival of the Bursa Historical Courthouse Turkish Bath not only carries this important structure into the future but also provides an opportunity to introduce and share Bursa's historical richness with a broader audience.

Research and Publication Ethics Statement

The study does not require an ethical committee approval.

Contributions of the Authors

Authors' contributions are in equal proportions.

Conflicts of Interest Statement

There is no conflict of interest.

REFERENCES

- Barillet, C., T. Joffroy, ve I. Longuet (Eds.). (2006). *A Guide for African Local Governments Cultural Heritage & local development*.
https://whc.unesco.org/en/activities/25/25%2F&usg=AOvVaw3YSCaVc_U14eB84HRwKxHq (01.09.2023).
- Basmacı, D. (2018). "Kültürel Mirasın Korunmasında Yerel Yönetimlerin Rolü: Beyoğlu Belediyesi Örneği (The Role of Local Governments In The Protection Of The Cultural Heritage: A Sample of Beyoğlu Municipality)". *AURUM Journal of Engineering Systems and Architecture*, 1 (2), 77-90.
- Biçer, S. (2019, July 25). *Mahkeme Hamamı'nda Restorasyon Tamam*,
<https://www.arkitera.com/haber/mahkeme-hamaminda-restorasyon-tamam/>
(02.09.2023).
- Bozok, D. (2005). "Türk Hamamı ve Geleneklerinin Turizmde Uygulanışı (Bursa Merkez İlçede Bir Araştırma)". *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (13), 62-86.
- Bursa Hakimiyet. (t.y.). *6 Asır Sonra Yeniden*, <https://www.bursahakimiyet.com.tr/bursa/6-asir-sonra-yeniden-119586> (31.08.2023)
- Çubuk, B. N. (2023). *Tarihi Hamamların Yapısal Analizi ve Restorasyon Uygulaması*, Yüksek Lisans Tezi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.
- Eyice, S. (1997). Hamam. *TDV İslâm Ansiklopedisi* (Cilt 15). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.
- GoBursa. (t.y.). *İbrahim Paşa Mahkeme Hamamı*. <https://www.bursa.com.tr/tr/mekan/ibrahim-pasa-mahkemehamami-416/> (03.07.2023)
- Kula Say, S. (2007). *Erken Dönem Osmanlı Hamamlarında Eğrisel Örtüye Geçiş Sistemleri*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Öksüz Kuşçuoğlu, G. ve M. Taş (2017). "Sürdürülebilir Kültürel Miras Yönetimi". *Yalvaç Akademi Dergisi*, 2 (1), 58-67.
- Sarıtuğ, B. (2019). "Bursa'da Su Kültürü ve Hamamlar". *Bursa Günlüğü*, 5, 34-41.
- Şehir Postası. (2011). *Mahkeme Hamamı gün sayıyor*. *Şehir Postası*, 11.
https://issuu.com/bursa/docs/sehirpostas___eylul-ekim2013_say__ (01.09.2023).

THE DARK SIDE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON THE BASIS OF PUBLIC ADMINISTRATION

Fatih ULAŞAN¹

Abstract

Artificial intelligence (AI) is used to build robots that understand, monitor, reason, predict, interact, learn, develop and work like humans and solve complex problems. The world is changing rapidly, robots are getting to the level where people can take their jobs, and in the future, perhaps, we are evolving into a world where robots and humans are the main actors. However, a lot of countries have recognized the serious effect of the AI on effectiveness, security, social and welfare. AI systems cause severe worries about the rule of law, equality and human rights and the possibility of the biased AI cause concerns in societies. Especially as the use of AI becomes widespread in the public administration, the emergence of the discrimination disturbs public administrators. This study focuses on the discrimination and bias problems of AI in the public administration, addresses the discrimination that arises in the AI applications in the public administration, evaluates in which areas biased problems and discriminative behaviours are most applied, and focuses on possible risks.

Keywords

Artificial Intelligence
Discrimination
Fundamental Rights
Public Administration
Technology

Article Info

Research Article

Received : 18.08.2023
Accepted : 23.10.2023
Online Published : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1345570

¹ Dr., Cumhuriyet Savcısı, Adalet Bakanlığı, e-posta: fatih_ulasan@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-3301-4823.

KAMU YÖNETİMİ TEMELİNDE YAPAY ZEKÂNIN KARANLIK YÜZÜ

Öz

Yapay zekâ, insanlar gibi anlayan, izleyen, akıl yürüten, tahmin eden, etkileşim kuran, öğrenen, geliştiren, çalışan ve karmaşık sorunları çözen robotlar oluşturmak için kullanılır. Dünya hızla değişmekte, robotlar insanların işlerini ellerinden alacak seviyeye gelmekte ve gelecekte belki de robotların ve insanların baş aktör olduğu bir dünyaya doğru evrilmekteyiz. Bununla birlikte, birçok ülke yapay zekânın etkinlik, güvenlik, sosyal hayat ve refah üzerindeki ciddi etkisini kabul etmiştir. Yapay zekâ sistemleri, hukukun üstünlüğü, eşitlik ve insan hakları konusunda ciddi endişelere yol açmakta ve yapay zekânın ön yargılı olma olasılığı toplumlarda endişelere neden olmaktadır. Özellikle kamu yönetiminde yapay zekâ kullanımı yaygınlaşırken ayrımcılığın ortaya çıkışı kamu yöneticilerini tedirgin etmektedir. Bu çalışma, kamu yönetiminde yapay zekânın ayrımcılığına ve ön yargı sorununa odaklanmakta, kamu yönetiminde yapay zekâ uygulamalarında ortaya çıkan ayrımcılığı ele almakta, önyargı sorunlarının ve ayrımcı davranışların en çok hangi alanlarda uygulandığını değerlendirmekte ve olası risklere odaklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler

Yapay Zekâ
Ayrımcılık
Temel Haklar
Kamu Yönetimi
Teknoloji

Makale Hakkında

Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi : 18.08.2023
Kabul Tarihi : 23.10.2023
E-Yayın Tarihi : 29.10.2023
DOI : 10.58702/teyd.1345570

Citation Information: Ulaşan, F. (2023). The Dark Side of Artificial Intelligence on the Basis of Public Administration. Journal of Society, Economics and Management, 4 (Special), 301-323.

Kaynakça Gösterimi: Ulaşan, F. (2023). Kamu Yönetimi Temelinde Yapay Zekânın Karanlık Yüzü. Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4 (Özel), 301-323.

INTRODUCTION

AI has started to do various tasks and connections, and productivity has increased and has become useful in many areas. AI is one of the most popular and complex topics in computer science that has been studied for decades. To a certain extent, this complexity is due to its unique, uncertain and unprecedented existence. However, especially today, AI has become significantly popular in all aspects of life and its applications are used commonly in society. However, when its effects are considered, it has the potential to cover many areas. Studies in this field started shortly after the World War II. The concept of the AI technology was first introduced by John McCarthy at the Dartmouth conference in 1956 (Moor, 2006: 86). Afterwards, studies in this field continued to increase significantly. Today, the transformation in AI takes place at an unprecedented speed and intensity. Technological developments such as big data, deep learning, AI and machine learning affect people's lives and provide the increased work efficiency, cost reduction, optimization of resources and new job opportunities. In particular, AI acquires the information simply by simulating conscious human behaviours, analyses and examines the expression methods of the information, and basically tries to imitate human behaviours such as learning, reasoning and decision making (Ulaşan, 2023: 110). It had remarkable results in designing intelligent robots from AI with recognition, natural language processing, image processing and many other features (Zhang and Lu, 2021). By transforming data into a self-reinforcing cycle, AI can greatly help people financially, scientifically and socially. Traditional professions are transformed by AI. Existing occupations and jobs come to the end, some occupations' capacity increases and decreases, and new occupations are formed. Although AI is highly likely to create many new jobs and professions, it is thought that AI will take many jobs out of people's hands, especially thanks to the automation technology. According to the World Economic Forum report in 2018, although today 71 percent of existing jobs are done by humans, it is expected that this rate will decrease to 52 percent in 2022, and that 48 percent of jobs will be done by machines and algorithms, and 14 percent of existing jobs will quickly switch to automation systems (Yükseköğretim Kurulu, 2019: 32). Also, due to AI at houses, workplaces, schools and other public spaces in the future, new contacts will occur between humans and robots, and this can bring up social and legal issues that may challenge existing legal regulations. Today, robots are typically treated as manufactured products and therefore ordinary product liability or consumer protection law is applied to robots. There are many robots that are programmed to take care of children and the elderly to perform jobs such as manufacturing, cutting, transport, assembly used in the industry and to repeat the same simple and continuous tasks. In the future, AI will advance, become more complex and become involved in people's lives. Even today the information obtained from people, surveillance and monitoring may not be regulated ethically and can legally threaten the fundamental rights and freedoms of individuals. Although governments use AI without the need for any regulation due to its complicated structure, in the future, they will need to regulate the use of the AI.

People's constant requirement for tools has driven them to work in the field of the invention of machines that resemble humans. Although there have been ideas and projects for mechanical systems during different time periods in history, the real development and robot ideas started to sprout in the 20th century and mechanical systems have been included in

people's lives in the form of auxiliary work machines. These machines are designed to help people with simple tasks and are designed to reduce people's work. The aim was to establish a production line that is faster, cheaper, tries to reach a low error rate and the same high quality. As a result of revolutionary developments and transformations in AI, big data, natural language processing, deep and machine learning systems, these machines have progressed. AI researches have tried to apply their findings on robots by focusing on nature and living things and examining their movements and behaviours. AI robots that can imitate people and work in the same environment with them have the high interaction with people and can help people and even replace them in common work areas (Gürgüze and Türkoğlu, 2018: 54). However, AI contains some threats within itself. There are some essential contemporary issues which should be dealt with such as the potential prejudices and discrimination in AI based systems. The accountability and legal standards in AI-based decision-making processes does not make a progress at the same speed at which AI makes a progress (Ulaşan, 2021). The increasing autonomy and evolution of robots are thought to challenge traditional human-made criminal law principles such as causation, shared responsibility and fault. In addition, technological developments have become more important than human rights. Autonomous weapons endanger the world. Filters and the AI technology can undermine freedom of speech. AI-assisted courts can undermine the right to a fair trial.

Bias has become a matter of debate, especially with the AI technology. Bias can be considered as a wide-ranging category of behaviours that include discrimination and other actions which demean or intimidate individuals or groups due to personal characteristics, beliefs, or expressions (Burgess, 2023). Discrimination is defined as a state of mind in which a person or group sees another person or group as an inferior as a human being based on distinguishing characteristics such as religion, language, race and gender. These people do not treat some people or groups the same way they treat other people. Discrimination is not based on rational reasons. It is known as an attitude that is formed for various reasons (experiences, misinformation and etc.). This attitude can occur especially in public institutions. Civil servants working in the public sector can discriminate more easily and more severely by taking advantage of the state power. Public administration is changing with the use of digital transformation and AI systems in public administration. Although this situation has positive features, it also includes some risks. When AI is responsible, the design, development and usage steps must be controlled and precautions must be taken for possible risks. The possibility of the use of AI in public administration to discriminate against certain individuals, groups or classes, how discrimination can occur in the chain of command and how the precautions that can be taken pose problems. One of the biggest problems of AI in public administration is the issue of the discrimination. Prejudiced approaches and models, which manifest themselves in many ways, starting from big data, which is the biggest input of AI, create doubts about the application of AI in public administration. Since AI systems are 'trained' using data, unfair results may arise if this data is discriminatory. If discriminatory issues in large data sets are not taken into consideration, it may lead to discrimination and injustice towards certain groups (Criado and Aller, 2021: 57). AI does not have any emotions and due to this, AI is considered by some people to act without prejudice. However, it is possible that AI used in selecting the data, taking samples, and measuring the data may be biased. Discrimination can become a source of national or international conflict. Sometimes

even constitutional systems and bodies may embrace the superiority of some groups. As a result, hostilities and bloody conflicts may occur. Through AI applications, it will be investigated about whether AI has the potential to change this situation and whether it will be a continuation of humans or whether AI has the potential to end discrimination will be evaluated. The aim of the article is to address discrimination situations that occur in AI applications in public administration, evaluate in which areas it is mostly applied, and analyse possible risks. The first part is devoted to the definition of the public administration, AI and the types of AI. In the second part, it introduces the definition of discrimination and related concepts, debates on the philosophical aspects of ai, key challenges in the transition from the traditional public administration to the AI public administration and aspects of discrimination reflected in AI on the basis of public administration.

1. Conceptual Framework

The approaches and theories have been put forward about how the services provided in public administration should actually form the basis of the discipline. These approaches, which have transformed and developed public administration over time, have led to the emergence of many concepts within the framework of the idea of how public services should be presented to citizens in the best way. The concept of 'public value', which is the most obvious example of this situation and which can be considered quite new in many ways with a meaning beyond the concepts in question, has emerged (Çelik and Akca, 2021: 384). The concept of public value is presented as a new approach to public administration. Values that define the nature of the relationships between individuals and society and ultimately affect how individuals or groups meet their basic needs are called 'public values'. Public value derives from social experience. Public value involves a complex connection between the individual and society through dynamic network considerations. Therefore, individual and social levels must be taken into account when creating public value. According to public value theory, responding to citizen preferences, negotiating and directing service networks, and renewing trust by increasing service quality are among the primary goals of managers. The service is directed towards multiple goals, including satisfaction, sustainability, trust and legitimacy. They must be accountable to citizens, customers and taxpayers (Köseoğlu and Tuncer, 2014: 150 and 159). Public value has received increasing attention after Moore's work *Creating Public Value* in 1995. Moore (1995) did not provide a definition of the concept in his study, but treated it as a part of the managerial process. While some of those who work on public value after him consider the concept as the value created by the state through services, laws and other actions; Another part perceived it as principles such as equality, impartiality, justice, honesty, continuity, accountability and transparency, which are at the centre of public administration. In this article, public value, which is taken as a theoretical approach, is perceived as equality and impartiality and is considered on the basis of discrimination and AI (Erten, 2021: 105-106).

1.1. Artificial Intelligence

The virtual world is called the 'virtual, cyber, digital, online/online' realm, and where everything happens on the screen and carries the mind, emotion, behaviour and speech from the real-life process to the virtual process. Monitoring or sharing real and correct information in the digital interaction is less likely than tracking or sharing untrue and false information. The transformation that societies experience in the era where cybernetics, nano-technology and digitalization elements dominate can be called as 'Digital Age, AI age, Cybernetics, Industry 4.0 or 5.0, Post-human Age' (Dağ, 2021: 176). Especially, in this age, AI is dominant and very popular. AI can be defined as the dominant concept of the Fourth Industrial Revolution as a super/umbrella concept with an interdisciplinary perspective. This definition should be used in a legal term and the boundaries of the definition should be predictable and inclusive for AI-related fields such as engineering, statistics, linguistics, logic and computer science. Since AI is utilized in a lot of different fields and its use by these fields is diverse, and it should be inclusive of its possible future developments, there is no common definition that everyone can agree on. However, although there is no consensus on it, there should at least be an accurate definition that an AI law can focus on and use. Nilsson explains AI as an activity devoted to create the intelligence of machines/robots and considers the intelligence as the feature which allows entities to work accurately and predictably in the environment. This definition suggests that humans, animals and insects can be classified as intelligent beings. For example, in a table of beings with varying degrees of the intelligence, many insects and animals are placed at the bottom end of the list (Nilsson, 2018: 13). OECD (2019:6) defines AI as "human-like cognitive functions. affecting real or virtual environments for machines fulfilling and a set of defined targets". It defines it as "a machine-based system that can make predictions, recommendations or decisions". In addition, AI can imitate human intelligence, but it is not easy to say that it happens every time (Ilić, Păun, Popović Šević, Hadžić, Jianu, 2021: 3). AI is a research area that aims to make machines do the jobs humans normally do. AI can be seen as a science that develops algorithms and AI aims to give the general features of the human intelligence to robots. Humans try to develop systems that can reveal and interpret intelligent behaviours like humans, make decisions, and produce solutions to difficulties. AI is expected to understand information, create a cause-effect relationship and derive the new information from the data in the past (Öztemel, 2021). AI is considered as a computer program with a learning mechanism and utilizes the information to make decisions in new situations, as people make. Once AI learns the information, this knowledge can be used elsewhere (Çinici and Kızılgeçit, 2023: 754-755). People are logically talented at learning complex concepts and see an object such as a melon and later recognize a different melon. But robots do not have a flexible concept of 'like'. A robot can easily recognize whether two images of a melon or two sentences are precisely the same or not. But a robot can distinguish a picture of the same melon taken from various angles or various lights and a robot can capture the visual idea of a melon. This is titled as 'generalising', or making a view rooted in resemblances in data, rather than just images or texts. This notion can be applied to things robots have not recognized before (Gershgorn, 2021).

1.2. Debates on the Philosophical Aspects of Artificial Intelligence

AI researchers and theorists claim that advanced systems with better thinking and decision-making abilities that reach human thinking abilities and surpass humans will be possible, and they even expect them to reach the human-level capacity. Contrary to these claims, some scientists agree that this possibility is impossible. Although it is an undeniable fact for most AI researchers and theorists that low-performance AI is possible, doubts about high-performance AI are still not resolved (Yeşilkaya, 2022: 120). It is necessary to briefly touch upon three well-known arguments such as 'Turing Test and Searle's Chinese Room Argument', which are among the classical propositions in terms of the philosophy of AI, and to clarify the lines of AI related to philosophy. Firstly, Alan Turing published an article in 1950 and addressed the question 'can machines think?' He created a thought experiment called the 'Imitation Game or Turing Test'. This game is played with a computer and two people, one of whom is an interrogator. Players are located in three different rooms connected to each other by telegraph, provided that there is no visual or auditory contact. The game is based on evaluating the answers given by the other two players to the questions posed by the interrogator, and as a result, the interrogator guesses which room contains a computer and which room contains a human. The main challenging part of the game is that the computer is programmed to imitate a human and tries to convince the interrogator that it is human with answers (Turing, 1950; Avaner, 2018: 183). It is understood from here that the condition for a computer to win this game is to either be able to think like a human or to deceive the interrogator in this regard. The purpose of the Turing Test is to test a machine's ability to imitate a human. The test is intended to observe a machine's ability to imitate human interactions. In the game, both the machine and the man try to imitate something that is not them. At the end of the game, if the machine performs less badly than the human, it is considered to have passed the test. In the text *Computer Mechanism and Intelligence*, Turing does not actually give a definition of thinking or intelligence. The fact that the machine passed the test shows that the machine can exhibit some form of thinking practice. Turing suggests that a properly programmed machine can act like a brain. But a machine that can imitate the human brain would be much more powerful than existing computers (Topal, 2017:1350). Secondly, the argument and thought experiment known as the Chinese Room Argument was presented by American philosopher John Searle in the article *Minds, Brains and Programs* published in the journal *Behavioral and Brain Sciences* in 1980. He argued that a digital computer executing a program could not have a 'mind', 'understanding', or 'consciousness' regardless of how intelligent they are or human-like they look like (Yüce, 2022). The Chinese Room Argument begins with the assumption that a person who speaks no language other than English is locked in a room alone. This person is given a set of cards with Chinese symbols and an English rule book. The person in the room takes a piece of paper with Chinese questions written on it and throws out another piece of paper with Chinese answers to these questions. The answers to the questions are so precise that a native Chinese speaker cannot distinguish them. Now the most important point to understand in this allegory is that the person in the room does not understand the content of these writings at all. Recognition of the symbols on the cards is completely limited to their shapes, and the association between card sequences is provided with the help of the rule book. Therefore, the person in the room just followed rules in the book and manipulated the symbols that he did not understand and did this

unconsciously. Searle thinks that this argument shows that a system can develop a program that will perfectly imitate some of the human abilities (Searle, 2004: 68; Searle, 1980). Even if a computer writes Chinese texts by combining Chinese words, it does not mean that the computer knows Chinese. The person in the Chinese Room is like a translation program running on a computer; Although it performs a successful translation, it does not understand the content of the translated expressions. What computers do in terms of language is just syntactic representation. Therefore, it has no relation with the meaning that is the semantic aspect of the language (Dore, 2012: 34). On the basis of the philosophical discussions, AI has types according to its development level. Today, 4 main types of AI can be identified:

- Reactive machines can be called as the simplest AI robot and do not obtain any memory and take actions just on the present data. This type of the AI technology just takes into account the current situation and can do a narrowed range of pre-coded tasks and works. It does not learn and use it. Every action is pre-determined before. Because an input permanently delivers the same output, the responses of these machines can simply be described as 'reactive'. For instance, a reactive machine can be the IBM Chess program who won the world champion, Garry Kasparov (Lateef, 2023). Also, other examples are IBM Watson², Google AlphaGo³, recommendation engines in streaming videos and audio services (Sintelly, 2020). This kind of machines does not have any power with the obtained knowledge to discriminate any human. If this machine discriminates some people, the codes make the machine do this. Also, this machine discriminates not a single person and it can discriminate all groups that have the same features. In addition, if this machine discriminates any human, this means that the machine does not have any responsibility and the designers, users or producers can be guilty for these discriminated actions.
- A robot with the limited memory has a limited sense for the past and can benefit from it. This type is more advanced than reactive machines. It does not form any memory, but it can be aware of a recent past and is able to utilize the information taken at that time to affect their choices. It can save the data for a short time, but it cannot add it to their memory as an experience. A lot of self-driving cars utilize this memory such as the speed of vehicles close to your vehicle, traffic density, lane lines, the distance of vehicles and etc. This machine uses machine learning models and produce the knowledge from previously-learned information for a short time and it generally has the experiential knowledge from actions. It does not save the knowledge for a long time and it forgets the information after the event that requires memorization by the machine finishes. The machine continuously observes conditions around it (such as what other cars do, where objects are and how traffic signs move). This machine is utilized by virtual voice assistants, chatbots and self-driving cars. For instance, autonomous vehicles developed by Mitsubishi Electric can calculate missions thanks to the filtering technology. These autonomous cars can save people from certain dangers and give the same quality of trust to drivers (Costello, 2022). This kind of

² This robot was primarily created to response questions on the quiz show Jeopardy and had the victory over Brad Rutter and Ken Jennings on Jeopardy, taking one million USD in 2011.

³ It is called as the first computer program defeating a Go world champion.

machines just observes the situation to get the obtained knowledge, but this machine does not have any consciousness and do not save the knowledge for a long time. If this machine discriminates some people, the codes make the machine do this. If this machine discriminates any human, this means that the machine does not have any responsibility and the designers, users or producers can be guilty of the discriminated actions.

- Theory of mind can be called as an important social-cognitive skill (Baron-Cohen, 1995) refers to the group of procedures which permit a person to attribute mental states to other individuals. This contains the capability to attribute mental states, such as sentiments, needs, beliefs, and knowledge, and know that individuals' opinions and views might differ from each other (Cherry, 2023). For example, if you see your friend checking the refrigerator, you can think that your friend is hungry and you can give him food. The capability of putting yourself in somebody else's shoes can be considered as a vital evolutionary benefit gained by people and this skill permits people to make a better contact with the environment and with other people. Theory of mind should be installed into machines provided that machines share environments made by humans for humans. The key point for the usage of autonomous cars can be called safety. Safety depends upon autonomous vehicles cars which comprehend and forecast human behaviours. Naive pattern recognition cannot produce precise estimations of compound, complicated and unplanned human actions. AI with theory of mind can play a noteworthy role in empathetic healthcare, understanding and taking care of people with neurological diseases, such as Alzheimer, psychiatric disorders and schizophrenia. AI with theory of mind can advance the usefulness of psychological treatments like the cognitive behavioural therapy and can be robotic companions for disabled individuals to understand and predict emotions. AI with theory of mind can not only predict the future behaviours of an individual, but also can explain the reason of these behaviours (Cuzzolin, Morelli, Cîrstea and Sahakian, 2020: 1058). However, there can be some ethical problems for AI systems because they can discriminate some people. The goal is to permit a robot with theory of mind to recognize creatures' motives, feelings, expectations and intentions and can act according to them. For instance, big companies, corporations and countries can manipulate this process and discriminate against individuals (Berman, Cook and Dajee, 2019). Also in some communities, minor groups can be detected and maybe in some ways can be criminalized purposely and they can use the AI robot with theory of mind to understand and observe some people's conditions and aims.
- Self-awareness is seen as the last type of AI. Great advances have been made in AI especially in the last twenty years. Digital assistants (Alexa, Siri and etc.) can understand speeches, translate it into the searchable data, and send back to replies according to the searches. Some AI systems are able to pass the bar exam and produce artworks (Lupsha, 2023). The latest generations of AI models do not give any hint about self-awareness expected by important theories of human consciousness (Sparkes, 2023). Self-awareness can be considered as the capability to be the object of

one's own attention (Morin, 2011: 808). It establishes the active state of individuating, checking, saving, regaining the data. Synonyms are called as 'self-observation', 'introspection' and 'self-focused attention'. Self-aspects contain private elements like opinions, feelings, and motives, and also public elements like presence, gestures, and others' view of self. AI with self-awareness should effectively makes contact with people and require to utilize first-person pronouns, self-describe and be receptive to self-focusing stimuli in its close surroundings (Chella, Pipitone, Morin and Racy, 2020: 16-17). AI with self-awareness not only has the knowledge or perception of feelings and mental states of other creatures, but also their own. When the AI is achieved to the level of self-awareness, AI will have the human-level consciousness and equals human intelligence with the same requests, needs and feelings (Marr, 2021). At the moment, AI has not been reached the level of the self-awareness and has not obtained the hardware or algorithms that will support the self-awareness. This level can be seen as one of the ultimate goals anticipated from AI. When AI has the possession of the subjective experience capacity, AI can gain subjective experiences to make representations about themselves that affect how they feel or recognize reality. These robots can be morally permissible to have their own legal status and may pay taxes. When they make discriminatory actions to people or others, they need to take the responsibility like humans.

2. Discrimination and Related Concepts

Discrimination comes from the idea of equality between humans and the idea that every person has to have the same rights from birth. Every person has certain rights that cannot be taken from them and have been accepted for centuries. Throughout history, although, people have been exposed to discrimination in various regions and places, there have always been religious and conscientious references against discrimination and the stance against discrimination gained ground within the framework of basic human rights. The fight against fascism in World War II caused a strong reaction against the inequality and its treatment of racial minorities. There is an indivisibility relationship among racism, equality and discrimination, and non-discrimination constitutes an integral element of the principle of equality and racism. This reaction triggered the stance against discrimination over time. The problem of discrimination also affects justice, equality and human rights and constitutes a vital obstacle to human rights and freedoms. The stance against discrimination, which is thought to be agreed upon within the framework of modern legal laws, can be understood in various ways due to differences in the levels of internalization and interpretations of legal principles among societies. The basis of prohibitions of discrimination is to protect human dignity and freedoms. The prohibition of discrimination has been included in constitutions and laws all over the world. However, these laws could not completely prevent people from being morally devalued (Göregenli, 2012; Yıldırım, 2021: 322).

Discrimination often comes to the fore with concepts such as prejudice, racism, xenophobia and hate speech. The mental dimension of discrimination consists of prejudices that are antipathy based on an erroneous or inflexible generalization. Discrimination can turn into observable behaviours by feeding on these mental attitudes, which are sometimes obvious but mostly implicit. Generally, discrimination can be defined as behaviours with

discriminatory motives against the people and members of a group due to their characteristic situations such as ethnicity, skin colour, gender and religious belief (Sağlam, 2020: 271). Discrimination can be seen even in daily life in the world. Even though countries have taken action against discrimination with laws, public announcements and hard punishments, there are not enough to eradicate the discriminative actions. Because of this, non-governmental organizations have involved in this situation and act together with governments to fight against discrimination. For example, the Council of Europe established training programs to examine the effects of AI on discrimination. These courses have been designed to support participants in gaining initial knowledge on discrimination and AI issues to make them ready for and to recognise and fight against discrimination mainly from the AI technology. These courses give opportunities to recall non-discrimination principles applied to verdicts based on algorithmic processing (Council of Europe, 2023). It is necessary not only to detect the existence of discrimination and catch criminals, but also to reveal the reasons behind discrimination and root it out.

2.1. The Social Consequences of AI on Discrimination

AI has been one of the most discussed topics in last 20 years. Humans have tried to create some machines that are conscious, can think, and has a moral and ethical status like humans. The use of AI systems brings together some positive and negative effects. Robot judges do not make any mistake because of tiredness, lack of knowledge, lack of experience and do not have any family affair or money problem. However, the actions of the AI can have consequences on fundamental human rights and freedoms. AI, which exists in all areas of life and facilitates important processes, accelerates works and reduces workload, despite all the opportunities it offers; it contains various discriminatory elements such as discrimination, racism and marginalization. Especially, discrimination and prejudices appear in AI as a reflection of social reality. Provided that the society has some discriminative actions and thoughts such as xenophobia or Islamophobia, AI robots can behave them in the same way as society. If the society does not give jobs to Muslims or foreigners and does not prefer them, the engineers coming from these people may have the same opinion, and AI they make will treat these people in the same way. Even if robots are made completely free of discrimination, AI may still discriminate unintentionally because it will benefit from previous experience and seek the maximum benefit by evaluating previous processes. For example, in 2014 Amazon created a computer program to analyse job applications. In 2015, this firm detected that the computer program discriminated against women applicants for software developers and technical positions, since computer algorithms were trained to vet applicants by checking patterns in resumes submitted to Amazon over ten years. Basically, models were gender biased. Thus, AI self-taught that applicants with masculine language were favourable candidates and the system unfairly picked male applicants rather than female applicants (Dastin, 2018).

The effects of AI robots on human rights are one of the most important dynamics that determine the time people live in. AI touches the lives of every person, from smart home applications to social media, and are gradually utilized by public authorities to assess people's character or abilities, distribute sources, and make important verdicts for vital situations. Numerous studies have highlighted the risks posed by AI to equality and non-discrimination

for employment, the provision of goods or facilities especially in the public sector, the fight against fraud, and the principles of public safety (Council of Europe, 2023). Firstly, ethical issues are very important to prevent discrimination for AI. In recent years, AI robots have been invented to distinguish whether people tell the truth or not. For instance, the deception detection model was produced utilizing the Random Forest machine learning technique, and it collected information like pulse measurements and facial expressions. This information helped the robot to understand whether individuals tell the truth or not by checking the fluctuation of the pulse and the changes of face expressions. The accuracy of the system was estimated to be between 75 percent to 80 percent and it may be a useful instrument for many sectors such as justice and law enforcement offices (Muhammad, 2023). In this example, even if robots do not have any intimation about their consciousness, they directly interfere with human lives and lead them in their decisions. These transformative effects can be used in malicious ways and big companies, firms and states try to take the information unlawfully and can violate human rights, democracy and the rule of law.

Ethical rules have to be created and controlled strictly. If ethical rules are used well, discrimination against humans by robots can be reduced over time. For instance, states have thought that robots could be used in the military industry in order to prevent the casualties of human soldiers. However, at this time, there will be some dangerous risks about whether robots harm innocents or not and whether robots can measure the risk levels of so-called enemies efficiently. For instance, in 2013, the US navy successfully landed the X-47B prototype autonomous drone on an aircraft carrier at sea. The X-47B does not have a pilot. Its flights are carried out through lines of software code executed by computer systems (Jalabi and Ackerman, 2013). The Pentagon designed an AI robot leading the hunt for Islamic State militants. Codenamed Project Maven was designed to analyse aerial surveillance videos to look for similar patterns which help operators (Prigg, 2017). AI can be very important for the national security. For this reason, countries are developing AI for military and defence technologies. A lot of experiments were carried out and large investments have been made for this purpose. The USA, China and Russia are shown as the leading countries using AI for military purposes. China is following the steps of the USA in the research of AI. China does not only use AI for its domestic purposes, but also aims to become the world leader in AI by 2030 and is vital for the future of the military and economic power race, with leadership in the AI technology. It tries to show that military AI R&D for China is imaginable and challenge the American military hegemony easily (Özdemir, 2019: 18).

2.2. Key Challenges in the Transition from Traditional Public Administration to Artificial Intelligence Public Administration

Public administration has separated from its traditional systems in order to serve the public better, especially with the development of the internet and AI systems. In particular, the use of AI in public administration is not limited to bureaucratic services. In addition, AI has areas of the use in public administration in terms of organization, duty, operation and public officials. Traditional public administration generally has a large-scale structure with a rigid organizational structure, centralism, strict hierarchy, and the dominance of the central management. Public administrators generally have limited powers. Bureaucratic type

administrator style is common. Quantity is preferred in services. Loyalty to public administrators is essential and there is no risk-voluntary structure. With the integration of AI into the public administration system, a more flexible organizational structure, more decentralization, soft hierarchy, minimal state, smaller-scale structure, transparency and a management style capable of multi-faceted evaluation have emerged. AI facilitates risk taking by helping administrators to make decisions, reduces the employment because AI can perform repetitive and simple operations, and can help public administration by making multifaceted evaluations as AI processes and systematizes more information (Berkün, 2017: 656).

Table 1. Similarities and Differences between Traditional Bureaucracy and AI Bureaucracy

	Traditional Public Administration	AI Public Administration
Organization	Top-down Hierarchy	Collaboration and mixture of vertical and horizontal, top-down and bottom-up management systems
Rules and Services	Rules are strict and services follow them.	Rules can be flexible according to the needs of the public and services can be tailored to the needs of the public.
Knowledge	Specialization is vital.	Collective intelligence is vital.
Tools	Paper records stored in files or electronic archives .	Retrievable records informing decisions in real time.
Values	Procedural equality	Equality of results

Source: Vogl, Seidelin, Ganesh and Bright, 2019: 953.

Some of the services provided by the public sector are not directly aimed at citizens, but citizens benefit from them indirectly. These services support public officials. For instance, the fact that the AI system acts as an automatic assistant by reporting makes the work of public officials easier. In addition, if the feedback from the public is processed into the system, is presented and is evaluated in categories, public officials can have the necessary time to work on more complex, innovative and important data analysis projects. In order for AI to be used effectively in public administration, multiple AI systems must interact. For example, virtual assistants do the work in the field, and middleware bots provide support to public officials and other professionals (Vogl, Seidelin, Ganesh and Bright, 2019: 950). It is difficult to determine whether AI systems comply with ethical values. The influence of human subjectivity in algorithm design and configuration is not easy to determine and can only be understood after some time of testing in the field. Even with sufficient resources, it is difficult to find the underlying reasons of problems. Algorithms are prone to biased decision making.

Even if an algorithm is set to find the best or most efficient option, it incorporates the value judgments of its designer into its decisions. Moreover, there may not always be a right path to choose, and many possible options may be correct (Mittelstadt, Allo, Taddeo, Wachter and Floridi, 2016). According to Friedman and Nissenbaum (1996), bias can arise from pre-existing social values, technical constraints, and situations arising from the process.

AI aims to be a tool to accelerate growth for governments and a driving force to help solve the traditional problems of developing countries. The need for capacity building, ethical problems and radical change in education, the unpredictability of the differentiation of the workforce stand in the face of AI as a challenge. The process of learning AI technologies is difficult and the application of this technology should be followed by experts. Recruiting AI experts from the public sector will become more difficult. In order to hire AI experts in the public sector, it will be necessary to promise very good salaries and good living conditions. In addition, the systems and algorithms made by the AI experts are difficult to control and can only be followed by experts. Errors made by AI robots in public administration will be difficult to detect, and repairing damage is also challenging. The wider the area is controlled by AI robots, the less the reliability of public institutions is in case of making mistakes. Public institutions lack the ability to integrate and execute AI robots. Acquiring these skills takes time and is costly. In addition, public administrators do not have the knowledge to supervise the necessary implementation of their policies by AI (Kaplan, 2016). Since the information held by some of the public institutions is related to the privacy of the public, necessary precautions should be taken in case of AI usage. In addition, states that demand AI models want to be given the authority to regulate and customize them. Apart from this, there are serious concerns about the reliability of outsourced AI models. Procurements for public institutions generally take a long process. Provided that the experts who know AI quit their jobs, it is very likely that the work will be disrupted due to the critical position they are in. However, if people who need to be filled immediately are in the public sector, recruitment may take a long time due to the recruitment processes (Surya, 2019: 10).

Also, there can be some problems with AI robots taken by governments from foreign companies. Some AI robots cannot be useful in some countries according to these countries' features. For instance, IBM Watson uses patient medical records to constantly learn for personalized treatments. It is primarily trained by the North-American patient data. Racial differences (China and Western states) may have different diseases. Western states get more vascular-related diseases, but China gets more hepatic diseases. This means that IBM Watson can be less useful in China because their robots are not trained well about hepatic diseases. Also, the differences in medical methods and practices are not taken into consideration by IBM Watson and recommendations may be useful for citizens which have different cultures, religions and regions. In some countries, surgery can be a good way to get rid of some cancer types. But in other countries, they try to get rid of cancers with traditional methods and consider a surgery as a last resort. For instance, normally milk is seen as very healthy especially in Western culture but Asians have difficulty in drinking milk because of lactose intolerance. Due to this, even AI nutritionists should give different recommendations to people coming from different countries. When AI nutritionists are trained with the data coming from the

Western culture, the data does not work for the Asian culture and sometimes the recommendations can be dangerous for health (Sun and Medaglia, 2019).

3. Aspects of Discrimination Reflected in Artificial Intelligence on the Basis of Public Administration

AI has potential benefits in public services, but there are also serious dangers associated with the use of AI. One of the main risks is the risk of algorithmic bias, which could result in unfair or discriminatory decisions. If algorithms are programmed by humans and these programmers have biases, those biases will be incorporated into the algorithms and existing biases will persist. In addition, AI can be manipulated and make discriminatory decisions without being aware of it. In addition, using AI in making important decisions is risky. AI can perform limited tasks and can be used for simple tasks. But it cannot override human judgment. AI robots can discriminate in many ways just like humans. For example, discrimination can be made on the definition, nature and characteristics of the target variable, as well as in terms of class. Apart from this, discrimination can be made by sampling differently, giving different data to train AI, or using historical prejudices. Additionally, discrimination can be made based on the different characteristics people have or indirectly. Those with decision-making power can discriminate against people they do not want by manipulating the AI system. AI robots are known as black boxes (Pasquale, 2015). It is generally very difficult to understand the reason for a decision made by AI. Since the decisions made by AI robots are not transparent, it becomes difficult to understand why people are discriminated against. AI robots can classify the data shown to them by finding correlations in datasets. For instance, companies look at incoming mail, label it and send it to their authorized units. These mails can be classified as human resources, legal department or general directorate. The company feeds the AI robot with tags containing previous sample messages and data about where they went. These tagged messages are training data. AI finds the relationship between which features of which message should be affixed to which unit. The set of discovered correlations can be characterized as a 'pattern' or 'prediction model' (Borgesius, 2018: 15-16). For example, messages to the legal department often contain specific phrases. (court, law, criminal, etc.) or it may be sent from specific addresses (such as court, prosecutor's office). AI robot examines the previous cases and learns which unit the letters should go to according to their qualities and characteristics. The purpose of AI is to find the target variable as a result of data mining. Class labels simply define values related to the target of the data mining process and define paths to the target variable. Provided that class labels are not qualified correctly, the target variable will not produce the desired result and there will be a risk of causing discrimination. For example, poor people may have to take the bus to get home from work, and the last time the bus leaves may be after work, and poor people may have to leave their work 5 or 10 minutes before to catch the buses. The company may choose to *leave work as late as possible or stay at work as long as possible* as the class label to evaluate if employees are 'fine'. However, provided that the poor leave before work to go home, even if they outperform other workers, their late exit from work will put them at a disadvantage. Discrimination can infiltrate AI due to the way organizations define target variables and class labels (Barocas and Selbst, 2016: 10-11).

Although AI has many applications, it has not yet been successful enough. In particular, the utilization of the AI in public administration may cause some inconveniences. The utilization of AI for crimes can help courts, prosecutors and law enforcement agencies tremendously. But the danger of discrimination is a big problem. Criminal justice and primarily law enforcement need to evaluate the utilization of AI for fundamental human rights such as confidentiality, equity and non-discrimination, and be wary of the growing thought that AI is more impartial and cleverer than humans. Even if the functioning of the AI seems to exclude human intervention, there is a margin of error because it is designed by humans, and some value judgments of humans may also be reflected on robots because it is designed by humans. The data given to AI has passed through human prejudice and then given to AI (Idder and Coulaux, 2021). Algorithms trained on police data can generally cause bias by including data that reflects over- or under-policing of certain individuals or communities, flawed or illegal practices. For example, black men are more likely to be stopped outside and searched than white men, and this is entirely due to people's prejudice. When the data is used for AI, bias is combined into datasets of AI and subsequently biases the results of applying those datasets. The influence of biased samples is permeated into algorithmic predictions through the feedback loop. More police going to a certain area just because of certain issues should not cause the people there to be subjected to more control and oppression. In police data, people from disadvantaged sociodemographic backgrounds are likely to interact more frequently with law enforcement officers and have more data about these people, but having more interactions with the police may increase their risk rates (Babuta and Oswald, 2009: 12-13). The UK has designed an algorithm to assist police in making detention decisions. Durham Constabulary and computer science researchers developed the Harm Assessment Risk Tool (HART). It is created to expect if suspects have risks of committing crimes for the future within a 2-year period. It is intended to help police decide whether to refer suspects to a rehabilitation program. The program was designed to interfere with proceedings (Burgess, 2018). It was utilized by the Durham police to categorise individuals arrested on the suspicion of a crime as high, moderate, or low risk of committing crimes in the future and decide if they should be charged or referred to a rehabilitation program which is named as Checkpoint. People considered as the 'moderate' risk should participate in a rehabilitation program and are freed from judgment when they complete it. The numbers demonstrate that 12,200 individuals were evaluated by HART 22,265 times between 2016-2021. The majority of assessments were rated 'moderate' risk (12,262) and 'low' risk (7.111) of recidivism. According to studies, this system has the 53.8 percent 'accuracy' rate. Durham police obtained data profiles from Experian to allow HART to make decisions. Profiles include some types: Asian Heritage, Disconnected Youth, Crowded Kaleidoscope, Families in Need or Low-Income Workers. More offensive 'features' were given to these profiles. For example, people classified as Asian Heritage were described as: Large families in neighbourhoods with a strong Asian tradition ... they live on low-cost Victorian terraces ... these individuals usually work in low-paying jobs such as transportation or catering. An offensive profile, the Crowded Kaleidoscope, was thought to consist of 'multicultural' families likely to live in 'frequent' and 'crowded flats'. Profiles were called with stereotypical terms that Abdi and Asha were associated with the Crowded Kaleidoscope. Low-income people, were labelled as 'underqualified' and 'heavy TV viewers' with labels like Terrence and Denise, while Families in Need were rated as having 'a range of

help' and names like Stacey. They have utilized the predictor until 2021 (Fair Trials, 2022). Also, South Wales Police uses AI as a part of the facial recognition system and utilizes face scanning technologies in real-time. The Welsh police have been using this system since 2017. A large number of arrests were made after cross-referencing people in a database of 500,000 detention images. The City Police, on the other hand, have been using a system called PredPol since December 2012 to forecast where crimes might happen. It is trained with the historical crime data and shows police officers areas where they may be needed (Burgess, 2018). Joy Buolamwini, Timnit Gebru, and Deborah Raji, founder of the Algorithmic Justice League, have examined the relationship of facial recognition systems to racism and police violence. While racist problems in facial recognition systems have come to light in many states of the USA, restrictions have been imposed on their use. Daniel Santos, who teaches in the USA and whose achievements have been rewarded many times throughout his career, was fired because he was classified as a 'bad' teacher after the algorithms were put into use by the school administration. There have been many similar cases. Despite not being able to learn the reasons for their dismissal, the court considered that the teachers had not been treated fairly (Öney, 2021: 5).

CONCLUSION

Discrimination is the deprivation of certain members of a state or society from certain rights and privileges provided to others. Some individuals or groups may be the subject of 'categorical discrimination' and are socially classified either because of race, religion, gender, or any other definition used to distinguish members of a society from each other. It means that some people will be the target of worse treatment on the grounds that they may have negative qualities based on legal definition, opinion or assumption. This discrimination can become racial discrimination when some people are treated unequally because of their colour or other racial characteristics. Such discrimination can become a source of national or international conflict. Racial discrimination is dominated by the assumption that some groups are naturally superior to others. Sometimes constitutional systems and bodies have also adopted the superiority of certain groups and treated other groups unequally. Over time, the privileged begin to discriminate more to protect their status. As a result, hostilities and bloody conflicts may occur (Cashmore, 1988; 79; Plano and Greenberg, 1989). The only way to stop this is for an emotionless, impartial and consistent machine to intervene in the system established by humans. Many people think that this may be possible with AI. AI, which is the most important technological development of the new century, affects society, economy and states in many ways. The technological infrastructure and data mining provided by AI technology have shown great development in the last two decades. AI has transformative effects on the public sector. States have begun to develop strategies to control the transformative effect of AI and use it for their own interests. In particular, states use AI in areas of the public administration such as health, finance, justice, transportation and marketing. Although AI has great benefits to public services, there are also serious dangers associated with the use of the AI.

AI robots must be properly designed and trained. Otherwise, it can make biased decisions and increase already existing inequalities. AI algorithms in public administration should basically be designed impartially, transparently and accountably. The utilization of AI in public administration can cause employees to lose their jobs. States should pay attention to

employment while placing AI in the public administration and prevent their people from suffering economic difficulties due to AI. In addition, AI systems can store and use large amounts of data. Precaution should be taken to protect the data. AI is incapable of understanding and solving complex social, political and ethical problems. When using AI, public administrators should intervene as the situation requires human judgment. AI requires a large infrastructure investment and must be backed up by strong training afterwards. Being dependent on AI can create a security risk, and to avoid this, at least a copy of the data should be kept with traditional methods. In addition, AI may encounter resistance from people working in the public sector. Changes can cause uncertainty in public officials and create a lack of confidence. Employees may be happy with the current system and are likely to resist situations that disrupt their routine work. For instance, there may also be conflicts between public institutions in the use of AI. For example, hospital administrators may not see a problem in the use of AI in hospitals in terms of efficiency, while supervisors may complain about costs, and doctors may have difficulty in doing their jobs due to hesitations in the operation of the AI. Since the cost of the public sector to produce AI systems is very high, they will have to cooperate with companies that produce AI systems. In addition, since AI robots are very costly, the number of existing companies will be limited and the public sector will have to try to keep on good terms with these companies. Other problems will arise when public institutions introduce AI applications into their systems. Inconsistency in critical elements of public decision-making, problems with ethical exchanges, problems with creativity, and problems in terms of personal and community identity will likely happen in the future.

AI used in selecting the data, taking samples, and measuring the data may be biased. Discrimination stems from the idea of equality among people and the idea that every human being should have the same rights from birth. Every person has certain rights that have been accepted for centuries and cannot be taken away from him. Although people have been discriminated in various regions and places throughout history, there have always been religious and conscientious references to discrimination, and the stance against discrimination has gained ground within the framework of basic human rights. AI robots can also discriminate in various ways, and this discrimination is based on previous statistics. Basically, AI robots statistically encapsulate the choices humans make, knowingly or unknowingly, into a system, and AI's advanced profiling capabilities can turn it into a very harmful tool when it falls into the wrong hands. When abused, AI can reinforce stereotypes, mask systemic discrimination, and target minority individuals and groups. In the public sector, organizations should be mindful when seeking help from AI-driven systems that have far-reaching human impacts. AI robots are known as black boxes and it is often very difficult to understand the reason for a decision they make. Since the decisions made by AI robots are not transparent, it is difficult to understand why people are discriminated against. For these reasons, care should be taken when using AI systems and the system should be checked at all times.

Research and Publication Ethics Statement

I confirm that this work is original and has not been published elsewhere nor is it currently under consideration for publication elsewhere.

Contribution Rates of Authors to the Article

This article was prepared by a single author.

Conflicts of Interest Statement

There is no conflict of interest.

REFERENCES

- Avaner, E. B. (2018). "Turing Testi Işığında Düşüncenin Multidisipliner İncelemesi III". *Türkiye Biyoetik Dergisi*, 5 (4), 183-192.
- Babuta, A., and M. Oswald (2009). *Data Analytics and Algorithmic Bias in Policing*. London: Centre for Data Ethics and Innovation, Royal United Services Institute for Defence and Security Studies.
- Barocas, S., and A. D. Selbst (2016). "Big Data's Disparate Impact". *Calif Law Rev*, 104 (3), 671-732.
- Baron-Cohen, S. (1995). *Mindblindness: An Essay on Autism and Theory of Mind*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Berkün, S. (2017). "Kamu Açısından Yönetim". *Emek ve Toplum*, 6 (16), 638-663.
- Berman, J., A. V. Cook and J. Dajee (2019). *Intelligent Interfaces: Reimagining The Way Humans, Machines, And Data Interact*. <https://www2.deloitte.com/xs/en/insights/focus/tech-trends/2019/human-interaction-technology-intelligent-interface.html> (03.09.2023)
- Borgesius, F. Z. (2018). *Discrimination, Artificial Intelligence, and Algorithmic Decisionmaking*. Strasbourg: Directorate General of Democracy, Council of Europe.
- Burgess, C. (n.d.). *Bias, Discrimination, and/or Harassment*. <https://inclusive.princeton.edu/addressing-concerns/bias-discrimination-harassment#:~:text=Bias%20is%20a%20broad%20category,or%20beliefs%20or%20their%20expression> (01.08.2023).
- Burgess, M. (2018). *UK Police Are Using AI to Inform Custodial Decisions – But It Could Be Discriminating Against the Poor*. <https://www.wired.co.uk/article/police-ai-uk-durham-hart-checkpoint-algorithm-edit> (01.08.2023).
- Cashmore, E. (1988). *Dictionary of Race and Ethnic Relations*. London: Routledge.

- Ceylan, T. F. (2020). *Yapay Zeka Türleri Nelerdir? Yapay Zekanın Tarihçesi*. <https://www.novacore.com.tr/yapay-zeka-turleri-nelerdir-yapay-zekann-tarihcesi.html> (19.07.2021)
- Chella, A., A. Pipitone, A. Morin, and F. Racy (2020). Developing Self-Awareness in Robots via Inner Speech. *Front. Robot. AI*, 7 (16), 1-15.
- Cherry, K. (2023). *How the Theory of Mind Helps Us Understand Others*. <https://www.verywellmind.com/theory-of-mind-4176826> (03.09.2023)
- Criado, J. S., and C. F. Aller (2021). "A Wide Human-Rights Approach to Artificial Intelligence Regulation in Europe". *IEEE Technology and Society Magazine*, 40 (2), 55-65.
- Costello, S. (2023). *The Four Types of Artificial Intelligence*. <https://www.lifewire.com/four-types-of-artificial-intelligence-5112620> (02.09.2023)
- Council of Europe. (n.d.). *AI & Discrimination*. <https://www.coe.int/en/web/inclusion-and-antidiscrimination/ai-and-discrimination> (03.09.2023)
- Cuzzolin, F., A. Morelli, B. Cîrstea and B. Sahakian (2020). "Knowing Me, Knowing You: Theory of Mind in AI". *Psychological Medicine*, 50, 1057-1061.
- Çelik, A., and H. Akca (2021). "Değer Odaklı Bir Yönetim Yaklaşımı: Kamu Değeri". *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (28), 376-404.
- Çinici, M., and M. Kızılgöçit (2023). "Yapay Zekâ ve Din Psikolojisi". *Diyanet İlmî Dergi*, 59, 745-768.
- Dağ, A. (2021). Dijitalleşme-Yapay Zekâ-Transhümanizm Bağlamında Din Ve Dindar'a Dair. *Yapay Zekâ Transhümanizm ve Din*. (Eds. M. Kızılgöçit, M. Kızılgöçit, M. Yeşilyurt, R. Ertugay and E. Çinici). Ankara: DİB Yayınları.
- Dastin, J. (2018). *Amazon Scraps Secret AI Recruiting Tool That Showed Bias Against Women*. <https://www.reuters.com/article/us-amazon-com-jobs-automation-insight-idUSKCN1MK08G> (08.08.2021)
- Dore, F. (2012). "Güçlü Yapay Zekâya Karşı Çin Odası Argümanı". *Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (1), 23-38.
- Erten, Ş. (2021). "Kamu Değeri: Tanımı Ve Ölçülmesi Üzerine Bir İnceleme". *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (1), 104-125.
- Fair Trials. (2022). *FOI Reveals Over 12,000 People Profiled By Flawed Durham Police Predictive AI Tool*, [https://www.fairtrials.org/articles/news/foi-reveals-over-12000-people-profiled-by-flawed-durham-police-predictive-ai-tool/\(01.08.2023\)](https://www.fairtrials.org/articles/news/foi-reveals-over-12000-people-profiled-by-flawed-durham-police-predictive-ai-tool/(01.08.2023)).
- Friedman, B., and H. Nissenbaum (1996). "Bias in Computer Systems". *ACM Transactions on Information Systems (TOIS)*, 14 (3), 330-347.

- Gershgorn, D. (2017). *The Quartz Guide To Artificial Intelligence: What Is It, Why Is It Important, And Should We Be Afraid?* <https://qz.com/1046350/the-quartz-guide-to-artificial-intelligence-what-is-it-why-is-it-important-and-should-we-be-afraid> (02.09.2023)
- Göregenli, M. (2012). Önyargıyı ve Ayrımcılığı Azaltmak. *Ayrımcılık: Çok Boyutlu Yaklaşımlar*. (Eds. K. Çayır and M. A. Ceyhan). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Gürgüze, G., and İ. Türkoğlu (2019). "Kullanım Alanlarına Göre Robot Sistemlerinin Sınıflandırılması". *Fırat Üniversitesi Müh. Bil. Dergisi*, 31 (1), 53-66.
- Idder, A., and S. Coulaux (2021). *Artificial Intelligence In Criminal Justice: Invasion or Revolution?* <https://www.ibanet.org/dec-21-ai-criminal-justice> (01.08.2023).
- li'c, M. P., D. P. ĩaun, N. Popovi'c Ševi'c, A. Hadži'c and A. Jianu (2021). "Needs and Performance Analysis for Changes in Higher Education and Implementation of Artificial Intelligence, Machine Learning, and Extended Reality". *Educ. Sci.*, 11 (10), 1-18.
- Jalabi, R., and S. Ackerman (2013). *US Navy Makes History by Landing Unmanned Drone on Aircraft Carrier*. <https://www.theguardian.com/world/2013/jul/10/us-navy-x47b-drone-aircraft-carrier> (03.09.2023).
- Kaplan, J. (2016). "Artificial Intelligence: Think Again". *Communications of the ACM*, 60 (1), 36-38.
- Köseoğlu, Ö. and A. Tuncer (2014). "Kamu Yönetiminde Yeni Bir Yaklaşım Olarak Kamu Değeri: Kavramsal ve Kuramsal Açından Bir Tartışma". *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 12 (24), 145-170.
- Lateef, Z. (2023). *Types Of Artificial Intelligence You Should Know*. <https://www.edureka.co/blog/types-of-artificial-intelligence/> (02.09.2023)
- Lupsha, J. (2023). *Could Artificial Intelligence Become Self-Aware?* <https://www.wondriumdaily.com/could-artificial-intelligence-become-self-aware/> (03.09.2023)
- Marr, B. (2021). *What are the Four Types of AI?* <https://bernardmarr.com/what-are-the-four-types-of-ai/> (03.09.2023)
- McCarthy, J. (2007). *What is Artificial Intelligence?* <http://www-formal.stanford.edu/jmc/whatisai.pdf> (20.07.2021)
- Mittelstadt, B. D., P. Allo, M. Taddeo, S. Wachter and L. Floridi (2016). The Ethics of Algorithms: Mapping the Debate. *Big Data & Society*, 3 (2), 1-21.
- Moor, J. (2006). "The Dartmouth College Artificial Intelligence Conference: The Next Fifty Years". *AI Magazine*, 27 (4), 87-91.

- Moore, M. H. (1995). *Creating Public Value: Strategic Management in Government*. Cambridge: Harward University Press.
- Morin, A. (2011). "Self-Awareness Part 1: Definition, Measures, Effects, Functions, and Antecedents". *Social and Personality Psychology Compass*, 5 (10), 807–823.
- Muhammad, Z. (2023). *Researchers Are Working on an AI Lie Detector, Here's How it Works*. <https://www.digitalinformationworld.com/2023/08/researchers-are-working-on-ai-lie.html> (03.09.2023)
- Nilsson, N. J. (2018). *Yapay Zeka / Geçmişi Ve Geleceği*. (M. Doğan, Trans.) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi.
- OECD. (2019). *Artificial Intelligence in Society*. Paris: OECD Publishing.
- Öney, Z. (2021). "Yapay zekâda Ayrımcılık Toplumun Aynası". *Populer Yönetim Dergisi (Peryön)*, (95), 4-5.
- Özdemir, G. S. (2019). *Artificial Intelligence Application In The Military The Case Of United States And China*. İstanbul: SETA.
- Öztemel, E. (2021). Yapay Zeka ve Din. *Yapay Zekâ Transhümanizm ve Din*. (Ed. M. Kızılgeçit, M. Kızılgeçit, M. Yeşilyurt, R. Ertugay, and E. Çinici) Ankara: DİB Yayınları.
- Pasquale, F. (2015). *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Plano, C. J., and M. Greenberg (1989). *The American Political Dictionary*. Florida : Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Prigg, M. (2017). *Pentagon to Use AI to Defeat ISIS in Iraq and Syria*. <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-4508874/Pentagon-use-AI-defeat-ISIS.html> (03.09.2023)
- Sağlam, E. (2020). "Ayrımcılık Konusunda Nitel Bir Araştırma: Viyana'daki Türk Göçmenler". *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, 268-295.
- Searle, J. (1980). *Minds, Brains, and Programs.*, <http://cogprints.org/7150/1/10.1.1.83.5248.pdf> (20.10.2023).
- Searle, J. (2004). *Zihnin Yeniden Keşfi*. (M. Muhittin, Trans.) İstanbul: Litera Yayıncılık.
- Sintelly. (2020). *What is Limited Memory AI?* <https://sintelly.com/articles/what-is-limited-memory-ai/> (02.09.2023).
- Sparkes, M. (2023). *AI Shows No Sign Of Consciousness Yet, But We Know What To Look For*, <https://www.newscientist.com/article/2388344-ai-shows-no-sign-of-consciousness-yet-but-we-know-what-to-look-for/> (03.08.2023).

- Sun, Q., and R. Medaglia (2019). "Mapping the Challenges of Artificial Intelligence in the Public Sector: Evidence from Public Healthcare". *Government Information Quarterly*, 36 (2), 368-383.
- Surya, L. (2019). "Artificial Intelligence in Public Sector". *Int. J. Innov. Eng. Res. Technol.*, 6, 7-12
- Topal, Ç. (2017). "Alan Turing'in Toplumbilimsel Düşünü: Toplumsal Bir Düş Olarak Yapay Zekâ". *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 57 (2), 1340-1364.
- Turing, A. M. (1950). "Computing Machinery and Intelligence". *Mind.*, LIX (236), 433-60.
- Ulaşan, F. (2023). Koronavirüsle Mücadelede Yapay Zekânın Yerinin Kamu Yönetimi Temelinde Değerlendirilmesi. 3. *International Mediterranean Congress*. (Ed. B. Arslan and M. Erdoğan). Mersin: Iksad Global.
- Ulaşan, F. (2021). *The Use Of Artificial Intelligence In The Public Services: The Case Of Turkish Administrative Jurisdiction*. Phd Thesis, Ankara Yildirim Beyazıt University Graduate School Of Social Sciences, Ankara.
- Vogl, T., M. Seidelin, C. Ganesh and J. Bright (2019). "Smart Technology and the Emergence of Algorithmic Bureaucracy: Artificial Intelligence in UK Local Authorities". *Public Administration Review*, 80 (6), 946-961.
- Yeşilkaya, N. (2022). "Felsefi Bir Sorun Olarak Yapay Zekâ". *Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 22 (22), 97-126.
- Yıldırım, S. (2021). "Ayrımcılık Temelli Dışlanma: Türkiye'de Çalışma Hayatında Kadınlar". *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 11 (2), 321-346.
- Yüce, A. (2022). *Yapay Bilinç Mümkün Mü? Çince Odası Argümanı Nedir?*, <https://www.soylentidergi.com/yapay-bilinc-mumkun-mu-cince-odasi-argumani-nedir/> (23.10.2023).
- Yükseköğretim Kurulu. (2019). *Geleceğin Meslekleri Çalışmaları*. Ankara: Yükseköğretim Kurulu.
- Zhang, C., and Y. Lu (2021). "Study On Artificial Intelligence: The State Of The Art And Future Prospects". *Journal of Industrial Information Integration*, 23, 100224.



TEYD

TOPLUM, EKONOMİ VE YÖNETİM DERGİSİ
JOURNAL OF SOCIETY, ECONOMICS AND MANAGEMENT