

Journal of Life Economics

International Peer-Reviewed and Free Electronic Journal
Uluslararası Hakemli ve Açık Erişimli Elektronik Dergi

Web: <http://www.jlecon.com>

E-mail: info@jlecon.com

E-ISSN: 2148-4139

Number: 2/2014

Sayı: 2/2014

Indexed by / Yeraldığı Veritabanı ve İndeksler

The Directory of Research Journal Indexing (DRJI)

Open Academic Journals Index (OAJI)

Scientific Indexing Services (SIS)

Infobase Index

Directory of Indexing and Impact Factor (DIIF)

J-Gate

Advanced Science Index

Research Bible

SafetyLit

International Impact Factor Service

The Cite Factor

Google Scholar

Polish Scholarly Bibliography (PBN)

The Romanian Editorial Platform (SCIPIO)

CrossRefys

The DOI System

Citeulike

AcademicKeys

German Journal Database (ZDB): Zeitschriftendatenbank

Electronic Journals Library

Scientific Journal Impact Factor (SJIF)

Jour Informatics

WorldCat

JournalTOCs

Journal of Life Economics

International Peer-Reviewed and Free Electronic Journal
Uluslararası Hakemli ve Açık Erişimli Elektronik Dergi

E-ISSN: 2148-4139

Indexed by / Yer aldığı Veritabanı ve İndeksler

The Directory of Research Journal Indexing (DRJI)

Open Academic Journals Index (OAJI)

Scientific Indexing Services (SIS)

Infobase Index

Directory of Indexing and Impact Factor (DIIF)

J-Gate

Advanced Science Index

Research Bible

SafetyLit

International Impact Factor Service

The Cite Factor

Google Scholar

Polish Scholarly Bibliography (PBN)

The Romanian Editorial Platform (SCIPIO)

CrossRefys

The DOI System

Citeulike

AcademicKeys

German Journal Database (ZDB): Zeitschriftendatenbank

Electronic Journals Library

Scientific Journal Impact Factor (SJIF)

Jour Informatics

WorldCat

JournalTOCs

Dergi Hakkında / About The Journal

Sahibi /Owner

Dr. Özge UYSAL ŞAHİN

Baş Editör /Chief Editor

Prof. Dr. Turgay BERKSOY, Marmara Üniversitesi

Yardımcı Editör / Associate Editor

Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

İngilizce Dil Editörü /English Language Editor

Okutman Kemale KARAHAHAN, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Web Editörü / Web Editor

Okutman Cumali YAŞAR, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Sekreteryaya / Secretaries

Biran YILDIRIM

Sibel AŞAN

İletişim Bilgileri / Contact

Adres : Istanbul - TURKEY

Telefon : +90 555 477 00 66 Faks : -

Web : <http://www.jlecon.com>

Eposta : info@jlecon.com

EDİTORYAL KURUL / EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Ahmet KESİK, Yıldırım Beyazıt University, Turkey

Prof. Dr. Ahmet KIRMAN, Galatasaray University, Turkey

Prof. Dr. Ali AKDEMİR, Arel University, Turkey

Phd. Alina- Andreea DRAGOESCU, B.U.A.S.V.M University, Romania

Phd. Christian RUGGIERO, Spanzia University, Italy

Prof.Dr. Faruk BALLI, Massey University, New Zeland

Prof. Dr. Fred DERVIN, Helsinki University, Finland

Assist. Prof. Dr. Malgorzata Magdalena HYBKA, Poznan University of Economics, Poland

Assoc. Prof. Dr. Mehmet ŞAHİN, Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey

Prof. Dr. Nihat FALAY, Istanbul University, Turkey

Prof. Dr. Ömer Faruk BATIREL, Istanbul Commerce University, Turkey

Phd. Snezana KAKURINOVA, Consulting & Training Center KEY, Macedonia

Prof. Dr. Turgay BERKSOY, Marmara University, Turkey

HAKEM KURULU / REFEREE BOARD

Prof. Dr. Abdulkadir IŞIK, Namık Kemal University, Turkey

Prof. Dr. Ahmet KESİK, Yıldırım Beyazıt University, Turkey

Prof. Dr. Ali AKDEMİR , Arel University, Turkey

Prof. Dr. Ayşegül MUTLU, Marmara University, Turkey

Prof. Dr. Ayşe GÜNER, Marmara University, Turkey

Prof. Dr. Ayşen WOLF, Arel University, Turkey

Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN, Arel University, Turkey

Prof. Dr. Faruk BALLI, Massey University, New Zealand

Prof. Dr. F. Fisun İstanbullu DİNÇER, İstanbul University, Turkey

Prof. Dr. Fred DERVIN, Helsinki University, Finland

Prof. Dr. Hatice Özer BALLI, Massey University, New Zealand

Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK, İstanbul University, Turkey

Prof. Dr. Metin SABAN, Bartın University, Turkey

Prof. Dr. M. Mustafa ERDOĞDU , Marmara University, Turkey

Prof. Dr. Naci Birol MUTER, Celal Bayar University, Turkey

Prof. Dr. Nihat FALAY, İstanbul University, Turkey

Prof. Dr. Ömer Faruk BATIREL, İstanbul Commerce University, Turkey

Prof. Dr. S. Rıdvan KARLUK, Anadolu University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Ahmet Güngör KEŐCİ, Arel University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Cüneyt AKAR, Balıkesir University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Elçin Aykaç ALP, İstanbul Commerce University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Faruk ATAAY, Akdeniz University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Gürol ÖZCÜRE, Ordu University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Halis KALMIŞ, Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Hüseyin ÇEKEN, Muğla Sıtkı Koçman University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Mehmet CİVAN, Gaziantep University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Murat ŐEKER, İstanbul University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Özlem ÖZKIVRAK, Trakya University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Sinan ALÇIN, İstanbul Kültür University, Turkey

Assoc. Prof. Dr. Zeliha GÖKER, Akdeniz University, Turkey

Dr. Alina- Andreea DRAGOESCU, B.U.A.S.V.M University, Romania

Dr. Christian RUGGERIO, Spanzia University, Italy

Dr. Snezana KAKURINOVA, Consulting & Training Center KEY, Macedonia

Assist. Prof. Dr. Abdurrahman BENLİ, Sakarya University, Turkey

Assist. Prof. Dr. Alper ALTINANAHTAR, Yeditepe University, Turkey

Assist. Prof. Dr. Başak ERGÜDER, İstanbul University, Turkey

Assist. Prof. Dr. Erhan İŞCAN, Çukurova University, Turkey

Assist. Prof. Dr. Güneş YILMAZ, Trakya University, Turkey

Assist. Prof. Dr. İrem SAÇAKLI SAÇILDI, Marmara University, Turkey

Assist. Prof. Dr. Malgorzata Magdalena HYBKA, Poznan University of Economics, Poland

Assist. Prof. Dr. Sabri Sami TAN, Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey

***Journal of Life Economics, aşağıdaki indeks/veritabanlarınca
taranmaktadır:***

Journal of Life Economics is indexed by:

The Directory of Research Journal Indexing (DRJI)
Open Academic Journals Index (OAJI)
Scientific Indexing Services (SIS)
Infobase Index
Directory of Indexing and Impact Factor (DIIF)
J-Gate
Advanced Science Index
Research Bible
SafetyLit
International Impact Factor Service
The Cite Factor
Google Scholar
Polish Scholarly Bibliography (PBN)
The Romanian Editorial Platform (SCIPIO)
CrossRefys
The DOI System
Citeulike
AcademicKeys
German Journal Database (ZDB): Zeitschriftendatenbank
Electronic Journals Library
Scientific Journal Impact Factor (SJIF)
Jour Informatics
WorldCat
JournalTOCs

***Journal of Life Economics, aşağıdaki indeks/veritabanlarınca
değerlendirmeye alınmıştır:***

Journal of Life Economics is evaluated by the following Indexes:

Indian Citation Indexs
Open Access Journals
ISRA: Jurnal Impact Factor
Econlit
Ebscohost
Proquest
Akademik Dizin
Arařtırmax
Asos İndex
DOAJ
Proquest
Ulrich's
Journalindex
PhilIndex

YAYIN İLKELERİ VE YAZIM KURALLARI

Journal of Life Economics, 2014'de yayın hayatına başlayan (e-ISSN:2148-4139) uluslararası hakemli ve süreli bir dergidir. Dergi, yaşamın ekonomik temellerinin tartışıldığı bir forum oluşturmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede, yüksek kalitede teorik ve uygulamalı makalelere yer verilecektir. Başta ekonomi olmak üzere tüm sosyal bilim alanlarında çalışan akademisyenler, araştırmacılar ve profesyonellerin görüş ve çalışmalarını bir araya getirecektir. Dergideki makaleler; **KIŞ (Ocak)**, **BAHAR (Nisan)**, **YAZ (Temmuz)** ve **GÜZ (Ekim)** dönemleri olmak üzere yılda dört kez yayımlanacaktır. *Journal of Life Economics*, **ücretsiz-açık erişimli elektronik** bir dergidir. Dergide yayımlanan tüm makalelere **DOI numarası** atanmaktadır.

Değiye gönderilecek yazılarda yazarların **yayın ilkeleri ve yazım kurallarına uyması gerekmektedir**. Yayın ilkeleri ve yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmayan yazılar için değerlendirme süreci başlatılmaz.

YAYIN İLKELERİ

1. Dergide yayınlanmak üzere gönderilen yazıların daha önce **başka bir yerde yayınlanmamış olması veya yayınlanmak üzere gönderilmemiş olması** gerekir. Daha önce **konferanslarda sunulmuş ve özeti yayınlanmış çalışmalar**, bu durum belirtmek üzere kabul edilebilir. Ayrıca, çalışma **bir kurum tarafından destek görmüşse veya tezden üretilmişse** çalışmanın başlığına verilecek dipnotla bu durumun belirtilmesi gerekir. Yayın için gönderilmiş çalışmalarını herhangi bir nedenle dergiden çekmek isteyenlerin bir yazı ile dergi yönetimine başvurmaları gerekir. Yayın kurulu, gönderilmiş yazılarda makale sahiplerinin bu koşullara uymayı kabul ettiklerini varsayar.
2. Yayın kurulu, yayın koşullarına uymayan yazıları yayınlamamak, düzeltmek üzere yazarına geri vermek, biçimce düzenlemek yetkisine sahiptir. Yayınlanmak üzere gönderilen yazılar, yayın kurulunun uygun gördüğü en az **iki hakem** tarafından değerlendirildikten sonra yayınlanması uygun görülürse dergide basılır. Bir hakemin olumlu diğer hakemin olumsuz görüş verdiği makaleler **üçüncü bir hakeme** gönderilir. Hakemlere gönderilecek yazılarda yazarın kimliği saklı tutulur.
3. Yazılar, Makale Takip Sistemi üzerinden elektronik ortamda gönderilmektedir. Bu sisteme Anasayfada yer alan "**Makale Gönder/Takip**" linkinden ulaşılabilir. Söz konusu sisteme kayıt yapıp makale gönderildikten sonra hakem süreciyle ilgili gelişmeler ve hakem değerlendirme raporları yazarlar tarafından kolaylıkla takip edilebilir.
4. Derginin yayın dili **Türkçe ve İngilizce**'dir. Türkçe makalelerin İngilizce başlığı ve özeti bulunmalıdır. Türkçe makalelerin Türk Dil Kurumu'nun Türkçe Sözlüğü'ne ve Yeni Yazım Kılavuzu'na uygun olması gerekir.
5. Makale gönderen yazar; ad ve soyadını, akademik ünvanını, çalıştığı kurumu, telefon numarasını, elektronik posta adresini, varsa çalışmasını destekleyen kurumu belirtmelidir.

6. Yayınlanan her türlü çalışmanın yayın hakkı dergiye aittir.
7. Dergiye gönderilen yazılara **teelif hakkı ödenmez**.Yayınlanan makalelerin telif hakkı Dergiye aittir.
8. Dergide yayınlanan yazılarda ileri sürülen görüşler yazarlarını bağlar. Yazıların bütün hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

YAZIM KURALLARI

1. Makalelerin, A4 kâğıt boyutunda ve standart Word formatında, kenar boşlukları; üst:2,5 alt: 2,5 sol: 2,5 ve alt: 2,5 cm **tek satır** aralıklı ve **iki yana yaslı** şekilde yazılması gerekir.
2. Makalelerde sayfa sınırlaması olmamakla birlikte, üst limit olarak **25 sayfanın** aşılması beklenmemektedir.
3. Yazar bilgilerinin yer almadığı makale dosyası; Türkçe başlık, Türkçe özet, İngilizce başlık, İngilizce özet, özetlerin altında anahtar kelimeler, JEL kodları ve devamında giriş, ana metin, sonuç, kaynakça ve eklerden oluşmalıdır.
4. Üstbilgi, altbilgi ya da sayfa numarası eklenmemelidir.
5. Makaleler, **Türkçe ya da İngilizce** olarak hazırlanabilir.
6. Yazının başına **150 sözcüğü geçmeyen özet** (abstract) eklenmelidir. Yazı dili Türkçe ise, mutlaka İngilizce özet ve İngilizce Başlık eklenmelidir.
7. Özette sonra makalenin içeriğini belirten **en fazla 5 anahtar kelime** (Türkçe ve İngilizce) ve 3'ü geçmeyecek şekilde belirtilmelidir.
8. Özetler, anahtar kelimeler ve JEL Kodları Times New Roman 11 Punto, italik, tek satır aralığında ve iki yana yaslı şekilde hazırlanmalıdır.
9. Ana Metin, Times New Roman, 12 Punto, tek satır aralığında, iki yana yaslı şekilde hazırlanmalıdır. Her bir paragraf aralığı (sonra 6 nk) boşluk bırakılmalıdır. Paragrafların ilk satırları 1,25 cm içeriden başlamalıdır.
10. Türkçe ve İngilizce başlıklar, Türkçe ve İngilizce özet bölümlerinin üzerine büyük harfle, ortalanarak, 1,5 satır aralıklı, Times New Roman, 12 punto ve kalın (bold) olarak yazılmalıdır. Makalenin ana başlık ve alt başlıkları ise 2., 2.1., 2.1.1. gibi ondalıklı şekilde, giriş başlığından başlayarak (Kaynakça hariç) numaralandırılmalı ve kalın (bold) yazılmalıdır. Ana başlıklar büyük harfle yazılmalı, alt başlıkların ise yalnızca ilk harfi büyük olmalıdır. Başlıklardan önce ve sonra 6 nk boşluk bırakılmalıdır.

11. **Tüm şekil, tablo ve grafiklere** bir başlık verilmeli ve başlıklar ardışık olarak numaralandırılmalıdır. Başlık tablo, şekil veya grafiğin üstünde sayfaya ortalı Times New Roman, 12 punto, kalın (bold) olarak yer almalıdır. Tablo, şekil veya grafik yazısı no'su ile birlikte verildikten sonra tek nokta konularak tablo, şekil veya grafik ismi yazılmalıdır. Kaynak bildirimleri tablo, şekil veya grafiklerin altında 11 punto olarak verilmelidir.

12. Dipnotlar (açıklama içeren) metin içinde numaralanmalı, ayrı bir sayfada numara sırasına göre "Notlar" başlığı altında Times New Roman 11 punto ile yazılmalı ve metnin arkasına konmalıdır.

13. Makalede matematiksel denklem ve formüller numara verilerek sıralanmalıdır. Numaralandırma satırın en sağında parantez içinde yapılmalıdır.

14. Metin içinde atıfları belirtmek için **Harvard referans tekniği** kullanılmalıdır. Bu tekniğe göre metin içinde geçen atıflar, yazar soyadı ve parantez içinde yer alan yayın yılı ile belirtilir. Konuyla ilgili örnekler aşağıda sırasıyla verilmiştir.

i. Yazar adı cümlenin doğal bir parçası olarak kullanılmışsa yayın yılı parantez içinde;

Gürkaynak (2002) kimyasal çözeltiler üzerinde yapmış olduğu ...

ii. Yazar adı cümlenin doğal bir parçası olarak kullanılmamışsa yazar adı, basım yılı ve sayfa sayısı şeklinde olmalıdır;

En son çalışmalar (Pınar, 2003: 12) uygulamanın ...

iii. İki yazarın bulunması durumunda, her iki yazarın soyadı da kullanılır.

Cinicioglu ve Keleşoğlu (1993) yumuşak dolgular üzerinde ...

iv. İkiyden fazla yazar olması durumunda ilk yazarın soyadını "ve diğ." ifadesi takip eder.

Öztoprak ve diğ. (1999) tarafından öne sürülen ...

v. Eğer aynı yazarın aynı yılda basılmış birden fazla yayını kullanılmışsa basım yıllarının sonuna alfabetik bir karakter ilave edilir.

Bozbey ve diğ. (2003a) tarafından yapılan çalışmalar bu sonucu ...

vi. Eğer anonim bir kaynak kullanılmışsa "anon" ifadesi kullanılır.

Son zamanlarda konuşulan gerçekler (Anon 1998: 53) ...

vii. Eğer yazarı belirsiz bir gazete yazısı kullanılacaksa gazete adı, basım yılı ve sayfa no;

Bölgede görülen sel baskınları yapısal özellikleri etkilemektedir (Atlas, 1998: 6)

viii. Tez çalışmasında faydalanılan yayınlar yazar soyadlarına göre alfabetik sırayla sıralanır. Yayının basıldığı derginin, kongre kitapçığının, kitabın vb. adı eğik (italik) olarak gösterilir

ix. İnternette alınan kaynaklara atıf yapılırken, yazar adı varsa daha önce belirtildiği şekilde gösterilir. Yazar adı yoksa kaynağı sunan kurumun adı ve tarih kullanımı aşağıdaki şekilde gösterilir.

Pazar hakkında bilgiler yer almaktadır (İMKB, 23.06.2003) veya

Yazarı belli olmayan internet kaynaklarına atıf yapılırken, büyük harflerle URL-sıra numarası, yıl şeklinde yazılmalıdır. Örneğin:

(URL-1, 2003), (URL-1 ve URL-2, 2003

URL-1'e (2003) göre ...

15. Kaynakça Times New Roman, 12 punto şeklinde yazarların soyadları göz önüne alınarak alfabetik sırayla ve asılı biçimde çalışmanın sonunda bulunmalıdır. Her kaynak arasındaki paragraf aralığı (sonra 6 nk) olmalıdır. Eğer yazarın/ların aynı yıl içerisinde birden fazla çalışmasına atıf yapılmışsa ise bu çalışmaların yayın yılı sonuna (a,b,c,..) gibi semboller verilerek sıralanmalıdır. Makale ve bildirilerde dergi ve sempozyum/Kongre adı, kitap ve tezlerde ise kitap ve tez adı italik olarak yazılmalıdır. Kaynakça aşağıda gösterildiği şekilde düzenlenmelidir.

Kitap referansı için gösterim

Yazarın SOYADI, ADI., Yayın yılı, *Kitap adı*, Yayınevi, Basım Yeri, ISBN.

MERCER, P.A. and SMITH, G., 1993, *Private Viewdata in the UK*, 2

Dergilerdeki makaleler için gösterim

Yazarın SOYADI, ADI., Yayın yılı, Makalenin adı, *Derginin Adı*, Cilt no ve (bölüm)

EVANS, W.A., 1994, Approaches to Intelligent Information Retrieval, *Information Processing and Management*, 7 (2), 147-168.

Konferans bildirileri için gösterim

Yazarın SOYADI, ADI., Yayın yılı, Bildiri Adı, *Konferans Kitapçığının Adı*, Tarih ve Kongre Yeri, Basım Yeri: Yayınevi, sayfa numaraları

SILVER, K., 1991, Electronic Mail: The New Way to Communicate, *9th International Online Information Meeting*, 3-5 December 1990 London, Oxford: Learned Information, 323-330.

Tezler için gösterim

Yazarın SOYADI, ADI., Yayın yılı, *Tezin Adı*, Yüksek Lisans/Doktora, Enstitü Adı

AGUTTER, A.J., 1995, *The Linguistic Significance of Current British Slang*, Thesis (PhD), Edinburgh University.

Haritalar için gösterim

SOYADI, ADI., Yayın Yılı, *Başlık*, Ölçek, Basım Yeri:Yayınevi.

MASON, James, 1832, *Map of The Countries Lying Between Spain and India*, 1:8.000.000, London: Ordnance Survey.

Web sayfaları için gösterim

Yazarın SOYADI, ADI., Yıl, Başlık [online], (Edition), Yayın Yeri, Web adresi:URL

HOLLAND, M., 2002, *Guide to Citing Internet Sources* [online], Poole, Bournemouth University, [http://www.bournemouth.ac.uk/library/using/guide to citing internet sources.html](http://www.bournemouth.ac.uk/library/using/guide%20to%20citing%20internet%20sources.html) [Erişim Tarihi: 4 Kasım 2002].

WRITING AND PUBLISHING POLICIES

Journal of Life Economics is an **international refereed journal** which started to be published in 2014 (e-ISSN:2148-4139). It aims to create a forum on economic bases of life. In this perspective, high quality articles are going to be published. Opinions and studies of the academicians and researchers, especially about economics will be published. The articles in the journal will be published 4 times a year; **WINTER (January), SPRING (April), Summer (July), AUTUMN (October)**. The **DOI number** is assigned to all the articles published in the journal.

Journal of Life Economics is a **broadcasting - electronic and a free journal**. Manuscripts submitted to *Journal of Life Economics* should be in line with **the following editorial principles and author guidelines**.

PUBLICATION POLICIES

1. All manuscripts proposed to the Journal Life Economics should not be previously published or submitted for publication elsewhere. The studies or their summaries which were presented in a conference or published can be accepted if it is stated in the manuscript before. Besides that if the study is supported by an institution or produced from a thesis, this must be footnoted on the title. If the studies were wanted to be revoked by any reason, it is needed to apply to the admin with a letter. Publication committee considers that the authors will keep the rules as editorial principles and author guidelines.
2. Publication Committee entitled to reject the manuscripts if not conformable with the conditions concerning the orthography and grammar or return back to the authors for correction or reform them. All manuscripts submitted to *Journal of Life Economics* are sent to at least **two referees** after the initial review of the editorial board with respect to formatting and content. After having positive feedbacks from both of the referees, the manuscripts are published. In case of having one positive and one negative feedback from the different referees, the manuscript is sent to a **third referee**. The reviewers are not apprised of the authors' names or institutions in the submitted manuscript; and authors are not told the identity of the referees.
3. Manuscripts are sent to online Manuscript Submission System and Information about the referee process for your manuscripts is given through Online Manuscript Submission System. Reviews can also be seen through this system from the following link "<http://www.jlecon.com/mts.aspx>"
4. Manuscripts are wellcomed both in **Turkish and English**. Turkish manuscripts are required English title and abstract.
5. The author's name, surname, title, instution, phone number and e-mail adress must be added.
6. Copyright (printed or electronic) of the manuscripts are belong to *Journal of Life Economics*.
7. **No copyright payment.**
8. The responsibility of the idea exists in the published articles belongs to the authors

STYLE REQUIREMENTS

1. The text must be written **single spaced** by using standard Microsoft Office Word format. Margins should be 2,5 cm for all sides of the page. The total length of any manuscript submitted must not exceed **25 pages** (A4).
2. The manuscript, which does not show the names of the authors, must include the followings: Title, Abstract, Keywords under the abstract, **JEL (Journal of Economics Literature) codes**, introduction, main text, conclusion, references and appendix.
3. No footer, header or page numbers required.
4. Each manuscript must include abstract, no more than **150 words**.
5. At most **5 key** words must be written below the abstract.
6. **Abstract**, key words and JEL codes must be written in Times New Roman 11 font size and single spaced. It also should be in italic letters.
7. **The main text** should be written in Times New Roman 12 font size and single spaced. The first line of the paragraph should be shifted by 1,25 cm from the left margin. Paragraph spacing after a single paragraph (6 nk) should be given.
8. All the headlines, set in the midst, should be written in bold, in Times New Roman 12 font size and 1,5 spaced.
9. Headings and subheadings must be numbered 2., 2.1., 2.1.1. as etc decimally with bold letters. All headings should be written in bold but only the first letters of the subtitles should be capital. Spacing before and after a heading (6 nk) should be given.
10. **All the tables, figures and graphs** must be headlined and sequentially numbered. The titles of the tables and figures should be placed above the table or figures, and references belonging to table or figure should be under them. The headline must be written in Times New Roman 12 font and with bold letters. References for the tables (figure of graph) must be below the table (figure or graph) with a font size of 11 font.
11. Equations should be numbered consecutively and equation numbers should appear in parentheses at the right margin.
12. Citations in text must be done according to the HARWARD REFERENCE TECHNIQUE. In text citations, the author's last name and the year of publication (and page number of the publication if necessary) for the source must appear in the text
 - i. If the last name of the author is used , the publication date should be written in parenthesis.

Gürkaynak (2002) agree that chemical solutions ...
 - ii. If the last name of the author is not used, the last name of the author, the publication year and page number of the publication must appear .

The last studies (Pınar 2003: 12)...
 - iii. If there are two authors, last names of both of the authors should be written.

Cinicioglu and Keleşoğlu (1993) mention about the soft paddings...

iv. If there are more than two authors, cite only the surname of the first author followed by “et al.”

...asserted by Öztoprak et al.. (1999)

v. If an author has more than one publishment in the same year, different symbols (i.e. a,b,c..) must be used with the years.

...result of the studies made by Bozbey et al (2003a)

vi. If the resource is anonymous the word “anon” must be used.

...the realities spoken in recent times (Anon 1998: 53) ...

vii. if a newspaper article with an unknown writer is used, name of the newspaper, date of publication, page number should be written.

The floods occurred in the region effect the structural features (Atlas, 1998: 6)

viii. The studies made use of thesis, alphabetically ordered according to the surnames of the writers. The name of the magazine, book or booklet , etc. should be in italic and bold letters.

ix. For Internet resources, the name of the writer should be shown as mentioned before. If no writers name, the name of the resources and the date must be given

Some knowledge takes place about the bazaar (İMKB, 23.06.2003)

x. For the internet resources with unknown writers URL-sequence number and year should be written as follow:

(URL-1, 2003), (URL-1 and URL-2, 2003), According to URL-1 (2003)

References

Books :

SURNAME, NAME, Publication Year, Name of Book, Publishing, Place of Publication, ISBN.

MERCER, P.A. and SMITH, G., 1993, Private Viewdata in the UK, 2

Journals:

SURNAME, NAME , Publication Year, Name of Article, Name of Journal, Volume Number and Page Numbers.

EVANS, W.A., 1994, Approaches to Intelligent Information Retrieval, Information Processing and Management, 7 (2), 147-168.

Conferences:

SURNAME, NAME , Publication Year , Name of Report, Name of Conference Bulletin, Date and Conference Place, Place of Publication : Publishing , Page Numbers

SILVER, K., 1991, Electronic Mail: The New Way to Communicate, 9th International Online Information Meeting, 3-5 December 1990, London, Oxford: Learned Information, 323-330.

Thesis :

SURNAME,NAME , Publication Year, Name of Thesis, Master's Degree/Doctorate, Name of Institute

AGUTTER, A.J., 1995, The Linguistic Significance of Current British Slang, Thesis (PhD), Edinburgh University.

Maps:

SURNAME, NAME , Publication Year, Title, Scale, Place of Publication: Publishing.

MASON, James, 1832, Map of The Countries Lying Between Spain and India, 1:8.000.000, London: Ordnance Survey.

Web Pages:

SURNAME, NAME, Year, Title [online], (Edition), Place of Publication , Web address: URL

HOLLAND, M., 2002, Guide to Citing Internet Sources [online], Poole, Bournemouth University, http://www.bournemouth.ac.uk/library/using/guide_to_citing_internet_sourc.html, [Date Accessed: 4 November 2002].

İÇİNDEKİLER / CONTENT

THE SIGNIFICANCE OF INFRASTRUCTURE FOR FDI INFLOW IN DEVELOPING COUNTRIES <i>Mumtaz Hussain SHAH</i>	1-16
THE UKRAINE AND CHINA INTERNATIONAL TRADE COOPERATION: IMPACT ON THE UKRAINE TRADE DEFICIT Oleksii O. KIM.....	17-24
ECONOMIC VALUE OF UKRAINIAN POLICY ON STANDARTIZATION IN THE CONTEXT OF EURO INTEGRATION PROCESS Maryna KATRAN.....	25-36
DEVELOPMENT OF INFORMATION SERVICES AND PRODUCTS IN UZBEKISTAN DURING GLOBALIZATION Feruza Khayrullaevna SIDIKOVA & Bobur Abbasovich SHERMUKHAMEDOV.....	37-42
VERGİ BİLGİ DEĞİŞİM ANLAŞMALARI VE VERGİ CENNETLERİ <i>Ömer Faruk BATIREL</i>	43-50
KAMUSAL ALANIN OLUŞUMU, DÖNÜŞÜMÜ VE İKTİSADİ BOYUT Nihat FALAY.....	51-70
A CUT VIEW CONCERNING THE ECONOMIC TRANSFORMATION GENERATED BY THE WEALTH TAX: SEIZURE FOR <i>BAHTIYAR HAN</i> Başak Ergüder.....	71-86
MARKA FARKINDALIĞINDA MASKOT KULLANIMININ ETKİSİ Nurhan Babür TOSUN & Zeynep Özge KALYONCU.....	87-114
TÜRKİYE'DE ENFLASYON HEDEFLEMESİNİN KAMU CARİ (TÜKETİM) HARCAMALARINA VE ÇIKTI AÇIĞINA ETKİSİ Özge UYSAL ŞAHİN.....	115-124
BALIKESİR İLİ DAMIZLIK SIĞIR YETİŞTİRİCİLERİ BİRLİĞİNİN YÖNETSEL VE ÖRGÜTSEL ANALİZİ Yavuz Tansoy YILDIRIM.....	125-132
THE NEXUS AMONG FINANCIAL DEVELOPMENT AND POVERTY REDUCTION: AN APPLICATION OF ARDL APPROACH FROM THE MENA REGION Leila CHEMLI.....	133-148
SOSYAL YARDIMLAR GENEL MÜDÜRLÜĞÜ'NÜN YOKSULLARA YÖNELİK SOSYAL POLİTİKALARI: VAN ÖRNEĞİ Sevgi IŞIK EROL.....	149-170
TÜRKİYE'DE AR-GE & İNOVASYON HARCAMALARININ GELİŞİM SÜRECİ VE EKONOMİK ETKİLERİ Murat DEMİR & Osman GEYİK.....	171-190
KENTİÇİ OTOYOL HİZMETLERİNDE ÖZEL SEKTÖR KATILIMININ SÜRÜCÜLERİN PARK ETME TERCİHLERİ VE TUTUMLARI ÜZERİNE ETKİSİ Burak KOZALI.....	191-230

THE SIGNIFICANCE OF INFRASTRUCTURE FOR FDI INFLOW IN DEVELOPING COUNTRIES¹

Mumtaz Hussain SHAH²

Abstract

This paper assesses the importance of infrastructure availability in the host developing country in increasing its attractiveness for overseas investors. I also take into account market size, economic development, macroeconomic stability, regional and income groupings, ability of the people to speak an international language and access to sea. Using annual data for a panel of 90 developing countries over the years 1980-2007, I found that consistent with the prediction of the market size hypothesis, population is found to have a significant positive effect on inward FDI. Sound macroeconomic management proxied by exchange rate and economic development have plausible significant effects on FDI inflows, whereas, high inflation signalling economic disorder deter foreign investors. Infrastructure availability measured through telephone-density positively influence overseas investors location choice. Though, it is sensitive to alternative proxy measures but robust with respect to specification of the estimating model. Language and geographic location dummies confirm that foreign firms prefer Anglophones, and are reluctant to invest in South Asia, MENA and Francophone countries. A significant time trend is also witnessed.

Keywords: FDI, Infrastructure, Market Size, Macroeconomic Stability, Economic Development.

JEL Classifications: C230, F130, I40, F210, F230,

1. INTRODUCTION

The proportion of affiliate products in world trade has increased many folds during the last few decades and so has the importance of the factors helping or resisting their flow³. Moreover, empirical evidence indicates that availability of necessary infrastructure in the host country positively affect Foreign Direct Investment (FDI) inflows (Haile and Assefa 2006). At the same time a firm's investment decision is likely to be influenced by the traditional location pull factors such as the capacity of the host country to absorb the multinationals product, purchasing power of the population indicated by gross domestic product per capita (GDPPC) and sound macroeconomic environment to enable the multinational to optimally utilise its resources. Similarly, the recent economic constriction in the developed world has limited their ability to invest abroad; enhancing the competition among the developing world to lure them to invest in a particular host, hence focus on factors affecting their investment decision in a developing country seems suitably well-timed. Thus, it is important to continuously understand, explore, and grasp the existing and possible new factors that may influence FDI flows to the developing nations.

¹ The paper was presented at the Challenges for Analysis of the Business and the Economy - Scientific Conference. 13-16 September, 2012. University of Applied Sciences, Bahnhofstrasse, 15745 Wildau, Berlin, Germany.

² Assist. Prof. Dr., Institute of Management Studies - University of Peshawar, E-mail: shah_mumtaz@hotmail.com

³ On average 50 percent of US trade occurs between the affiliates of the same multinational where as 90 percent of US exports and imports flow through a US MNC (Blonigen 2006). Multinationals hire more than 80 million people worldwide (Li et al. 2010) and overall MNC trade account for about 70 percent of world trade (Li and Resnick 2003).

This study by specifically examining the role of infrastructure and other variables such as market size, macro-stability, trade liberalisation and so on, using annual data for a panel of 90 developing countries over the years 1980-2007 sheds some light on the issue. The findings support the argument that infrastructure availability, market size, economic development, macroeconomic stability have a significant positive effect on inward foreign direct investment in developing countries.

The next section explores the interrelationship between location *FDI* pull factors and their plausible influences on *FDI* inflows. The third section presents the reduced form empirical model and examines the estimation issues. Section four reports and analyse the empirical results and discuss the robustness checks. The final section, five, presents some conclusions.

2. THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE LOCATION FACTORS AFFECTING INWARD FDI

In order to deal with the primary question addressed in this paper I need to first discuss and sift the impact of other host country characteristics that affect the location decision of overseas investors. Once I have controlled for them then the effect of infrastructure on the inward *FDI* in a developing country can be explored and assessed with appropriate proxies.

2.1 Market Size

Empirical *FDI* literature has established the importance of market size on inward *FDI*. The primary explanation is based on the presence of economies of scale. Bigger markets offer additional possibilities to fully exploit the factors of production and make an optimal use of the imported technology. Glaring examples are of export oriented vertical *FDI* in Mexico, China, Malaysia, Indonesia and the Eastern European countries, especially in labour intensive industries (Feenstra 1998). In the empirical section I have used gross domestic product (*GDP*) and population as alternative proxy measures and expect a positive relationship between *FDI* inflows and market size.

2.2 Economic Development /Capital Abundance/Income Level

The type and pattern of inward *FDI* is expected to be reflective of a country's level of development (Loungani et al. 2002) and causes it to become more horizontal as development proceeds (Maskus 1998). Gross domestic product per capita (*GDPPC*) also signifies the income level of the host country population and hints at the expected quantity and kind of goods that can be sold in the host market.

I have employed per capita gross domestic product and a few other per worker and per capita measures as proxies for the development level/capital abundance of the host developing country and expect a positive influence on *FDI* inflows⁴.

2.3 Openness/Liberalisation

Developing countries imposed quotas, custom duties and tariff barriers in the 1970s and 1980s predominantly for import substitution and to some extent for technology transfer and other spill over considerations. This caused tariff jumping *FDI* in these countries

⁴. However, due to its direct association with wage level it may exert a negative effect on inward *FDI* (Cieřlik 2005a). The details and sources of all the variables are provided in appendix 1.

necessitated by the cost considerations resulting from tariff and other restrictions (Balasubramanyam et al. 2002).

However, in the 1990's the success of East Asian countries (Balasubramanyam and Sapsford 2001) and particularly Mexico in drawing *FDI* despite trade and investment liberalisation led many other developing countries to open up their economies (Nunnenkamp 2002)⁵. For example Poland's increasing commercial ties with Western Europe and its rapid liberalization and deregulation program led to multi-fold increase in inward *FDI* in the early 1990s (Cieřlik 2005b)⁶. Even Sub-Saharan countries like Mali and Mozambique witnessed increased *FDI* after introducing reforms and liberalisation (Morisset 2000).

In the present study I have utilised trade (sum of exports and imports of goods and services) measured as percentage of *GDP* as a proxy for a host country's openness and anticipates a positive association between *FDI* inflows and a developing country's market liberalisation.

2.4 Macroeconomic Stability

Inflation, government budget balance, interest and exchange rates are used to measure macroeconomic stability of a host country. An economy with a good track record of fiscal prudence, financial stability and managing inflation and interest rates without sudden and abrupt fluctuations in exchange rate shall gain investors confidence and encourage them to invest, especially in the current climate of global economic slowdown.

I have used inflation and direct exchange rate to proxy macroeconomic stability. However, the impact of both of them is ambiguous and will depend on the extent of multinational local liability exposure. On the one hand, devaluation/depreciation will make their products cheaper in international markets. On the other, if they require a high import component, it will make the intermediate inputs expensive, making their products non-competitive in the local market. Nonetheless, the effect on re-exports will be negligible and will partly benefit *MNC's* due to reduction in the cost of inputs procured from the local market.

Considering that one of the standard symptoms of the loss of fiscal or monetary control is unbridled inflation, it will discourage savings and dampen private, domestic and foreign investment as evident from low *FDI* in many African, Caribbean, Latin American and Pacific countries (Morrissey 2008). Therefore, allowing for the fact that investors prefer to invest in more stable economies that reflect a lesser degree of uncertainty, it is reasonable to expect a negative effect on direct investment of economic instability in a developing host country.

2.5 Infrastructure

The amount, availability and quality of supportive infrastructure is essential for the smooth functioning of multinational's affiliate production and trade activities. Better infrastructure can significantly reduce overhead costs (Asiedu 2004) and thereby positively affect investor's location decision (Shah and Ahmed 2003). If infrastructure functionality alone is not multinational's engine of production, it for sure is their wheel of economic activity in the developing countries (Khan and Kim 1999).

⁵. It shall be kept in mind that many African countries despite liberalising their markets failed to attract substantial *FDI* inflows, whereas countries like China, though recently liberalised its economy witnessed significant inward investment.

⁶. Poland, Hungary and the Czech Republic are the *CEEC* leaders in liberalisation reforms, deregulation, openness and *FDI* inflows (Holland and Pain 1998).

In *FDI* literature infrastructure is captured with the total length of metalled roads, rail networks, uninterrupted power and water supply, number of sea and international airports, dummy variables for their existence and lately telecommunication density approximated with the number of fixed line telephone and mobile phone subscribers or internet access possibilities.

Multinationals are expected to prefer countries with well-established/developed infrastructure as other things constant they can optimally utilise the imported machinery/paraphernalia in such economies.

Though, the use of telephone-density as an infrastructure proxy is questioned on the pretext of the extent to which it can facilitate multinationals operations (Morisset 2000). Nevertheless, the emergence and growth of transnational corporations to the present level seems inconceivable without an adequate communication infrastructure at the international level. The complex nature of ever increasing communication needs between the headquarters and the subsidiaries indicates the existence of a dynamic and mutual relationship between communication infrastructure, information flows and economic, financial, trade and other kinds of spatial interactions. Consequently, higher density of telecommunications network shall decrease coordination costs between firms and their affiliates (Campos and Kinoshita 2003). Hence, I have utilised the number of mobile and landline telephone subscribers in the host economy and expect a direct positive association between it and *FDI* inflows.

In addition I have also utilised gross fixed capital formation as an alternative proxy for infrastructure availability (Haile and Assefa 2006). According to World Bank, world development indicators (*WB*, *WDI*) Gross fixed capital formation (*GFCF*) includes land improvements including fences, ditches, drains, and so on; plant, machinery, and equipment purchases; and the construction of roads, railways, and the like, together with schools, offices, hospitals, private residential dwellings, and commercial and industrial buildings. According to the 1993 SNA, net acquisitions of valuables are also considered capital formation. Therefore, I expect a positive influence on *FDI* inflow possibility of *GFCF* and it will act as a robustness check as well.

2.6 Geographical Location, Sea Access, International Language & Income Group

I have also tried to gauge the effects of geographical location, population ability to speak an international language, regional and income based dummies and access to sea. Data on these variables was constructed from *CIA's* world fact book and Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales (*CEPII*).

Access to water appears to be important for international trade due to the significantly cheaper ocean transportation of intermediate or finished goods. However, it is difficult to theoretically justify, and empirically gauge the significance of the other dummy variables like language, regional and income based dummies in *FDI* flows⁷.

2.7 Summary

Building on the prior discussion, this paper seeks to provide an insight into the role of infrastructure availability in particular and other location pull factors in general in motivating multinationals to engage in foreign direct investment.

⁷. The classification of the host developing countries into different income and regional groups and sea access and language dummies is given in appendix 2.

Though, the importance of the traditional location factors such as the size of the market to be served, the long-term macroeconomic stability of the host country, the supply of skilled or trainable workers still exist for many prospective investors. However, once these criteria are satisfied, then the extent of the presence of modern communications infrastructure in the host economy shall certainly influence the investor's choice among the probable investment sites.

3. EMPIRICAL MODEL AND ESTIMATION ISSUES

According to Blonigen (2006) "deriving a theoretically based empirical specification of *FDI* is a fairly complicated problem". Nevertheless, on the basis of the arguments on the possible determining factors of inward *FDI* in the second section, I postulate the following reduced form set up to explain the effect of infrastructure availability and other relevant factors on the investment inflows into a developing country:

$$FDI_{jt} = f \left(\begin{array}{l} MarketSize_{jt}, EconomicDevelopment_{jt}, Openness_{jt} \\ MacroeconomicStability_{jt}, Infrastructure_{jt}, \\ SeaAccess_j, Language_j, GeographicRegion_j \end{array} \right) \quad (1)$$

Where the subscript *j* denotes a developing country and varies from 1 to 90. The time subscript *t* varies from 1 to 28 covering the years 1980 to 2007. Therefore, I can have a total of $90 \times 28 = 2520$ observations for each variable included in the sample. FDI_{jt} is the stock of the foreign direct investment from rest of the world in country *j*. The choice of aggregate *FDI* stock in the host country as the dependent variable, in addition to data availability, was necessitated by the inadequacy of the available alternative, the net *FDI* inflow, where it cannot be distinguished whether a reported positive (negative) value is caused by decreased (increased) outflows or increased (decreased) inflows. This would have complicated interpreting the results. The criteria for the independent variables choice include ease of data availability, sound theoretical justifications, and the variable's robustness in the empirical *FDI* literature. I have made a conscious attempt to gauge the relative importance of each factor. However, it is difficult, at times, because the factors are interrelated and vary across countries and time periods in distinct orders.

Log linearising equation 1 and replacing the variables with the appropriate proxies I get:

$$\ln fdi_{jt} = \alpha_0 + \beta_1 \ln Population_{jt} + \beta_2 \ln Gdppc_{jt} + \beta_3 \ln Trade_{jt} + \beta_4 \ln ExchangeRate_{jt} + \beta_5 \ln TeleDensity_{jt} + \beta_6 SeaAccess_j + \beta_7 Language_j + \beta_8 GeographicRegion_j + \xi_{jt} \quad (2)$$

Where, \ln is used for natural log. Logging the variables helps in reducing the expected heteroskedasticity.

Table 1 provides the summary statistics for each variable used in the empirical estimations including means, standard deviations, minimum and maximum values and the number of observations.

To utilise the appropriate panel estimation model for a large and diverse cross-section of countries as in this study I carried out the Hausman (1978) specification test to choose between the fixed and random effect model. The test with the following results $\chi^2(6) = 64.70$, $\text{Prob} > \chi^2 = 0.0000$ reject the null hypothesis assumptions that the coefficients estimated by the efficient random effects estimator are the same as the one estimated by the consistent fixed effects estimator and suggests the application of the fixed effect estimator, indicating the presence of correlation between the individual component and the explanatory variables, that is, between the α_i and X_{it} ⁸ (Braga and Cardoso 2004). I carried out The Breusch-Pagan / Cook-Weisberg test for heteroskedasticity⁹ which failed to reject the null hypothesis of constant variance or homoskedastic standard errors $\chi^2(1) = 0.54$, $\text{Prob} > \chi^2 = 0.4643$ (Carr et al. 2001).

Table 1

Summary Statistics					
Variable Name	Number of Observations	Mean Value	Standard Deviation	Minimum Value	Maximum Value
LnFDI Stock	2520	20.62	2.28	7.08	28.04
LnGDP	2520	22.77	1.95	17.69	28.85
Ln Population	2520	15.86	1.92	10.60	20.99
LnGDPPC	2520	6.91	1.12	4.42	9.70
LnGDPPCPPP	2520	7.64	1.09	4.78	10.17
LnGFCFPC	2520	5.29	1.32	0.00	8.36
LnTrade%GDP	2520	4.15	0.55	1.99	5.64
Ln Exchange Rate	2520	3.18	2.44	0.00	12.99
Ln Inflation	2520	2.26	1.32	-3.29	10.10
Ln Tele-Density	2520	12.23	2.81	0.00	20.63
LnGFCF	2520	21.12	2.11	0.00	27.96
All the Languag and Regional dummies vary from 0 to 1.					

4. RESULTS DISCUSSION AND SENSITIVITY ANALYSIS

In table 2 using fixed effects panel estimation I have tried to establish a set of location factors for the baseline model to measure the effects of infrastructure related aspects. The third column presents the result of a fixed effects regression assuming host country specific intercepts. The coefficient for the market size variable (population) is positive and significant as expected. An increase in the size of a host country is associated with more *FDI* inflows. Using the log of gross domestic product as a proxy for the market size produced the same results but I avoided using it due to the expected endogeneity between current *GDP* and contemporary *FDI* inflows.

A country's development level proxied by gross domestic product per capita is a positive, statistically significant determinant of foreign direct investment location. The array of coefficient estimates indicates that foreign direct investment is very responsive to per capita *GDP* in the host developing countries. Trade (sum of the imports and exports of goods and services) as a percentage of *GDP* employed as a measure of liberalization reveals with a

⁸. Or in other words the unit error component is correlated to the regressors $\{H_0: E(U_{it}/X_{it}) \neq 0\}$ (Winchell 2007).

⁹. For theoretical purpose consult Hsiao (2003, page 55-57), Studemund (2006, Chapter 10) or Wooldridge (2009, Chapter 8).

strongly positive and highly significant coefficient that increased openness of the host country causes more *FDI* because of lower trade barriers.

The overall positive impact of trade liberalisation appears to assert the argument that market reforms and opening of the economy leads to a general reduction in administrative barriers and improves the business environment in the host country, conveying the right signals to the international business community, and thus increases *FDI* inflows.

Factors representing macroeconomic stability such as inflation and exchange rate are introduced in model 2 and 3 (table 2) respectively. Other results remain the same as presented in the previous regression, that is, model 1. The coefficient for inflation is significantly negative showing that an increase in consumer prices causes a decrease in inward *FDI*. This result supports the empirical evidence that sound macroeconomic management and the ability of the host government to monitor and manage inflation encourage foreign investors. Using direct quote, that is, 1US\$ = units of host country's currency, as exchange rate gives a positive coefficient at 1% significance level. It indicates that depreciation/valuation inducing a reduction in local production costs in term of foreign currency stimulates more investment inflows¹⁰.

The coefficient for tele-density in model 4 and 5, used as a proxy for infrastructure is positive and statistically significant at 1% significance level. It supports the evidence that availability of better communication infrastructure represents value added factors that led investors to choose a particular location. However, gross fixed capital formation (*GFCE*)¹¹ used as the alternative proxy for infrastructure in model 6 and 7 is insignificant. However, this doesn't mean that the results for infrastructure do not hold; rather the unavailability of a suitable proxy for such a large sample of developing countries over the given 28 year's period necessitated its utilisation in the first place.

Given the importance of the improvement in infrastructure in the developing countries in modern times, an empirical investigation into its effect on inward *FDI* should be able to account for its variation both across countries and over time. Consequently, in table 3, I control for regional, lingual and sea access dummies that are invariant over time and cannot be tested with panel data fixed effects or first difference dynamic models since these factors are either spanned by the country dummies or are differenced away and cannot be identified¹². I therefore, have to use the alternative panel data technique, that is, random effect method to shed light on role of these factors. It will also act as a robustness check of my results with the fixed effect model.

It can be seen from table 3 that the random effects specification produces essentially the same estimates as the fixed effects model regressions in table 2. Model one shows the positive effects of a larger market, degree of development, market liberalisation and

¹⁰. An interesting case is that of *ASEAN* countries. Since mid-1980s China devaluing the Yuan against the dollar, indirectly devalued it against the yen as well, while Indonesia, Malaysia, Thailand and Philippines (the *ASEAN-4*) pegged their currencies to US dollar. The devaluation of the Yuan led to the appreciation of the *ASEAN-4's* currencies versus the Yuan, making their products expensive, thereby improving China's competitiveness for *FDI* (Xing and Wan 2006).

¹¹. For its earlier empirical utilisation see Asiedu (2004) and Haile and Assefa (2006).

¹². Strictly speaking, with the Hausman specification test favouring the fixed effects model, it is the appropriate estimation technique to use.

Table 2 Estimation Results for Establishing Base Line Model of FDI Inflows

Estimation Method / Variables	Proxy Utilised	Fixed Effects						
		1	2	3	4	5	6	7
Market Size	lnPopulation	2.6206* (0.1154)	2.5526* (0.1168)	1.8333* (0.0351)	1.1985* (0.1991)	0.4864 ^a (0.2072)	1.7998* (0.1380)	2.5174* (0.1205)
Economic Development	lnGDPPC	1.2812* (0.0495)	1.2298* (0.0516)	1.2947* (0.0484)	0.9126* (0.0635)	0.9782* (0.0606)	1.2622* (0.0558)	1.1965* (0.0587)
Openness	lnTrade%GDP	1.1433* (0.0775)	1.1505* (0.0774)	0.9255* (0.0785)	0.9501* (0.0799)	0.7266* (0.0809)	0.9068* (0.0801)	1.1309* (0.0791)
Macroeconomic Stability	lnInflation		-0.0678* (0.0196)		-0.0672* (0.0193)			-0.0674* (0.0196)
	lnExchange Rate			0.2405* (0.0227)		0.2397* (0.0223)	0.2403* (0.0227)	
Infrastructure Availability	lnTeleDensity				0.2716* (0.0326)	0.2706* (0.0319)		
	lnGFCF						0.0359 (0.0307)	0.0372 (0.0313)
R-Squared		46.87%	47.10%	51.49%	60.69%	57.13%	51.50%	47.11%
No of Observations		2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520

Standard errors are reported in parenthesis under the coefficient estimates. * represents significance at 1 %, α at 5 % and ϕ at 10 %.

Table 3 Estimation Results for Time Invariant, Sea Access, Regional, Lingual and Income Phenomenon

Estimation Method /Variables	Proxy Utilised	Random Effects								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
Market Size	Ln Population	0.7279* (0.0647)	1.2929* (0.0590)	0.7375* (0.0646)	0.7597* (0.6522)	0.7308* (0.0649)	0.7262* (0.0646)	0.7838* (0.0667)	0.7572* (0.0644)	0.7698* (0.0647)
Economic Development	Ln GDPPC	0.8573* (0.0562)	1.3031* (0.0547)	0.8701* (0.0565)	0.8503* (0.0561)	0.8816* (0.0574)	0.8729* (0.0577)	0.8516* (0.0571)	0.8435* (0.0569)	0.8487* (0.0546)
Openness	Trade % GDP	1.0134* (0.0769)	1.4778* (0.0727)	1.0152* (0.0768)	1.0097* (0.0768)	1.0097* (0.0768)	1.0055* (0.0769)	1.0039* (0.0769)	1.0105* (0.0768)	0.7969* (0.0745)
Macroeconomic Stability	Inflation	-0.0767* (0.0189)	-0.1065* (0.0195)	0.0762* (0.0189)	-0.0778* (0.0189)	-0.0729* (0.0190)	-0.0736* (0.0190)	-0.0778* (0.0189)	-0.0788* (0.0191)	-0.0395 ^α (0.0183)
Infrastructure Availability	lnTeleDensity	0.3070* (0.0226)		0.3051* (0.0226)	0.3045* (0.0225)	0.3079* (0.0226)	0.3096* (0.0226)	0.3012* (0.0226)	0.3042* (0.0226)	0.0488 (0.0309)
	lnGFCF		0.0208 (0.0319)							
Geographic Regions	MENA			-0.7288 ^α (0.3301)						
	South Asia				-1.2883 ^α (0.5102)			-1.5199* (0.5237)	-1.2883 ^α (0.5034)	-0.9735 ^φ (0.5157)
	SSA					0.4576 ^α (0.2178)	0.5717 ^φ (0.2314)			
Sea Access	Dummy						0.3829 (0.2750)	0.1174 (0.2507)	0.1351 (0.2498)	0.6136 ^α (0.2570)
Language	English							0.3471 ^φ (0.2140)		
	French								-0.0249 (0.2456)	-0.6479 ^α (0.2542)
Time Trend										1.4964 (0.0931)
R-Squared		63.48%	63.93%	63.98%	64.63%	63.40%	63.93%	65.18%	64.89%	69.50%
No of Observations		2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520	2520
Standard errors are reported in parenthesis under the coefficient estimates. * represents significance at 1 %, α at 5 % and φ at 10 %.										

infrastructure provision. The negative effects of macroeconomic instability are also evident. Model 2, shows once again the insignificance of *GFCF*.

Estimates from model 3, 4 and 5 confirm the importance of controlling for regional effects. The Middle East and North African (*MENA*) and South Asian countries seems to deter overseas investors despite the post 1990 surge of *FDI* into India and this effect is robust to inclusion of other variables¹³. The Sub-Saharan African (*SSA*) countries exhibit significant positive effects. This is contrary to the findings of Asiedu (2002) and Aizenman and Spiegel (2006) who found a significant negative coefficient for *SSA* countries. Though, insignificant and not shown in the table the Latin American & Caribbean (*LAC*) and the East Asian & Pacific ones have a positive coefficient. Access to sea has an insignificant effect.

In model 7, I included the language dummy; the coefficient for the Anglophone countries is significant at ten percent level, whereas the one for francophone's is significantly negative in model 9. However, both are sensitive to specifications and turn insignificant in some of the following regressions. The coefficients for Spanish and Portuguese were insignificant despite the fact that the Latin America & Caribbean (*LAC*) countries predominantly speak these two languages and the regional dummy for *LAC* is positive. These asymmetries in the effects of regional and lingual dummies on inward *FDI* seem difficult to interpret. The dummies for the income groups though, positive were generally insignificant¹⁴.

Like most regression based analysis, omitted variable bias cannot be altogether written off, for example the host country dummies will capture merely the time invariant lingual or geographic effects. Consequently, to control for time variant phenomenon equally affecting all the dyads μ_i , was added to model 9 in table 3. Its coefficient is significant at 1 % level and reduces the effect of the other variables, though most remain significant at the same level. The worst affected is the infrastructure (teledensity) variable which turns insignificant. According to Mátyás (1998) without properly controlling for these effects the coefficients estimates can lead us to make incorrect inferences.

Hence with its inclusion, I perceive that omitted variable shall not, significantly, bias my results, as potentially all static relationships involving the host countries are accounted for. However, it need to be remembered that a time trend is somewhat restrictive, unlike time dummies, and allows us only to capture a decreasing, increasing or smooth pattern of *FDI* flows.

Market size, economic development, liberalisation, macroeconomic instability still exerts a significant effect whereas the language and sea access are sensitive to specifications. However, it shall be kept in mind that the infrastructure is proxied by number of telephone and mobile phone subscribers in a country and their number significantly increased in the last two decades. For this reason, the time trend may be swamping its significant effect.

5. CONCLUSION

Utilising fixed effects and a random effects panel model I investigated the effect of infrastructure availability on *FDI* inflows in a sample of 90 developing countries over the years 1980-2007, after controlling for the traditional location determinants of inward *FDI*.

¹³. This may be caused by the political and economic instability and insurgencies in the region, such as the Maoists in Nepal, *LTTE* in Sri Lanka and Islamists problems in Pakistan. Moreover, according to Asiedu (2004 and 2006) 40% of South Asian people live on less than a dollar a day.

¹⁴. Though, I have tried various combinations but avoided using all the dummies for the same characteristic as it may lead to dummy variable trap causing exact multicollinearity (Harms and Ursprung, 2001 and Asteriou, 2006, page 205).

The results confirm that presence of a large domestic market; economic development and liberalisation exert a strong positive influence. Macroeconomic instability deters overseas investors. Infrastructure though significant is sensitive to specifications but robust to estimations techniques. However, this does not imply that it can be left out of a coherent strategy to increase the attractiveness of a developing country for the overseas investors.

Finally, it is found that the geographic regional and lingual characteristics of the developing country affect the multinational firm's investment decision. Sub-Saharan Africa, contrary to earlier findings, seems to be their preferred region and *MENA* and South Asia countries the least sought after. English being the lingua franca of global commerce exerts a positive effect on multinationals, whereas French a negative one, probably due to large number of North African (*MENA*) francophone countries. Spanish and Portuguese speaking nations have a positive but insignificant effect; the same is for East Asian and Pacific region.

The positive impact of infrastructure availability highlights the importance of the rapport between necessary infrastructure provision in the host nation and investment inflows in the developing countries.

My analysis signals interesting patterns of multinational behaviour that national governments can refer to in their efforts to attract foreign direct investment. I can conclude that even now much of the *FDI* in developing countries is prompted by traditional location factors. Nevertheless, even there multinational firms, when they have a choice value infrastructure availability and it tends to play a more decisive role than it once did.

Appendix 1: Data Sources for the Variables Used

Dependent Variable	Proxy for / Source
Stock Inward FDI	LnFDIstock _{jt} , Foreign Direct Investment stocks in the host developing country j at the end of the time period t from all the source countries. Source: UNCTAD FDIStat database.
Independent Variables	Proxy for / Source
Gross domestic product & Population	LnGDP and LnPOP, Alternative proxies for market size. Host country GDP or population at time period t. Source: World Bank, World Development Indicators.
Gross domestic product per capita, GDPPC adjusted for purchasing power parity & gross fixed capital formation per capita.	Logs of these measures are used as alternative proxies for Economic development, income level, factor endowments and human capital accretion. Host country LnGDPPC, LnGDPPC adjusted for PPP and LnGFCFPC. Source: World Bank, World Development Indicators.
Aggregate trade as a percentage of GDP	LnTrade, Aggregate trade of the host country is used as a proxy for openness. Source: World Bank, World Development Indicators.
Exchange Rate 1US\$ = host currency and inflation	Proxies for macroeconomic stability of the host country. Source: Exchange Rate. Pen world table version 6.3. Inflation. World Bank WDI.
Infrastructure	1. LnTele-Density, Number of mobile and fixed line subscribers as a proxy for infrastructure availability. Source: International Telecommunication Union, WB WDI. 2. LnGFCF, Gross fixed capital formation as alternative proxy for overall infrastructure development and availability. Source: WB WDI.
Language	Dummies for international languages e-g English, French, Spanish and Portuguese. Sources: 1. CIA world fact book and 2. Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales (CEPII).
Sea Access	Dummies for access to sea, landlocked, island etc. Sources: 1. Google map and 2. Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales (CEPII).
Geographical and Income groups	Dummies for regional and income groups. Source: World Bank, World Development Indicators.

Appendix 2: List of the Developing Countries and their Characteristics

Country Name	Income Group	Geographic Region	Sea Access	Language
Algeria	LMINC	MENA	Yes	French
Angola	LMINC	SSA	Yes	Portuguese
Argentina	UMINC	LAC	Yes	Spanish
Barbados	UMINC	LAC	Yes	English
Benin	LINC	SSA	Yes	French
Bolivia	LMINC	LAC	No	Spanish
Botswana	UMINC	SSA	No	English
Brazil	LMINC	LAC	Yes	Portuguese
Burkina Faso	LINC	SSA	No	English
Burundi	LINC	SSA	No	French
Cameroon	LMINC	SSA	Yes	English
Central African Republic	LINC	SSA	No	French
Chad	LINC	SSA	No	French
Chile	UMINC	LAC	Yes	Spanish
China	LMINC	EAP	Yes	Other
Colombia	LMINC	LAC	Yes	Spanish
Congo Dem. Republic	LINC	SSA	Yes	French
Congo Republic	LMINC	SSA	Yes	French
Costa Rica	UMINC	LAC	Yes	Spanish
Cote d'Ivoire	LINC	SSA	Yes	French
Dominican Republic	LMINC	LAC	Yes	Spanish
Ecuador	LMINC	LAC	Yes	Spanish
Egypt, Arab Republic	LMINC	MENA	Yes	English
El Salvador	LMINC	LAC	Yes	Spanish
Ethiopia	LINC	SSA	No	English
Fiji	LMINC	EAP	Yes	English
Gabon	UMINC	SSA	Yes	French
Gambia	LINC	SSA	Yes	English
Ghana	LINC	SSA	Yes	English
Guatemala	LMINC	LAC	Yes	Spanish
Guinea	LINC	SSA	Yes	French
Guyana	LMINC	LAC	Yes	English
Honduras	LMINC	LAC	Yes	Spanish
Hungary	UMINC	ECA	No	Other
India	LINC	SA	Yes	English
Indonesia	LMINC	EAP	Yes	English
Iran, Islamic Republic	LMINC	MENA	Yes	Other
Jamaica	LMINC	LAC	Yes	English
Jordan	LMINC	MENA	Yes	English
Kenya	LINC	SSA	Yes	English
Lebanon	UMINC	MENA	Yes	French
Lesotho	LMINC	SSA	No	English
Libya	UMINC	MENA	Yes	English
Madagascar	LINC	SSA	Yes	English

Malawi	LINC	SSA	No	Other
Malaysia	UMINC	EAP	Yes	English
Mali	LINC	SSA	No	French
Mauritania	LINC	SSA	Yes	French
Mauritius	UMINC	SSA	Yes	English
Mexico	UMINC	LAC	Yes	Spanish
Morocco	LMINC	MENA	Yes	French
Mozambique	LINC	SSA	Yes	Portuguese
Nepal	LINC	SA	No	English
Nigeria	LINC	SSA	Yes	English
Niger	LINC	SSA	No	French
Oman	UMINC	MENA	Yes	English
Pakistan	LINC	SA	Yes	English
Panama	UMINC	LAC	Yes	Spanish
Papua New Guinea	LINC	EAP	Yes	English
Paraguay	LMINC	LAC	No	Spanish
Peru	LMINC	LAC	Yes	Spanish
Philippines	LMINC	EAP	Yes	English
Poland	UMINC	ECA	Yes	Other
Rwanda	LINC	SSA	No	French
Samoa	LMINC	EAP	Yes	English
Senegal	LINC	SSA	Yes	French
Seychelles	UMINC	SSA	Yes	English
Sierra Leone	LINC	SSA	Yes	English
Solomon Islands	LINC	EAP	Yes	English
South Africa	UMINC	SSA	Yes	English
Sri Lanka	LMINC	SA	Yes	English
Saint Kitts and Nevis	UMINC	LAC	Yes	English
Saint Lucia	UMINC	LAC	Yes	English
Saint Vincent & Grenadines	UMINC	LAC	Yes	English
Sudan	LINC	SSA	Yes	English
Swaziland	LMINC	SSA	No	English
Syrian, Arab Republic	LMINC	MENA	Yes	French
Tanzania	LINC	SSA	Yes	English
Thailand	LMINC	EAP	Yes	English
Togo	LINC	SSA	Yes	French
Trinidad and Tobago	UMINC	LAC	Yes	English
Tunisia	LMINC	MENA	Yes	French
Turkey	UMINC	ECA	Yes	Other
Uganda	LINC	SSA	No	English
Uruguay	UMINC	LAC	Yes	Spanish
Vanuatu	LMINC	EAP	Yes	English
Venezuela Republic	UMINC	LAC	Yes	Spanish
Vietnam	LINC	EAP	Yes	English
Zambia	LINC	SSA	No	English
Zimbabwe	LINC	SSA	No	English

REFERENCES

- AIZENMAN, J. and SPIEGEL, M.M., 2006. Institutional Efficiency, Monitoring Costs and the Investment Share of FDI. *Review of International Economics*, **14**(4), pp. 683-697.
- ASIEDU, E., 2002. On the Determinants of Foreign Direct Investment to Developing Countries: Is Africa Different? *World Development*, **30**(1), pp. 107-119.
- ASIEDU, E., 2004. Policy Reform and Foreign Direct Investment in Africa: Absolute Progress but Relative Decline. *Development Policy Review*, **22**(1), pp. 41-48.
- ASIEDU, E., 2006. Foreign Direct Investment in Africa: The Role of Natural Resources, Market Size, Government Policy, Institutions and Political Instability. *The World Economy*, **29**(1), pp. 63-77.
- ASTERIOU, D., 2006. *Applied Econometrics: A Modern Approach using EViews and Microfit*. First edn. New York: Palgrave Macmillan.
- BALASUBRAMANYAM, V.N., SAPSFORD, D. and GRIFFITHS, D., 2002. Regional Integration Agreements and Foreign Direct Investment: Theory and Preliminary Evidence. *Manchester School* (14636786), **70**(3), pp. 460-482.
- BALASUBRAMANYAM, V. and SAPSFORD, D., 2001. FDI and the WTO. Lancaster University Management School, Economics Department.
- BLONIGEN, B.A., 2006. Foreign Direct Investment Behavior of Multinational Corporations. Winter 11-4. National Bureau of Economic Research Reporter.
- BRAGA NONNENBERG, M.J. and CARDOSO MENDONCA, M.J., 2004. The Determinants of Direct Foreign Investment in Developing Countries. SSRN eLibrary, .
- CAMPOS, N.F. and KINOSHITA, Y., 2003. Why Does FDI Go Where it Goes? New Evidence from the Transition Economies. International Monetary Fund.
- CARR, D.L., MARKUSEN, J.R. and MASKUS, K.E., 2001. Estimating the Knowledge-Capital Model of the Multinational Enterprise. *American Economic Review*, **91**(3), pp. 693-708.
- CIEŚLIK, A., 2005a. Location of Foreign Firms and National Border Effects: The Case of Poland. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, **96**(3), pp. 287-297.
- CIEŚLIK, A., 2005b. Regional Characteristics and the Location of Foreign Firms within Poland. *Applied Economics*, **37**(8), pp. 863-874.
- FEENSTRA, R.C., 1998. Facts and Fallacies about Foreign Direct Investment. California Davis - Department of Economics.
- HAILE, G.A. and ASSEFA, H., 2006. Determinants of Foreign Direct Investment in Ethiopia: A Time-Series Analysis. 4th International Conference on the Ethiopian Economy., 10-12 Jun 2006 2006.
- HARMS, P. and URSPRUNG, H., 2001. *Do Civil and Political Repression Really Boost Foreign Direct Investments?* CESifo Working Paper No. 421. CESifo Group Munich.
- HAUSMAN, J.A., 1978. Specification Tests in Econometrics. *Econometrica*, **46**(6), pp. 1251-1271.

- HOLLAND, D. and PAIN, N., 1998. The Diffusion of Innovations in Central and Eastern Europe: A Study of the Determinants and Impact of Foreign Direct Investment. NIESR Discussion Paper 137. National Institute of Economic and Social Research.
- HSIAO, C., 2003. Analysis of Panel Data. 2nd edn. New York: Cambridge University Press.
- KHAN, A.H. and KIM, Y.-., 1999. Foreign Direct Investment in Pakistan: Policy Issues and Operational Implications. EDCR REPORT SERIES NO. 66. Asian Development Bank.
- LI, Q. and RESNICK, A., 2003. Reversal of Fortunes: Democratic Institutions and Foreign Direct Investment Inflows to Developing Countries. *International Organization*, **57**(1), pp. 175-211.
- LI, Q., VASHCHILKO, A. and VASHCHILKO, T., 2010. Interstate Political Relations and Bilateral FDI Flows. Paper prepared for presentation at the International Political Economy Society Meeting edn. Harvard University, Cambridge, Mass: .
- LOUNGANI, P., MODY, A. and RAZIN, A., 2002. The Global Disconnect: The Role of Transactional Distance and Scale Economies in Gravity Equations. *Scottish Journal of Political Economy*, **49**(5), pp. 526-543.
- MASKUS, K.E., 1998. The Role of Intellectual Property Rights in Encouraging Foreign Direct Investment and Technology Transfer. *Duke Journal of Comparative and International Law*, **9**, pp. 109-161.
- MÁTYÁS, L., 1998. The Gravity Model: Some Econometric Considerations. *The World Economy*, **21**(3), pp. 397-401.
- MORISSET, J., 2000. Foreign Direct Investment in Africa: Policies also Matter. *Transnational Corporations*, **9**(2), pp. 107-126.
- MORRISSEY, O., 2008. Investment Provisions in Regional Integration Agreements for Developing Countries. University of Nottingham, CREDIT.
- NUNNENKAMP, P., 2002. Determinants of FDI in Developing Countries: Has Globalization Changed the Rules of the Game? Kiel Working Paper No.1122. Germany: Kiel Institute for the World Economy.
- SHAH, Z. and AHMED, Q.M., 2003. The Determinants of Foreign Direct Investment in Pakistan: An Empirical Investigation. *The Pakistan Development Review*, **42**(4), pp. 697-714.
- STUDENMUND, A.H., 2006. Using Econometrics. 5th edn. Pearson Addison Wesley.
- WINCHELL, J., 2007. Determinants of Foreign Direct Investment in Developing Countries: Bilateral Investment Treaties and Intellectual Property Rights, , Paper presented at the annual meeting of the International Studies Association 48th Annual Convention 2007, Hilton Chicago, CHICAGO, IL, USA.
- WOOLDRIDGE, J.M., 2009. Introductory Econometrics: A Modern Approach. 4th edn. Canada: South-Western Cengage Learning.
- XING, Y. and WAN, G., 2006. Exchange Rates and Competition for FDI in Asia. *World Economy*, **29**(4), pp. 419-434.

THE UKRAINE AND CHINA INTERNATIONAL TRADE COOPERATION: IMPACT ON THE UKRAINE TRADE DEFICIT

Oleksii O. KIM*

Abstract

The research is dedicated to uncover the reasons of Ukrainian international trade inefficiency, measuring of the China's role in current account imbalance. The analysis of current account and net exports are compared with the GDP growth and the structure of savings and investments in Ukraine.

Key words: *current account, net exports, competition strategy, competitiveness, strategy of import substitution, inequality in foreign trade.*

JEL Code: F14

1. INTRODUCTION

Ukraine is situated on the edge of crucial transformations of economy – the market economy in a headline, but uncertainty in international trade. The trade balance is negative, and the economy has dependence to imports. The market or government failed to establish the effective management mechanism of industrial and resource-abundant country, which still doesn't have productive competition strategy of economic development. The cooperation with global markets is based on the global market conjuncture, which transfers the global market risks into the economy of Ukraine without significant outcomes in economic development. In fact, there is no economic development in the Ukraine, which is not concerned with international business (mainly transnational corporations). The high rate of energy dependence of imports is main factor of low competitiveness for Ukrainian industry and social sphere. The cooperation with developing countries like China is the most promising international course of economic development but it is also a great challenge for countries with low competitiveness, like Ukraine.

The theoretical basis of international trade and competitiveness theory was created by A. Smith, D. Ricardo, E. Heckscher, B. Ohlin, P. Samuelson, W. Leontief, M. Porter and others. The practical aspects of China with different countries competitiveness and international trade balances were developed by following authors: Justin Yifu Lin, Hinh T. Dinh, Fernando Im, A. Subramanian, Banu Setlur, Ayala Peled Ben Ari, M. Amity, L. Castro, M. Olarreaga, D. Saslavsky, M. Pigato, D. Lederman, E. Rubiano and others.

The deficit of net exports and current account is typical for Ukrainian economy for a significant period. Nevertheless, inequity in social and economic structure in Ukraine has

* Assoc. Prof., Kharkov National Economic University by S. Kuznets, +30984876191, E-mail: alexeykim2718@gmail.com

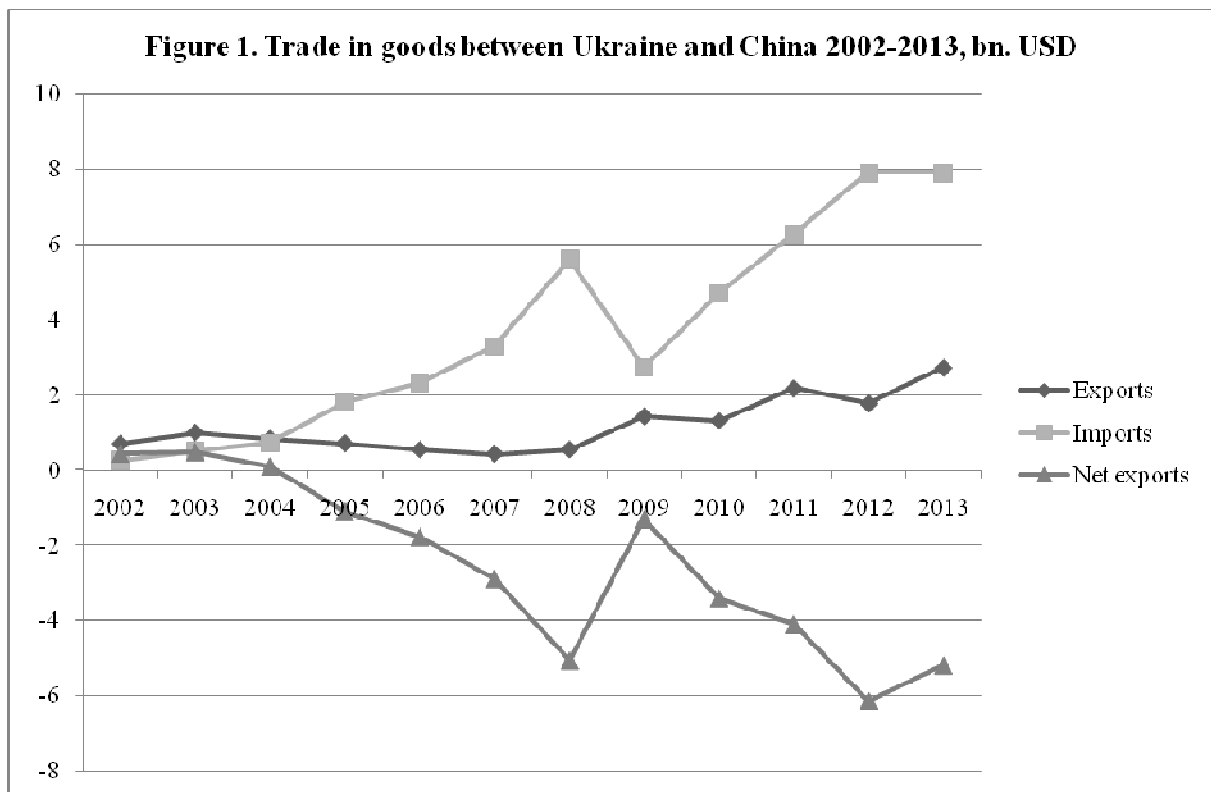
weaker impact on efficiency and competitiveness in Ukraine in comparison with China. The issue of inequity in China was analyzed in previous research (Kim 2013b), and the following research will show the efficiency of Chinese model and the comparative competitiveness with Ukraine.

However, the role of institutional instability in the formation of Ukrainian competitive advantages is considerable. In conditions of weak law enforcement and the robust import friendly foreign policy, most of national branches are unable to show high competitiveness and the efficiency of production. Especially it is common for export oriented and import replacing enterprises, which are directly compete with the world famous brands or the cheap products from China.

2. UKRAINE-CHINA TRADE COOPERATION

2.1. Trade imbalance growth between Ukraine and China

Figure 1 show the commodity imbalance, which appeared in 2005, after zero balance in 2004. And earlier, in 2002 and 2003 there were surplus in balance of trade in commodities because of Ukrainian exports excess over imports.



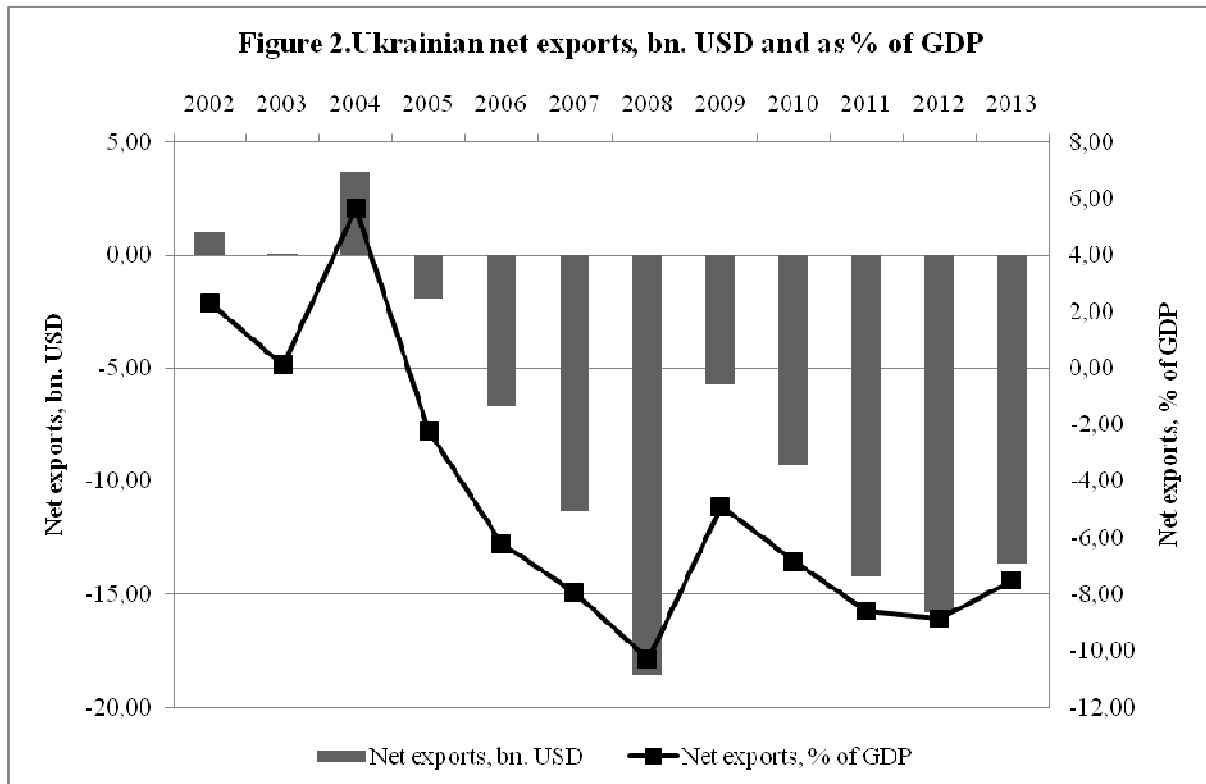
Source: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (2014)

As it is shown on the Figure 1, the highest growth rates of imports from China to Ukraine were in 2007-2008 and 2009-2010. In fact, the imports value barely doubled both in those two periods, but during the 2009 year the rate of growth was negative and exceeded the rate of the previous period. So the level of imports was restored only in the period of 2010-2011. Ukrainian foreign trade is based not on international competitiveness of Ukrainian economy, but on the global market possibilities. On the other hand there are plenty of reasons for strengthening of Chinese commodities competitiveness, which were outlined by different researchers, Justin Yifu Lin (2014), and others. Among these reasons are: undervaluation of Renminbi Subramanian (2010), distortions in key industries, high income inequality, small share of domestic consumption of GDP in China. We may assume those factors to remain considerable in Ukrainian relations with China, like in the case with United States, described by Ghosh and Ramakrishnan (2012).

3. THE UKRAINIAN TRADE BALANCE

3.1. The Ukraine net exports

The US model of net exports shows correlation between the net exports volume and the share of net exports in GDP. Figure 2 shows Ukrainian trade balance in bn. USD and as % of GDP shows similar tendencies.



Source: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (2014),

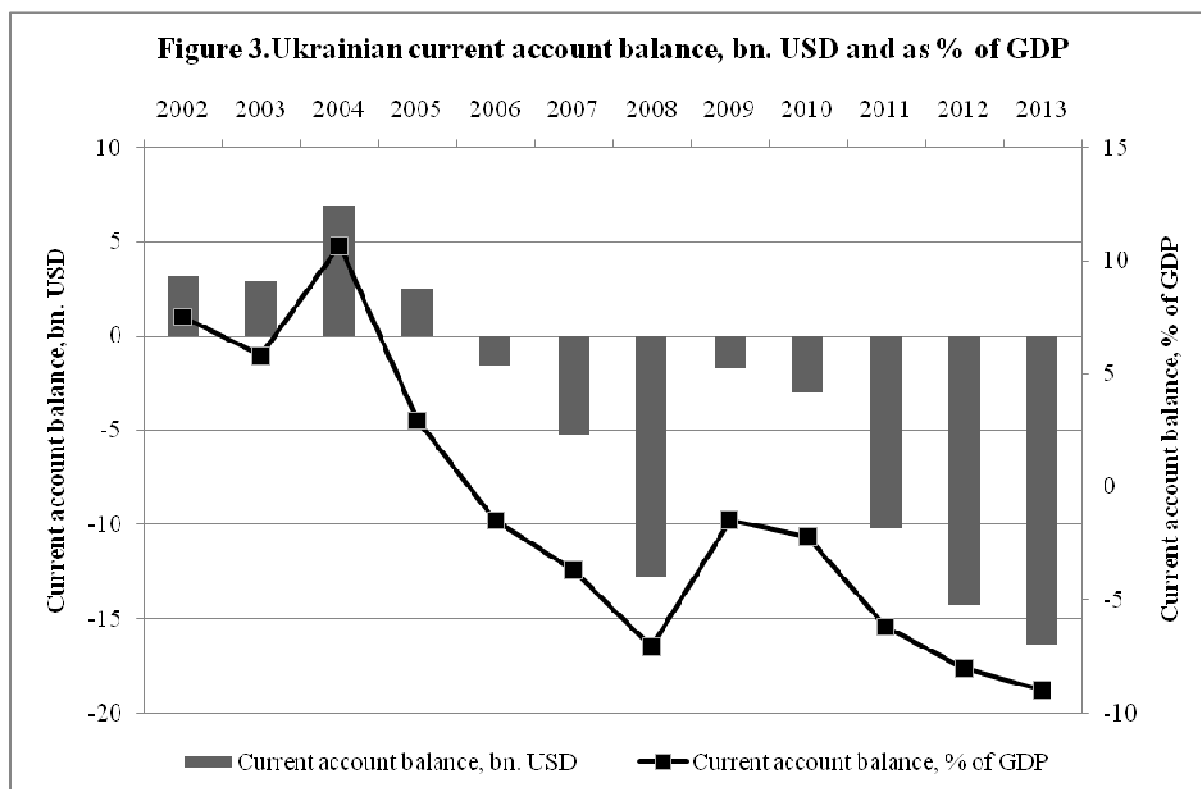
UNCTADSTAT, <http://unctadstat.unctad.org/TableViewer/tableView.aspx> (2012)

Since 2004 year the imports of base metals is showing the robust dynamics to growth, as it is shown in statistics (<http://www.ukrstat.gov.ua/> 2014). In 2004 it was equal to 1,75 bn. USD, in 2005 – 2,47 bn. USD (129,5 % of the trade deficit), in 2006 – 3,33 bn. (50 % of the trade deficit), in 2007 – 4,74 bn. (41,86 % of the trade deficit), in 2008 – 6,39 bn. (34,4 % of the trade deficit). In 2009 the imports of base metals decreased to 2,68 bn. (46,7 % of the trade deficit), in 2010 – 4,13 bn. (44,23 % of the trade deficit), in 2011 – 5,7 bn. (40 % of the trade deficit), in 2012 – 5,24 bn. (33 % of the trade deficit), in 2013 – 5 bn. (36,6 % of the trade deficit).

Ukrainian current account balance negative dynamics is shown on figure 3, but the deficit of current account appears in 2006, in difference with the net exports, and the amount of deficit is not as large as in trade of goods before the crisis. In 2008 the trade deficit was equal to -18,57 bn. USD, or 10,32 % of GDP, and the current account balance was equal 12,76 bn. USD, or 7,09 % of GDP.

3.2. Ukrainian current account balance

The trade deficit impact on current account balance is significant – the trade deficit is 413 % of the current account deficit in 2006, 215 % in 2007, 145 % in 2008, 331 % in 2009, 309 % in 2010, 139 % in 2011, 111 % in 2012 and 83,47 in 2013 year.



Source: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=63674> (2014).

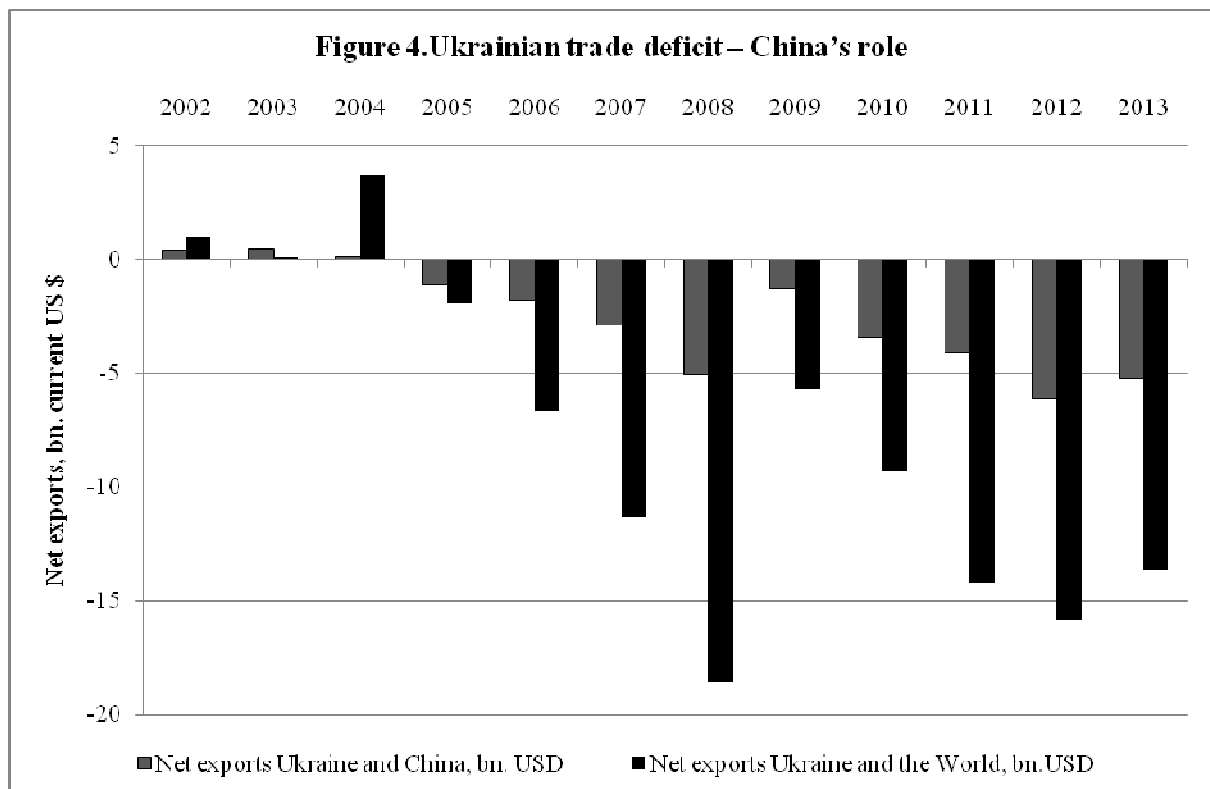
After the crisis the prevailing of trade deficit upon current account deficit remained until 2013, when the current account deficit exceeded the net exports deficit with 8,99 % of GDP (16,355 bn.USD) and 7,51 % of GDP (13,65 bn. USD). The explanation of this is decreasing of services balance surplus in 2013 from 5,15 to 4,11 bn.USD, increasing the balance deficit of primary income account from -2,96 to 3,02 bn. USD and decreasing of secondary income account from 2,98 to 2,15 bn. USD.

After all, in figures of National Bank of Ukraine, the net exports in 2013 decreased to -19,6 bn. USD, and it is the evidence of the inefficient foreign trade policy, that leads to inequality in foreign trade for the Ukraine.

Since 2005 China accumulates trade surpluses with the Ukraine (Figure 4). Those surpluses are sufficient for Ukraine – in its peak in 2005 the Chinese surplus achieved 57,6 % of Ukrainian deficit, in 2012 it was 38,6 % and in 2013 – 37,9 %. During the period of 2006-2013 the share of Chinese surplus changed in a range from 22,65 % in 2009 to 38,63 % in 2012.

4. THE IMPACT OF UKRAINIAN TRADE DEFICIT – CHINA’S ROLE

The China is one of the most important trade partners for the Ukraine for the last 5-6 years. In 2013 imports of goods from China is 10,26 % of the imports in the Ukraine, and exports to China is 4,31 % of the exports from the Ukraine.



Source: <http://www.ukrstat.gov.ua/>, (2014)

As a share of current account, the trade deficit with China has two peaks – 109,19 % in 2006 and 112,12 in 2010 with minimal value in 2013 – 31,64 %. Considering the issues of judging whether deficits are bad, as it is researched by Subramanian (2010) the analysis of savings and investments in the Ukraine showed the change in ratio of investments to savings since 2006 to 2012. In 2006 investments were equal to 283,3 % of savings, in 2007 – 394,5 %, in 2008 – 448,1 %, in 2009 – 188,8 %, in 2010 – 105,7 %, in 2011 – 193,4 %, in 2012 – 179,1 %. Also in 2013 the industrial indexes lowered to the average of 95 % from 100 % in 2012 and 108 % in 2011. Those figures are the evidence of extremely negative role of Ukrainian low competitiveness in trade with China and the necessity of strategy changing.

The change of foreign trade strategy must be grounded on the competitive advantages, as it was shown in previous study (Kim 2013a). The strategy of import substitution is the basis for current account surplus providing, which is strongly required for Ukrainian economy for the following 5-6 years during the period of IMF Stand-By Arrangement program – sited by IMF (2014). During this period building of the competitiveness basis in key industries and in national economy is essential challenge for this period. Efficient exploiting and development of national advantages, innovation strategy of economic development and rational current account managing are the key goals for public administration and resource allocation.

Creating robust competitiveness is the main goal for innovative strategy of import substitution of the Ukraine. The Ukrainian economy is one which uses rich natural resources, large scientific and technical base and human resources inefficiently. The economy, abundant with different resources must be highly competitive on the world market. This position will be provided with correct competitive strategy in both public and private sectors.

5. CONCLUSION

The paper explains the impact of the Ukraine and China international trade imbalance on the Ukrainian trade and current account deficit. The issue of Ukrainian industry international competitiveness is observed – the robust increase of the trade and current account deficit, as a result of China's international competitiveness strengthening over the Ukrainian is the crucial factor of economy development for the Ukraine.

If the Ukraine will continue implementation of the export orienting strategy, the international competitiveness of the economy will continue to degrade. Thus, the change of the foreign trade strategy is required: the innovative import substitution strategy, based on the competitive advantages creating and developing.

REFERENCES

- ATISH, Ghosh and UMA, Ramakrishnan, 2012. *Current Account Deficits: Is There a Problem?* [online], <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/basics/current.htm> [Date Accessed: 21 September 2014]
- <http://www.ukrstat.gov.ua/>, 2014 [Date Accessed: 20 September 2014]
- IMF Announces Staff Level Agreement with Ukraine on US\$14-18 Billion Stand-By Arrangement, 2014, [online], <http://www.imf.org/external/np/sec/pr/2014/pr14131.htm> [Date Accessed: 20 September 2014]
- OLEKSII, Kim O., 2013a. Forming the Ukrainian foreign trade strategy: institutional issues. *Economics of Development*. № 3. p 30-34.
- OLEKSII, Kim O., 2013b. Chinese model implementation of social justice income distribution system: institutional aspects, *Effective Economy*, [online], <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2066>
- LIN, Justin Yifu & DINH, Hinh T. and IM, Fernando, 2013. *United States – China external imbalance* [online], http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2014/02/17/000442464_20140217123637/Rendered/PDF/820610JRN0US0C0Box0379857B00PUBLIC0.pdf [Date Accessed: 26 September 2014]
- SUBRAMANIAN, Arvind, 2010. *New PPP-Based Estimates of Renminbi Undervaluation*, [online], <http://www.piie.com/publications/pb/pb10-08.pdf> [Date Accessed: 20 September 2014]
- The Ukrainian balance of payments dynamics, 1998-2012, [online], <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=63674> [Date Accessed: 20 September 2014]
- Ukrainian balance of payments, the analytical form, [online], <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=63669> [Date Accessed: 20 September 2014]
- UNCTADSTAT, 2014, [online], <http://unctadstat.unctad.org/TableViewer/tableView.aspx> [Date Accessed: 20 September 2014]

ECONOMIC VALUE OF UKRAINIAN POLICY ON STANDARDIZATION IN THE CONTEXT OF EURO INTEGRATION PROCESS

Maryna KATRAN*

Abstract.

The economic impact of standardization in the context of euro integration process is considered in this article. The standards are the instrument of assisting trading development in not only commodities but also services, in the modern global world, and they also promote integrations of countries in the world economic system. Production function Cobb-Douglas and official statistics and data of Patent Foundation are used in this article. Our study shows that the impact of standardization is about 0.7% of the GDP. The urgency of this problem for Ukraine is determined.

Keywords: Standardization, Economy Efficiency, Ukraine.

JEL Classification: F10, F15, F40

INTRODUCTION

Policy on standardization is one of important factors and prefaces of the Ukrainian integration to the system of world economy.

In general, international practice testifies that principle task is a approach of accommodation about mutual confession certificates of accordance commodities, and also harmonization of countries standards, and wide collaboration between the statistical departments of countries which trade and carry out co-operation and realize other forms.

An important function of standardization is the unification of the state economic parameters of international standards aimed at optimizing of the specialized production of exports, preventing of low-quality products inflow.

Economic efficiency of standardization confirmed by its wide distribution, since the nineteenth century. Standards operate on the international trade in three ways. They act as a form of non-price comparison, they help to improve performance because they provide information about the quality; and international standards can also increase the potential for international trade, improve compatibility, product information and measurements.

Recent researches done in Europe that the standards rendered a positive impact and played an important role in improvement of the labour productivity.

Through standardization increases profitability by growing competitiveness and the possibility of rising prices for quality products. And thanks to the use of quality management system it is possible to reduce the cost of production competitive products and optimize costs.

* Ph.D Student, Ukrainian State University of Finance and International Trade, +380679485383, E-mail: kaniramm@gmail.com

Financial and economic benefits from the implementation of standardization policy are: increase of profitability; increase in income; costs; reduce budget execution; improvement return on investment; improvement of competitiveness, optimal use of resources.

Standardization assists realization of rational organization and competent management of various sectors. It affects the development of the economy as a whole in the country and in certain industries.

The author made a first attempt to estimate the cost-effectiveness of Ukrainian standardization. The mandatory certification is operated in Ukraine previously.

Article consists of three parts: cover the literature review; analysis of selected macroeconomic indicators for Ukrainian; model specifications and the results of applied model.

1. COVER THE LITERATURE REVIEW

The problem of scientific evaluating of the effectiveness standardization policy has been reflected in numerous foreign and domestic literatures. Among the scientific works in which the theoretical approaches for determining of the economic efficiency of standardization, we can note national scientists – L. Kyrichenko, N. Merezhko (2010). They propose classification of economic efficiency types for better understanding of the standardization nature, correctness of economic calculations and using the developed methods in practice. R. Bychkivskyy, P. Stolyarchuk (2004) suggest methods of qualitative assessment and quantitative evaluation of the economic efficiency of standardization. For the evaluation of profits from standardization they offer direct or mediated methods

Russian scientists – L. Bezfamilna, L. Sokolov, V. Rezhikov (1988) offer to divide the methods for determining the economy efficiency of standardization into two groups: methods for calculating the efficiency of standardizations production and methods for calculating of the efficiency of general technical, organizationally and methodical standards thus take into account the life cycle of production.

The special attention should be paid to works of foreign scientist. Instead, ever since R. Solow (1979) carried out his empirical work factor are considering has taken the forefront: human knowledge. Solow was able to show that not only were the quantitative increase of capital and labour important for the US economy, but above all the qualitative improvement of labour and capital through technical progress leads to sustainable economic growth. It is extremely difficult to quantify these qualitative components – referred to as »total factor productivity (TFP) « in growth economics – in empirical investigations.

Economists must therefore identify and gather data that approximates the generation of new knowledge on the one hand and the dissemination of this knowledge on the other.

K. Blind, A. Jungmittag, A. Mangelsdorf, (2000) that investigated the impact of standards on economic development, thanks to the improvement of development (diffusion) of technological knowledge. They proved that the standards carries out a stable impact on economic development at the level for 0.7-0.8% of GDP. This contribution standards of

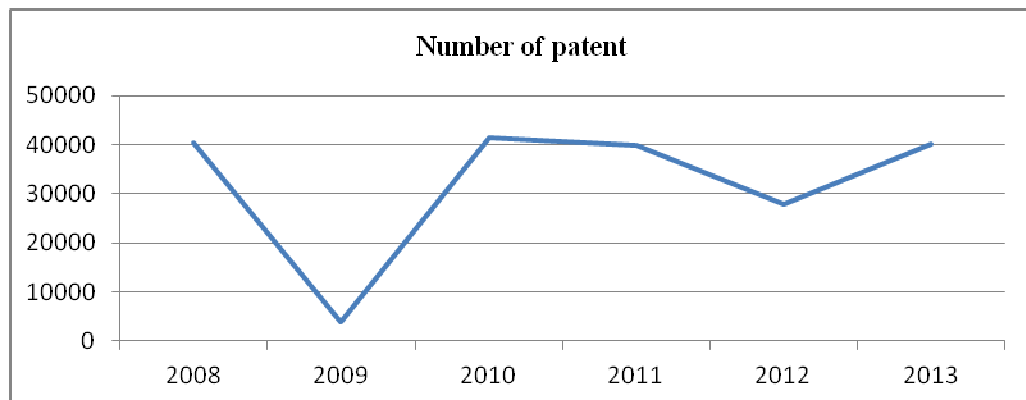
economy growth was 0,9% - Germany, 0,8% - France, 0,3% - UK. However, the publications of recent years influence of standards on the economic development Ukraine in the context of European integration processes were not investigational.

2. ANALYSIS OF SELECTED MACROECONOMIC INDICATORS FOR UKRAINIAN

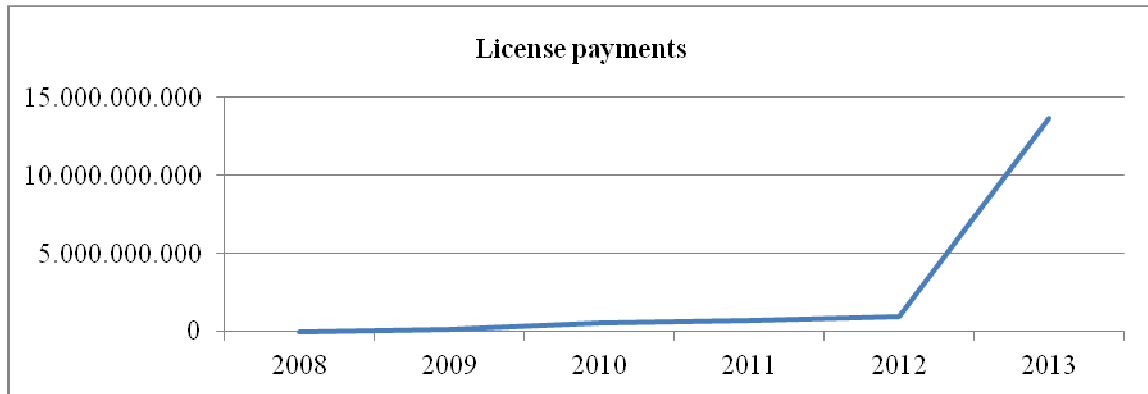
In order for companies in national economies to be able to produce goods and provide services (output), they must have access to the necessary production factors (input). In classical economic theory since the time of Adam Smith and David Ricardo three factors are considered: labour, capital and land. The significance of land in terms of agriculture is of secondary importance as a production factor, however, it cannot increase indefinitely

In general – and for this study, specifically – the number of patents is used to describe the generation of new knowledge within Ukraine, and the number of (technology) license payments abroad is used to describe the import of knowledge from other countries. Figures 1 and 2 shows the development of both indicators from 2008 to 2013. It is shown that the number of patents has decreased since 2008, where as the number of license payments for knowhow from abroad continued to increase throughout the same time period. It means that Ukraine is becoming increasingly reliant on inventions from abroad. The volatility of license payments over the last two decades can be explained by the great significance of multinational companies for research and development activities. Whether or not a transfer of technical knowledge occurs within these companies doesn't depend only on the actual services provided, but also on accounting practices, i.e. the taxation of profits domestically or abroad. However, a precise analysis of internal knowledge flows within companies cannot be carried out due to non-disclosure issues.

Figure 1. The number of patents in Ukraine 2008-2013.



Reference: State service of intellect property in Ukraine, <http://sips.gov.ua/> [Date Accessed: 10.05.2014].

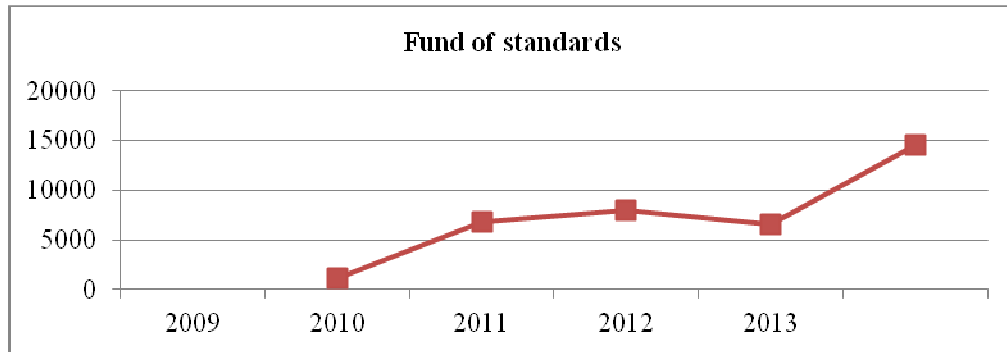
Figure 2. The number of license payments in Ukraine 2008-2013.

Reference: Governmental service of export control in Ukraine, http://www.dsecu.gov.ua/control/uk/publish/article;jsessionid=3149C29630A468DA1A39798A0532411C?art_id=37683&cat_id=35125 [Date Accessed: 10.05.2014].

For economic growth it is not only necessary that knowledge be generated or imported, it must also be disseminated or – in other words – diffused throughout the entire economy as rapidly and broadly as possible. The diffusion of knowledge – i.e. above all technical knowledge – is described in this empirical model by the number of standards. Standards are an excellent indicator of knowledge diffusion due to their following characteristics: As opposed to patents, standards are not normally subject to intellectual property rights and therefore any company can obtain them for a low price that covers the cost of the standardization process, which is carried out in non-profit organizations. Internal knowledge from companies is supplemented by knowledge from research and scientific organizations, as well as that from specialists with particular interests – e.g. consumer protection or occupation health and safety. Standards are developed which contain a considerable amount of technological knowledge in codified form. In our empirical analysis these standards are described as a body of documents, that is, new documents increase this body while withdrawn documents decrease it. This assumption is realistic because the consistency of the body of standards is continually being evaluated to avoid duplication of work and discrepancies.

Figure 3. shows the Fund of standards in Ukraine – including those of national, European and international origin – from 2008 to 2013. The graphic shows that this body continually grew throughout this time period. The sudden downturn in 2012 was a result of the simultaneous withdrawal without replacement is not current regulation.

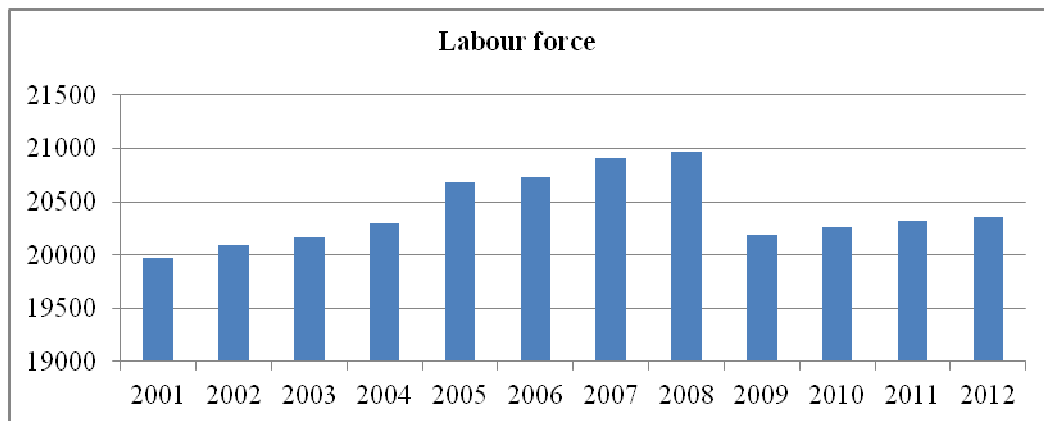
Figure 3. Fund of standards in Ukraine 2009-2013.



Reference: Ministry of economic development and trade in Ukraine, <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?tag=TekhnichneReguliuвання> [Date Accessed: 11.05.2014].

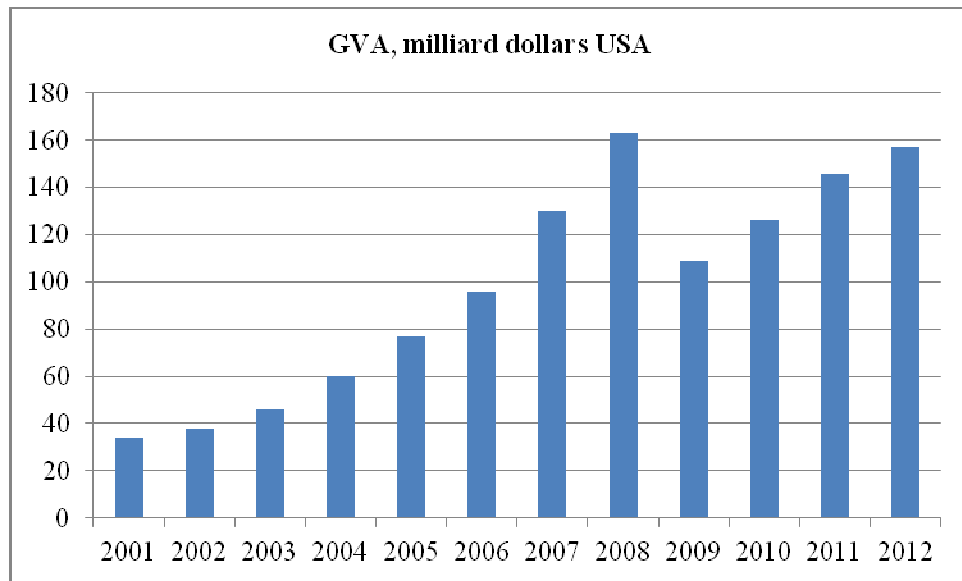
Both classic production factors – capital and labour – are depicted in Figures 4 and 6. The capital stock is the result of previous investments and during the current period contributes to the production of goods and services. Here capital stock is represented approximately by the gross fixed assets. The production factor “labour” is depicted here by the number of employed persons subject to social security contributions (labour force), excluding those working in the agriculture and forestry sector, in property services, or in domestic services. Figure 5 shows the total value of goods and services produced in Ukraine (gross value added) – this is the output that is empirically described by the input factors.

Figure 4. Labour force in Ukraine 2001-2012.



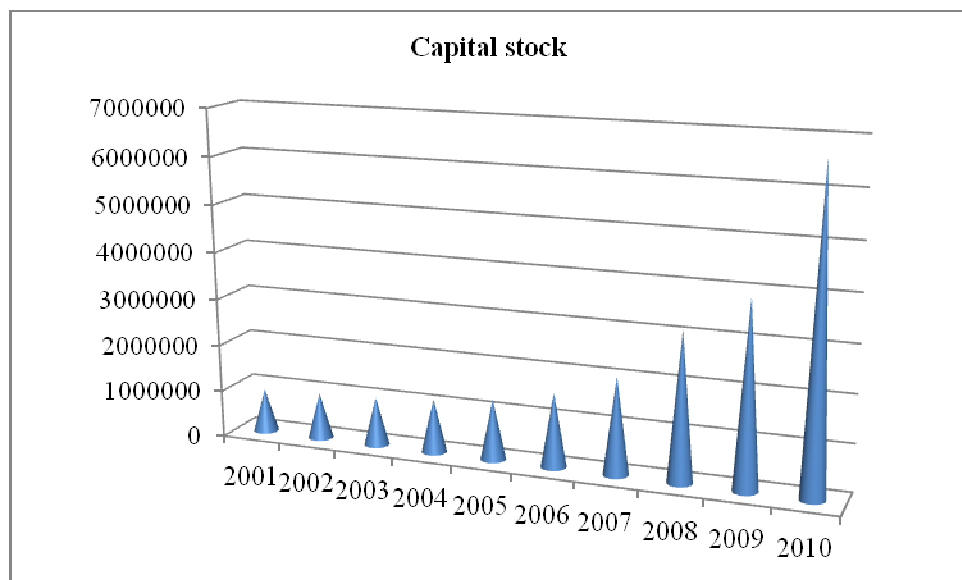
Reference: State Service of statistics in Ukraine, <http://www.ukrstat.gov.ua/> [Date Accessed: 16.05.2014].

Figure 5. Gross value added in Ukraine 2001-2012.



Reference: State Service of statistics in Ukraine, <http://www.ukrstat.gov.ua/> [Date Accessed: 16.05.2014].

Figure 6. Capital stock in Ukraine 2001-2010.



Reference: State Service of statistics in Ukraine, <http://www.ukrstat.gov.ua/> [Date Accessed: 16.05.2014].

3. MODEL SPECIFICATIONS AND THE RESULTS OF APPLIED MODEL.

The first step in the empirical calculation of the economic benefits of standardization is to set up a production function that encompasses the entire business sector. This function describes the relationship between overall economic output, i.e. the gross value added and/or gross domestic product, and the input factors capital, labour and technical progress.

The Cobb-Douglas production function takes the form:

$$Y(t) = A(t)[F(K(t), L(t))] \quad (1)$$

Where $Y(t)$ is the total economic production over the time period t , $K(t)$ is the capital input over the time period (t) and $L(t)$ is the size of the workforce (labour input) at the time (t). However, the Cobb-Douglas production function is characterized by the so-called “diminishing returns”, that is, although economic growth continually increases with increasing capital and labour input, the magnitude of this increase diminishes over time.² This effect is counteracted by technical progress, or “total factor productivity (TFP)”, $A(t)$. Even if labour and capital remain constant, there is still economic growth as a result of technical progress. The more technological knowledge exists within the companies of a particular country, the greater that country’s technical progress will be. This means that economic growth is not solely dependent on the inventions of a few companies, and also that technological knowledge disseminates widely among as many companies as possible. In mathematical terms, technical progress $A(t)$ is a function of technological knowledge $Z(t)$.

$$A(t) = F(Z(t))$$

Technical progress comprises the following three factors:

- ❖ Technological knowledge generated in Ukraine,
- ❖ Technological knowledge imported from abroad,
- ❖ The diffusion of this technological knowledge.

The benefits of standardization for economic growth are thus generated through the dissemination of technological knowledge among as many companies as possible. As a result, the innovative strength of the national economy increases and the rate of technical progress rise. It in turn counteracts the effect of diminishing marginal returns of capital and labour and leads to sustained economic growth. In the next step, we take the logarithm of both sides of equation (1), transforming the initial non-linear equation into the simplified linear equation (2). This also has the advantage that the coefficients or elasticity resulting from the regression – these are the Greek letters in equation (2) – show what effect a 1% increase of a variable – here the Latin letters – would have on economic growth $y(t)$. The resulting equation (2) is the starting point for the following simple linear regression.

$$y(t) = a + \alpha k(t) + \beta l(t) + \gamma pat(t) + \delta ex(t) + \varepsilon std(t) + \zeta dum(t) + u(t) \quad (2)$$

Where $y(t)$ is the economic growth – the variable to be explained – which is described by means of the independent variables on the right side of the equation.

Here:

- ❖ $k(t)$ are the gross fixed assets (capital),
- ❖ $l(t)$ is the number of persons employed (labour),
- ❖ $pat(t)$ is the number of patents,
- ❖ $ex(t)$ is the license expenditure, and
- ❖ $std(t)$ is the number of standards.

In addition to economic effects such as innovative strength or the dissemination of knowledge, a national economy is naturally also affected by external political factors which the model needs to take into consideration. These additional effects, such as the 2008 crises, are negated by means of dummy variables, so that the effects of the economic variables can be described correctly. In the model such additional effects, or »special factors«, are represented by $dum(t)$. The variable $u(t)$ is the error term of the model representing all effects which lie outside the model.

Measuring the impact of standardization on the economy following equation (Canadian Council of Standards, <https://www.scc.ca/en/standards/applying-standards>):

$$TFP(t) = c + dknor_t + ekbrev_{t-2} + \sum_i^n f_i x_t + \varepsilon_t \quad (3)$$

Thus the growth of technical progress can be explained by the vitality of the portfolio of standards ($knor$), scientific and technological knowledge ($kbev$) and other factors.

After the regression model has been specified, the data is entered into the statistical software and the regression analysis is carried out on the basis of past results. The elasticity for capital and labour is set at 0.3 and 0.7, respectively.

Table 1 shows the results for the parameters describing technical progress (patents, licences and standards) and for the special factors (such as the economic crisis in 2008 etc.)

The positive coefficients show that patents, licence expenditure and standards have a positive impact on economic growth, while the negative coefficients for the special factors have – as expected – a negative impact. The t-statistics in the last column indicate the probability at which the null hypothesis (that is, the variable has no influence) can be rejected. For instance, a t-statistic greater than 1.96 means that at a significance level of 10 percent the variable has a significant impact on economic growth.

Table 1. Coefficients of payments of technical progress and special factors.

	Coefficient	Standard deviation	t-statistics
Constants	-9,43	0,67	-13,99
Patents	0,34	0,05	6,37
Licenses	0,17	0,01	8,78
Standards	0,18	0,02	7,9
Economic crisis 2008	-0,03	0,01	-2,82

The positive coefficient shows that standardization has a positive impact on growth. The larger the standards collection is, the greater the effect in the form of the diffusion of technological knowledge will be, and the greater will Ukraine economic growth be. The impact of standards is roughly the same as the effect of knowledge imported from abroad (licenses) and half as great as the effect of innovations (patents). Thus, for the enter period under investigation, 2007 to 2012, it has been empirically shown that standardization has a significant impact on economic growth in Ukraine.

Table 2. Contribution of various production factors in economic growth of Ukraine (%)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Capital	1,10%	0,90%	0,90%	0,90%	0,50%	0,30%
Labour	0,60%	-0,40%	1,20%	-0,70%	0,60%	0,70%
Patents	0,60%	1,00%	0,00%	-0,70%	-0,60%	-0,60%
Licenses	0,30%	0,50%	2,00%	1,70%	0,10%	0,50%
Standards	1,20%	0,70%	0,60%	0,70%	0,80%	0,70%
Special factors	-0,20%	-1,30%	0,01%	0,01%	1,10%	1,10%

Table 2 show the contribution to growth of production factors over 2007-2012 periods. As regards standards, the results show an increasing contribution throughout the studies years. After crisis period Ukraine reunification the values stabilize at 0.7 to 0.8%.

Using the econometric results presented Table 2, we can estimate the overall impact on total factor productivity (TFT) gives in Table 3.

Table 3. Impact of standards on TFP.

Years	Growth of GDP 1=2+3	Contribution of factors (K+L) 2	Total Factor productivity (TFP) 3=4+5+6	Stock of standards 4	Stock of patents 5	Special Factors 6
2007	3,30%	1,70%	1,60%	1,20%	0,60%	-0,20%
2008	0,90%	0,50%	0,40%	0,70%	1,00%	-1,30%
2009	2,71%	2,10%	0,61%	0,60%	0,00%	0,01%
2010	0,21%	0,20%	0,01%	0,70%	-0,70%	0,01%
2011	2,40%	1,10%	1,30%	0,80%	-0,60%	1,10%
2012	2,20%	1,00%	1,20%	0,70%	-0,60%	1,10%
2007-2012	1,95%	1,10%	0,85%	0,78%	-0,05%	0,12%

In Table 3 gives, impact of standards for the period 2007-2012 on TFP (and consequently on the total growth of the Ukraine economy) is 0,78% per year on average.

Figure 6. The impact of standards of growth in Ukraine (yearly average)

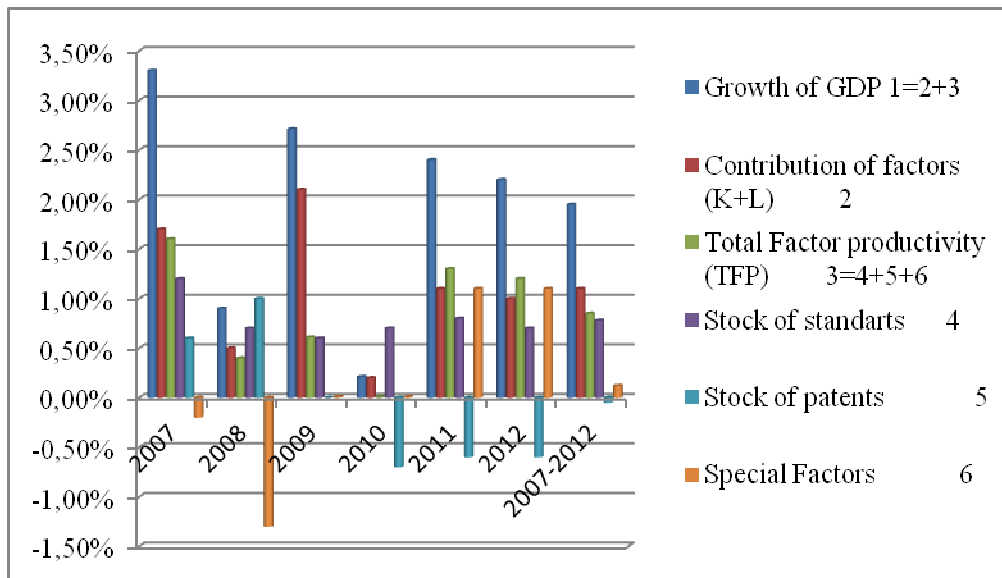


Figure 6. shows that the impact of standards has been uneven for the study period. Thus the impact of standards of growth Ukraine in 2007 year was high, there is noticeable deceleration of general growth in 2008-2009 years. In the last few years the level of traditional factors of growth grew and recommenced payment of knowledge (what is measured the number of patent requests).

CONCLUSION

The conducted research is shown by economic impact of standards on Ukraine economy. It is very important, especially presently in the period of deepening of euro integration processes. As harmonization of policy standardization is instrumental in integration of Ukraine to EU.

The macroeconomic analyses revealed that standards have a positive effect on technological change and innovation. Ukrainians standards collection its basis has a positive effect on exports and imports. This corresponds to the positive link between intra-industry trade and technical rules.

A prerequisite for international involvement is active participation in standards work at a national level, and businesses must be convinced of the benefits of this as an effective export strategy.

As a result of empirical investigation, we saw that standards have a stabilizing effect on growth corresponding in Ukraine to about 0.7% to 0.8% of the gross domestic product.

With its broad-based dual approach, this study produced numerous new insights into the economic effects of standardization, giving results which are unique in the international context.

Our results can be used as the basis for a strategic discussion regarding the future of standards work. All those who are directly or indirectly affected by standards now have access to information which can help them define their future standardization strategies. First, Ukrainian standards bodies can use our results to identify areas which could be improved in order to respond to current developments, and those areas with which their customers are satisfied. Furthermore, the interested parties now have a broad overview of the different effects of standardization, and can use this knowledge to shape their strategies. Overall, the study can act as long-term motivation for a strategic discussion of the future of standardization.

REFERENCES

- BESFAMIL'NAYA L.V., REZCHIKOV, V.I., FALCON L.G., SHVANDAR, V.A., 1988. Ekonomika standartization, metrologii and quality. Izdatel'stvo of standartov, Moskov, 312s.
- BICHKIVSKIY R., STOLYARCHUK P. 2004. Metrologiya, standardization, quality management, certification, Publishing house of university "Lviv politehnika", Lviv, 559 s.
- BLIND K., GRUPP H., JUNGMITTAG A., September 2000. The Influence of Innovation and Standardisation on Macroeconomic Development: The Case of Germany, Paper to 1st IEEE Conference on Standardisation and Innovation in Information Technology, Aachen.
- British Standards Institution, (BSI): <http://www.bsigroup.com/> [Date Accessed 08.05.2014]
- Canadian Council of Standards, <http://www.scc.ca/en/standards/applying-standards> [Date Accessed: 28.08.2014].
- CENELEC, <http://www.cenelec.eu> [Date Accessed 08.05.2014]
- Governmental service of export control in Ukraine, http://www.dsecu.gov.ua/control/uk/publish/article;jsessionid=3149C29630A468DA1A39798A0532411C?art_id=37683&cat_id=35125 [Date Accessed: 10.05.2014].
- MEREZHKO N, 2010. Certification of commodities and services, Kiev, KNTEU, 298s, ISBN 629-023-5.
- Ministry of economic development and trade in Ukraine, <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?tag=TekhnichneRegulivannia> [Date Accessed: 11.05.2014].
- SOLOW, R., 1979. The Economic of Resources and the Resources of Economics, New York.
- State service of intellect property in Ukraine, <http://sips.gov.ua/> [Date Accessed: 10.05.2014].
- State Service of statistics in Ukraine, <http://www.ukrstat.gov.ua/> [Date Accessed: 16.05.2014].

DEVELOPMENT OF INFORMATION SERVICES AND PRODUCTS IN UZBEKISTAN DURING GLOBALIZATION

Feruza Khayrullaevna Sidikova*
Bobur Abbasovich Shermukhamedov†

Abstract

The main purpose of the article is investigation of the issues of development of information services and products in Uzbekistan during globalization role of information and communicative technologies in development international business and trade. As the results of the research there revealed a connection of introducing electronic commerce and business in practice of firms, corporation and banks there conducted changes in the character of carrying out commercial and financial transactions, interrelations with partners and clients, elaborations and introduction business strategies and competition itself. In the conclusion there offered the suggestions of joining and adjusting to each other varying legislation of different countries and developing international system of taxation of Internet commerce satisfying all participants of electronic trading transactions.

Key words: *Electronic Commerce, International Business, Information Services, Services Market, Commodity Market.*

JEL Code: *A10*

1. INTRODUCTION

All areas of international business are changed, modified and adapted to new phenomena and relations in business environment under the influence of information and communicative technologies. Information and communicative technologies are substantially changing the character of economic interaction of dispersed economic entities. Researches of similar transformations are rather actual and timely, as organizational schemes arising in business are based on network principle and network interaction which becomes a fundamental principle and networks are basic tools of new organizational scheme in international business.

Considering the fact that the developed countries have already formed a uniform global commodity market, services and capital on network basis and receive an essential benefits from it, it is necessary for Uzbekistan to pay attention to development of information and communicative technologies and network forms of organizing economy in modern economic systems, but to pass even more actively from corresponding decisions made at legislative and executive levels of authority and their practical realization.

As researches shows there still poorly investigated not only economic, but also social and cultural consequences of wide application of information and communicative technologies in all spheres of national economy, therefore there is a necessity of scientific and practical search of optimum forms of accelerated development and application of information and communicative technologies for every participants of economic relations. At the same time it is necessary to consider the advanced world experience of automation and information

* Senior Teacher, Tashkent Branch of Russian Economic University after G.V. Plekhanov, Uzbekistan

† Applicant, Tashkent Branch of Russian Economic University after G.V. Plekhanov, Uzbekistan

of all spheres of economic activities at various approaches of solving this problem in CIS countries and the Republic of Uzbekistan.

Information systems help to carry out the analysis of problem, make complex objects "visible" and create new products. From the business point of view information systems are considered as organizational and administrative decisions based on information and communicative technologies, in response to a challenge which is sent by business environment. Information and communicative technologies provide interstate, international and really global information interchange (Kobelev , 2008: 684).

The international economic relations at the present stage include close interaction of electronic / virtual and real sectors of economy. Information system with network structure gives an opportunity to create virtual corporation for effective organization of global activity by means of using e-mail, Internet and video conference. They unite companies and their branches situated in different geographical places of the world to provide timely delivery of accessories, goods and services and interaction between all links of international business as well.

A necessity of similar interaction was caused by strengthening pressure of competition, increase of level of risks, complication of all processes and chains in international business that demanded an increase of speed of information and communication and business contacts, display of competitive flexibility, creation of conditions for transparency of transactions, increase of labor productivity and change of organizational structures and business forms. Thus, information and communicative technologies and information systems as a whole promote the realization and coordination of commercial operations that allows using effectively the competitive advantages provided by new information and communication environment. Network technologies became a major factor of traditional economy modernization, including management methods in corporations and noncommercial organizations.

2. MAIN PART

As a result of development of information and communicative technologies and information economy there appeared new firms and new kinds of business, new business concepts and new organizational strategies, there happened changes in international trade model (Internet shops, Internet auctions, Internet platforms) and competition. There was an expansion of functions of banks in connection with development of electronic commerce and e-money. There created new financial systems in the Internet: Internet-banking (granting bank services through the Internet), Internet trading (services in operating in currency and share markets through the Internet), Internet insurance (granting of services of insurance through the Internet). Bank services through the Internet are a most dynamically developing segment of electronic commerce. It is well followed in the activity of national Banks of the Republic of Uzbekistan, Asaka Bank and private banks as Ravshan Bank or Davr Bank.

Actual electronic commerce is a tool of realization of globalization process as it represents by itself business dealing mean in global scale. With the help of the Internet even small and middle suppliers can be engaged in global business and customers have a real possibility to choose suppliers. Electronic commerce expands business area and changes organizational principles of functioning not only trade, but also manufacture and finance (Branch of Lukoil, GM, Coca-Cola and others in Uzbekistan).

In activity of these companies a key condition of improvement of international business efficiency is strategy of flexibility, increase of speed of carrying out transactions,

great transparency that provides the adaptability of internal environment of the company to external conditions for which constant changes, unpredictability, periodic recessions and crisis phenomena are characteristic. An essential reduction of time which is given to elaboration and delivery to the market of new products, including hi-tech became an important indicator of increasing the efficiency of international business (Yurasov, 2008: 480).

The analysis of activity of national companies revealed that in the conditions of globalization the economic activity become essentially complicated that causes a growth of information activity connecting all links of manufacture of goods and services. One of the main conditions of manufacture globalization is globalization of information services making "new global infrastructure". Thus in the conditions of globalization of world economic relations there increased a value of information systems connecting various parts of reproduction process. Usage of these systems caused a development of electronic commerce and electronic business based on electronic project carefully developed by firm which is understood as a new form of organization of system of production and management, leading to reduction of cycle of sales, acceleration of activity rates on production sale, increase of repeated sales volumes of companies and firms of the Republic of Uzbekistan, transparency improvement in the system of orders for their more exact forecast, fast transfer of necessary market information to those who makes decisions. It is established that there is necessity of creation and introduction of programs or projects of electronic business possessing an ability of fast updating with the purpose of developing innovation in manufacture. As a result a basic direction in electronic business is a support of various processes in the company, it should be carried out by means of effective utilization of inter functional integrated applications (application clusters), joining various functions in one bunch.

Model of electronic commerce is changing in the process of improving information and communicative technologies, acknowledgement of which is a transition from a model of consecutive purchases of one subject once to a model of "purchases in the cart for goods selection". It is revealed that users widely apply search engines in the world and there became important an appearance of their site in the first lines of search engines for companies. Private web site all to a great extent becomes a mean of creating a brand of product or company services and attraction of customers' attention. The reasons of quick distribution and growth of electronic trade connected with convenience for users, low cost of transactions and granting operative, cheap and trustworthy information about products.

The analysis conducted by us displayed that information and communicative technologies had the greatest influence on functioning and developing the financial institutions in the market of distant bank services therefore financial institutions passed to new form of international banking - electronic banking that promoted an expansion of kinds and improvement bank services quality rendered to the population. An access to new markets, products, services and reduction costs create more attractive conditions for clients that an efficiency of banking establishments is strengthening. One of the main aspects of using electronic banking is further development of tendency to global mobility and capital liquidity of all categories of customers (Smirnov, 2006: 250).

Functioning and analysis of trading systems in the Internet is a major component of electronic business. Electronic trading systems are Internet shops which represent by web sites providing sales through the Internet with the use of electronic catalogue or other kind of production representation. Internet shops are referred to retail form of trade (B2Csector - business-consumer) and unite elements of direct marketing with visiting traditional shop. An interactive shop can offer considerably larger quantity of goods and services and provide

more necessary information for consumers' purchase in making decision. At the expense of using information and communicative technologies there appears a possibility of approach of each client personification proceeding from his shopping history.

In the work the author shows basic problems of realization of Internet shop which are on technologies junction, the Internet and traditional commercial activity: sometimes there are problems with delivery of inexpensive goods, there are problems with payment in electronic shop, the reason of which is citizens' mistrust to bank system in some countries, insufficient regulation of organizational and legal issues of electronic payments and uncertainty in safety of carrying out transactions through the Internet. Electronic commerce is a financial operations and transactions which are carried out by means of the Internet and private communication networks in course of which purchases and sale of goods and services are made and money transfers are conducted (Orlova, 2004: 126). Transactions in electronic commerce are carried out by simple confirmation of purchase by credit card through transfer of necessary sum of product price or more difficult way –by means of information transfer through many networks. Electronic trade was formed as a market which is developed according to general economic laws motive formation power of which became companies-emitters. Development information and communicative technologies, use of browsers, distribution of multimedia computers and consumers' interest to the Internet and realization of transactions in it were other factors stimulating the development of electronic commerce.

Basic requirements shown by buyers to the organization of Internet shops are the following: clear interface and convenient navigation in shop; convenient system of cross references and other elements of navigation, which allow receiving necessary information in optimum image. According to of automation degree all systems of electronic shops can be classified as: web show-windows, Internet shops, Trading Internet systems (TIS). Thanks to dynamic processing of information and work with databases the Internet shop has possibility to work individually with every registered buyer. Internet shops and TIS can carry out a full trading cycle in connection mode to the Internet. TIS are additionally integrated into system of automation of internal document circulation of the company. Internet platforms represent virtual trading platforms - a place where transactions between seller and buyer are made and financial and trading transactions are carried out. The development of trading Internet platforms should provide more effective and free information flow, goods, payments and other services of type business (<http://kpis.ru>). There is an opinion that it is necessary to refer to virtual trading platforms only those one that are managed by neutral third party and serve for conducting transactions between many buyers and sellers. Nevertheless, there is a number of high lights realization of which is equally important for all types of platforms: availability and convenience, scaled and reliable platform, flexible strategy of catalogues management, integration, safety, administration, business intellectuality (granting and data analysis), additional services (auctions, financial services, logistics organization). Internet design and web design are extremely important for electronic commerce. Mass Internet marketing campaigns are insufficiently effective; therefore some methods of personification are used to increase their efficiency. Personification technologies as a whole are in process of development. Nowadays many processes of traditional economy are passing in digital format. Electronic business attracts more and more different spheres of economy one of which has become the Internet marketing. In this connection there is a necessity for studying of new progressive tendencies which takes place in modern web marketing that involves in it the issues of electronic branding, benchmarking and management of clients' relations. Types of sales in the Internet are: model of sales support, model of direct sale, model of subscription sale and model of advertising sale (<http://www.kupitam.by> and <http://rvles.ieie.nsc.ru>). World network gives a set of instruments to influence on target audience of advertiser: advertising

placing on thematic and information sites, e-marketing, product promotion by means of search engines and catalogues, references exchange, ratings, partner and sponsor's programs and banner networks. Internet marketing helps to measure demand with the use of modern information and communication technologies more quickly, qualitatively and effectively. We talk not only about the question of estimation methods of current demand, but also future growth that is especially important in working out market purposes and plans and also e-business schemes (electronic business). Marketing information systems optimize a choice and management of marketing channels representing a set of intermediary organizations, involved in creation process of product or part of the product.

3. CONCLUSION

In connection with the development of electronic trade and electronic forms of business there is a problem of taxation and customs modes. Electronic commerce represents a technologies and which demands the use of new business approaches, including in the field of taxation. When purchase and sale are made through the Internet and transaction are carried out in it and frontiers lose its value, there appears area without customs and taxes that the states cannot admit. Services have transnational character, practically representing international contracts which are not officially formed as these ones in spite of the fact that in the Network there carried out electronic document circulation and electronic system of payments. At the same times as the authors consider a virtual environment of transactions realization does not mean that the parties participating in it do not meet any obligations of contract character. The most important question connected with realization of electronic trade in the Internet is whether electronic trade will increase and develop. There are some concepts of state regulation and taxation subjects of electronic economic activities. Statutory acts are accepted in the USA, Canada, Australia, in the European countries and some international organizations. The main difficulty is in how to join and adjust to each other varying legislation of different countries and how to develop international system of taxation of Internet commerce satisfying all participants of electronic trading transactions. According to propositions of some countries and organizations, such as the USA, EU, Japan and Organization for Economic Cooperation and Development for maintenance of government participation in development of necessary agreements and typical legislation which would support general frame basis, it is necessary to elaborate actively cooperation between governments, using international organizations OECD and WTO. Private sector should take part in development of international tax laws. And thus the base point of view should be accepted by everyone for development of joint platform of any changes which will be brought in legal and institutional bases of electronic commerce, they should be neutral from the point of view of using technology. One more basic point of view of which adheres the USA is an offer not to enter any new taxes and tax departments of various countries coordinate its activity to provide simplicity of tax systems and admit not desirable phenomena in electronic trade.

REFERENCES

KOBELEV, O. A., 2008. Electronic commerce: tutorial / Under the editorship of S.V. Pirogov. – 3rd edition, - M: Publishing and trading corporation “Dashkov and Ko”

ORLOVA, L.N. 2004. How create electronic shop in the Internet.

SMIRNOV, S.N., 2006. Electronic business. Textbook for higher educational establishments.

YURASOV, A.V., 2008. Basic of electronic commerce: Textbook for higher educational establishments. - M: Hot line (publishing house). Telecom.

<http://kpis.ru>;

<http://rvles.ieie.nsc.ru>

<http://www.kupitam.by>

VERGİ BİLGİ DEĞİŞİM ANLAŞMALARINI VE VERGİ CENNETLERİ

Ömer Faruk BATIREL*

Özet

Bu makalenin amacı, yüksek vergi alan, sermaye ihraç eden gelişmiş ülkelerle işbirliğine yanaşmayarak vergiden kaçınmaya ve vergi kaçakçılığına yol açan vergi cennetlerinin bu zararlı uygulamalarından vazgeçirilmesinde vergi bilgi değişim anlaşmalarının (VBDA) katkısını tartışmaktır.

Dünyada çoğu Pasifik bölgesindeki küçük ülkeler ve özellikle gelişmiş ülkelere bağlı özerk yönetimler vergi cenneti olarak hizmet etmekte ve vergiden kaçınma ve vergi kaçakçılığına yol açmaktadır. Vergi cennetlerinin ortaya çıkardığı en önemli sorun haksız ve zararlı vergi rekabetidir.

Makale iki bölümden oluşacaktır. Birinci bölümde VBDA'nın uluslararası vergilemede vergi bilgisi değişiminde çifte vergilemeyi önleme anlaşmalarına üstünlüğü ile bilgi değişimi sağlayarak oynadığı önemli rolden söz edilecektir. İkinci bölüm bu işbirliğine yanaşmayarak bilgi paylaşımı yapmayan vergi cennetleri ve Türk Gelir İdaresinin uygulaması durumu ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Vergi Cenneti, Zararlı Vergi Rekabeti, Vergi Konusunda Bilgi Değişimi

Jel Kodları: JEL: H24, JEL: H25, JEL: H26

AGREEMENTS OF EXCHANGE OF INFORMATION ON TAX MATTERS AND TAX HAVENS

Abstract

The aim of this paper is to discuss the contribution of agreements of exchange of information on tax matters (TIEA) to avoid harmful tax practices non-cooperative tax havens.

Most of the small countries in Pacific region and autonomous jurisdictions of developed countries serve as tax havens and lead to harmful tax competition.

This paper comprises two parts. In the first part the superiority of TIAE's to Model Conventions to Avoid Double Taxation (DTA) and the important role of the TIEA² to avoid harmful tax competition is examined. The second part will be devoted to the cooperation level of tax havens, uncooperative jurisdictions and the Turkish Revenue Administration practice.

Keywords: Tax Haven, Harmful Tax Competition, Exchange of Information on Tax Matters

Jel Codes: JEL: H24, JEL: H25, JEL: H26

* Prof. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, Ticari Bilimler Fakültesi, E-mail: obatirel@ticaret.edu.tr

1. GİRİŞ

Bu makalenin amacı, yüksek vergi alan, sermaye ihraç eden gelişmiş ülkelerle (*high tax countries*) işbirliğine yanaşmayarak vergiden kaçınmaya ve vergi kaçakçılığına yol açan vergi cennetleri (*tax havens*) ve kıyı ötesi finans merkezleri (*off-shore financial center*) olarak hizmet eden ülkeler ve ülke içindeki bölgelerin (*jurisdictions*) bu zararlı uygulamalarından vazgeçirilmesinde vergi anlaşmalarının katkısını tartışmaktır.

Makale iki bölümden oluşacaktır. Birinci bölümde vergi antlaşmalarının uluslararası vergilemede vergi bilgisi değişimi (*tax information exchange*) sağlayarak oynadığı önemli rolden söz edilecektir. İkinci bölüm bu işbirliğine yanaşmayarak bilgi paylaşımı yapmayan vergi cennetleri ve Türk Gelir İdaresinin uygulaması durumu ele alınacaktır.

2. VERGİ ANTLAŞMALARI VE BİLGİ DEĞİŞİMİ

Uluslararası vergilemede zararlı vergi rekabeti (*harmful tax competition*) olarak nitelenen ülke uygulamalarının en kötüsü vergi cennetleri ve kıyı ötesi finansal merkezlerin bulunduğu yönetim bölgeleridir. Bir gelişmiş ve yüksek vergi alan ülke işbirliği örgütü olarak nitelenebilecek OECD kurduğu **Vergide Saydamlık ve Bilgi Değişimi Küresel Forumu** (*Global Forum on Transparency and Exchange of Information for Tax Purposes*) aracılığı ile bu zararlı uygulamanın vergi bilgisi işbirliği anlaşmaları ile önlenmesine çalışmaktadır. Sözü edilen ülke ya da bölgeler bu anlaşmaları imzalamaya ve işbirliğine yanaşmaya zorlanmaktadır.

Bilindiği gibi vergi anlaşmalarının önde gelen ve başkası olmadığı sanılan türü **çifte vergilemeyi önleme anlaşmalarıdır**. (*double tax conventions*) Bu anlaşmalar vergi mükellefinin mukim ya da yerleşik olduğu ülkeyle (*resident country*) gelirin elde edildiği ya da vergi konusunun bulunduğu kaynak ülke (*source country*) arasında yetki çatışmalarını çözmek üzere imzalanmaktadır. Vergilendirme yetkisi çatışmalarının hal yöntemi olarak geliştirilen bu ikili (*bilateral*) anlaşmalarda kullanılan iki model anlaşmanın en yaygın olanı OECD anlaşmasıdır (*OECD, 2010: Articles of the OECD Model Tax Convention on Income and Capital*).¹ Bu anlaşmada egemen olan ölçüt, sermaye ihraç eden ya da yatırımcı ülkelerde yerleşik kişi ve kurum mükelleflerin bağlı olduğu ülkenin asli vergilendirme yetkisine sahip olmasıdır. Kaynak ülkelere yalnızca stopaj olanağı tanınmakta, vergi oran ve hâsılat paylaşımında payın büyüğünü mükellefin yerleşik olduğu ülkeler almaktadır. Anlaşmalarda faiz, temettü, telif hakları, royalti gibi sermaye gelirleri ile sermaye kazançlarında (*capital gains*) kaynak ülkenin alabileceği maksimum gelir ya da kurumlar vergisi kesinti oranı tanımlanmaktadır. Daimi işyeri (*permanant establishment*) bulunması halinde ticari kazançların, çalışanların ücretlerinin ve taşınmaz kiralalarının dışında kaynak ülkenin vergilendirmede asli vergilendirme yetkisi bulunmamaktadır. OECD model anlaşmasında sermaye ve finans geliri lehine yapılan bu düzenlemelerin yanı sıra bilgi değişimi hükümlerine de yer verilmektedir (OECD, 2010: Art 25).

Bu bilgi değişimi hükümleri vergi anlaşması kapsamına giren gelir ve sermaye vergileri ile sınırlıdır. Elde edilen bilgilerin ülkelerin kendi mevzuatları çerçevesinde elde ettikleri bilgiler gibi gizli tutulması ve yalnızca vergi idaresi, vergi yargısı ve adli makam personelinin istifadesine sunulması esastır. Bu bilgilere nüfuz eden kişilerin elde ettikleri bu bilgileri vergi mahremiyeti çerçevesinde mahkeme duruşmalarında ve adli kararlar açıklanırken kullanabilirler. Ancak bu bilgiler anlaşmayı imzalayan akit (*contracting*) devletin yasaları izin veriyorsa başka amaçlarla da kullanılabilir. Akit devletler bunu yaparken kendi mevzuatlarına aykırı idari önlemler alamazlar, ticari sınaî ve mesleki sırları ve kamu düzenine

aykırı düşen bilgileri veremezler. İmza atan devletler vergi amaçları ile bilgiyi vermek zorundadır ve ulusal çıkarlarını ileri sürerek bu bilgiyi reddedemezler. Bilginin banka, finansal kurum ve şirketlerin sermaye payları ile ilgili olmasının bilgi sağlamayı reddetme hakkı olarak yorumlanamayacağı da hüküm altına alınmıştır.

Çifte vergileme önleme antlaşması ile sınırlı olan bu hükümler, vergiden kaçınmanın ve kaçakçılığının yolu olarak kullanılan vergi cennetlerinin bilgi değişimini ve işbirliğini sağlamak konusunda yeterli görülmemiştir. Bunun üzerine OECD tarafından kimi vergi cenneti ülke ve bölge temsilcilerinin de katılımı² ile bağlayıcı olamayan bir **vergi konularında bilgi değişimi anlaşması** modeli (*Agreement on Exchange of Information on Tax Matters*) hazırlanmıştır.

Vergi bilgi değişim anlaşmalarında (VBDA) yukarıda açıkladığımız ve çifte vergilemeyi önlemeyle sınırlı bilgi değişimi dışında şu bilgiler talep edilebilmektedir. Öncelikle istenilen vergi ile ilgili bilginin yürütülmekte olan bir suç soruşturması ile ilgili olması şart değildir. Bilgi veren ülke, bilginin vergiyle ilgili olması koşuluyla her türlü yöntemi kullanarak bu bilgiyi kanıtlarıyla temin etmeye çalışabilecektir. İstenmesi halinde bilginin banka, finans kurumu, her türlü şirket, vakıf dernek ve bunların yöneticileri vekillerinden talep edilmesi mümkündür. Bilgiyi talep eden ülke; talep yazısında soruşturulan kişi ya da kurumun kimlik bilgilerini, soruşturulan konuyu, hangi vergi amacıyla soruşturmanın yapıldığını, bilginin neden soruşturma yapılan kişi nezdinde bulunduğunu ve bilginin var olduğu düşünülen kişi ve kurumların kimlik ve adres bilgilerine yer verilmelidir. Bu talep yazısı üzerine bilginin talep edildiği vergi cenneti bu istemi derhal cevaplamak zorundadır. Bunun gerçekleşmesi için bilgiyi talep eden ülkeye en geç 60 gün içinde talebin alındığını, talep formunda varsa eksiklikleri bildirmesi, 90 gün için cevap verilemezse gerekçeleri ile neden verilemediği bilgisi de verilmelidir.

Bilgi talep eden ülkeye anlaşmaya göre bu bilgiyi vergi denetim ve incelemesi ile elde etme hakkı dahi verilmektedir. Anlaşmada sadece elde edilecek bilgilerin **vergi mahremiyeti** (*confidentiality*) çerçevesinde kullanılabileceği de hüküm altına alınmıştır. Anlaşma çifte vergileme anlaşmalarında olduğu gibi yalnızca gelir ve sermaye üzerinden alınan vergilerle sınırlı olmayıp, her türlü verginin dâhil edilmesi mümkündür. Anlaşma konusu vergilerin tarh, tahakkuk, tahsil, takip, inceleme denetim ve yargılama süreçleriyle ilgili bilgiler kapsam içine alınmaktadır (*OECD, Agreement on Exchange of Information on Tax Matters Art.5*).

3. VBDA İMZALAYAN ÜLKELER VE TÜRKİYE UYGULAMASI

OECD 2000 raporuna³ göre vergi cenneti olarak kabul edilen bilgi değişim ve işbirliğine yanaşmayan 35 ülke ya da özerk yönetim bölgesi bulunmaktadır. Bunlar alfabetik sıraya göre [*Andorra, Anguilla, Antigua-Barbuda, Aruba, Bahamalar, Bahreyn, Barbados, Belize, Cebelitarık, Cook Adaları, Dominik Cumhuriyeti, Grenada, Guernsey, Hollanda Antilleri, Isle of Man, Jersey, Liberya, Liechtenstein, Maldivler, Marshall Adaları, Monako, Montserrat, Nauru, Niue, Panama, Samoa, Seychelles Adaları, St.Kitts & Nevis, St.Lucia, St.Vincent & Grenadines, Tonga, Turks & Caicos Adaları, Vanuatu, Virgin Adaları (ABD) ve Virgin Adaları (İngiltere)*]. Bunlara daha sonra *Bermuda, Cayman Adaları, Güney Kıbrıs Rum Yönetimi, Hong Kong, Malta, İsviçre, Lüksemburg San Marino ve Singapur*² da eklenmiş ve sayıları 45'e çıkmıştır.

Bu ülkelerden VBDA anlaşması imzalayanların sayısı 38'dir. Güney Kıbrıs Rum Yönetimi, Hong Kong, İsviçre⁴, Lüksemburg, Nauru, Tonga ve Virgin Adaları (ABD) oluşan 7 ülkenin imzaladığı hiçbir VBDA anlaşması yoktur.

İmzalanan VBDA anlaşmalarını gelişmiş ülkelerden en çok ABD, Avustralya, Danimarka, Finlandiya, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İsveç, İzlanda, Finlandiya ve Yeni Zelanda ile imzaladıkları görülmektedir. Bu ülkelerin çoğunluğunu İskandinav ülkeleri oluşturmaktadır. Hatta imza atan ülkelere bağlı özerk bölge yönetimleri de (Hollanda'ya ve İngiltere'ye bağlı yönetimler gibi) anlaşmalara egemen ülke yönetimleri dışında ayrıca taraf olmuşlardır.

VBDA anlaşmaları üzerine son yapılan bir çalışmada (Bilicka & Fuest, 2014) bu anlaşmaların vergiden kaçınma ve vergi kaçakçılığını önleme etkinliğinin vergi cennetlerinin ekonomik ilişkileri yoğun ve güçlü olan gelişmiş ülkelerle yapılmasına bağlı olduğunu ortaya koymuştur. Vergi kaçakçılığının bir yolu olarak varlıklarını vergi cennetlerine kaçıran gelişmiş ülke mukim kişi ve kurumlarının tespiti son derece güçtür. Dolayısıyla yapılan bilgi değişimi anlaşmaları mukim ya da tam mükellef kişi ve kurumların beyanını ve yerleşik olduğu ülkede vergilenmesini sağlayacaktır.

Hiç vergi almayarak ya da özellikle banka mevduatları başta olmak üzere finansal gelirlere düşük oranda gelir ve kurumlar vergisi uygulayarak haksız ve zararlı bir vergi rekabeti yapan bir bölümü gelişmiş ülkelerin özerk bölgeleri olan yönetimlerin anlaşma imzalamaları oldukça çelişkilidir.

Türkiye uygulamasına bakılınca sayılan vergi cennetleri ile ilgili olarak sonuçlandırdığı sadece iki VBDA anlaşması vardır. Bunlar *Bermuda* ve *Jersey*'le imzalanmıştır.⁵ Bu ülkeler seçilirken Türkiye'de yerleşik kişi ve kurumların doğrudan ve portföy yatırımlarının yoğun olduğu vergi cenneti sayılan ülke ve bölgeler dikkate alınmamış bulunmaktadır.⁶ Bu ülkelerden İsviçre ve Lüksemburg'la çifte vergilemeyi önleme anlaşması yapılması sorunu çözmektedir.

4. SONUÇLAR

Dünyada çoğu Pasifik bölgesindeki küçük ülkeler ve özellikle gelişmiş ülkelere bağlı özerk yönetimler vergi cenneti olarak hizmet etmekte ve vergiden kaçınma ve vergi kaçakçılığına yol açmaktadır. Vergi cennetlerinin ortaya çıkardığı en önemli sorun haksız ve zararlı vergi rekabetidir.

Vergi cennet ülke ve yönetimlerin belirlenmesinde en temel ölçüt vergi konusunda bilgi değişimine yanaşmamalarıdır. Bilgi değişimi ve işbirliği yapılmaması vergisel saydamlığı ve tam (yerleşik) mükelleflerin vergilendirilmesini önlemektedir.

Bu sorunsalın giderilmesinde çifte vergilemeyi önleme anlaşmaları ve bu anlaşma metninde yer alan bilgi değişimi hükmü yeterli olmamıştır.

OECD'nin G20-2009 toplantısında alınan karar sonucu vergi konusunda bilgi değişimi çok taraflı ve ikili anlaşma modeli geliştirilmiştir. O tarihten bu yana geliştirilen anlaşmaları vergi cenneti olarak kabul edilen 45 ülke ve yönetimin 38'i imzalamış bulunmaktadır.⁷

Türkiye Gelir ve Kurumlar Vergisi yasalarında vergi cenneti tanımını doğru yapmakla ve bu bölgelerdeki kişi ve kurumlara yapılacak ödemelerde % 30 stopaj yapılmasını öngörmekle birlikte Bakanlar Kurulunca bugüne kadar vergi cenneti listesi yayınlanmamıştır. Bermuda ve Jersey ülkemizin vergi bilgi değişim anlaşması imzaladığı ve yürürlükte olan iki ülkedir.

NOTLAR:

¹ OECD (2010) *Articles of The OECD Model Tax Convention on Income and Capital*

² Aruba, Bermuda, Bahreyn, Cayman Adaları, Güney Kıbrıs Rum Yönetimi, Isle of Man, Malta, Mauritius, Hollanda Antilleri, Seychelleler and San Marino delegelerinin katılımı ile.

³ OECD (2000) *Progress Report*. Bu rapora göre bir ülke ya da yönetim bölgesinin vergi cenneti olduğunu belirleyen ölçütler şunlardır. Bunlardan birincisi sermaye gelirleri ve finansal gelirlerden düşük vergi almakta ya da hiç vergi almamaktadır. İkincisi vergi uygulamaları ve rejimleri konusunda saydamlık bulunmamaktadır. Üçüncüsü ve en önemlisi vergi konusunda bilgi değişimine yanaşmamaktadırlar.

⁴ İsviçre, hepsi de vergi cenneti olan Andorra, Guersney, Isle of Man, Jersey ve Seycelles ile VBDA anlaşması imzalamış ancak bunlardan hiçbiri yürürlüğe girmemiştir.

⁵ www.gib.gov.tr/uluslararası mevzuat. Cebelitarık, Guersney ve Isle of Man'le de anlaşma yapılmış ancak henüz yürürlüğe girmemiştir. (not yet in force)

⁶ **Türkiye ile vergi antlaşması bulunmayan bilgi değişimine yanaşmayan ve vergi cenneti olarak adlandırılan ülkelerde yerleşik ve faaliyette bulunanlara yapılan her türlü ödemeden, yerleşik dar mükellef kurumlara yapılan (tam mükellef kurumların bu tür ülkelerde bulunan işyerleri dahil) ödemenin vergi konusu olup olmadığı ödeme yapılan kurumun mükellef olup olmadığına bakılmaksızın yapılan her türlü ödemeden % 30 vergi kesintisi yapılacağı hükme bağlanmıştır. Kazancın elde edildiği ülke vergi sisteminin Türk Vergi Sisteminin vergilendirme kapasitesi ile aynı düzeyde bir vergilendirme imkânı sağlayıp sağlamadığı hususu gözönünde bulundurularak Bakanlar Kurulunca ilan edilen ülkeler. Bu ülkeler henüz ilân edilmemiştir. Bkz. GVK.94 ve KVK.M.**

⁷ İsviçre, hepsi de vergi cenneti olan Andorra, Guersney, Isle of Man, Jersey ve Seycelles ile VBDA anlaşması imzalamış ancak bunlardan hiçbiri yürürlüğe girmemiştir.

KAYNAKÇA

BILICKA, Katarzyna & FUEST, Clemens; With Which Countries Do Tax Havens Share Information?, *International Tax and Finance*, Vo.21, No.2, April 2014,

OECD ; *Towards Global Tax Co-operation 2000 Report, Progress in Identifying and Eliminating Harmful Tax Practices*

OECD, *Agreement on Exchange of Information on Tax Matters*

OECD (2010). *Articles of The OECD Model Tax Convention on Income and Capital*

www.gib.gov.tr/uluslararasimevzuat

EK: Vergi Cennetlerinin VBDA İmzaladığı Ülkeler

<i>Andorra</i>	Arjantin, Avusturya, Belçika Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hollanda, İspanya, İsveç, İzlanda, Liechtenstein, Monako, Norveç, Portekiz, San Marino
<i>Anguilla (İngiltere)</i>	Almanya, Avustralya, Belçika, Danimarka, Faroe Adaları, Fransa, Finlandiya, Grönland, Hollanda, İngiltere, İsveç, İzlanda, İrlanda, Kanada, Norveç ve Yeni Zelanda
<i>Antigua & Barbuda</i>	ABD, Aruba, Avustralya, Belçika, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hollanda, Hollanda Antilleri, İngiltere, İrlanda, İsveç, İzlanda, Liechtenstein, Norveç, Portekiz,
<i>Aruba (Hollanda)</i>	ABD, Antigua & Barbuda, Avustralya, Bermuda, Cayman Adaları, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Grönland, Hollanda Antilleri, İngiltere, İspanya, İsveç, İzlanda, , Norveç, St. Kitts & Nevis, St. Lucia, St. Vincent & Grenadines, Virgin Adaları (İngiltere)
<i>Bahamalar</i>	ABD, Arjantin, Avustralya, Belçika, Çin, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hollanda, İngiltere, İspanya, İsveç, İzlanda, Japonya, Kanada, Meksika, Monako, Norveç, San Marino, Yeni Zelanda
<i>Bahreyn</i>	Avustralya, Kanada, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Grönland, Hindistan, İsveç, İzlanda, Norveç
<i>Barbados</i>	ABD, Danimarka
<i>Belize</i>	Avustralya, Belçika, Danimarka, Faroe Adaları, Fransa, Finlandiya, Grönland, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İsveç, İzlanda, Portekiz
<i>Bermuda</i>	Almanya, Aruba, Avustralya, Çin, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hindistan, Hollanda, Hollanda Antilleri, İngiltere, İrlanda, İsveç, İzlanda, Japonya, Kanada, Meksika, Norveç, Portekiz, Türkiye, Yeni Zelanda
<i>Cayman Adaları</i>	ABD, Almanya, Avustralya, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Güney Afrika, Hollanda, Hollanda Antilleri, İrlanda, İsveç, İzlanda,, Kanada, Meksika, Norveç, Yeni Zelanda, Yunanistan
<i>Cebelitarık (İngiltere)</i>	ABD, Almanya, Avustralya, Avusturya, Belçika, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Güney Afrika, Grönland, Hollanda, Hindistan, İngiltere, İrlanda, İsveç, İtalya, İzlanda, Malta, Meksika, Norveç, Polonya, Portekiz, Türkiye, Yeni Zelanda, Yunanistan
<i>Cook Adaları (Yeni Zelanda)</i>	Avustralya, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Güney Kore, Hollanda, İrlanda, İsveç, İtalya, İzlanda, Norveç, Yeni Zelanda, Yunanistan
<i>Dominik</i>	Almanya, Avustralya, Belçika, Kanada, Danimarka, Faroe Adaları, Fransa, Finlandiya, Grönland, Hollanda, İngiltere, İsveç, İzlanda, Kanada, Norveç, Portekiz, Yeni Zelanda
<i>Grenada</i>	Almanya, Avustralya, Belçika Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hollanda, İngiltere, İsveç, İzlanda, Norveç
<i>Guernsey (İngiltere)</i>	ABD, Almanya, Avustralya, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hollanda, Faroe Adaları, Hollanda, İngiltere, İsveç, İrlanda, İzlanda, Norveç, San Marino, Yeni Zelanda, Yunanistan
<i>Isle of Man (İngiltere)</i>	ABD, Almanya, Avustralya, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İsveç, İzlanda, Kanada, Norveç, Zelanda
<i>Jersey (İngiltere)</i>	ABD, Almanya, Avustralya, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İsveç, İzlanda, Türkiye, Yeni Zelanda
<i>Liberya</i>	Danimarka, Finlandiya, Fransa, Gana, Grönland, Hollanda İngiltere, İsveç, İzlanda, Norveç, Portekiz
<i>Liechtenstein</i>	ABD, Almanya, Andorra, Antigua & Barbuda, Belçika, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İsveç, Monako, Norveç, St. Kitts & Nevis, St. Vincent & Grenadines
<i>Malta</i>	Bahamalar, Bermuda, Cayman Adaları, Cebelitarık, Macau(Çin)

Marshall Adaları	ABD, Avustralya, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Grönland, Hollanda, İsveç, İzlanda, Kore, Norveç, Yeni Zelanda
Mauritius	Avustralya, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Guersney, İzlanda, Norveç
Monako	ABD, Almanya, Andorra, Arjantin, Avustralya, Avusturya, Bahamalar, Belçika, Danimarka Faroe Adaları, Finlandiya, Grönland, Hollanda, İsveç, İzlanda, Liechtenstein, Norveç, Samoa, San Marino
Montserrat (İngiltere)	Avustralya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Faroe Adaları Grönland, İsveç, İzlanda, Norveç
Hollanda Antilleri (Hollanda)	ABD, Antigua & Barbuda, Aruba, Avustralya, Bermuda, Cayman Adaları, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, İngiltere, İspanya, İsveç, İzlanda, Kanada, Meksika, St. Lucia, St. Kitts & Nevis, San Marino, Virgin Adaları (İngiltere) Yeni Zelanda
Panama	ABD
Samoa	Avustralya, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Grönland, Hollanda, İrlanda, İsveç, İzlanda, Japonya, Meksika, Monako, Norveç, San Marino, Yeni Zelanda, Yunanistan
San Marino	Almanya, Andorra, Arjantin, Avustralya, Bahamalar, Çin, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Endonezya, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Guersney, Güney Afrika, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İspanya, İsveç, İzlanda, Monako, Norveç, Polonya, Samoa, Vanatau
Seychelles (ABD)	Aruba, Antigua & Barbuda, Bahamalar, Cayman Adaları, Cebelitarık, Guersney, Hollanda Antilleri, Isle of Man, Jersey, Liechtenstein, Monako, Panama, Virgin Adaları (İngiltere)
St. Kitts & Nevis	Aruba, Avustralya, Belçika, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hollanda, Hollanda Antilleri, İngiltere, İsveç, İzlanda, Kanada, Liechtenstein, Norveç, Portekiz, Yeni Zelanda
St. Lucia	Almanya, Aruba, Avustralya, Belçika, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Germany, Grönland, Hollanda, Hollanda Antilleri, İngiltere, İrlanda, İsveç, İzlanda, Norveç, Portekiz
St. Vincent & Grenadines	Almanya, Aruba, Avustralya, Avusturya, Belçika, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İsveç, İzlanda, Kanada, Liechtenstein, Yeni Zelanda
Turks & Caicos (İngiltere)	Almanya, Avustralya, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hollanda, İngiltere, İrlanda, İsveç, Kanada, Norveç, Portekiz, Yeni Zelanda
Vanuatu	Avustralya, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, İsveç, İzlanda, Norveç, San Marino, Yeni Zelanda
Virgin Adaları (İngiltere)	ABD, Almanya, Aruba, Avustralya, Çin, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Faroe Adaları, Finlandiya, Fransa, Grönland, Hollanda, Hollanda Antilleri, İngiltere, İrlanda, İsveç, İzlanda, Norveç, Portekiz, Yeni Zelanda

KAMUSAL ALANIN OLUŞUMU, DÖNÜŞÜMÜ VE İKTİSADİ BOYUT

Nihat FALAY*

Özet

Kamusal alan kavramı günümüzde ciddi tartışmaların kaynağıdır. Kamusal alanın tanımlanması ve kapsamının belirlenmesi sosyal bilimciler açısından önemli bir gündem oluşturmaktadır. Özellikle kamusal alanın iktisadi boyutunun belirlenmesinde iktisadi ve mali süreçlerin işleyişi büyük önem taşır. Bu çalışmada, kamusal alanın oluşumu ve dönüşümü tarihsel süreçte ele alınmıştır. Tarihsel gelişimden hareketle, kamusal alanın iktisadi boyutunu oluşturan iktisadi ve mali süreçler analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamusal Alan, Demokrasi, Ekonomi

JEL Kodu: H49, P59, Z13

THE FORMATION AND TRANSFORMATION OF PUBLIC SPACE AND ECONOMIC DIMENSION

Abstract

Public space term is the source of significant debates recently. Defining the public space and determining the scope of it becomes important agenda for social scientist. The running of economical and fiscal processes is especially important in the determination of economical dimension of public space. In this study, the formation and transformation of public space is dealt with historical processes. Based on historical development, economical and fiscal processes which form economical dimension of public space are analyzed.

Keywords: Public Space, Democracy, Economy

JEL Codes: H49, P59, Z13

*Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi (Emekli), E-mail: nfalay@istanbul.edu.tr

1. GİRİŞ: KAMUSAL ALAN

Antik çağda Roma *kamu* (publicus) sıfatı, yurttaşları ya da *tebaayı* (res publica) anlatmak için kullanılırdı. Bunun yanında, Romalılar kamu ile bireysel ev alanı arasında da bir ayırma gider ve bu mantıkla, sokak, meydan, tiyatro gibi kamusal alanları kamu olarak nitelendirirler idi. İsim olarak *publicum* kelimesi siyasal bir anlam taşıyor ve devletin gelirlerini, topraklarını ve mülkünü ifade ediyordu. Kamunun bu şekilde devlet ile ilişkilendirilmesi modern Avrupa'nın ilk dönemlerinde de yeniden güncellik kazandı. Bu durum bugün de devam etmekte olup bu bağlamda kamu binaları, devlet daireleri ve devlet parklarından bahsedilmektedir.

Kamu (public) sözcüğü, “izlerçevre/dinlerçevre” gibi bir şeyin kitlesi anlamında da kullanılmaktadır. Günümüzde, örneğin, okur kitlesi, sanatsever kitlesi olarak da karşımıza çıkmaktadır. Oysa kamu sözcüğünün dinleyici, izleyici kitlesi anlamında kullanılması ta 17. yüzyılda ortaya çıkmış ve 18.yüzyılda bu sözcük farklı dillere yerleşmiştir. Hemen anlaşılıyor ki bu sözcüğün kullanılmasının devlet otoritesinin uygulanmasıyla doğrudan bir bağlantısı yoktur, çünkü okuyanların, izleyenlerin, ilgili şeyler hakkında yargıda bulunan özel bireylerin oluşturdukları kitleler kastedilmektedir. Kafeler ve salonlar, işte bu kitlelerin görüş ve kanaat bildirmesini sağlayan sosyalleşme alanlarıdır. Bu alanlara gelip, parasıyla söz konusu kültür ürünlerine sahip olabilen kitleler bunun uzantısı olarak bir tüketim kültürü bağlamında kamu olarak ortaya çıkmıştır (Melton, 2011: 11-12).

Habermas'ın 1962'de yazdığı ve Türkçeye “Kamusallığın Yapısal Dönüşümü (Almanca: Strukturwandel der Öffentlichkeit, İngilizce Çevirisi: The Structural Transformation of Public Sphere olan)” adı altında çevrilen kitaptaki “kamusal alan” kavramını, İngilizce çeviriyi yapan Thomas Burger, “public sphere” mantığıyla ele almıştır. Türkçeye de daha çok İngilizce çevirisindeki mantık uzantısında kamusal alandaki mekânsal, fiziksel ve topografik mantık oturmuş gibidir. Oysa Habermas'ın bu kavramdan kastı, mekânsal mantığın ötesinde hem *public sphere* hem de kamusal olarak çevrilebilecek *public space* deyimlerini karşılar durumdadır. Hemen belirtmek gerekir ki kamusal alana mekansal bir anlam eklemek Habermas'ın kastettiği şey değildir (Akşit, 2009: 2).

Sırası gelmişken hemen belirtmek gerekir ki, burada *space* kavramının *alan* kavramını çağrıştırmasının yaratacağı anlam kaymalarına ve *sphere* kavramını tam karşılamayan yorumlara engel olmak için bu kavramı *alem*, *dünya* ve *küre* vb. Türkçemizde mevcut ve daha sıcak karşılıkları kullanmak zihinsel ve semantik çabaları daha kolaylaştırır. Bu bağlamda, ileride kullanılacak olan kavramlar olarak, “ortak alan”, “müşterek alan”, “toplumsal alan” ve hatta “umumi alan” in öne çıkarılması kastedilmektedir. Böylece kavram, “devlet egemenliği, iktidarı” ve mantığı” çağrışımlarından daha kolayca uzaklaştırılmış ve kurtarılmış olacaktır. Dilimize zaten, *kamu* kavramı yanında, *umum*, *amme* ve *menfaat* gibi sıcak kavramlar geçmişte ve hala yerleşmiş ve bu yönde kullanılıyor durumdadır. Burada tekrar ortaya çıkan husus; bir düşünce veya ifadeyi en iyi şekilde yansıtabilecek olan yeni veya eski kullanımların bilimsel dile de oturtulması gereğidir.

Kamusal ve kamusal alan kavramlarını yeniden ve derinliğine analiz eden J. Habermas temel bir sorunu gündeme getirmiştir: Kamusal sorunların tartışılmasının mümkün olduğu koşullar nelerdir? Onun, “burjuva kamusal alan” olarak nitelendirdiği kamusal uzamı, sosyalleşme alanları ve biçimleri ile basın kültüründeki beklenmedik gelişmelerin damga

vurduğu bir iletişim dünyası ile karşı karşıyayız. Burjuva kamusal alanın sözde açıklığının ve görünürde eşitlikçiliğinin, daha baştan “sınıfsal çıkarlarla maskelendiği” ve 19. ve 20. yüzyıllarda tüketim kültürünce soğurulduğunda (emildiği/massedildiğinde) yukarıda belirtilen tartışma ve yorum işlevlerini yitirdiği söylenebilir.

J. Habermas’ın ortaya attığı burjuva kamusal alan kavramı iki temel gelişimin sonucu idi (Melton, 2011: 15-16):

i. *Birinci gelişim*; 16. yüzyılın sonlarından başlayarak modern ulus devletlerin ortaya çıkışıdır ki; bu çıkışa paralel bir başka süreç, *devletten* ayrı bir alan olarak *toplumun* ortaya çıkışıdır. Burada modern *devlet*, kamu iktidarının alanı; *toplum* ise kişisel (veya özel) çıkar ve etkinlik alanı olarak ele alınacaktır. Çünkü, Orta Çağda böyle bir ayırım yoktu ve yönetime, askere, adalete ve maliyeye ilişkin işler senyörler, kiliseler, loncalar ve diğer “özel” bireyler ve kurumlar tarafından yerine getiriliyordu. Oysa modern devletler otoritelerini sağlamlaştırdıktan sonra, yukarıda belirtilen işler artık egemen bir devletin eline geçiyordu. Bu otorite veya egemenliğin pekiştirilmesi süreci, 17. ve 18. yüzyılın mutlakiyetçi yönetimlerinde en belirgin hale gelmiştir.

Mutlakiyetçi yönetimlerde *kamu otoritesi* kralın yönetimi altındaki *özel* bir tebaanın olmasını gerektirmiştir. Bu durumda *devleti* egemen gücün mekanı yapmakla *toplumu* da yaratmış oluyordu. Habermas’ın burjuva kamusal alan dediği modern “sivil toplum”un bir anlamda “embriyo” biçimi bu özel toplumsal dünyada gelişecektir.

ii. *İkinci gelişim*; kapitalizmin yükselişinin devlet ve toplum arasındaki bağı koparması, ticari kapitalizmin (merkantalizmin) güçleri aracılığıyla artan bir özerklik kazanmasıdır. Çünkü ulusal ve uluslararası pazarların genişlemesi meta dolaşımını hızlandırmış, dolaşıma giren gazeteler ve ticari kağıtlar yoluyla iletişim ağları yaygınlaşmıştır. Toplumsal ve ekonomik entegrasyon (bütünleşme) toplumun bağımsızlığını güçlendirmiştir. 18. yüzyılda bu yeni bütünleşme ve bağımsızlık hissi düşünce alanında “siyasal iktisat” biliminin doğuşunda açıkça kendini belli etmiştir. 19. yüzyıla geldiğinde ise, bir yanda devletin siyasal alanı öte yanda bireylerin özel alanlarını birbirinden ayıran “devlet-toplum karşıtlığı”nda en üst noktasına ulaşmıştır (Becker, 1994).

Yaşamın gerçekleşme sürecine eğildiğimizde göreceğimiz şey şudur: Üretim ve mübadelenin başlıca mekanı olarak evin yerini piyasa almış, aile ve ev alanı da buna uygun değişim ve nitelikler göstermiştir. 18. yüzyılda bir mahremiyet (gizlilik) alanı olan yeni burjuva aile anlayışı ortaya çıkmıştır. Oysa ortaçağda soyluların evi hem bir üretim birimi hem de bir tahakküm (baskı/zorbalık) alanı idi. Fakat modern çağın başlarında kapitalizmin ve devletin yükselişi evin daha önceki işlevlerini ortadan kaldırmış ve ürün üretiminin başlıca alanı olarak evin yerini “piyasa” almıştır. Öte yandan daha önce hanehalkının yerine getirdiği işlevleri de giderek devlet üstlenmiştir. Bunun sonucunda “ev” giderek daha özelleşmiş ve hem devlet hem de emek dünyası karşısında fazla özerklik kazanmıştır.

Bunların sonucunda ortaya yeni bir burjuva aile modeli ortaya çıkmıştır ve bu aile modelinde “ev içi alan” bir mahremiyet alanıdır. Yani, bir yandan devletin öte yandan emeğin ve üretimin getirdiği zorunluluklara karşı bir sığınak olarak kabul edilmiştir.

Evin (yani hane halkının) özerkliği bir evrensel ideal olmakla birlikte, aile bu özerkliğini mülkiyet sahipliği ile sağlıyordu ve bu niteliğine borçluydu. Ama mülkiyet sahibi olmayanların (yani mülksüzlerin) bu aile alanından dışlanması ise burjuva ideolojisinin evrenselliği ile bütünüyle çelişiyordu. İşte bu çelişki, mülkiyetten yoksun olanların dışlanmasıyla bir toplumsal gerilim yaratıyordu. Bu da burjuva ile normlarının ve hiyerarşik ve asimetrik bir ilişkinin “sözde” meşruiyetine meydan okuyacak bir temeli ve nedeni oluşturuyordu.

Bu çelişki ve nedenler “edebi kamusal alan” olarak tanımlanan birahaneler, kafeler, okuma kulüpleri ve salonlarda paralel bir şekilde gündeme geliyordu. Burjuva kamusal alan, ailenin özel alanında ortaya çıkmış olması yanında, sonuçta siyasal bir nitelik kazanmıştı (Melton, 2011: 16-19). “Sokak bir buluşma mekanıdır ve o olmadan belirlenmiş yerlerde (kafe, tiyatro, salon) buluşmak imkansızdır” (Lefebvre, 2013: 22).

Kapitalizmin gelişmesinin ve sanayileşmenin ilk dönemlerinde var olan yoksul kitlelerin, burjuva kamusal alanına katılımın ön şartı olarak kabul edilen mülkiyet olanağına sahip olamaması evrensel iddiaların sınırlarını apaçık ortaya koyuyorlardı. Çünkü mülkiyete sahip olanlar ve olmayanlar arasında bir anlamda doğal bir ayırım ortaya çıkıyordu. Hem toplumsal açıdan refah devleti anlayışı hem de görünüşte “özel” olan ama gerçekte giderek yarı-kamusal bir nitelik kazanan kurumların artan gücü bu ayırımın bir anlamda temelini zayıflatıyordu. Çünkü devlet ile toplum arasındaki sınırlar erozyona uğruyor, ailenin mahremiyeti ise giderek devletin ve yarı-kamusal kurumların müdahalesine konu oluyordu. Böylece aile artık özerklik kalıntılarını kaybederek, dış güçlerin müdahalesine maruz kalıyor ve sonuçta edilgen (pasif) bir “ev-içi alan” düzeyine düşüyordu. Öte yandan kamusal alan da eleştirel nitelik ve sivriliğini kaybederek iletişim, reklamcılık ve kitle tüketim kültürünün egemenliği altına giriyordu.

Kamusal alan, özel olan ile kamusal olanı birbirine bağlıyordu. Şöyle ki, kafe, tiyatro ve salonlarda gelişen sosyalleşme pratikleri, soyluları burjuvalardan ayıran sınırları kaldırma eğiliminde olsa da, aslında soylularla burjuvaların bütünleşme sürecine katkıda buldukları ve yeni bir elit haline getirdiği söylenebilir. Burada kamusal alan, burjuva sınıfının oluşum süreci olarak tanımlanabilir, çünkü kamusal alan kapitalist toplumsal ilişkilerle özdeşleştirilebilir. Bu bakımdan, her ne kadar “kapitalizm kamusal alanın tabut taşıyıcısı olsa da aynı zamanda, ebesiydi (Melton, 2011: 24)”. Çünkü kapitalist piyasa ilişkileri, ticari bir niteliğe dönüştürülmüş boş zaman ve tüketim biçimleriyle kamusal alanı içeriyordu. Görülen ve izlenen şey, genişleyen iletişim ağları ve buna erişim olanağı olanlarla-olmayanlar arasında gittikçe büyüyen bir uçurumun oluşmasıdır. İlişkilerin ve sürecin tümüne bakıldığında görülen, kamusal olan ile özel olan arasındaki sınırların istikrarsız, belirsiz ve hep değişkenlik göstermesidir.

Oysa, I. Illich’in ideal toplum olarak ele aldığı ve “modern teknolojilerin, yöneticilerden çok siyasal açıdan birbiriyle ilişkili bireylere hizmet ettiği (Illich, 2011: 11) “şenlikli toplum”lar, tüm üyelerinin, başkalarınınca asgari ölçüde denetlenen araçlar yoluyla özerk eylemde bulunmalarına imkan verecek şekilde tasarlanmalıdır (Illich, 2011: 33). Çünkü bireyler, eylem içinde ve aktif şekilde hükmettiği veya pasifçe boyun eğdiği araçları kullanarak, yaşadığı toplumla ilişki kurmaktadır. Ona göre, fiziksel veya toplumsal tüm araçlar herkes tarafından kolayca istenen sıklıkta ve kullanmanın seçtiği amaçlar için

kullanılabildiği zaman “şenlikli toplum” oluşturulabilir (Illich, 2011: 33-34). Bu da kamusal olan ile özel olan arasındaki dengenin sağlanmasında yardımcı olacaktır.

2. KAMUSAL ALAN VE DEMOKRASİ

Anlaşıldığı üzere, kamusal alan herkese açık bir görünme ve görüşme mekanıdır, bu sayede hem insanları bir araya getiren hem de birçok alt “kamusal alan”lara ayıran bir alandır. Bu yapıdaki bir kamu alanı, dünyaya bakış haline dönüşmüştür. Bu bakış bağlamında, kişisel ve toplumsal hakların diğer haklar üzerinde egemenlik kurmadan gerçekleştirilmesi yollarının bulunması beklenmektedir. Çünkü özne halinde özel birey kesimlerinin yanında, özne haline gelemeyen toplumun zayıf kesimlerinin korunması süreci üzerinde düşünülmesi yolları geliştirilmesi gereksinimi vardır (Tekeli, 1999: 8-10).

1980’li yılların neoliberal hareketi küreselleşmeyi önceleyen bir süreç niteliğindedir. Bu süreç toplumda daha gevşek örgütlerin, yatay ilişki ağının güçlenmesinin vb. oluşumların kökenini oluşturur. Buna karşın, kamusal ve özel alanların ayrışması olgusu karşısında klasik liberal demokrasiler doyurucu bir cevap vermekte yetersiz kalmaktadır. Çünkü sınıfsal yapıların çözülüyor ve eski keskinliklerini yitiriyor gibi görünmesine karşın, emek-sermaye çatışmasının giderek farklı özellikler göstermesi, siyasal partilere ve siyasal sürece duyulan güveni azaltmıştır. Çünkü amaçlaştırılmış bir demokrasi anlayışı ona olan bağlamı zayıflatmış ve onun kamusal denetimden uzaklaşmasına yol açmıştır. Oysa, “denetim...demokrasinin kamusal alandaki paydaşdır” (Kahraman, Keyman ve Sarıbay, 1999: 17).

Kamusal alan ve demokrasi bağlamında kamu (public) kavramı “herkese açık” anlamını içerir ve buradan da anlaşılacağı üzere kamu, özel olandan ayrı bir alan olarak kendini ortaya koyar. Kamu bazen de kamu gücünün karşıtı bir kamuoyu alanı olarak da sunulur. Bu durumda, bazen devlet organları bazen basın kamusal alanın organları sayılırlar.

Kamusal-özel alanların ayrımı giderek kamusal (ortak) çıkara dayalı yurttaş-bireyler toplumu ile, kendi özel-bireylerin çıkarlarına dayalı burjuva toplumu arasındaki temel ayrıma dönüşmüştür, ki bu politik alan ile ekonomik alan ayrımı olarak daha önce varolan bir ayrımın izdüşümü ve uzantısıdır. Zamanla sivil toplum ile devlet arasındaki ayrım doğmuş ve bu ayrım burjuva kamusal alanının temeli olarak belirlemiştir. Kamusal alan “gerçekten devlete karşı bir konumdaymış gibi göründü. Diğer yandan, toplumun giderek ilgi alanına girmesiyle beraber, pazar ekonomisi gelişmesinin başındaki üretim olgusu da özel alandaki yerel otoritenin sınırlarının dışında gelişmeye başladı, burjuva kamusal alanı, bireylerin kamusal organ içinde örgütlendiği özel bireylerin alanı haline geldi (Habermas, 1997: 64)”.

H. Arendt’e göre, kamusal alanın bir özelliği onun ortaya çıktığı ortam ise, diğer özelliği bireyleri ve toplumu bir arada tutan dünya ve bu dünyanın “herkese açık” oluşudur. Ancak bu sayededir ki, deneyimler paylaşılır ve kimlikler açıklanabilir. Bu da bizi hem birleştirdiğini hem de gerekirse birleştirmedini gösterir. Böylece kamusal alan, topografik (kara parçasına ilişkin) ve kurumsal olmayan nitelikte özgürlüğün kendini gösterebildiği yerdir. Buna göre, çeşitli topografik yerler eğer ortak eylem ve iktidar alanları haline geliyorsa bunlar kamu alanı sayılabilir: Kent meydanı veya parkı buna örnek verilebilir. “Gerçekte sokak, ...fonksiyonları da içermektedir: bilgilendirici, sembolik... sokaklarda, insanlar karşılaşmazlar, birbirlerine yaklaşırlar” (Lefebvre, 2013: 22-23). Öyleyse kamusal alan kavramının ikili bir anlamı vardır: Hem içinde çalışmaya ya da emeğe karşıt olarak eylem gibi

belirli bir etkinliğin gerçekleştirildiği yerdir, hem de karşılıklı diyalogun tözel (asıl, cevher) içeriğiyle ilişkili olarak diğer toplumsal alanlardan farklılaşmadır (Arendt, 1994).

Buradan da anlaşılacaktır ki, kamusal alan, sadece özel alan karşılığı olan bir ikilemi içermez ve “özel-kamusal - (farklı) kamusalıklar” ayırımı yapılabilir. Burada “özel” olan bireysel öz çıkarları; “kamusal” olan toplumun ortak kararlarını; “kamusalıklar” ise etnik ve dinsel vb. çıkar, kimlik ve inanç gruplarını kapsar. Dikkat edilirse görülecek nokta şudur: Farklı kamusalıklar, bir anlamda kollektif (toplumsal) bir anlamda ise özel nitelikler gösterirler, yani kollektiftir çünkü ortak normlar tarafından yönlendirilirler, özeldir çünkü bireylerin özgül ihtiyaçlarının ifade edilmesini sağlayabilirler (Kahraman, Keyman ve Sarıbay, 1999: 38).

3. KAMUSAL ALAN VE MAHREMİYET (GİZLİLİK)

Feodal sistemin giderek ortadan kalkmasıyla birlikte kamusalığın bir anlamda taşıyıcısı olan kilise, prens, soyluların iktidarları, bir yandan özel ögelere diğer yandan kamusal ögelere ayrıldı. Doğaldır ki, özel olanlar devlet aygıtı alanının dışında kalma anlamına gelmiş, buna karşılık kamusal olanlar devleti ima eder hale gelmiştir. Habermas bu gelişimi şöyle açıklar: “Kamusal, özel olan her şeyin aksine *kamu kurumuydu*. Devlet memurları, kamusal şahıslar bazı resmi görevlerle yükümlüydüler, bunların resmi görevi *kamusal* ve hükümet binalarına ve kurumlarına *kamu* deniyordu. Öte yandan, bağımsız bireyler, özel hizmetler, özel görevler ve özel evler vardı...kamu görevinin dışında kalanlar kendi özel çıkarlarının peşinde koşarken, yetkili makamların kamu yararına hizmet ettiği söyleniyordu” (Habermas, 2012: 71).

Kamu, giderek bir kamusalı birlikte oluşturmak şeklinde özel şahısların toplamı anlamına gelmeye başlamış ve “efkar-ı umumiye” (kamuoyu) terimini de birlikte taşımıştır. Bu iki *kamu* kavramı, hem resmi hem de bağımsız bireylerin toplamı olmak üzere birlikte *açıklık* kavramını oluşturdu. Kamusal alan akla dayalı bir alan olacaktı. Bu da “insan aklının *kamusal* kullanımı” olacaktı (Neocleous, 2014: 107 ve Dacheux, 2012: 15-16).

Hem resmi hem de bağımsız bireylerin toplamı olmak üzere birlikte ortaya çıkan açıklık ilkesinin net ve tek hedefi, *gizlilik*'e karşı olmaktır. Burada elele giden iki süreç bir aradadır: Bir yanda mahremiyete (gizliliğe) yönelik artan bir vurgu, öte yanda ise devlet gizliliğini sınırlandırma talebi. Bireyin mahremiyete çekilmesi devletin gizliliklerinin kaybı ve saflaşması anlamına geliyordu. Öyle ki, özel olan tümüyle özel olurken, kamusal olan giderek daha kamusal oldu. Özel alanın bu tutumu ve kamusal alanda açıklığın artırılması talebi, burjuva sınıfının ve ideolojisinin merkezî stratejik ögesi oldu (Neocleous, 2014: 110).

Oysa, gizlilik devlet erkinin dahi bir parçasıdır ve devlet erkini meşrulaştırır. Öte yandan, özel olan mülkiyet ile birleştirildiğinde sadece bireysel bir şahısla değil de tüzel kişilerin talep ettiği dışlayıcı mülkiyet haklarıyla ele alındığında dışlanmış kesimler ve emek açısından farklı sonuçlar yaratacağı açıktır. Mülkiyet ve mahremiyetin bireysel insan haklarını savunmasına ilaveten, yeri geldiğinde kolaylıkla tüzel kişilerin ve sermayenin haklarını savunmasında kullanılabileceğini yeniden düşünmek gerekir.

Kamusal alan ile birlikte oluşmuş/oluşturulmuş “kamuoyu” kavramı örneğin 18. yüzyılda öncelikle Fransa’da ve daha sonrada İngiltere’de giderek olgunlaşmıştır. Kamuoyu kavramı Fransa’da 18. yüzyıl gazetecilik yazınında da ortaya çıkmıştır ve bu kavramın enazından teoride kurumsal bir ayağı olmuş/oluşturulmuştur. İleride göreceğimiz üzere

1870’lerde Fransa’da Maliye Bakanlığı yapan J. Necker’in hazine hesaplarını yayınlamış olması bu konuda ilk ve en önemli adımlardan biridir (Melton, 2011: 73). Fransa halkının Hollanda, Almanya ve Brüksel’deki yabancı basın organları dışında başka siyasal bilgilenme kaynaklarının olması kamuoyunun oluşması sürecinde önemlidir.

Bu oluşumda rol oynayan diğer kaynaklardan birisi, Fransız sarayının büyüklüğü, dönemin mutlak monarşisinin gizliliğine engel oluyordu. Çünkü sarayda yaşayan ve istihdam edilen 20 bin kadar insanın bulunması, bir o kadar çift göz ve kulağın olması demektir ve sarayın kapalı kutu olmasını engellemiştir. Saray içi hizipler, saraya ilişkin bilgiler ve saraydaki dedikodular bilgi ve haber akışı için önemli araçlar idi. Ayrıca, dönem içinde girilen savaşlar siyasal bilgi akışını hızlandırmıştı. Öte yandan, döneme ve yönetime ilişkin komplo iddiaları ise özellikle kıtlık dönemlerinde ister istemez yayılıyordu. Çünkü 18. yüzyılın hemen her büyük kıtlık krizinde çok sayıda Fransız, tahıl sıkıntısı ve kıtlığın, sadece kötü iklim koşullarından değil, daha çok, halkı aç bırakacak sinsi ve gizli bir komplotan kaynaklandığı inancını taşıyordu. Bu komplotlarda çoğunlukla kralın bir bakanının parmağı olduğu kanaati doğuyordu. Hatta komplonun bir diğer uzantısı olarak, Fransız hükümetinin tahıl ticaretini ele geçirerek hazineye daha çok gelir sağlamak için fiyatları artırdığı dahi söyleniyordu. Dahası, maliye bakanı Ossy’nin tekel konumundaki tahıl tüccarları ile beraber tahıl pazarına müdahale ettiği suçlamaları yapıyordu. Doğaldır ki bu dedikoduların siyasal kültürde bir inandırıcılık payı söz konusuydu (Melton, 2011: 85-87). Bir yorumcuya göre, Fransa’daki “devrimde kumpas fikri ... eylemi örgütlemek ve yorumlamak için bir referans noktası olmuştur” (Melton, 2011: 90). İngiltere’de ise halkın bu yöndeki şüpheciliği ve dedikodu alanı saraydan çok, yerel ve bölgesel yönetimleri kapsıyordu (Melton, 2011: 87).

Dolayısıyla, kamuoyunun adeta bir mahkeme olarak, gücü ellerinde tutan kurum ve kişilerin eylemlerini yargılayan bağımsız bir organ gibi ele alınması, bu kavramı siyasal bir kilit ögesi haline getirmiştir.

Birahane, kafe, okuma klüpleri, salonlar, tiyatroların kamuoyu oluşması ve mahremiyetin yorumlanması bağlamında yorumuna ilişkin şu ifadeler çok dikkat çekicidir: Aydınlanma çağı filozoflarından F. M. Grimm, tiyatro seyircisi hakkında, “bizim partnerimizden daha adil, daha kesin ve daha dakik” olduğunu belirtir; Alexander Pope, tiyatro seyircisine “çukurun çok başlı canavarı” sıfatını takar. Gazeteci J. Pezzl, Viyana birahanelerini “siyasal dedikodu tapınakları” olarak adlandırır; Leipzigi eleştirmen Th. J. Quistrop, “kafeler siyasetin borsasıdır...en saklı hakikatleri gün ışığına çıkarırlar”, der (Melton, 2011: 184-185, 262 ve 274). Benzer bir yorumu F. Nadir, “meyhane halkın parlamentosudur” adlı gazete makalesinde yapar (Nadir, 2014). Öyleyse iletişim mekanları olan meyhane, birahane, kafe, tiyatro vb. gibi yerler Lefebvre’ye göre; birer “iletişim mekanı olan sokaktan geçiş, hem zorunludur hem de baskı altında tutulur.” Öte yandan, yine “sokak, tüketim için/tüketim tarafından organize edilen bir şebekeye dönüşmüştür...tüketimin neokapitalist tarzda örgütlenmesi, gücünü sokakta gösterir” (Lefebvre, 2013: 24).

4. DEVLET İKTİDARI VE SİVİL TOPLUM

Sivil toplum ve burjuva toplumu anlamına gelen deyimleri kullanarak Hegel, sivil toplum alanının iki özelliğini vurgulamıştır: Önce, sivil toplum, devlet iktidarının ve siyasal alanın karşısındaki sosyoekonomik olandır, sonra bu yeni alan özünde burjuva niteliğindedir. Yani bu alan atomize niteliktedir ve bencil bireylerin egemen olduğu alandır. Bununla birlikte, sivil toplumun ortaya çıkışının burjuva niteliği yanında, kendisinin özünde modern

bir yönü vardır. Yani siyasal devletin çağdaş bir ürünüdür ve modern toplumun yabancılaşmış ilişkilerinin bir yönüdür. Çünkü bu alan aynı zamanda kendisini yok etme tehdidi taşıyan yoksulluk ve zenginlikleri bir arada üretir. Bu nedenledir ki, Hegel kamu hizmetlerini modern devletin bu olumsuzluklarını gidermenin bir özelliği olarak görmektedir.

Marx ise, sivil toplum analizine karşı, devleti ve sivil toplumu yeniden bir araya getiren görüşün özellikle toplumsal gereksinimler alanında bir maddi dayanağı olduğunu belirtir. Zira yabancılaşmanın ve yoksullukların ortadan kaldırılacağı temel baz buradadır. Çünkü devlet içerisinde elde edilen veya verilen özgürlükler yeterli olmamaktadır. Sadece siyasal özgürlük, toplumsal insani özgürlük demek değildir. Açıktır ki, toplumsal özgürlük ihtiyaçlara (gereksinimlere) ve emek alanına gönderme yapıyor iken, siyasal özgürlük ise sadece biçimsel özgürlüğe atıfta bulunur (Neocleous, 2013: 34). Aksi halde, “burjuva toplumunun siyasal olarak sağlamaştırılması, toplumsal mücadelenin devlet tarafından örgütlenmiş bir yönetsel biçim altında aşılacak korunmasını içerir (Neocleous, 2013: 35)”.

Bu noktada Marx üç ana boyuta işaret eder::Birincisi, “aracı” rol oynayan kurumlardan çoğunun devletin kurumları olduğunu; ikincisi, sivil toplumun ardındaki gerçek itici gücün “gerçek” mücadelenin yaşandığı arenanın bulunduğunu; üçüncüsü, devlet ve sivil toplum ayırımının nasıl giderileceğini belirtir. Sonuçta ise, ona göre bu üç boyut denge içinde bir arada bulunmalı ve tarihsel materyalizm bu üç boyutu da içermelidir (Neocleous, 2013: 36).

5. BURJUVA KAMUSALLIĞININ OLUŞUMU VE DÖNÜŞÜMÜ

Habermas’a göre halk, kulistir; öyle ki soyluların, kilise mensuplarının ve en belirgin öge olarak kralların oluşturduğu Ortaçağ egemen zümreleri bu kulisin önünde kendilerini meşru göstermeye çalışır ve statülerini temsil ederler. Halk, bu temsilî kamunun temel ögesi ve koşullarından biri niteliğindedir. Halk kültürü de, egemen ögelerin kurduğu hiyerarşik dünyaya ve ilişkilere karşıt bir oluşum ve isyan özelliklerini taşır. Burjuva toplumunda özel alanın çekirdeğini ve kendi kendisine dönük bir özneliğin çıkış noktasını oluşturan çekirdek ailenin ataerkil (patrimonyal) bir karakter taşıdığı açıktır (Landes, 1988).

Burjuva kamusunun yapısal özellikleri devlet-kamu, ekonomi-sivil toplum-birey-dışlanmışlar bağlamında ele alınırsa, bunun kamusal alana olan olumlu ve olumsuz uzantıları daha belirgin şekilde ortaya çıkar. Ortaya çıkan sonuç, bizi kamusal yapısal bir dönüşüm geçirdiği anlayışına kolaylıkla yaklaştıracaktır.

Kamunun yapısal dönüşümü üç ana boyutta gerçekleşmiştir: Önce; konumuz itibarıyla esas olan ve gözden uzak tutulmaması gereken nokta, kamunun yapısal dönüşümünün, devlet ve ekonomideki dönüşümün ve devininin içinde ortaya çıktığıdır. Çünkü kamu erki ile özel hukuk ve alana göre örgütlenmiş olan iktisadi toplum arasındaki ilişki, hem liberal temel haklar teorisine hem de özünde demokratik olmayan bir hukuk devleti oluşumuna dayanır.

Kişilerin özgür iradeleriyle oluşmuş toplum üyelerinin öz-örgütlenmesi, devlet ile toplum arasında ayrışma yaratmıştır. Bu ayrışmaya ilaveten bir de, piyasalar üzerinden yönlendirilen ekonominin, ortaçağdaki veya modern-öncesi siyasal egemenlik düzenlerinden ayrışması vardır. Bu da, kapitalist üretim biçiminin giderek kendini kabul ettirmesiyle birlikte ortaya çıkmıştır. Bu gelişme veya ayrışmaların birleştiği veya kendiliğinden bir arada oluşturduğu ortak nokta, burjuva toplumunun ve onun örgütlenmiş iktisat toplumunun ekonomik özyönetimi ve özerkliğidir. Burada, devletle ekonominin birbiriyle iç içe olması,

burjuva özel hukukunun oluşturduğu liberal temel haklar anlayışı, toplumsal modelin dayandığı temeli giderek sarsar ve çürütür.

Sonra, burjuva toplumu (sivil toplum), özel bir alan olarak kamu gücünün, yani somut ifadesiyle hükümetin karşısına konulmuştur. Hem mal mübadelesi ile toplumsal emeğin alanı hem de üretken işlevlerden uzak olan aile alanı, burjuva toplumunun özel alanına dahil edilmiştir. Yani, özel mülkiyete sahip olanların üretim sürecindeki konumu özel alanın özerkliğinin temelini oluşturmuştur. Oysa ekonomik yönden bağımlı olan özellikle emek sınıfı için bu yolun yapısal bağ pek oluşmamıştır. Ancak, düşük gelirlili bu sınıfın toplumsal örgütlenmesi ile sınıf çelişkilerinin siyasallaşmasıyla, ailenin özel mahremiyet (gizlilik) alanının birbirine zıt şekilde yapılaşmış olduğu hususu toplumsal bilince çıkmıştır. Bu durumda özel yaşam alanı sadece diğerlerinden ayrılmakla kalmamış, kentleşme ve bürokratikleşme yanında, işletmelerin temerküzü (merkezileşmesi) ve kitle tüketiminin oluşması gibi değişimlere de uğramıştır. Oysa, kitlelerin dayandığı toplumsal zemin sadece özel mülkiyet olamazdı, zira kitlelerin katılım haklarını talep etmeleri gerekirdi. Çünkü ekonomik açıdan bağımlı olan ve mülkiyete sahip olmayan kitlelerin özel mal ve sermaye mübadelelerine katılım yoluyla egemen olamayacakları belliydi. Bu nedenle de, bu kitleler sosyal devletin güvencelerine muhtaç durumdaydılar. Özel mülkiyet sahipliğine dayalı özerklik ve eşdeğerlilik ancak refah devletinin bu vatandaşlara vereceği statü güvenceleri ile kısmen sağlanabilirdi. Sosyal devletin reel yaşamda gerçekleşmesi ise, devletin üretim araçları ve dolayısıyla iktisadi iktidar üzerindeki özel tasarruf gücüne müdahaleleriyle mümkün olacaktı.

Nihayet, temelde devletle toplumun entegrasyonu ile kamunun yapısal dönüşümü sağlanabilecektir (Habermas, 2012: 25-30).

Yine de, söz konusu oluşum ve dönüşümler sonucu; ekonomi ve devlet aygıtını, kapitalist ve burjuva sistemince birleştirilmiş alanlar olarak görmek mümkündür. Çünkü varılmak istenen hedef, kapitalist düzlemde ve doğrultuda özerk hale gelen iktisadi sistemin ve bürokratik egemenlik sistemlerinin elbette tümüyle ortadan kaldırılması değil, fakat sistemin yaşam alanlarındaki buyurgan müdahale ve tecavüzlerine son verilmesidir. Ancak, böylece toplumsal entegrasyon (bütünleştirme) gücü, ekonomik ve bürokratik iktidarlara karşı kendini kabul ettirebilme ve yaşamın yarattığı gereksinim ve taleplerine gerçeklik kazandırabilme olanakları doğacaktır.

6. MUHALİF (ELEŞTİREL) KAMUSAL ALANIN DOĞUŞU VE SAYDAMLIK

Kamunun, bir mahkeme gibi, yönetim erkini ve gücünü elinde bulunduran kişi ve kurumların eylem ve tasarruflarını yargılaması kamusal alan kavramının kilit bir ögesidir.

Kamusallık gücünü yansıtmaya amacını taşıyan bu tür önemli örneklerden biri, 1770-1780'lerde Fransa'da maliye bakanlığı yapan J. Necker'in bir siyasal güç olarak kamuoyunun önemine gösterdiği duyarlılıktır. Onun, 16. Louis döneminde hükümet icraatlarını gözleyen bir otorite olarak kamuoyuna bilgi vermesi önemli bir olgudur.

Şöyle ki; J. Necker savaşın finansmanı için kredilere başvurmuştu, fakat dönem hükümetinin kredi alabilmesi için potansiyel kreditorlerin monarşinin mali yapısına güven duymaları gerekiyordu. Necker, güvenilirliğin temelini kamuoyunda saklı olduğunu söylüyordu. Öte yandan, kamu kredisinin, despotizm karşısında bir engel olduğu da vurgulanıyordu. Necker, tahtın bütçesini yayımlama yönünde bir adım atmış ve 1781 yılına

ait Compete rendu'yu (rapor-hazine hesabını) açıklamıştır. Necker, tahtın gelir ve giderlerini yayınlamış olmasını, tahtın mali işlemlerine olan güveni tazeleyecek ve hatta arttıracak bir önlem olarak savunmuştur. Necker'in bu tasarrufu hükümettekileri dehşete düşürmüş ve bir diğer bakan ise bunun kraliyetin gizliliğinin kutsal geleneklerini ihlal ettiğini belirtmiştir. Necker ise, kurumsal bir denge olabilecek kanaat organları yaratmayı amaçlıyordu. Bu amaçla da, taşrada özyönetim kurumları kurma planı çerçevesinde yerel meclisleri, monarşinin saydam ve açık olmayan mali sistemine açıklık getirmenin bir aracı olarak görüyordu. Bunun için bu meclisler, tahtın koyduğu doğrudan vergileri (taille gibi) belirleyip toplayacaktı. Ayrıca, yoksul insanlara yardım yapılması ile diğer kamu faaliyetleri için sorumluluk taşıyacaktı. Necker, vergi koyma ve toplama yöntemlerini kamuya açık hale getirerek, krallığın mali yönetiminin güvenilirliğini aksatan keyfilik ve yolsuzlukların bu meclisler tarafından giderilebileceğine inanıyordu. Temel amaç ise, yerel meclisler aracılığıyla kamunun güveninin sağlamaktır. Gerçekten de, yerel meclisler siyasi inisiyatifin, taht (krallık)tan ve parlamentodan genel olarak topluma ve ulusa geçmesi sürecini hızlandırmıştır. Meclisin gelir ve giderlere ilişkin görüşleri basılı bütçeler olarak geçerliliğe ve sürüme kavuşturulunca, konuya ilişkin tartışmalar giderek ulusal bir olay haline gelmiştir (Melton, 2011: 73-75).

7. KAMUSAL TOPLUM VE KAMUSAL AKIL

Kamu, burjuva toplumunda kendini kamusal topluluk olarak bir araya gelmiş olan özel bireyler olarak ortaya koyar. Özel bireyler, kamuoyunu, kamu gücüne karşı sahiplenerek, bu güçle mal dolaşımı ve toplumsal emekle ilgili kurallar konusunda hesaplaşmaya girişirler. Bu siyasi mücadelenin kendine özgü bir aracı ise "kamusal akıl yürütmedir" (Rawls, 1996). Dilbilimsel açıdan bu sözcük hem akla atıf (gönderme) yapar hem de bu çabayı bir anlamda küçümser.

Önceleri değişik topluluklar, kral (hükümdar)larla, toplulukların özgürlüğü ile kralın otoritesi arasında denge sağlayacak bir sınır çeken anlaşmalar yapmışlardır. Bu uygulama 1215 Magna Carta Libertatum'dan da öğrenileceği üzere, önce topluluk ile prensler arasında ikilik ortaya çıkmasına yol açmış, bir süre sonra, hükümdarın karşısında toprağı yalnızca, kırsal gruplar temsil eder hale gelmiştir. İlk ve yeni burjuvalar özel kişilerdir ve bu özel kişiler kamusal erke yönelik iktisadi ve iktidara ilişkin taleplerini, bölünmesini istedikleri egemen kişiye veya erke doğrudan yöneltmezler, ama alttan alta ve dolaylı olarak bu egemenliğin dayandığı temel öge ve ilkeleri hedef alırlar. Çünkü bireyler, Kant'a göre "tek başınayken azınlık olmaktan kurtulamaz...Buna karşılık, kamunun kendi kendini aydınlatması daha gerçekçi bir olasılıktır." İnsanların kendi değersizliklerinden kurtulmasına olanak sağlayan aklın bu kamusal kullanımı halkın mantığı üzerinde etkilidir (Dacheux, 2012: 15-16).

Kamusal toplumdaki makul düşünceden gelen hoşgörü argümanı tüm geniş halklar topluluğu için de geçerlidir. Yani, eğer toplumlar arasındaki ilişkide kamusal akıl uygulanıyorsa, hoşgörünün (toleransın) ortaya çıkması kaçınılmazdır. Burada halkların temel çıkarları; güvenliklerini, topraklarını ve vatandaşların refahını garanti altına almak, yasal bağımsızlıklarını korumak ve özgür kültürlerini yaşatmaktır (Rawls, 2006: 19. 36).

Her toplumda vatandaşlar (veya halklar) kamusal akıl kavramını temel alırken öte yandan yöneticilerin bu kavram bağlamında harekette ve tasarrufta bulunmalarını ister ve zorlarlar. Vatandaşların kendilerini bir anlamda yapıcı ve uygulayıcı gibi görmeleri, onların

kamusal akla aykırı hareket eden yöneticileri reddetmeleri halklar arasında karşılıklılık ve barış anlayışının bir parçasıdır.

Burada, muhalifler yetersiz ya da anlayışsız diye bertaraf edilemezler, çünkü “ortak iyi” ve adalet anlayışı ancak karşılıklılık ve muhaliflerin gayretleri ile sağlanabilir (Rawls, 2006: 59-60, 65). Zıt görüşte olanlar arasındaki uzlaşma da, adil karar verilmesi ve kamusal akıl yürütülmesi halinde olumsuzlukların yok olacağı fikrine dayanır. J.Rawls, kamusal aklın üç yönden kamusal olduğunu vurgular: Özgür ve eşit vatandaşların akli olarak kamunun aklıdır; konusu kamu yararadır ve kamusal akıl yürütme ile ifade edilmektedir (Rawls, 2006: 145).

Kamusal akıl düşüncesindeki en önemli öge, “vatandaşların...kamusal akli çiğneyen hükümet yetkililerini...reddetmekte...yaygın bir tutum göstermeleridir (Rawls, 2006: 148).

Özel kişilerin kendi mahremiyet (gizlilik) tercihlerine karşın, mevcut egemenliğin karşısında savundukları temel ilke olan aleniyet (açıklık), bu egemenliği değiştirmeyi amaçlar. Kendisini kamusal akıl yürütme sürecinde ortaya koyan fakat egemenliğe talip bir tarzda olmayan bu iktidar talebi, artık egemenliğin sadece meşruiyet temelini değiştirmesiyle yetinmeyecektir. Özel bireylerin bir araya gelmesi esas kamunun oluşumunu öncelmiştir, ama kamusal bir topluluk çerçevesindeki kamusal akıl, açıklıktan uzak durmak zorundadır. Çünkü aklın kamusallığı gizliliğine bağlıdır ve kendini korumak için “maskelenmiş” aklın ışığının adım adım açığa çıkacağı düşünülmüştür. Zaten 18. yüzyıl boyunca oluşan cemiyet türü birleşimler giderek açık birlikler haline gelmiş ve bu birliklerde burjuva davranış tarzı kendisini kabul ettirmiştir. Hepsi de, özel bireyler arasında süreklilik kazanan bir tartışmayı örgütlemişler ve bunun sonucunda rütbe-mevki törenselliğinin yerini giderek eşdeğerlik ölçüsü almıştır (Habermas, 2012: 94-95, 104-105).

Habermas’ın kamusal alan için öngördüğü üç varsayım; tartışmalarda tek hakemin *akıl gerekleri* olduğu, hiçbir şeyin *eleştiriden* muaf olmadığı ve *açıklığın* temel bir ilke olduğudur. Buna göre; “kamuoyu”nun kolektif yargıların hükümeti daha akılcı hale getirebilmesi, ama kamuoyunun akılcı olması için de bilgilendirilmesi ve hükümetin işlerinin saydam olması önşart idi. Buradan hareketle, bu varsayımlar ve yaklaşımlar 18. yüzyıl liberalizminin ve sivil toplum anlayışının temel özellikleri olacaktır.

8. KAMUSALLIK DİVALEKTİĞİ

Rawls’ın “kamusal akıl”, Kant’ın “kamusal mutabakat (uzlaşma)” ve Hegel’in “kamu oyu” olarak adlandırdığı şey, aslında, akıl yürüten özel bireylerin oluşturduğu kamusallıkta vücut bulur, bu anlamda ete-kemiğe bürünür.

Rawls’ın kamusal akli kullanan liberal bakış dizgesi karşılıklılık, açıklık ve uzlaşmayı esas alarak burjuva toplumunun sorunlarını çözüm yollarını irdelerken, Hegel aynı burjuva toplumundaki entelektüel ve ahlaki oluşum eşitsizliğini ve bu yolla bu toplumdaki derin çatlağı görmüştür. Çünkü bu toplumlarda, ihtiyaçlar nedeniyle hem servet birikimi artıyor hem de özel emek soyutlanarak sınırlanıyordu. Bu da emeğe bağlı olan sınıfın bağımlılığının giderek artması ve sefaletin büyümesi olarak ortaya çıkıyordu. Hegel’in “tüketim azlığı” teorisi, siyasal akıl üreten özel mülk sahiplerinin ortak çıkarını, salt bir kısmî çıkar olması nedeniyle, genel kabul görmekten uzaklaştırmış ve bir anlamda itibardan düşürmüştü ve çıkar çatışmalarının bulunduğunu göstermiştir. Çünkü kamusal topluluk olarak bir araya gelen özel bireylerin oluşturduğu kamuoyu, artık birliğin sağlanması için bir temel olmaktan çıkar,

sadece çok sayıda özel bireyin kanısı olmak durumuna düşer. Hegel'in ifadesiyle sadece "mülkiyeti ve şahsi özgürlüğü güvence altına alıp korumayı gaye edinen" bir devlet, özel şahıslardan oluşan ve "organik olmayan bir kanaate ve talebe yol açar ve organik devlete karşı salt yığınsal bir güç " haline gelir. Sanayi ve ticaret özgürlüğüne ilişkin çıkarlar, bencil amaçlara saplandığı ölçüde, böylesine bir bağımlılığa giderek daha fazla gereksinim duyulur. Kamusal kavramı eğer böylesine daraltılmış bir özel alanda ortaya çıkmışsa, bu kavram artık liberal ve temel alınan bir öge olarak kabul edilemezdi. Oysa kamuoyu, sağduyulu biçimde ortaya çıkıyor ve önyargılar şeklinde toplumun içine yayılıyor ve gerçekliğin ihtiyaçlarını yansıtıyordu (Habermas, 2012: s.218-222)

Marx ise kamuoyunu, "yanlış bilinç" olarak nitelendiriyor ve onun burjuva sınıf çıkarları olduğunu belirtiyor. Ona göre, kapitalist sistem kendi haline bırakılırsa, ücretli işçilikten mülk sahipliğine yükselme olanakları giderek azalır ve sınıflı bir toplum oluşur. Sermaye birikimi sürecinde, piyasalarda tekelleşme görülür ve serbest fiyat mekanizması ortadan kalkar; bu da, yeni iktidar ilişkilerine zemin oluşturur. Öyleyse kamusal topluluğun ulusla, toplumun da ulusla özdeş olduğu söylenemez. Çünkü mülkiyete sahip olanlarla ücretli işçiler sınıfı arasındaki karşıtlık nedeniyle, mülk sahiplerinin mal dolaşımı ve emek alanının bir özel alan olarak kalmasına yönelik çıkarları sadece kısmî bir çıkar seviyesine iner; mülk sahiplerinin özel alanlarına yönelik çıkarlar da, emek sahipleri üzerinde güç kullanılarak yaşama geçirilir. Devlet ile toplumun ayrılmasına paralel olarak, kamusal insan ve özel insan arasında bir bölünme ortaya çıkar. Burjuva olmayan tabaka veya sınıflar siyasal kamuya girdikçe, o zaman burjuvazinin kamusal silahı kendi aleyhine döner. Çünkü, mülk sahibi olmayan kitle, toplumun temel kurallarını bizaat kendi kamusal muhakemesi veya kamusal akli haline dönüştürdüğünde, toplumsal yaşamın yeniden üretilmesi genel bir siyasal iktidar sorunu haline dönüşür (Habermas, 2012: s. 230-231). Tekrar hatırlanmalıdır ki, gerçek anlamda bir siyasal iktidar, bir sınıfın diğerlerini baskı altında tutmak amacıyla örgütlenmeyi amaçlar.

9. KAMUSALLIĞIN OLUŞUMU VE İKTİSADİ MALİ SÜREÇLER

Floris'in deyiimiyle, "ticari ekonomi alanı ile kamusal alan arasındaki... ilişkilerin tarihine kayıt düşmeden, kamusal alan ile dayanışma ekonomisi arasındaki ilişkiye göz atılamaz. Zira... kapitalist ve demokratik toplumları karakterize eden şey, politik yaşamı, kurumlararası ilişkileri...yapılandıran kamusal bir alanın varlığıdır. Bu bizi pazar ekonomisinin işleyişi ile siyasal demokrasi arasındaki ilişki sorusunu sormaya götürecektir (Floris, 2012: s.65-66)"

Kapitalizmin ilk dönemlerinde muhafazakar (tutucu) olduğu söylenebilir, bunda kazanç elde etme saik ve modelinin dayandığı ticaret pratiğinin siyasal olarak da muhafazakar nitelikte olması göz önünde tutulmalıdır. Eski üretim tarzları olan; özgür olmayan köylülük üretim süreci, tarımsal üretim, şehirlerde zanaatkarlık ve küçük meta üretiminin somut sonuçları ile beslendiği sürece, kapitalizmin seyri kararsız ve çelişik kalır. Çünkü, kapitalizm hem var olan egemenlik ilişkilerinin aynen kalmasını ister ve onu sağlamlaştırır, hem de bu ilişkilerin çözülmesine yol açacak öğelerin önünü açar, ki bu da yeni tedavül (dolaşım) ilişkilerinin bir uzantısıdır. Bundan kastedilen, erken kapitalist dönemde varolan iç ve yakın mesafeli ticaretin yanı sıra özellikle uzun mesafeli ve dış ticaretin yapılması ve malların ve bağlantılı haberlerin dolaşımıdır.

Gerçi erken kapitalist dönemde kentler, kuruldukları ilk dönemlerden beri yerel pazarlara sahip idiler, fakat uzun mesafeli ticaret ilişkilerinin kurulmasıyla birlikte, kentler artık birer mal ve hizmet ticaretinin “hareket üssü” konumuna gelmiş ve bunun sonucunda yeni pazarlar oluşmuştur. Hatta bu pazarlar mali sermaye teknikleri ve hareketleri sonucu kısa sürede borsalar olarak kurumlaşmışlardır.

Tahmin edileceği üzere, büyük ticaret kentleri, aynı zamanda bir haber dolaşım merkezi niteliğine kavuştular. Zaten borsaların oluşmasıyla, posta hizmetlerinin ve basın ve iletişimin kurumlaşması hemen hemen aynı zamana rastlar (Habermas, 2012: s.75)

Kamu yönetiminde mali açıdan kamusal siyasetinin ilk önemli ve belirgin örneği 1215 Magna Charta Libertatum (Büyük Ferman)’dur. Bundan sonraki genel gelişim çizgisi izlenirse; geç ortaçağın feodal toplumu olarak özel alandan ayrılmış, kendi başına bir alan olarak kamudan bahsedilemez. Bununla beraber, yerel prenslerin hükümlerlik ögesi olarak prens mühürlerinin veya damgalarının “kamusal” olarak tanımlanması bir tesadüf değildir; çünkü, egemenlik bu ögelerle kamusal bir nitelikte temsil edilir. Bu *temsili kamu*, kendini bir kamu alanı olarak ortaya koymaktan çok, bir statü belirtisidir. Zira, toprak beyinin veya prensin statüsü, kamu ve özel ölçütler açısından tarafsızdır.

18. yüzyılın sonuna dek ayakta kalan feodal erkler, kilise ve feodal beyler ayrışarak bir kutuplaşma sürecine girmiş ve sonuçta bir yanda özel diğer yanda kamusal ögeler olacak şekilde parçalanmıştır. Prenslik erkinin kutuplaşmasına etki yapan ilk gelişme, kamu hazinesinin toprak beyinin özel mülkünden ayrılmasıdır. Böylece prenslik mülkiyetinin devlet (kamu) mülkiyetinden ayrılması, kişisel egemenlik ilişkilerinin nesnelleşmesi bakımından önemli bir örnektir. Çünkü devlet hazinesi, egemenin kişiliğinden bağımsızlaşmış ve ortak devlet bütçesine dönüşmüştür. Doğaldır ki, bunda tebaaya (veya halka ve daha sonra vatandaşa), devlete karşı kamu mal ve hizmeti taleplerinde bulunabilme olanakları sağlamıştır (Habermas, 2012: 71, 79).

Goldscheid, kamu maliyesinin sosyolojik analizine ayırdığı ünlü makalesinde bunu açık ve anlaşılabilir şekilde anlatır: Önce her şey; toprak, insan ve tüm varlıklar mutlak egemenin malvarlığı içinde kabul edilirken, sonraki yüzyıllarda bu varlıklar özellikle egemen ve kısmen temsilci olduğu düşünülen meşrutî meclis veya kurullar arasında bölüşüme uğramış, en sonra demokratik yönetimlerde yöneticinin kendine ait varlıkları ile toplumun ve halkın varlıkları tamamen ayrılmış ve cumhurbaşkanı, başbakan ve bakanlar gibi yöneticiler bir anlamda maaşlı görevli haline dönüşmüştür (Goldscheid, 1967).

Bu genel gelişim ve bölünümün uzantısına paralel olarak erken kapitalist dönemde, mal ve haber dolaşımı güçleri, ilk kez ulusal ve bölgesel ekonominin modern devletle paralel olarak geliştiği merkantilist iktisat aşamasında kendilerini gösterme araç ve olanaklarına sahip olmuşlardır.

16. yüzyıldan başlayarak genişleyen ve büyüyen bir sermaye birikimi ile giderek daralan pazarlarla yetinmeyen ticaret şirketleri kurulmuştur. Bu şirketler, bir yandan kendi pazarları için yeni ticaret bölgeleri keşfetmiş, yerel pazarları sövmeye gitmiş, öte yandan kendilerine anonim şirket yapısını oluşturmuşlardır. Bu da devletlerin geniş bölgeleri kapsamaları sonucunu yaratmıştır. Şehir ekonomilerinin ulusallaşması da bu yolla başlamış ve “ulus” diye tanımlanan şey, bürokratik kurumlarıyla ve artan mali gereksinimleri nedeniyle

merkantilist politikayı hızlandırmıştır. Bu yolla da modern devletin oluşması ve kuruluşu sağlanmıştır (Habermas, 2012: 78-79).

Mal ve haber dolaşımının borsalar ve basın aracılığıyla sağlanması ve sürekliliği ister istemez kesintisiz ve örgütlü bir devlet etkinliğini gerekli kılmış ve kamu erki erişilebilir bir varlık olarak pekiştirilmiştir. “Kamusal” kavramı buradaki dar anlamıyla devlete ilişkin olanla eşanlama gelmiş, kamu erkinin dışında kalan özel şahıslar, kamu erkinin muhatapları olarak halkları oluşturmuştur.

Merkantalist iktisadi ilişkiler ve politika, yönetenler ile yönetilenler arasındaki ilişkilere kendine özgü bir çehre kazandırmıştır. Bunun yanında, ayrıcalıklı şirketlerin tekel konumunda bulunduğu dış ticaret pazarlarının açılması ile yeni sömürgecilik doğmuş ve bu şirketler giderek sanayi sermayesinin hizmetine girmiştir. Mal dolaşımı ve üretim yapısı kaçınılmaz ve köklü dönüşüme uğramıştır. Artık dış ticaret, yerli halkın işgücünü harekete geçirdiği ölçüde zenginliğin temel kaynağı olmuştur. O zaman, yönetimin aldığı tüm önlemler kapitalist üretim tarzının yerleşmesini hedeflemiştir. Tahmin edileceği üzere, özelleşmiş iktisadi faaliyetler, artık kamusal gözetim altında yönlendirilmiştir. Bu yolla iktisadi koşullar da ilk kez genel (kamusal) çıkarın temel konusu haline gelmiştir (Habermas, 2012: 80-81). Bu durumda, toplum insanların hemcinslerine olan bağımlılıklarının olduğu ve kamusal alanın fizyonomisini de belirleyebildiği bir birlikte yaşama biçimidir (Arendt, 1994: 43).

Merkantilist mantıklı modern ekonomi anlayışında antik çağdaki “ev”in yerini “pazar” almış ve ekonomi “ticaret bilimi”ne dönmüştür. Feodal beyin hazine odası anlamına gelen “camera”dan doğan ve 18. yüzyıl merkantilizminin uzantısı olan “kameralizm”inde siyasal ekonominin (politik iktisat) ticaret bilimi, maliye biliminin geleneksel ekonomiden ayrılan öğretisinin yanı sıra konumlandırılmıştır. Bu yolla da burjuva toplumunun özel alanı kamu erkinin organlarıyla bir araya gelmiştir.

Aynı dönemde basın, kapitalist mal dolaşımı ağına yardımcı bir öge olarak gelişmiş ve haberleşme, meclislere savaflara, ürünün verimine, vergilere, değerli madenlere ve elbette uluslararası ticari dolaşıma ilişkin ayrıntılı bilgiler ulaştırmıştır. Bu haberleşme sadece mal dolaşımına bağlı olarak önem kazanmamış, buna ilaveten kendisi de alınıp satılan bir mal haline dönüşmüştür. Ne var ki, basını çok geçmeden yönetimin isterleri yönünde kullanmaya başlayan yönetimlerin çıkarları ağır basıyordu ve basın giderek bu yönetimlerin çıkarlarına hizmet eden bir öge ve alan haline gelmiştir (Habermas, 2012: 82-84).

Bu dönemde, ticaret ve sanayi sermayesinin gelişmesine karşın, zanaatkar ve esnaf gibi bir anlamda “ilk burjuva” grubu toplumsal ve ekonomik olarak önem kaybetmiş olup, büyük tacirler, şirketleri aracılığıyla devletle doğrudan bağlantılar kurmuşlardır. Hemen her kentte tacir, bankacı, borsacı, yayıncı ve manifaktürcüler de “yeni burjuva” grubu içinde yer edinmişlerdir.

Kamusal topluluğun burjuva kamuoyu olarak, özel alana yönelik kamusal çıkarları sadece hükümetçe fark edilmekle kalmayıp, artık tebaa tarafından da göz önüne alınması ölçüsünde gelişmeye başlamıştır. Ticari ve mali sermaye sahiplerinin yanında yayıncılar, manifaktür atölye üreticileri ve fabrikatörler de giderek yönetimin önlemlerine bağımlı hale gelmiştir. Bu grupların iktisadi faaliyetlerinin kayıt altına alınması yanında, iktisadi olarak daha inisiyatifli olmaya zorlanmaları gözetilmiştir. Bunun arkasında, merkantilist işletme politikasına eşlik edecek kapitalist özel işletmelerin kurulması teşvik edilmiştir. İşte bu

noktada, hükümetle tebaanın ilişkisinde, kamusal düzenleme ve özel girişim arasındaki çelişkinin etkileri ortaya çıkmıştır.

İster istemez, kamu erkinin özel şahıslarla bağlantısının doğduğu her alan bir dizi sorunsalı ortaya çıkarır. Çünkü geçimlik kesimin ve emek faktörünün alanı daralmış, yerel pazarların bölgesel ve ulusal pazarlara bağımlılığı artmıştır. Toplumun geniş kesimi merkantilist politikaların etkilerini günlük yaşamlarında görmüşlerdir. Kamu finansmanına yönelik vergi, harç ve ev bütçeleri ve kamusal müdahaleler bağlamında kritik bir uygulama alanı ortaya çıkmıştır. Örneğin, tahıl kıtlığı döneminde, yapısal bir düzenlemeyle ekmek tüketimi yasaklanmıştır. O zaman devletin bu tasarrufuna karşı çıkan toplum, hem kamu erkinden özel olanı koparmış hem de kamusal akıl yürüterek kamusal eleştiriyi oluşturmuştur (Habermas, 2012: 86-87).

10. KAMUSAL ALAN VE EKONOMİ İLİŞKİSİ

19. yüzyılın burjuva kamusal alanına bakılırsa, işletme ve özellikle pazar dinamiklerinin kamusal alandan bağışık olduğu görülür. Bu dönemde ekonomik alan, ekonomik ve politik süreçlerin liberal kapitalizmle birlikte ekonomik alanın hemen hemen tümüyle özel olana intikal etmesi veya aktarılması sonucu devlet egemenliğinden kurtulmuştur. Devlet, liberal mantığın, “bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” ilkesinin geçerli olduğu bu dönemde, pazarın temel işleyişiyle henüz tam birleşmemiştir. İşletme ve pazarın aktörlerinin yaşamı, mal ve mülkiyet sahiplerinin tek egemen güç kaynağıdır. Mal ve mülkiyet sahipleri bu özgürlükleri geniş ölçüde kullanmış ve bu çerçevede; çocukların çalıştırılması, sınırsız çalışma saatleri, çok düşük ücretler, işçilerin keyfi olarak işten çıkartılması, sendika yasağı ve benzer diğer baskılar yaygın bir uygulama alanı bulmuştur.

Özel ekonomiler ile kamusal alan arasındaki bu uyuşmazlık, kapitalizm ile demokrasi arasında savunulamaz ve yapısal bir karşıtlık bulunduğunu açıkça göstermiştir. Zaten 1929 krizinden sonra, ekonomi alanı, kendi özel yapısından sıyrılmış ve Keynesci mantık uzantısında sosyal devlet ve mantıkla iç içe duruma girmiştir. Ne var ki, politik olan ile ekonomik olanın birbirinin içine girdiği (veya nüfuz ettiği) bu dönem, bir yandan ekonomik alanı kamusal alana doğru yaklaştırırken, öte yandan kitlesel medya ve reklamcılık iletişimi ile ticari dağıtım ağları da gelişmiştir (Floris, 2012: 67-68).

Günümüzde şirketlerin ve kollektif birimlerin kamusal alanı kapladığı bir dönem yaşanıyor. Bu da ekonomik alanın İkinci Dünya Savaşı sonrasında 1970’lerin sonuna kadar kitlesel tüketim aracılığı ve araçları ile kamusal alana yaptığı “yatırım”ın bir sonucudur. Buna göre, medyadaki reklam iletişimi ve ticaret merkezleri biçiminde yeni kamusal yerler ortak yaşam alanları üretmiş durumdadır. Pazarın ve şirketlerin kamusal alanı kaplaması (daha şiddetli bir deyimle istilası), özel şirketlerin kamusal görünürlüğünün pek olmadığı bir dönemin sonunda gerçekleştirilmiştir.

1970’lerden sonra kamusal alanın yapısı, 1960’lardaki güç ilişkilerinin dönüşümü sonucu alt-üst olmuş ve pazarlama biçim ve teknikleri, kamusal alanda iletişimin vazgeçilmez unsurları olarak toplumsal gerçekliğin kavranılışına damgasını vurmuştur. Çünkü “kökeninde reklamcılık olan pazar tarafından kamusal alanın sürekli bir ele geçirilmesi süreci söz konusudur (Floris, 2012: 69)”. Kamu hizmetlerinin sunumunda kamu sektörü, özel sektör ve kar amacı gütmeyen sektör örgütlerinin ortaklığına ilişkin yeni bir örgütlenme modeli olarak önerilen kamu yararlı şirketler, devlet merkezli sosyal demokrasinin ve piyasa merkezli

yeniçağın ötesinde çok daha geniş tabanlı olduğu iddia edilen “üçüncü yol” arayışının bir uzantısıdır (Karasu, 2009: 117).

10. KAMUSALLIĞIN TOPLUMSAL VE SİYASAL YAPISININ DÖNÜŞÜMÜ

Kamusal alanın özel alan ile ilişkisine bakılırsa; burjuva kamusunun, devletle toplum arasındaki mevcut gerilim sahasında fakat özel alanın parçası olarak kalacak şekilde geliştiği görülür. Burada temel bölünme ve gerilim, toplumsal yeniden üretim ile siyasal erklerin ayrışması anlamına gelir. Zira kapitalist iktisadi pazar ilişkilerinin genişlemesi ve derinleşmesi ile birlikte, sınıfsal egemenliklerin kısıtlayıcı çerçevelerini değiştiren ve hatta parçalayan “toplumsal” olanın alanı belirginleşir. Toplumsal alanın giderek belirginleşmesi sonucu, devletin payına yeni fiziksel ve sosyal mal ve hizmet fonksiyonlarını yerine getirme görevi düştükçe, onunla toplum arasındaki ayırıcı duvar çökmeye başlar. İktisadi ve sosyal gücün mal dolaşımının özel alanda yoğunlaşması sonucu, ekonomik yönden güçsüz olan ve mülkiyete sahip olmayanlarda doğal bir eğilim gelişir, ki bu da pazardaki konumu açısından üstün durumda olana “siyasal karşı durma” eğilimidir.

Devletin bu yeni işlev ve görevlerinin giderek artmasını ve müdahale eğilimini K.Galbraith; ABD için devlet bütçelerinin artan etkisi ve boyutlarının genişlemesi ile açıklar (Galbraith, 1952). Bu yönde, S.Fabricant ve R. Lipsey de 50 yıllık kamu harcamaları trendini sayısal verilerle destekler (Fabricant ve Lipsey, 1952). Aynı gelişimin dayandığı mantığı Wagner, kamu harcamalarının artış teorisi ile zaten daha önce analiz etmiştir. Özel alana yönelik bazı kamusal müdahaleler devletin daha önce yerine getirdiği işlevleri daha genişlemesine yapması, ayrıca yeni bir dizi işlevi yüklenmesi zorunlu hale gelmiştir.

Devlet bazen özel bireyleri kamusal görevlerle yükümlendirerek bazen de özel iktisadi işlevlerin eşgüdümünü yüklenerek veya doğrudan üretici üretici ve dağıtıcı işlevler yürüterek birçok hizmetlere girişmiştir.

Devlet bazı kamu hukuku alanlarını terkederek bazı görevlerini ise özel girişimcilere ve kurumlara aktararak, bir yandan özel hukuk alanının kamulaştırılmasına, öte yandan da kamu hukuku alanının özelleştirilmesine yönelmiştir. O zaman sermayenin yoğunlaşması ve müdahalecilikle birlikte “devletin toplumsallaşması” ve “toplumun devletleştirilmesi” süreçleri ile karşı karşıyayız demektir. Böylece kamu yararının kamusal ögesi, özel hukukun ögesi ile kaynaşım göstermiştir. Öyleyse, oluşan bu yeni alan ne saf özel ne de gerçek anlamda kamusal olarak adlandırılabilir (Habermas, 2012: 251-265). Şimdi karşımızda, özel veya kamusal olarak anlamlandırılmayacak bir yeni yapı, daha doğrusu “toplumsal alan” (public sphere) kavramı çıkar. Bu yeni alanda toplumun devletleştirilmiş ve devletin toplumsallaştırılmış alanları birbirlerinin içine girmiştir.

Öte yandan, kamusal topluluğun sırtından bazı görevler, bir yandan dernekler ve sivil toplum kuruluşları öte yandan siyasal iktidar aday partiler tarafından alınır ve iktidar kullanımı ve güçlerin dengelenmesi süreci bunlar arasında gerçekleşir.

Genel eğilim olarak burjuva kamusu alanın ve mantığının değişmesi, dönüşmesi ve hatta giderek yıkılışını hazırlayan önemli bir süreç, kamusal alanın özel alan ile kaynaşması, burjuva kamu modeli olan özel alanın kamusal alandan kesinlikle ayrılması öngörüsünün çökmesi anlamına gelir.

Öta yandan, Marx tarafından mülksüz kitlelerin, ekonomik mücadeleyi siyasal mücadeleye çevirmek için kamunun kapılarını zorladıkları saptanmıştır. Bunun uzantısı olarak, siyasal kamunun mülksüzlerce sahiplenilmesi devlet ile toplumun kaynaşmasına yol açmıştır. Kamusal alanın özel alanla kaynaşmasının paralelinde devlet ile toplumun karşılıklı olarak birbirlerinin içine girmesi sonucunda görece homojen olan kamusal topluluğun dayandığı temel de sarsılmıştır.

Örgütlü özel çıkarların rekabeti de kamuya nüfuz etmiş ve orada tekil çıkarların rekabeti sergilenmeye başlamıştır (Habermas, 2012: 298-303).

11. SONUÇ

Kamusallığın siyasal işlevine bakılırsa, aleniyet (açıklık, saydamlık) işlevinin dönüşüm geçirdiği görülür. Bunu yaratan temel gelişim, kamusal alanın topografik ve yerel zeminini kaybetmesi ve özel alan ile “dünya kamusu/kamu oyu” ile belirgin olan sınırının ortadan kalkması ve saydamlığını yitirmesidir. Öyle ki, siyasal partilerin özel alandan kamu alanına sarkan dernekler, sivil toplum kuruluşları ve cemiyetlerin çıkarlarına aracılık yapmak zorunda kalmaları ve parçalanmaları gündeme gelmiştir. Bunun yansıması olarak parlamentolar da, kamusal tartışma mekanları ve organları olmaktan çok, birer gösteri heyeti olmaya evrilmişlerdir. Yani parlamentolar; siyasal erk ve organların, yani iktidardaki partilerin radyo, televizyon ve gazeteler aracılığıyla politikalarını halka sundukları ve savdukları, muhalefetin ise bu politikalara karşı çıkararak alternatif politikalarını geliştirdikleri “kamusal kürsü”ler haline geldiler. Reel uygulamada, asıl danışma ve tartışmaların parlamentoların genel kurulundan ziyade meclis komisyonlarına ve gruplarına kayması, parlamentonun kamusal danışma (istişare) işlevinin gerisine çekilmesi demektir. Tartışmalar sadece birer şov (gösteri) haline bürünüyor ve böylece açıklık ve saydamlıkla yapılması gereken kritik (olumlu-olumsuz eleştiri) niteliğini kaybediyor (Habermas, 2012: 335-339).

Özünde bireysel ve özel şahısların oluşturduğu ve ilke olarak alındığı özellikler dışında çalışan (veya artık işlemeyen) kamusal toplulukların yerini artık örgütlü özel şahısların çıkarlarını güden bir kamusal topluluk almaktadır. “Bugünkü koşullarda... kamusal alanın kanalları üzerinden ve örgütlerin devletle ve birbirleriyle alışverişi için yürürlüğe kon(ul)muş bir aleniyet temelinde kamusal bir iletişim sürecine etkili katılım sağlayabilecek yegane (özne) budur” (Habermas, 2012: 377). O zaman denilebilir ki, parlamentolar, özünde sosyal güce karşı yönelmiş olan fakat kendisi bir güç olarak kurulmuş bulunan bir kurum olmanın çelişkisiyle sakatlanmıştır. Buna karşılık olarak da, sosyal devlet anlayışı ve koşulları çerçevesinde işleyen kamusal alan, bizzat kendisini, kendi kendini yaratacak bir güç niteliğine kavuşturmak; kendi kendini oluşturmak görevi ve pozisyonu taşımalıdır (Habermas, 2012: 374).

KAYNAKÇA

- AKŞİT, Elif Ekin, 2009, “Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye’de Kamusal Kavramının Dönüşümü ve Dışladıkları”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 64(1), 1-21.
- ARENDDT, Hannah, 1994, *İnsanlık Durumu*, (Çev. Bahadır Sina Şener), İstanbul: İletişim Yayınları.
- BECKER, Marvin, 1994, *The Emergence of Civil Society in the Eighteenth Century*, Bloomington: Indiana University Press; First Edition edition.
- DACHEUX, Éric, 2012, “Kamusal Alan: Demokrasinin Anahtar Bir Kavramı”, *Kamusal Alan*, (Der. E. DACHEUX), Çev. Hüseyin Köse, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- FABRICANT, Salomon and LIPSEY, Robert E., 1952, *The Trends of Government Activities in the USA Since 1900*, NBER Books, New York,
- FLORIS, Bernard, 2012, “Kamusal Alan ve Ekonomik Alan”, *Kamusal Alan* (Der. E. Dacheux), Çev. Hüseyin Köse, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- GALBRAITH, Kenneth, 1952, *American Capitalism*, Boston: Houghton Mifflin.
- GOLDSCHIED, Rudolf, 1967, “A Sociological Approach to Problems of Public Finance”, *Classics in The Theory of Public Finance*, (Eds: R. Musgrave and A. Peacock), New York, Macmillan
- HABERMAS, Jürgen, 1997, *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*, (Çev. Mithat Sancar ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları
- HABERMAS, Jürgen, 2012, *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*, (Çev. Mithat Sancar ve Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayınları.
- ILLICH, Ivan, 2011, *Şenlikli Toplum*, (Çev. Ahmet Kot), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- KAHRAMAN, Hasan Bülent, KEYMAN, E. Fuat ve SARIBAY , Ali Yaşar, 1999, *Katılımcı Demokrasi, Kamusal Alan ve Yerel Yönetim*, İstanbul: WALD.
- KARASU, Koray, 2009, “Yeni “Kamusal” Örgütler: Kamu Yararı Şirketleri”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 64(3), 117-147.
- LANDES, Joan B., 1988, *Women and the Public Sphere in the Age of the French Revolution*, Ithaca and London, Cornell University Press.
- LEFEBVRE, Henri, 2013, *Kentsel Devrim*, (Çev. Selim Sezer), İstanbul: Sel Yayıncılık.
- MELTON, James Von Horn, 2011, *Aydınlanma Avrupasında Kamunun Yükselişi*, (Çev. F. B. Aydar), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi
- NADİR, Feridun, 2014, “Meyhane Halkın Parlamentosudur”, *Birgün Gazetesi*, 22 Haziran 2014.
- NEOCLEOUS, Marc, 2013, *Sivil Toplumun Yönetmek-Devlet İktidarı Kuramına Doğru*, (Çev. Bahadır Ahıska), Nota Bene Yayınları / Politika Dizisi

- NEOCLEOUS, Marc, 2014, *Devleti Tahayyül Etmek*, (Çev. Akın Sarı), Nota Bene Yayınları / Politika Dizisi
- RAWLS, John, 1996, *Political Liberalism*, New York: Columbia University Press.
- RAWLS, John, 2006, *Halkların Yasası ve Kamusal Akıl Düşüncesinin Yeniden Ele Alınması*, (Çev. Gül Evrin), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- TASSIN, Étienne, 2012, “Ortak Alan mı Kamusal Alan mı? Topluluk ve Aleniyetin Karşıtlığı”, *Kamusal Alan* (Der. E. Dacheux), Çev. Hüseyin Köse, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- TEKELİ, İlhan, 1999, “Önsöz”, *Katılımcı Demokrasi, Kamusal Alan ve Yerel Yönetim*, (Editörler: Ali Yaşar Sarıbay, Hasan Bülent Kahraman, E. Fuat Keyman), İstanbul: Demokrasi Kitaplığı.

A CUT VIEW CONCERNING THE ECONOMIC TRANSFORMATION GENERATED BY THE WEALTH TAX: SEIZURE FOR BAHTIYAR HAN

Başak Ergüder*

Abstract

The official goal of Wealth Tax Law implemented to point the excessive profits gained via black market and monopoly as target in eliminating the shortages caused by the money supply shortages and high inflation rates in Turkey during World War II. But the hidden goal of this law was to realize an economical transformation. The classification of the taxpayers as G (Non-muslims), M (Muslims), D (Proselyte) and E (Foreigners), the inclination towards real estates owners and merchants in tax assessment, tax collection made mostly in İstanbul caused a problematic table in terms of taxation principles. 87 per cent of all taxpayers in Turkey was non-muslims and 54 per cent was in İstanbul. 68 per cent of the taxes accrued in Turkey was accrued in İstanbul and 70 per cent of the taxes collected in the country was paid in İstanbul. It can be clearly seen in this table that this tax could not realise the principle of universality and equality and that the outputs of Wealth Tax was to realize the economical transformation. In this study, the outputs of the economical transformation generated by the Wealth Tax Law will be analyzed in terms of Turkification of the economy. Although the target of reducing the money supply and decreasing the inflation rates were not accomplished via Wealth Tax Law, the economic transformation, which was the hidden goal of the law, was realized. In this study it will be focused in the role of SEE's and public organizations in the sales and seizures made due to Wealth Tax. The seizure of Bahtiyar Han's possessions by the Soil Products Office will be analyzed. This case deserves to be discussed and analyzed in terms of showing the mentality of the economical transformation and of the role of the public organizations in this period.

Keywords: *Wealth Tax, Economic Transformation, Turkification of the Economy, Bahtiyar Han.*

Jel Codes: H20,K34,N40

1.INTRODUCTION

The discussions concerning the content and implementations of the 4305 numbered Law About Wealth Tax which was introduced on 11th of November 1942, are still continuing. It is discussed by the supporters of Wealth Tax Law that money emission should be contradicted for high inflation rates by taking the conditions of the World War II into consideration and it is pointed out that the target income was not achieved in practice. It is alleged that the assessment tax is low compared to the collection in terms of rates and thus the law could not achieve its target (Kayra,2011: 77-83). It is a fact that the targeted tax income rate was not achieved in Wealth Tax implementation. Although the tax collection rate was 70 per cent in İstanbul, the city where the highest assessment rate was achieved in Turkey, when we compare the assessment tax rate and collection rate, we can tell that the absence of right of objection against the law and sending those who could not pay the tax debt to the labour

* Assist. Prof. Dr., İstanbul University, Turkey, E-mail: berguder@istanbul.edu.tr

camps brought the sale of real properties and the seizures into question to collect the taxes. This situation started a process in which the compatible outputs for Turkification of the economy, the real goal of Wealth Tax, were arised and an appropriate investment atmosphere were created for the Turkish entrepreneurs to hold the dominance of the market.

The value of the entities seized in accordance with the Wealth Tax is important in that it shows that the subjective criterias played their roles in determining the tax rates. Especially, the actions such as taking such real properties as apartments and office buildings into consideration in determining the tax payments of the taxpayers and such as investing consumption patterns as life quality indicator was not only against the definiteness principle of the tax but also caused the punishment of the wealthy sections by making them dispossessed.

In this study, the subjects to be focused on are the fact that the taxpayers possessions played an important role in both the determination of tax amount and the collection of the tax and the reasons and consequences of the transfer of the capital from the non-muslims to Turks by the state bureaucracy in the taxation process. Thus, it will be useful to handle the historical development of such concepts as the state, state power and bureaucracy from Otoman Empire till Turkish Republic.

2.TURKIFICATION OF THE ECONOMY

The concept of state power is stated as the special capacity of the state which is the total of complex social relations influencing the balance generating and making the capital accumulation between the social powers in a given period in history (Jessop, 2008:28). Thus, the state is the institutional field where the struggle between many different political powers including the special capacities of the state, those state governors attempting to control the state power takes place (Jessop,2008: 31). State is the balance of the complex social relations in a given period, and thus the state power has such a complex structure and a social relations body not to be reduced to class power. A similar concept to the concept of state power is the Bonapartist Balance Concept defining the balance between the social groups, which is directed by the state (Mann,2003:60). The functions of the state such as protecting the property relations, providing the defence and infrastructure services and distribution of sources change depending on the conditions of the social groups contacted by the state, such as being wider or narrower than the present social classes. The Bonapartist Balance provide the state with a specific freedom of action and the state power is born in this space (Mann,2003: 59).

State power controls the actions, spaces – the fluency and site selection - of the capital and a bureaucracy process is experienced in the arrangement period with the arranging function. (Lefebvre,2003: 95). The capital was moved from İstanbul to Ankara, its new place to be established across a bureaucratized place in a period when the Wealth Tax was in implementation. It is seen when the studies made about the state are analyzed that the patrimonial/powerful state approach is a well accepted expositive approach (Keyder1982; Buğra,1996; İnsel,2001). It is thought that the bureaucracy has a patrimonial/powerful state tradition as the production was for the provision of the needs of the state in Otoman Empire and bureaucracy is a group associated with the benefits of the state (Dinler, 2003: 20).

Tax policies are distinguished as the most important parameter representing the state power. The borrowing mechanism established with the tax policy arranging the needs between the rural and urban areas and the financial currents played an important role in the formation of bourgeoisie. It is observed that the politicised capital accumulation which lead the capital accumulation processes and which was genereated by the patrimonial/powerful

state tradition in Ottoman Empire is still continuing. The patrimonial/powerful state tradition continuing in 1920's caused the state power to be held in certain people (Dinler, 2003:34). Many examples concerning the affiliation of the state and bureaucracy in the monopoly profits gained by the bourgeoisie developed by the state and by the public institutions can be seen in 1920's. The most important example for this situation is the fact that the staff establishing Isbank also established the ruling party.

The Etatism (Statism) coming into question after 1929 Economic Crisis is in accordance with the state's interventions into the social life and powerful/despot state idea for bringing prosperity. The special aim of the etatist hegemony project of the state was making development possible in 1930's. The state wielded power over the society in building the economic development (Yalman, 2002:10).

The primary goal continuing to be headed for from 1920's to 1930's and leading the economy-policies in 1930's was the establishment of the state control over the financial and economic institutions (Ahmad, 2008: 206). The investments necessary for economic development responded to the source problem of the businessmen being in uncertainty and insecurity and having not enough capital accumulation with the despot state answer.

The traces of this approach can be seen in the national banks established and the five-year development plans made in 1930's and the state intervention for generating the private sector and Turkish bourgeoisie become prominent as the primary economy-policy tool. Thus, we can say that the Kadro Journal leading the economic life and the politicians of the period played an important role in a series of legal arrangements and the formation of the institutions to undertake the mission to strengthen the Turkish bourgeoisie in the second half of 1930's (Ahmad, 2008: 216-17). The etatist hegemony project had the features of the organic and advanced capitalist society it attempted to build. A classless and coherent mass discourse could only be possible via an homogenising arrangement uniting the state power and capitalists if a modern, cosmopolitic and class society exist. The process of Turkification of the economy, which is one of the socialization practices experienced by the classes and the politic subjects who are the politic representatives of these classes within the framework of the structure forming the state, should be focused on in analyzing the Wealth Tax Implementation in the economic-politic developments in Turkey throughout World War II with reference to Jessop's state analysis (Jessop,2008: 31). The process of Turkification of the economy was experienced in this period with a mentality and taxation approach devoted to remove the obstacles before the national bourgeoisie being generated by the state.

The stricter legal precautions taken and the National Security Law, The Law of Establishing Import and Export Unions and Wealth Tax Law prepared were legal arrangements speeding up the Turkicization of the economy in the shortages caused by World War II. The prices in the market were being regulated by the state and the newly-borne bourgeoisie gained place in the market through these three laws. The state had the chance to act relatively autonomously against the non-muslim bourgeoisie:

“Historically, the Wealth Tax is one of the rare examples showing that the state with changing priorities relatively gained autonomy from the structural dependence on the capital and applied increases on the tax burdens of the wealthy communities (Karabacak, 2005: 116).”

The etatist hegemony project restructured the state's tradition with the new taxation policy. As Şükrü Saraçoğlu stated in his speech in the Assembly during the negotiations on the Wealth Tax Law, the target in the economy was “to give Turkish market to Turks” (Bali, 2005a: 478). The conditions having aroused from the economy of scarcity during the Second

World War and the discourse of engrossing about the importers created a suitable environment for the transformation in the economy to be formed by all laws issued in the preparation process of the Tax. The Wealth Tax, which, in the opinion of Çalış (1997: 107) was to be accepted as a part of racist policies in economy in the years of the Second World War, did not avoid from seizing the incomes of wealthy non-Muslim people in order to achieve the goal of “protecting Turkish Market”. The Wealth Tax application, which was deemed as an obligation to eliminate the economic/financial problems under the conditions of that period, had anti-Semitic characteristics with practices such as jailing the non-Muslim people and sending them to work camps. These practices in which properties of the taxpayers were seized and they had no right to object, violates the civil rights. It is seen that there is a chronic parallelism between the anti-Semitism that was on the scene in Europe during 1930s and 1940s and the racist policies that aroused in Turkey’s public sphere. Thrace pogroms, Turkish speaking campaign and the Wealth Tax are seen as the reflections of the rising anti-Semitism on the public sphere (Aktürk, 2007: 41).

3. WEALTH TAX IN TERMS OF TAXATION PRINCIPLES

It is seen that the government played an active role in the capital transfer through the Wealth Tax Law, which led to an extraordinary situation due to the violation of taxation principles in terms of public finance. When Wealth Tax is examined in respect of taxation principles, it is easily seen that this tax does not comply with the principles of equality, generality, certainty and economy. That different scales were applied for the taxpayers gaining the same income and the tax to be paid was far beyond their financial power is contrary to the principal of equality in taxation. Four different scales were applied for the Non-Muslim (N), Muslim (M), Foreign (F) and Apostate (A). There were four classes for Muslim taxpayers, which were exceptional class, those with revenue, those with return and the medium class and six classes for Non-Muslim taxpayers, including service providers and peddlers. Joint-stock Companies, Large Farmers and Real Estate Owners were the taxpayers apart from the groups with scales (Ökte, 1954: 65-66). Tax collected from the group N was five times more than the tax collected from the group M, the highest tax amount was imposed on the contractors and brokers in the group G and also tax amounts collected from the companies held by N-M partners were such that would lead to the bankruptcy of Non-Muslim shareholders (Ökte, 1954: 67) and all these totally eliminated the equality.

The principle of equality was also damaged by the fact that one could not file suit against the decision of the commission related to tax pursuant to the Article 11 of the Wealth Tax Law and suits could only be filed if there was a repeating tax. It was another violation of the principle of equality in taxation that, in case of repeating tax, the higher one was applied and the other one was canceled and this cancellation could only be performed by the biggest officer of the location where the commissions were in charge (Akar, 2009: 178).

The principle of certainty was violated by relying on the consumption patterns, lifestyles and personal characteristics like philanthropy of the taxpayer in the determination of the tax amount based on the real estate and writing the tax amounts on the tax tables with lead pencils (Akar, 2009: 177). Determination of tax amounts by the commissions was totally based on the consumption patterns (good living conditions, property ownership etc.) and there were injustices that led to excessive taxation.

Another breach of the principle of conformity was that the taxpayers who did not pay their tax debts were sent to the work camps and a part of the daily wage of 250 kuruş was deducted for the collection of tax debt. In the letter, written on 13 November 1942, by the

Ministry of National Defense to the Prime Ministry, the provision of the Article 12 of the Wealth Tax Law 'Application manner of the liability to work is determined with an instruction to be issued by the government' was reminded and it was specified that such instruction should be immediately issued to make the preparations for the affairs that would concern the Ministry of Defense. A similar letter was written by the Ministry of Finance to the Prime Ministry; however, the instruction draft was not issued despite all these correspondences (Koçak, 2004: 23). It is really difficult to say that the official authorities of the government adopted a corporate approach in the application of this sanction of work camp. As a conclusion, hundreds of Non-Muslim people were sent to Aşkale, which was a small town of the Eastern Anatolia, to work under severe winter conditions. However, no taxpayer from the groups A and F was sent to the work camps and tax amounts to be paid by the group E were reduced by the help of diplomats of their countries (Bali, 2011). Practice of work camp and discrimination arising from this practice were the most important factors that totally eliminated the principles of equality-generalality in taxation.

In the annual report published in Monthly Journal of English Chamber of Commerce on February 27, 1943 in Istanbul, the Wealth Tax was defined as "a tax which is nothing but a heavy duty imposed on the capital" and it was stated that the tax gave damage to not only several traders but also to the stability of the whole market and the English exporters "had to preserve a prudent freedom of movement because of the tax (Koçak, 2004: 22). The Wealth Tax caused the formation of a table approached with caution at the international level and its negative influences on the economy were discussed.

The Wealth Tax did not regulate the income distribution or encourage investments; quite the contrary, it deteriorated the income distribution and prevented investments. Investments were negatively influenced by the fact that tax was imposed on the Non-Muslim service providers, but not on the Muslim group, and the tax imposed on the Non-Muslim businessmen was much higher than the tax imposed on the Muslim businessmen. The distribution of tax among the provinces was unequal in terms of the distribution of taxpayers and this was contrary to both equality and economy. 54 percent of the Wealth Tax was collected only from Istanbul. In Istanbul, number of the group M taxpayers within the exceptional class was 460 and the tax imposed on these taxpayers was 17 million and 209 liras. This amount was nearly 6 times more in the group N than the group M, number of the taxpayers was 2563 and the total tax imposed was 189 million 969 thousand and 980 liras. For the groups with scale, there were 924 taxpayers in the group M and 1259 in the group N. This number was 2589 in the group M and 24151 in the group N for the groups with revenue. There were 159 joint-stock companies, 22 contractors, 1937 real estate sellers and 788 districts. Together with 10991 service providers and 15413 N-M partnerships, there were 61673 Wealth Tax payers in total (Ökte, 102-3).

Table 1: Wealth Tax Payers in Istanbul

	Taxpayers	Assesment of Income
The Group M (Exceptional Class)	460	17.209.549
Muslims with Scale	924	3.128
The Group N(Exceptional Class)	2563	189.969.980
Non-Muslims with scale	1259	10.364.466

The inequality experienced during the application of the Wealth Tax did not end upon the revoke of this application. In 1943, three months after the publication of an interview series related to the tax applications by Cyrus L. Sulzberger, reporter of New York Times, and several days before the negotiation of Roosevelt and Churchill, leaders of the entente states in Cairo, İnönü, the Prime Minister, declared that the tax debtors in Aşkale would be released. A law that revoked the application of tax was approved by the assembly on March 1, 1944. In the letter signed by the Prime Minister and sent to the Ministries of Domestic Affairs, Finance and Public Works in relation to the tax debts on December 3, 1943, it was stated that a decision was taken to return the taxpayers, who could not pay their tax debts within the legal term and therefore were charged with the liability to work, to their families and provide them with the change to work in "work places" and pay their remaining debts (Koçak, 2004: 25). Wealth Tax was remitted as of March 1, but the pressures for the payment of tax debts went on. Such that, provisions of the Law on Collection of Assets were continued for a while to be applied to those who could not pay their debts.

Table 2: Wealth Tax Collection

In Turkey(total)	Tax Payers	Taxe Obligation
Taxpayers in workplaces	2057	65.464.236
Tax paid	657	27.631.313
Abatement	1400	37.833.223
In Istanbul	Tax Payers	Taxe Obligation
Taxpayers in workplaces	1869	59.005.350
Tax paid	640	25.908.695
Abatement	1229	33.096.655

Source: Kayra C., 2011, *Savaş Türkiye Varlık Vergisi*, Tarihçi Kitabevi, İstanbul, p.163.

3.1. The Role of Public in Wealth Tax: Sees And Seizures

The most striking result of the Wealth Tax in terms of the process of the Turkification of economy, which is a practice of socialization, was the sales of or seizures on the properties of tax payers due to the tax. Decrease in inflation, which is the economic target of the tax, and control on emission of money by applying tax on excessive profits resulted in the handover of money and assets. Such that, the income acquired through Wealth Tax was used for non-productive purposes. Pledged properties were sold by the government to their new owners with considerably low prices. The new owners sold these properties with very high prices and acquired unlawful profits and thus made an important progress in capital transfer (Kobal, 2009: 23). In sales with Wealth Tax, the value of real estates was really high, the average sales price was 25.177 liras and it was way above 5.101 liras, which was the normal sales average (Aktar, 2010: 228). Such low-priced sales is seen as one of the kinds of seizure on the assets of a class in the extent that it has similar characteristics with the process called “flipping” in American real estate market. In the process starting with the sales of houses thought to be out-of-condition to low-income families with low prices under mortgage sales agreement, buyers cannot pay the installments and become obliged to resell the house (Harvey, 2004: 127). While real estates that the taxpayers dispose of for their tax debts are purchased by public enterprises or private persons, seizure on the taxpayers’ assets with low prices is a part of the developmentalist state’s action of participating in the system and regulating the capital accumulation (Harvey, 2004: 127) in crisis periods.

It was remarkable that 30 percent of the first buyers of the real properties sold due to the Wealth Tax were public enterprises and the process was declared to be nationalization (Aktar, 2010: 205). Among these public enterprises, there were SEEs such as Soil Products Office, Turkish Sugar Factories; national banks such as Sümerbank, Türkiye İş Bankası; national insurance companies such as Umum Sigorta Şirketi, Milli Reasürans and also foundations.

Seizures and sales were not limited to the taxpayers. Many families were influenced by such seizures and sales arising from the tax as the properties and cash assets of the families of those, who could not pay the Wealth Tax, were provided as tax guarantee (Aktar, 2010: 195). It was stipulated by the new Law that the non-paid debts would be paid by close relatives. (Aktar, 1999: 17)

Furthermore, there were many examples not complying with the Law on the Collection of Assets. According to Viktor Bneardette, a payer of Wealth Tax who experienced one of these examples:

The most unfair side was that, in the period of Wealth Tax, real estates were not sold in compliance with the provisions of the Law on the Collection of Assets. Pursuant to the law, a real estate may be sold 21 days after the declaration thereof. The declaration should be made in three gazettes, one of which is to be a gazette of the capital. However, most of these sales were made without waiting for 21 days, in violation of the law. Therefore, they were sold with much more lower prices than their actual values. Hence, my store with a value of 20,000 liras was sold for 1,300 liras and Alyanak Hanı, having been bought by my family for 125,000 liras, was sold for 65,000 liras” (online: www.rifatbal.com).

Besides the fact that the gazette declaration of the real estate sales arising from the tax was not made in compliance with the law, participants of the sales was also thought-provoking as it proved that violation of the principles of equality and universality continued in

the sales. With all the damage to the justice of taxation, this caused a situation that “only the commission, seller and a number of persons with money in their pocket knew which real estate would be sold and where and with which price it would be sold”, as stated by Ökte (Ökte, 1954: 163).

In the news and articles in the newspapers having the purpose of judging the aims of Wealth Tax payers, luxury properties put up for sale due to the tax were published. Another purpose of these publications was to reveal the wealth of the taxpayers in the eyes of the readers and prove that the tax amount was quite right:

Sales of seized goods and properties will take place tomorrow.

Auction of Değirmenci Kozmato, a jeweler and taxpayer, will be carried out on Tuesday.

It is estimated that an amount of jewelry had a value of 40 liras. Among the jewelry of the jeweler, there is a medal with a value of 200 liras, a brooch with a value of 100 liras, a ring with a value of 9 thousand liras, a woman's watch with a value of one thousand liras, a diamond brooch with a value of four thousand liras, a diamond ring with a value of 4 thousand liras and a beautiful green gemstone bracelet with a value of 35 liras ('Wealth Tax', Akşam, 27 January 1943, Akan. Akan, 2011: 619).

The sanction of labor camp had an important role in the performance of such quick sales and revival of seizures in relation to the Wealth Tax. There was a significant increase in the sales related to Wealth Tax between the dates 20 January-9 February 1943, when the first group went to Aşkale. The reason behind this increase was that the price of the real estate was used in clearing the tax debt (Aktar, 2010: 239).

When the Wealth Tax is in question, it would be better to look into the results of real estate sales arising from the tax in order to conclude that collection of the tax income has the covered purpose of ensuring handover of the assets. The targeted amount could not be collected and state expenses had an increase of 38 percent and national income had a decrease of 8 percent during the application of the Wealth Tax. The national income had an increase of 3.5 percent in the last period of the Wealth Tax; however, this was still far behind the targeted rate. Thus, upon the decrease in prices, a derivative market was created by the government, which played a significant role in capital transfer as the taxable assets purchased by the government (public enterprises and banks) with cheap prices were sold with high prices (Kobal, 2009: 23).

It was stipulated in the Article 14 of the Wealth Tax Law that "permit" certificates proving that the properties put on sale were not related to the Wealth Tax payer would be issued. For real properties, sold for paying the tax debt, a receipt showing that the tax was paid would be given to the seller, who is the taxpayer (Aktar, 1999: 13). The tax collected by the government was transferred to the third parties in return for real properties far below their market values.

16 percent of the sales in 1943 in Istanbul are directly related to the Wealth Tax and 2742 real estates were sold in this scope (Aktar, 1999: 13). Among the real properties sold, 18 office blocks were directly related to only wealth tax and 28 office blocks were sold by the Non-Muslims. The commercial buildings put on sale by the Non-Muslim, who paid 87 percent of the Wealth Tax, were the ones sold in order to pay the debts of Wealth Tax or debts

of close relatives, family members debts of whom they were liable to pay. 36 office blocks sold by Muslim Turks reached the highest amount of sales, because the houses purchased in low prices by the public enterprises were sold with affordable prices. The fact that sales not directly related to the Wealth Tax were much higher among the office blocks in Istanbul proves the existence of derivative markets in capital transfer.

3.2. ECONOMIC TRANSFORMATION GENERATED BY THE WEALTH TAX: SEIZURE FOR BAHTIYAR HAN

A place is formed based on both individual needs and targets of the powerful. This is caused by the powerful's ideal of keeping its society under control. The political power may use the place to keep the society together; however, it may also take it away from the society's mind by removing the traces thereof (Asiliskender, 2006:204).

In terms of the Wealth Tax, sales of the commercial buildings meant that they were taken away from the society's mind. The intensive sales of and seizures for the commercial buildings, which had an important part in the determination of the tax and the payments, in Istanbul will provide important data for observing the formation of places by the political power. Şükri Saraçoğlu stated that Wealth Tax base was applied in order to draw approximately 700 million liras from the extraordinary revenue of tradesmen, land and real estate owners and large farmers and the profits of tradesmen to be "determined by the commissions" constituted the biggest share and also emphasized that the second base consisted of commercial buildings, bathhouses and apartments (Akar, 2009: 61).

It was targeted that Istanbul Financial Directorate would collect a tax of 300 million liras in Istanbul; however, there were increases in the tax amount despite the fact that the decision of the commission in Istanbul on tax rate was approved by Ankara. It is asserted that behind these increases there were Şükri Saraçoğlu's demands to impose a tax amount above the general average, especially to Jews.

When the real estates in Galata, which were seized upon the Wealth Tax, are examined, it is seen that the commercial buildings including workplaces of many tradesmen and exporters are prominent. Those whose real estates were seized could not avoid from being send to work camps in order to pay their debts because of the seizure on their properties far below their real values:

Taxpayers will earn 250 kurus per day, 60 kurus will be allocated for income tax and extraordinary taxes, half of the remaining 190 kurus will be deducted from the Wealth Tax debt and the other half will be spent for food and accommodation ('Varlık Vergisi: Çadırlar, Kazmalar ve Yataklar Doğu İllerine Gönderildi', İkdam, 9 January 1943, Akan, 2011: 617).

In a study about the influence of the Wealth Tax on investments of the non-Muslim and the foreign, largely focusing on the textile industry, it is stated that there was the unease arising from the Wealth Tax behind the non-Muslim tradesmen's unwillingness to shift from trading to manufacturing (Clark, 1985: 36). It is possible to state that information provided by the taxpayers, whose factories in Galata were seized, support this study. For Rafael Elvuşvili, Savaş Melikyan, Sitati Panayati and their partners, the seized factories and for Mihran Ohanyan, the savings in shoemaking sector were wasted in Galata (Ergüder, 2011: 391-2).

Apart from the commercial buildings of families engaged in trading, importing and brokering, there were also self-employed persons like Şekip Adut and Gad Franko. Şekip Adut could not pay the tax imposed in the amount 375,000 liras and his real properties only in

Galata together with the workplaces in different parts of Istanbul were seized in return for 12,500 TL (Çetinoğlu, 2009: 471). The attitude towards Gad Franko, who objected to the Wealth Tax and set the cat among the pigeons with his warnings not to pay this tax, demonstrates the role of public enterprises in the creation of bourgeoisie by the government. Response of Şükrü Saraçoğlu to the tax debt of Gad Franko is very interesting in this respect:

The government may ask for everything one has, even his life. But how could it ask for something that he does not have? (Bali, 1997: 52). An important name in the areas of law and trade, Gad Franko, was a symbol as a leading person with his intellectuality Jewish community (Bali, 2010: 121). Many articles of Franko were published in El Commercial, a local publication established by Hizkia Franko, brother of Gad Franko, in İzmir in 1905 and, besides his writings in this period, he was recognized a good writer with his articles in Turkish in İzmir and İstanbul. Having completed law education in Paris, he developed himself in the field of law in Istanbul. (Bunis, 2012: 66).

There are various answers to the question why such a person was overwhelmed by a really heavy burden related to the Wealth Tax and sent to the work camp. It is not exactly known whether it is caused by his opposition to the Wealth Tax or his being a well-known and rich advocate. In the first days of the application of Wealth Tax, Faik Ökte, head of the Financial Directorate, got together with Muzaffer Akalın, the Deputy Governor of Istanbul, requested the determination of those who stood out against the tax, and Gad Franko, Şekip Adut and Faracci were placed to the top of the list prepared. There is no doubt that the increasing objections of Gad Franko, who issued the first private law journal of the Republic Period and wrote an annotation of Turkish Civil Code, played a role in the tax amount he had to pay (Bali, 2005a: 160). His opposition and legal formation gave both power and vulnerability to Franko:

Franko was a lawyer with an experience of fifty years... He was not very wealthy, but he was the demanded man of wealthy communities with his manner. Although he wanted to keep himself behind, the events thrust him to the forefront and he could not prevent this attention-grabbing thrust. And eventually, these events cost him a tax of 350 thousand¹ liras. Even Franko did not know what to do (Karakoyunlu, 1990: 131).

It is another assumption that his luxury lifestyle within his close circle of friends had an influence on this high amount of tax, even not as much as his objections to the tax (Bali, 2010: 131). An indication of this lifestyle and the sales of Bahtiyar Han, where his law office was located, deserves to be examined as a response to Franko's opposition to the Wealth Tax and an example of the handover of capital by the government (Bali, 2010: 131).

Gad Franko's financial situation overwhelmed by the tax of 420 thousand liras imposed on his son played a role in the seizure on Bahtiyar Han, located on the Bankalar Caddesi in Galata and belonging to Gad Franko, on whom 377 thousand liras tax was imposed, and its sales to the Soil Products Office (Bali, 2005b: 350). Even though Franko paid 100 thousand liras of this tax in cash and stated that he would pay the remaining part, all his property was confiscated in 15 days. There was also Bahtiyar Han among the properties confiscated before the tax payment term expired. The building with value of 400 thousand liras disposed and hypothecated in return for 100 thousand Liras. Also, an auction was held in Franko's house (Bali, 2010: 137).

Franko's answer to the receiver charged in the seizure of Bahtiyar Han was noted by the receiver as follows: "You took all my property. Take everything I have, including my life. Write this to Ankara exactly like this" (Karakoyunlu, 1990: 132). Saraçoğlu's response to this reaction reflects the spirit of the period: "Franko is an intellectual man. He is an important

lawyer. He is my teacher. I kissed his hands many time. But, he insists on not paying...He should work and pay now... (Karakoyunlu, 1990: 132).

Bahtiyar Han, belonging to Gad Franko, was constructed in 1903 and owned by Camondo family, which was an important family in the world of finance, between the years 1913 and 1944. In this commercial building, there were enterprises like Camondo Company (1913), M. Franko and Associates, AEG Türk Anonim Elektrik Şirket'i Umumiyesi, Barsak factory owned by Chiakamo Behar, Bozkurt Insurance Company, containing the members of Franko family. In AEG Türk A.Ş., Marsel Franko, brother of Gad Franko, was partners with Danyel Burla. Bahtiyar Han, having important architectural characteristics, was one of 15 new commercial buildings added to the street during the rush of construction which continued until the First World War and one of the earliest examples of the reflection of modernity on architecture (Eldem, 2000: 242).

Soil Products Office, having taken over the building, was a state economic enterprise and founded to be engaged in wheat affairs in 1938. Soil Products Office was founded with the purpose of regulating the wheat prices in order to prevent price increase of wheat, which is one of the agricultural products of shortage during the Second World War, both by producers and consumers. The Office, which was charged firstly with import and in the following years with export of wheat, had the authority to establish factories in the places deemed necessary. Authorities of the Office was extended with the duty of purchasing vegetable and animal oils, mean and fish, alfalfa seed and legumes, particularly barley and oat on 27 October 1939, rye on 28 April 1940, corn on 25 April 1941 and rice on 13 August 1941. Soil Products Office established warehouses in various kinds and tonnages, considering the ports and intensive production sites, and the total warehouse capacity reached 4 million tons.

The government initiated direct and indirect price support program in wheat and tobacco purchase in 1932 for the agriculture prices that suddenly decreased in the crisis of 1929. Firstly Ziraat Bankası and then the Soil Products Office, which was an independent enterprise, started to purchase wheat from the producing villagers. Wheat purchase by the government prevented the decrease in wheat prices, but could not turn the tables on the clear deterioration in domestic trade suffered by the producers. The government founded the Soil Products Office which would regulate the prices of agricultural products in order to retain the agricultural surplus and accelerate the industrialization attempt in cities (Owen and Pamuk: 1998, 36). It is important that the Office, which was a regulatory institution for the important outputs of the agriculture economy during the Second World War, took over a commercial building containing center offices of factories in Galata, which was a significant port of the Ottoman urban economy formed with the trade of agricultural products and then became a financial center. This indicates that formation of trade and the developing manufacture industry was led by SEEs under the supervision of the government.

Just like Gad Franko, the previous owner of Bahtiyar Han, the new owner Soil Products Office is also a liable to pay Wealth Tax. Wealth Tax amount imposed on the Soil Products Office is TL 2,548,000. Many public enterprises took the first ranks with a tax assessment of more than TL 15,000 among the taxes collected from Turkish and Muslim people. In addition to the Soil Products Office, public enterprises centers of which were located in Ankara like Ziraat Bankası, Sümerbank, Emlak ve Eytam Bankası, the Central Bank, Ereğli Kömürleri, Türkiye İş Bankası, Istanbul Security Fund were accrued a considerable amount of tax (Baş, 2006: 220). In this respect, the government's collecting tax from public enterprises creates a view of balance in terms of capital transfer. Such that, the excessive profits acquired from real estate seizures turned into public revenue and taxes

imposed on public enterprises remained in really low rates. Seizures prevented the payment of the taxpayers' debts. Gad Franko did not pay the Wealth Tax and was relegated to Aşkale. Franko and his friends, having taken place in the group of 47 companies that went to the work camp, started their Aşkale journey from Kadıköy:

Properties of 47 companies in the business centers and workshops were seized. 18 taxpayers were sent to Kadıköy to be brought to the work camp. Among the names sent to the work camp in Aşkale, there were Çuhacıyan (cotton trader), Yermine Varon (textile trader), Samoel Yarman (owner of iron factory), Garbis Baykar (trader), Şekip Adut (advocate), Gad Franko (advocate)... Tax debt of these taxpayers was more than TL 200,000. They would stay in Kadıköy and, the next day or the day after, they would be sent to Aşkale ('Vergi Kaçırın 47 Şirkete El Konuldu', Akşam, 22 January 1943, Akan, 2011: 618).

During the days he passed in the work camp, Franko believed that the government would correct this mistake. However, the opinion having spread among the taxpayers was different from Gad Franko's approach.

"The government has broken tax ethics of the taxpayers. This is the biggest failure of the Republic" (Karakoyunlu, 1990: 153).

When the first excitement of the groups having returned from the work camp was settled, the fear of the changed level of their life in Istanbul arouse and the real collapse started for these "groups of people whose properties were taken away". Franko read the full text of the Law that revoked the Wealth Tax and thought with astonishment how a violence turned into such an easy character in such a short time. Mr. İbrahim, his colleague, thought the same way: "The unpaid taxes were written off; what happened had all happened to those who paid" (Karakoyunlu, 1990: 153).

Franko family was influenced by this relegation. Marcel Franko, brother of Gad Franko, who was the chairman of Turkish Jewish Community in 1930s moved to America upon the tax application and became the chairman of the Committee of Eastern Studies (Bali, 2005b: 350). In 1923, approximately 80,000 Sephardi Jews living in the Republic of Turkey suffered the cultural and economic Turkification applied between the years 1923 - 1945, with several anti-semitic events like Thrace Pogroms² in 1934 and application of Wealth Tax to all minorities in 1942 (Bihar, 2011: 49). Among these applications, Wealth Tax should be seen as an important milestone in terms of the Turkification process of the economy.

4. CONCLUSIONS

When evaluated in terms of public finance, this extraordinary tax having led to the violation of taxation principles had economic targets like decreasing the money supply and inflation in the market during the financial turnaround in the years of the Second World War and limiting the unfair war incomes having increased during the war; however, the main target was to create a market that was convenient for Turkish bourgeoisie. Application of the provisions of the Law on Collection of Assets for a while was the most obvious indicator of this situation. It was inevitable to experience a period in which the seized properties of taxpayers, who could not pay the tax debts, were sold in really low prices to their new owners by the government and thus new unjust profits were acquired. New owners of the seized real estates acquired unearned profit by selling them with high prices and capital transfer to the national bourgeoisie was realized.

Properties seized due to the Wealth Tax or sold with prices lower than their real values led to the formation of a derivative market by the government. The largest buyers in this market were public institutions and banks. The process experienced through the seizure on Bahtiyar Han and its sales to the Soil Products Office because of the inability of Gad Franko, a lawyer and an intellectual, to pay his debts summarizes the active role of the government in the social practice of the Turkification of economy by the agency of public enterprises.

REFERENCES

- AHMAD, F., 2008, *From Empire to Republic, Volume.1*, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 9786053990567
- AKAN, A.,2011, A Critical Analysis of the Turkish Press Discourse against Non-Muslims: A Case Analysis of the Newspaper Coverage of the 1942 Wealth Tax, *Middle Eastern Studies*, 47(4), 605-621.
- AKAR, R., 2009, *Aşkale Yolcuları: Varlık Vergisi ve Çalışma Kampları*, Doğan Kitap, İstanbul, 9786051113944
- AKTAR, A., 1999, Varlık Vergisi Işığında Gayrimenkul Satışları: İstanbul Tapu Kayıtlarının Analizi (26 Aralık 1942-30 Haziran 1943), *Toplumsal Tarih Dergisi*, 69(3), 10-22.
- AKTAR, A., 2010, *Varlık Vergisi ve Türkleştirme Politikaları*, İletişim Yayınları, İstanbul, 9754707790.
- AKTAR, A. ,2013, “Tax To Me To The End Of My Life!: Anatomy of An Anti-Minority Tax Legislation (1942-3)”, in *State, Nationalisms in The Ottoman Empire, Greece and Turkey*, ed. Benjamin C. Fortna, Stefanos Katsinas, vd., USA: Routledge P., 188-221.
- AKTÜRK, Ş.,2007, Continuity and Change in the Regimes of Ethnicity in Austria, Germany, the USSR/Russia, and Turkey: Varieties of Ethnic Regimes and Hypotheses for Change, *Nationalities Papers: The Journal of Nationalism and Ethnicity*, 35(1), 23-49.
- ASILISKENDER, B., 2006, Kayseri Eski Kent Merkezi'nde Cumhuriyet'in İlanından Günümüze Mekân ve Kimlik Deneyimi, *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi* 22(1-2) 203-212.
- BALI, R.,1997, Varlık Vergisi Üzerine Tartışmalar, *Tarih ve Toplum Dergisi*, 165(4), 47-60.
- BALI, R., 2001, “*Toplumsal Bellek ve Varlık Vergisi*”, der: Esra Özyürek, in *Hatırladıklarıyla ve Unuttuklarıyla Türkiye'nin Toplumsal Hafızası*, 87-126.
- BALI, R., 2005a, *Cumhuriyet Yıllarında Türkiye Yahudileri: Bir Türkleştirme Serüveni*, İletişim Yayınları, İstanbul, 9754707634.
- BALI, R., 2005b, *The “Varlık Vergisi” Affair: A Study on Its Legacy, Selected Documents*, The Issis Press, İstanbul, 9786054326556.
- BALI, R., 2010, *Devletin Yahudileri ve Öteki Yahudi*, İletişim Yayınları, İstanbul, 9789750502040.
- BALI, R. 2011, The Slow Disapperance of Turkey’s Jewish Community(online), [erişim tarihi: 16 Aralık 2013], <http://jcpa.org/researcher/rifat-bali>>
- BALI, R., 2012, 1952 Yılı Hizmet Gazetesi'nin Varlık Vergisi İle İlgili Yayını(online), [erişim tarihi: 5 Ocak 2014] http://www.rifatbali.com/images/stories/dokumans/hizmet_gazetesi.pdf>
- BIHAR, R., 2011, İstanbul Türk Yahudi Cemaati Tiyatrosu: Geçmişten Günümüze Gelişimi (1860-2008), *Mediterraneo*, 4(3),47-69.
- BUĞRA, A., 1996, *Devlet ve İşadamları*, İletişim, İstanbul.
- BUNIS, D. M., 2012, The Anti-Castilianist Credo of Judezmo Journalist Hizkia M. Franco (1875-1953), *e-Humanista*, 20(1),63-97.

- CLARK, E.,1985, Türk Varlık Vergisi'ne Yeniden Bakış, *Yapıt Dergisi*, 8(4),29-43.
- ÇALIŞ, Ş., 1997, Pan-Turkizm and Europeanism: A note on Turkey's 'pro-German neutrality' during the Second World War, *Central Asian Survey*, 16(1), 103-114.
- ÇETİNOĞLU, S., 2009, *Varlık Vergisi 1942-1944*, Belge Yayınları, İstanbul.
- DINLER, D., 2003, Türkiye'de Güçlü Devlet Geleneği Tezinin Eleştirisi, *Praksis Dergisi*, sayı:9(1), s.17-55.
- ELDEM, E., 2000, *Bankalar Caddesi: Osmanlı'dan Günümüze Voyvoda Caddesi*, Osmanlı Bankası Araştırmaları Yayınları, İstanbul,
- ERGÜDER, B., 2011, *Galata Hanları: Paranın Serüveni (1868-1945)*, SAV Yayınları, İstanbul,9786056157967.
- HARVEY, D., 2004, *Yeni Emperyalizm*, Everest Yayınları, İstanbul,978752891890.
- İNSEL, A., 2001, *Türkiye Toplumunun Bunalımı*, Birikim, İstanbul.
- JESSOP, B., 2008, *State Power*, Polity Press, London.
- KARAKOYUNLU, Y.,1990, *Salkım Hanımın Taneleri*, Doğan Kitap, İstanbul.
- KARABACAK, Y., 2005, Kapitalist Sistemlerde Devletin Görevleri ve Vergileme Gücünün Sınırları: Türkiye Örneği, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, 48(3), 108-136.
- KAYRA, C., 2011, *Savaş Türkiye Varlık Vergisi*, Tarihçi Kitabevi, İstanbul, 9786056153341.
- KEYDER, Ç., 1982, *Türkiye'de Devlet ve Sınıflar*,Yurt, Ankara,
- KOBAL, E., 2009, *Role Of The Wealth Tax Law in The Turkish National Bourgeoisie Formation Process*, Eng. D. Thesis, Ankara: TED Ankara College Foundation High School.
- KOÇAK, C., 2004, Varlık Vergisi Üzerine Birkaç Belge: Varlık Vergisi'ne Tepkiler, *Toplumsal Tarih Dergisi*, 122(2), 22-25.
- LEFEBVRE, H. (2003), "Space and State", der: Brenner, N., in *State/Space A Reader*, Blackwell Publishing, London, 84-101,9780631230342.
- MANN, M., 2003, " The Autonomous Power of The State:Its Orgins, Mechanisms and Results", der: Brenner, N., in *State/Space A Reader* Blackwell Publishing, London, 53-65, 9780631230342.
- OWEN, R. ve PAMUK, Ş., 2008, *20. Yüzyılda Ortadoğu Ekonomileri Tarihi*, çev: Ayşe Edirne, Sabancı Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- ÖKTE, F.,1954, *Varlık Vergisi Faciası*, Nebioğlu Kitabevi, İstanbul.
- ŞİMŞEK, H., 2009, "Çanakkale Bağlamında 1934 Trakya Yahudi Olayları", *CTAD Yıl 5*, 9 (3), 137-150.
- YALMAN, G., 2002, Tarihsel Perspektiften Türkiye'de Devlet ve Burjuvazi", *Praksis Dergisi*, 5(1), 7-23.

Notes

¹ The tax imposed on Gad Franko was stated as 377 thousand liras in all scientific studies examined in relation to the Wealth Tax and referred to in the article and the approximate amount of the tax to be paid by Gad Franko, one of the characters in "Salkım Hanım'ın Taneleri" written by Yılmaz Karakoyunlu, was given as 350 thousand TL.

² Gad Franko played an important role in 1934 Thrace pogroms. Upon the spread of events to the other provinces of Thrace, Gad Franko went to Ankara together with Mişon Ventura and got an appointment from Atatürk and requested help (Şimşek, 2009: 145).

MARKA FARKINDALIĞINDA MASKOT KULLANIMININ ETKİSİ*

Nurhan Babür Tosun*
Zeynep Özge Kalyoncu*

Özet

Markaların gerçekleştirdikleri pazarlama çalışmalarında, artık üründen ziyade tüketicilerin duyguları ve algıları öne çıkmaktadır. Bu bağlamda pazarlama iletişimi ve markanın bir parçası olan marka maskotları, hedef kitlenin duygularına seslenen en etkili ve yaratıcı varlıklar olarak karşımıza çıkmıştır.

Markalama sürecinin ilk aşaması olan marka farkındalığı ile maskot kullanımı konusundaki kuramsal arka plan (literal background) tartışıldıktan sonra farkındalık oluşturmada maskot kullanımının etkisini ölçmeyi amaçlayan bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Markaların, maskot kullanımıyla farkındalık oluşumu arasındaki ilişki ile ilgili mevcut çalışmaların çocuklar ve üniversite gençleri üzerinde gerçekleştirildiği görülmüştür. Türkiye’de televizyonun yaygınlaşmasıyla, çocukluklarında maskotlarla büyüyen bir neslin var olması ve Türkiye’de genç nüfusun büyük bir yüzdeye sahip olması nedeniyle araştırmamız, 18-30 yaş ve arası gençler üzerinde, marka maskotlarının marka farkındalığının etkisini saptamayı amaçlamaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek için marka tanınmasıyla maskot kullanımı ve marka hatırlaması arasındaki ilişki irdelenmeye çalışılmıştır. 18-30 yaş ve arası, 351 genç tüketiciye yapılan saha çalışması, marka farkındalığı ile maskot kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olduğuna yönelik bulgularla bu konuda kısıtlı olan literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Marka Farkındalığı, Genç Tüketiciler, Maskot

JEL Kodu: M31, M32

THE EFFECT OF BRAND MASCOTS IN CREATING BRAND AWARENESS

Abstract

Feelings and perceptions of consumers stand out rather than product in marketing efforts that carrying out by brands recently. Thus, marketing communication and brand mascots which are a part of the brand has emerged as the most effective and creative assets due to appeal the target audiences' emotions.

In this study firstly we've discussed brand awareness (which is the first step of branding) and literal background about mascot use. Afterward, we carried out a research aimed to measure effect of mascot use in creating awareness. We've realized that the previous studies carried out about relevant subject were only focused to children and university students. Since there is a generation in Turkey, which grows with brand mascots during the expansion of television use and high youth population; our research aimed to determine the effect of mascot use in brand awareness. We've analyzed the relationship between brand recognition, mascot use and brand recall to achieve our research's aim. Having significant findings relating to the relationship between brand awareness and mascot use, the field research that carried out on 351 young consumers aged between 18 and 30 years old aimed to contribute to the limited literature about this topic.

Key Words: Brand Awareness, Young Consumers, Mascot,

JEL Classification Codes: M31, M32

* Bu çalışma, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Reklam ve Tanıtım Bilim Dalı'nda Prof. Dr. Nurhan BABÜR TOSUN danışmanlığında yapılmış olan "Marka Farkındalığında Maskot Kullanımının Etkisi" adlı yüksek lisans tezine dayanmaktadır.

♥ Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, Reklamcılık ve Tanıtım Anabilim Dalı, E-mail: nurhantosun@marmara.edu.tr

* Öğr. Gör., Plato Meslek Yüksekokulu, Bilgisayar Destekli Tasarım ve Animasyon Programı, ozgekalyoncu@plato.edu.tr

1. GİRİŞ

Piyasaların küreselleşmesi, aynı sektörde yer alan birçok markanın doğmasını sağlamıştır. Var olan bu markalar birbirine fazlasıyla benzeyen ürünler ve semboller üretmekte; bu durum ise markalar ile ürünlerin tüketicilerin zihninde farklı ve güçlü bir yer etmesini zorlaştırmaktadır. Pazarlama iletişimi ve markanın bir parçası olan marka maskotları, hedef kitlenin duygularına seslenmesiyle birlikte en etkili ve yaratıcı varlıklar olarak karşımıza çıkmıştır (John ve Loken 1993: 79-80, Erdil ve Uzun 2010: 167-168). Marka maskotlarının kişilik yapısı ve kurdukları duygusal bağlar sayesinde marka farkındalığının oluşmasında görev alırlar (Garcia 2011: 11).

Marka farkındalığı yaratılmasında, marka maskotları kişilikleri, konuşmaları, zengin renkleri ve görsellikleriyle hedef kitlenin kolayca ilgisini çekerek, marka ismi, logo, cıngıl gibi diğer işitsel, sözselsel ve görsel marka unsurlarının da daha dikkat çekici olmalarını sağlar. Bu nedene marka maskotları, hedef kitlenin zihninde marka ile kolay ve güçlü bir bağ kurmasını sağlayarak marka farkındalığının da oluşmasını sağlarlar (Keller 1993: 3).

Mevcut araştırmalar incelendiğinde, özellikle çocuk tüketiciler üzerinde, maskot kullanımının marka farkındalığına etkisi olduğu görülmektedir. Ancak genç tüketiciler üzerinde mevcut araştırmaların, oldukça az sayıda ve üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştiği tespit edilmiştir (Henke 1995, Mizersky 1995, Bulut 2005, Sevim 2010). Bu bağlamda çalışma, çeşitli eğitim ve gelir durumuna sahip olan, 18-30 yaş ve arası gençler üzerinde, marka maskotlarının marka farkındalığının etkisini saptamayı amaçlamaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek için marka tanınmasıyla maskot kullanımı ve marka hatırlaması arasındaki ilişki irdelenmeye çalışılmıştır.

Yapılan saha araştırmasında, yedi adet hipotez belirlenmiş bu hipotezler, doğrultusunda yapılan analizlerde, katılımcıların demografik özellikleri ile marka farkındalığı oluşumunda maskot kullanımı ile ilişkilisine yönelik iki hipotez reddedilmiştir. Marka farkındalığında maskot kullanımına ilişkin marka farkındalığı unsurları olan; marka tanınması, destekli ve destekli marka hatırlaması bağlamında maskot kullanımına yönelik üç hipotezin üçü de kabul edilerek, marka farkındalığı ile maskot kullanımı arasında Türkiye’de yaşayan gençler üzerinde anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVESİYLE MARKA FARKINDALIĞI VE MARKA MASKOTU

Markalar, farkındalığı tüketicilerin zihinlerinde yer eden iyi veya kötü bilgiler bütünüdür ve markanın rakipleriyle karşılaştırmalı olarak yer alır. Farkındalık yükseldikçe tüketicilerin zihinlerindeki yer de bir o kadar derinleşir (Aktepe ve Baş 2008: 84). Başka bir deyişle marka farkındalığı, bir markanın bilme ve hatırlama yeteneğidir. Tüketiciler, anımsadıkları ve bildikleri markayı düşünerek, seçerek ya da başka seçimlerde ve karar aşamasında onu hatırlayarak marka adına avantaj sağlarlar (Aaker 2007: 83).

Marka farkındalığı iki temel unsurdan oluşur. Bunlar; tanıma ve hatırlamadır. Markanın tanınması, onun fiziksel ve içeriksel özelliklerine bakılarak diğerlerinden ayırt eden tüketicilerin, görsel ve işitsel duyu ile hafızalarında yer etmesiyle ortaya çıkar. Markanın hatırlanması unsuru ise yine markanın işlevsel hareketlerinin bir uzantısıdır. Hatırlama, markaya gereksinim duyulduğu anda ortaya çıkar (Babür Tosun, 2010: 112). Tanıma, marka farkındalığının ilk koşuluyken, ‘desteksiz hatırlama’ marka farkındalığının en üst düzeyini, ‘destekli hatırlama’ ise bir alt düzeyi belirtir (Pitta ve Katsanis 1995: 53, Franzen ve diğ. 1999: 54, Selvi, 2007: 29, Aaker, 1996: 114, Uztuğ 2003: 29).

Maskot, sözcük anlamıyla şans getirdiğine inanılan insan, hayvan ve obje olarak tanımlanmaktadır. Marka maskotlar hayvan, insan, bitki, obje, ürün, kostümlü kişiler gibi oldukça farklı biçimlerde ve farklı kişilik özellikleriyle marka iletişimde yer alırlar. Markaların müşterilerle olan iletişimde maskotlar bir satış aracı; çocuklar ve yetişkinler için bir eğlence aracı; ayrıca marka kimliğinin de bir yansıması ve parçasıdır (Tek 2004; 29). Maskotlar, var olan marka imajının yaşayan ve nefes alan bir temsilcisidir. Maskotlar ambalajdan, reklamların yüzü olmaya kadar pazarlama çalışmalarının her aşamasında yer alır. Ayrıca maskotlar, tüketicinin marka ile yakın bir bağ kurmasını sağlayarak, markaya değer katarlar (Heckman 1999: 1).

Marka maskotları, logo, amblem ve ticari karakter kavramlarıyla oldukça sıklıkla karıştırılmaktadır. Ancak marka maskotları, ürün, hizmet veya bir fikri tanıtmak ve desteklemek için kullanılan canlandırılmış veya canlandırılabilir tasarımlamalardır. Maskotların marka ile bağı kısa bir süreci kapsamaz; uzun süreli ve istikrarla sürdürülmelidir (Philips ve Gyoeric 1999: 714). Uzun süreli marka iletişimde yer almaları tasarımılanmış insan veya canlandırılmış olmaları, marka maskotlarını diğer görsel unsurlardan ayırt edici özelliğidir.

Mevcut literatürde maskot türleri, canlandırma tekniği, biçimi, marka ve diğer unsurlarıyla olan ilişkisi gibi farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır (Kirkpatric 1952, Derbaix ve Pecheux 1999, Mizersky 1995, Kalb 2002, Real Beirão ve diğ. 2007, Brown 2011, Caufield 2012).

Maskot türleri arasındaki ilk ayrım, reklam ve marka maskotlarıdır. Reklam maskotları, markalı ürün ile ürün grubu arasındaki bağlantıyı sağlarlar. Genellikle markalı ürünün kullanıcılarıdır; tanıtımı ve ürün kullanımını teşvik ederler. Yetişkin tüketici grubuna yöneliktir (Real Beirão ve diğ. 2007; 3). Marka maskotları ise tüketiciler ile marka arasındaki bağı kurmak için tasarlanan maskotlardır. Hatırlanması kolaydır. Ürün kimliğini ve marka mesajını doğru olarak iletirler ve tüketici tutumlarına ‘pozitif yönde’ etki etmek için tasarlanmışlardır (Mizersky, 1995: 61).

Marka maskotları, biçimsel olarak üç değişik biçimde karşımıza çıkar: İlki, yaşayan bütün varlıklar; yani insanlar, hayvanlar ve bitkilerdir. İkincisi, animasyon ve karikatür biçiminde cansız nesnelere tasarlanarak, bir karaktere ulaşılarak elde edilir. Tüketiciler, kendi kültürlerinde hangi karakterin ne anlama geldiğini, karakterlerle ilgili gözlemlerine dayanarak öğrenmektedirler. Üçüncüsünde ise önce yerleşik bir kişilik tespit edilir ve sonrasında da bu kişilik bir maskot olarak kullanılmak üzere tüm kullanım haklarıyla satın alınarak, tüketiciye sunulabilir (Kirkpatric, 1952: 366- 367).

Marka ve maskotu arasında da üç figüratif ilişki söz konusudur: İlki metaforik ilişkidir: Marka ile maskot arasında isim bağlantısı kurmamalarının yansira markanın, marka maskotu sayesinde somut hale gelmesidir. İkincisi metonomik ilişkilerdir ve marka ile maskotu arasındaki ilişkinin daha algısal boyutta kalmasına yöneliktir; soyut bir ilişkidir. Son olarak “smile” (gülümse) ise marka maskotu ile marka arasındaki bağı sadece ‘yüz’ ile ifade etmektedir. Diğer yöntemlere göre ise daha kısa ömürlüdürler (Brown 2011: 5).

3. MARKA MASKOTLARININ MARKA FARKINDALIĞI ÜZERİNDEKİ ROLÜ

Maskotların marka farkındalığının oluşumundaki etkisini birkaç nedenle açıklamak mümkündür. Birincisi; farklı, sevimli ve eğlenceli olan maskotlar, tüketiciler tarafından kolay hatırlamayı sağlar. İkincisi; maskotlar, pazarlama çalışmalarının altında yatan niyeti gizleyerek samimi bir bağ kurarlar. Üçüncü olarak da yine maskotlar, reklam kampanyalarının daha eğlenceli olmasını sağlarlar ve konuşan, hareket eden, eğlenen maskotlar Youtube,

Facebook gibi sosyal ağlar aracılığıyla, tüketiciler tarafından beğenilir ve paylaşırlar (Wilkinson ve Patterson 2014: 127).

Maskotları özellikle yeni marka ve ürünlerin tanınmasında ve hatırlanmasında büyük rol oynar. Tüketicilerin ilgisini çeken maskotlar, marka farkındalığının bileşenleri olan; marka tanınmasını ve hatırlanmasını sağlar (Lu 2004: 3).

Maskotlar, ilk olarak Amerika'da fastfood sektörünün genişlemesi ile birlikte çocuk tüketicilere yönelimde, büyük bir öneme sahip olmuşlardır. McDonald's'ın maskotu Ronald McDonald, şirket yetkililerine göre Amerikalı çocukların %96'sı tarafından tanınmaktadır (Dotz ve Husain, 2003: 11). Ronald McDonald, yapılan başka bir araştırmaya göre de Noel Baba'dan sonra 'ikinci en çok tanınan' figürdür. Dünya çapında Ronald McDonald maskotu, organizasyonlar, yardım evleri, hasta çocukları ziyaretleri ile herhangi bir reklam ikonundan çok daha farklı bir yer edinmiştir (Chithran, 2012: 9).

Marka maskotları, ilk önce çocuk tüketicilerin dikkatini çekse de çocukların ilgisi üzerine anne ve babaların da dikkatini çekmektedir. Özellikle son dönemlerde gittikçe çeşitliliği ve sayısı artan maskotlar ile özdeşlik kurulması, maskotlarla tanımlanmış markanın, daha sıcak ve ailenin bir ferdi gibi algılanmasını sağlar. Böylesine sıkı bir ilişki kurulan maskotlar, reklamlarda yer almanın da ötesinde posterlerde, oyuncaklarda daha fazla görünürlük kazanıp, dolaylı ya da direkt olarak geniş bir kitlenin günlük hayatındaki bir varlık gibi yaşamını sürdürür (Akalin, 2011: 58).

Mevcut literatür incelendiğinde marka maskotlarının marka tanınmasında büyük etkisi olduğu görülmüştür. Ronald McDonald, Bibendum, Doughboy gibi birçok maskot tüketiciler tarafından, özellikle de çocuk tüketiciler üzerinde marka tanınmasında büyük rol oynarlar (Dotz ve diğ. 1996, Mizersky 1995, Fournier 1998, Garretson ve Niedrich 2004, Beirão ve diğ. 2007).

Marka tanınmasında illüstrasyonlar, maskotlar ve renkler, sözel unsurlara oranla tüketiciler üzerinde daha etkilidir. Bu nedenle marka maskotları, görsel bir unsur olmasıyla, ambalajlardan, organizasyonlara kadar birçok yerde tüketiciyle iletişim kurabilmelerinden dolayı, marka tanınırlığında oldukça etkilidirler. Maskotların marka tanınmasındaki rolünde ise 'doğru' ve 'yanlış tanınma' olarak iki yönü vardır. Doğru tanımayı gerçekleştiren tüketiciler, marka ismi ve logosu gibi unsurlarıyla marka maskotunu eşleştirebilirler. Yanlış tanımada ise tüketiciler, maskotun ait olduğu markayı tanımazlar veya başka bir markanın maskotu olduğunu belirtirler (Beirão ve diğ. 2007: 5-8).

Marka maskotlarının marka hatırlanırılılığı üzerine yapılan araştırmalarda, maskotlarının destekli ve desteksiz marka hatırlamasında etkili olduğu sonucuna varılmıştır. (Kirkpatrick 1952, Mizerski 1995, Keller 2012). Kişiler işittiklerinin %20'sini gördüklerinin ise %30'unu duyduklarının ve gördüklerinin %50'sini hatırlama eğilimindedirler (Alakoç 2002: 650). Görsel bir imge olan marka maskotları tüketicilerine erişmek için büyük rol oynarlar. Diğer görsel unsurların yansıra işitsel ve sözselsel marka unsurların hatırlanmasında da etkili olmaktadır.

Marka maskotları, Yunan mitolojik tanrıları gibi 'yarı insan yarı ürün'dür. Maskotlarını geliştiren markalar, sonsuza kadar yaşayan, hiçbir zaman hasta olmayan, sürekli işe gelen, sorun yaratmayan ve her şeyin ötesinde tüketicilerin zihnine kazanıp, 20-30 yıl bile hatırlanan bir değer yaratmış olurlar. Amerika'daki tüketiciler, 30 yıl önce çocukluklarında gördükleri maskotları hatırladıklarını ve tekrar görmekten çok mutluluk duyduklarını iletmiştir. Bu durum, 'retrobranding' yani eski markaların yeniden canlanması kavramının tekrar gün yüzüne çıkmasına da neden olmuştur (Dotz ve Husain 2003: 12-15).

4.MASKOT KULLANIMININ MARKA FARKINDALIĞINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Maskot kullanımının marka iletişimdeki yeri üzerine mevcut araştırmalar (Mizerski 1995, Henke 1995, Neeley ve Schumann 2004, Bulut 2005, Sevim 2010) genellikle çocuk tüketiciler üzerinden ele alınsa da marka maskotları gün geçtikçe ailelerin bir ferdi olmuştur. Türkiye’de televizyonun yaygınlaşmasıyla beraber çocukluklarında marka maskotlarıyla karşılaşan bir neslin var olması, Türkiye’de genç nüfusun büyük bir yüzdeye sahip olması ve marka maskotlarının Türkiye’de marka iletişimde 2000’li yıllardan sonra yer alması (Marangoz 2006: 108, Tek 2004: 29) nedeniyle araştırma gençler üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın amacı; Türkiye’de yaşayan genç tüketiciler üzerinde marka farkındalığı oluşumunda marka maskotu kullanımının etkisini ortaya çıkartmaktır. Araştırma, 18 ila 30 yaş ve arası Türkiye’de yaşayan tüketicileri kapsamaktadır. Marka tanıma ve hatırlama bileşenleri üzerinde maskot kullanımının etkisini ortaya çıkarmayı hedefleyerek, marka farkındalığında maskot kullanımının etkisi araştırılmıştır.

Araştırma, amacı doğrultusunda, tanımlayıcı araştırma modeliyle gerçekleştirilmiştir. Tanımlayıcı araştırma modeli, marka maskotları ve genç tüketicilerin marka farkındalığı arasındaki değişkenleri ve arasındaki ilişki derecesini tanımlamaya yönelik olduğu için seçilmiştir. Literatür incelendiğinde aşağıdaki hipotezlere ulaşılmıştır (Mizersky 1995, Fischer ve diğ 1991, Aaker 2007, Fırlar ve Dündar 2011):

H₁: Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerle cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerle yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerle eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerle gelir durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Marka tanınması ile maskot kullanımını arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₆: Destekli marka hatırlaması ile maskot kullanımını arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₇: Desteksiz marka hatırlaması ile maskot kullanımını arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Örnek kütle seçimi, ana kütle temsil ettiği düşünülen, monografik (tek birimli örnekleme) yöntemiyle (Tekin 2007: 110), mali ve zaman kısıtlamaları göz önüne alınarak ve İstanbul ilinin farklı sosyo-ekonomik özelliklere sahip olması nedeniyle, İstanbul il sınırları içerisinde araştırmanın, gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir. Pazarlama araştırmalarında, örnek kütle hacminin “problem çözümüne yönelik araştırma” yöntemiyle, 300 ila 500 arasında olması belirtilmiştir (Gegez 2010: 259). Bu bağlamda araştırmanın örnek kütlelerini, İstanbul il sınırları içerisinde yaşayan, 18-30 yaş arası, 351 Türkiye’de yaşayan tüketicileri oluşturmaktadır.

Mevcut literatür incelendiğinde marka maskotlarının farklı birçok tür ve biçimde olabildiği görülmüştür (Kirkpatric 1952, Derbaix ve Pecheux 1999, Mizersky 1995, Real Beirão ve diğ. 2007, Brown 2011, Caufield 2012). Araştırma, marka maskotlarını, türlerine

göre antropomorfik, animasyon maskot, hayvan, insan veya konuşan karakter olarak ayırmadan bir bütün olarak ele alınması araştırmamızın kısıtlarını oluşturmaktadır.

5. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR

Yukarıda yer alan açıklamalar doğrultusunda, hazırlanan anket sorularının test edilmesi ve yanlış anlaşılabilir soruların düzeltilmesi için on kişi üzerinde pilot uygulama yapılmıştır. Araştırmamızda, veri toplamak amacıyla yüz yüze ve çevrimiçi yöntemlerle tüketicilere anket çalışması uygulanmıştır. Uygulamada, çalışan ve çalışmayan kesim arasında farklılık yaratmaması açısından hafta içi ve hafta sonu, 12.00 ila 20.00 saatleri aralığında; zaman ve mali kısıtlar gözetilerek; Maltepe, Pendik, Kadıköy, Bağcılar, Sarıyer, Şişli, Gaziosmanpaşa ve Beyoğlu ilçelerinde yüz yüze anket çalışması yapılmıştır.

Hazırlanan anket, Laurent ve diğ (1995) tarafından marka farkındalığı düzeylerini belirlemek amacıyla geliştirilmiş ölçeğin, Fırlar ve Dünder'in (2011) tarafından uyarlanmış hali ve Mizersky (1995) ile Fischer ve diğ (1991) tarafından geliştirilen marka tanıma ve marka hatırlaması unsurları bağlamında marka farkındalığını ölçmek için geliştirilen logo ve ürünlerin maskotlar ile eşleştirilmesine; son olarak da Aaker'ın (2007), desteksiz marka hatırlamasını ölçmek için kullanılan açık uçlu sorular ile marka maskotlarının rolüne yönelik uyarlanan ölçekler kullanılmıştır. Araştırmamızda destekli marka hatırlaması ve marka tanınması yönergelerinde görselleri yer alan beş maskot; Xsights'ın 2012 yılında Marketing Türkiye için yaptığı, araştırmamızın sonucu olarak tespit edilen, en favori on maskot arasından (Ocakoğlu 2012), ilk beş maskot seçilerek maskotlar ile ürünlerin sonrasında ise maskotlar ile logoların eşleştirilmesi istenmiştir.

5.1. Marka Farkındalığı Oluşturmada Maskot Kullanımına İlişkin Düşünceler

351 katılımcı ile gerçekleşen saha araştırmamızda elde edilen verilerin analizleri, S.P.S.S. 21.0 programı yardımıyla analiz edilmiştir. Çalışmada düşüncelere yönelik olarak 12 soruluk bölümünün Cronbach Apha güvenirlik katsayısının 0.71 olduğu tespit edilerek, araştırmamızın güvenilir olduğu saptanmıştır.

5.1.1. Marka Farkındalığı Oluşturmada Maskot Kullanımına İlişkin Düşüncelerin Demografik Özellikler Değişkenleri Bağlamında Değerlendirilmesi

Saha çalışmamıza katılan katılımcılara ait demografik bilgilerin dağılımı Tablo 1'de yer almıştır. Katılımcıların, eğitim durumu bağlamında en büyük yüzdeye %32.1 ile Ön lisans/Lisans mezunları sahipken, en küçük yüzdeyi %9.7 ile ilkokul mezunu olmayanlar kaplamaktadır. Katılımcıların gelir düzeylerinde ise en büyük yüzdeyi %42.9 ile 1000-1999 TL gelir düzeyinde olanlar, en küçük yüzdeyi ise %2 ile 5000 TL ve üstü geliri olan katılımcılar oluşturmaktadır.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

		N	%
Cinsiyet	Kadın	186	52,8
	Erkek	165	46,9
Yaş	18-24	182	51,7
	25-30	169	48,0
Eğitim düzeyi	Ön lisans/Lisans	113	32,1
	Lise	99	28,1
	İlkokul/İlköğretim	63	17,9
	Yüksek lisans/Doktora	42	11,9
	İlkokul mezunu değil	34	9,7
Gelir düzeyi	1000-1999 TL	151	42,9
	0-999 TL	93	26,4
	2000-2999 TL	75	21,3
	3000-4999 t1	25	7,1
	5000+ t1	7	2,0

5.1.1.1. Katılımcıların Cinsiyetleri Açısından Marka Farkındalığında Maskot Kullanımına Yönelik Düşüncelerin Değerlendirilmesi

Demografik özelliklerden ilk olarak cinsiyet faktörü ile marka farkındalığında maskot kullanımının rolü üzerine katılımcıların düşünceleri arasındaki anlamlı bir ilişkinin tespitine yönelik analiz yapılarak, aşağıda yer alan hipotezler sorgulanmıştır.

H_0 : Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerle cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_1 : Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerle cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yapılan analiz sonucunda katılımcıların maskotlar hakkında verdikleri cevapların cinsiyet açısından anlamlı bir farkın olmadığı belirlenmiştir. Tablo 2’de ayrıntılı olarak yer alan yönergeler doğrultusunda, yalnızca “Maskotlar sayesinde markayı daha uzun süre hatırlıyorum” yönergesinde anlamlılığa yakın sonuçlar alındığı, bu yönerge konusunda erkeklerin puanlarının ($X=2,6303$) kadınlardan ($X=2,3763$) yüksek olduğu ifade edilebilir. Marka farkındalığında maskot kullanımının rolü üzerine düşüncelerin tespitine yönelik hazırlanan 12 yönergeden bir tanesinde anlamlılığa yakın bir sonuç elde edildiğinden dolayı, H_1 reddedilip H_0 kabul edilmiştir.

Tablo 2: Maskotlara Yönelik Düşünceler ve Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişkiye Yönelik Analiz Sonuçları

Görüşler	Cinsiyet	N	Ortalama	Stand. Sapma	t	p
Maskotlar markayı daha kolay hatırlamamı sağlar	Kadın	186	1,6828	,92498	-1,050	,295
	Erkek	165	1,7879	,94861		
Maskotları satın almak isterim	Kadın	186	2,4301	1,13802	-1,534	,126
	Erkek	165	2,6303	1,30769		
Maskot kullanan markalar daha sevimli ve eğlencelidir	Kadın	186	2,1344	,97991	-1,588	,117
	Erkek	165	2,3152	1,15191		
Maskotları hatırlıyorum ancak hangi markaya ait olduklarımı hatırlamıyorum	Kadın	186	2,7473	1,21949	,655	,513
	Erkek	165	2,6606	1,25667		
Maskot kullanılan, reklamlar daha ilgi çekicidir	Kadın	186	2,3172	1,18158	-,918	,359
	Erkek	165	2,4303	1,11653		
Maskotların olduğu bir organizasyona katılmak isterim	Kadın	186	3,1398	1,15400	,921	,358
	Erkek	165	3,0242	1,19425		
Maskot kullanan markaları tanırım	Kadın	186	2,2742	1,06293	-,642	,521
	Erkek	165	2,3515	1,19351		
Maskotlar alışveriş sırasında hatırlamamı sağlar	Kadın	186	2,6505	1,31166	,779	,436
	Erkek	165	2,5455	1,20190		
Maskotlar ürün ve marka tercihimde etkilidir	Kadın	186	3,1290	1,19210	-,355	,723
	Erkek	165	3,1758	1,27333		
Maskotlar sayesinde markayı daha uzun süre hatırlıyorum	Kadın	186	2,3763	1,26418	-1,839	,067
	Erkek	165	2,6303	1,32160		
Maskotlarla sıklıkla karşılaşırım	Kadın	186	2,5484	1,18565	-,506	,613
	Erkek	165	2,6121	1,16655		
Maskot kullanan markalara karşı güven duyarım	Kadın	186	3,2473	1,15460	,709	,479
	Erkek	165	3,1576	1,21450		

5.1.1.2. Katılımcıların Yaş Grubu Açısından Marka Farkındalığında Maskot Kullanımına Yönelik Düşüncelerin Değerlendirilmesi

Araştırmamız 18-30 yaş ve arası gençleri kapsamıyla birlikte, 18-24 ve 25-30 olmak üzere iki ana gruba bölünmüştür. Katılımcıların, marka farkındalığında maskot kullanımının rolü üzerine katılımcıların düşünceleri ile yaş grupları arasındaki anlamlı bir ilişkinin tespitine yönelik analiz yapılarak, aşağıda yer alan hipotezler sorgulanmıştır.

H_0 : Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerle yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_2 : Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerle yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yapılan analiz sonucunda katılımcıların verdikleri cevaplar ile yaş değişkeni arasındaki ilişkiye bakıldığında; “Maskot kullanan markalara karşı güven duyarım” yönergesinde yaş değişkeni açısından anlamlı bir farkın olduğu, buna göre 18-24 yaş arası bireylerin puanlarının ($X=3,3314$) 25-30 yaş arasında bireylerin puanlarından ($X=3,0879$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

Marka farkındalığında maskot kullanımının rolünün üzerine düşüncelerin tespitine yönelik 12 yönergeden bir tanesinde anlamlı bir sonuç elde edildiğinden dolayı, H_2 reddedilip H_0 kabul edilmiştir.

Tablo 3: Maskotlara Yönelik Düşünceler ve Yaş Değişkeni Arasındaki İlişkiye Yönelik Analiz Sonuçları

Görüşler	Yaş değişken	N	Ortalama	Stand. Sapma	t	p
Maskotlar markayı daha kolay hatırlamamı sağlar	18-24	169	1,7574	,88322	,485	,628
	25-30	182	1,7088	,98487		
Maskotları satın almak isterim	18-24	169	2,6095	1,26356	1,259	,209
	25-30	182	2,4451	1,18217		
Maskot kullanan markalar daha sevimli ve eğlencelidir	18-24	169	2,2367	1,05371	,293	,770
	25-30	182	2,2033	1,08092		
Maskotları hatırlıyorum ancak hangi markaya ait olduklarımı hatırlamıyorum	18-24	169	2,6036	1,19632	-1,507	,133
	25-30	182	2,8022	1,26770		
Maskot kullanılan, reklamlar daha ilgi çekicidir	18-24	169	2,3018	1,11699	-1,076	,283
	25-30	182	2,4341	1,18160		
Maskotların olduğu bir organizasyona katılmak isterim	18-24	169	3,1302	1,15247	,688	,492
	25-30	182	3,0440	1,19309		
Maskot kullanan markaları tanırım	18-24	169	2,3018	1,05110	-,140	,888
	25-30	182	2,3187	1,19279		
Maskotlar alışveriş sırasında hatırlamamı sağlar	18-24	169	2,6391	1,27004	,542	,588
	25-30	182	2,5659	1,25418		
Maskotlar ürün ve marka tercihimde etkilidir	18-24	169	3,1893	1,31371	,563	,574
	25-30	182	3,1154	1,14809		
Maskotlar sayesinde markayı daha uzun süre hatırlıyorum	18-24	169	2,4142	1,24644	-1,136	,257
	25-30	182	2,5714	1,33911		
Maskotlarla sıklıkla karşılaşırım	18-24	169	2,6686	1,22825	1,389	,166
	25-30	182	2,4945	1,12110		
Maskot kullanan markalara karşı güven duyarım	18-24	169	3,3314	1,20871	1,935	,044*
	25-30	182	3,0879	1,14813		

*p<0.05

5.1.1.2. Katılımcıların Eğitim Durumu Açısından Marka Farkındalığında Maskot Kullanımına Yönelik Düşüncelerin Değerlendirilmesi

Demografik özelliklerden bir diğeri olan eğitim durumu ile marka farkındalığında maskot kullanımının rolü üzerine katılımcıların düşünceleri arasındaki anlamlı bir ilişkinin tespitine yönelik analiz yapılarak, aşağıda yer alan hipotezler sorgulanmıştır.

H_0 : Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerle eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_3 : Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerle eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Yapılan analiz sonucunda katılımcıların verdikleri cevaplar ile eğitim durumu değişkeni arasındaki ilişkiye bakıldığında bazı boyutlarda anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir. Bu anlamlılığın kaynağının belirlenmesi için Tukey Post Hoch istatistiği kullanılmıştır. Buna göre:

“Maskotları satın almak isterim” yönergesinde Ön lisans/lisans mezunu olan bireylerin puanlarının ($X=1,3392$) ilkokul mezunu olmayan bireylerin puanlarından ($X=,69651$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

“Maskotları hatırlıyorum ancak hangi markaya ait olduklarımı hatırlamıyorum” yönergesinde yüksek lisans/doktora mezunu olan bireylerin puanlarının ($X=1,7125$) ilkokul mezunu olmayan bireylerin puanlarından ($X=,95518$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

“Maskot kullanılan, reklamlar daha ilgi çekicidir” yönergesinde Ön lisans/lisans mezunu olan bireylerin puanlarının ($X=,91250$) ilkokul/ ilköğretim mezunu olan bireylerin puanlarından ($X=,48601$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

“Maskot kullanan markaları tanırım” yönergesinde onlisans mezunu olan bireylerin puanlarının ($X=1,1621$) ilkokul mezunu olmayan bireylerin puanlarından ($X=,68774$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

“Maskotlar alışveriş sırasında hatırlamamı sağlar” yönergesinde yüksek lisans/doktora mezunu olan bireylerin puanlarının ($X=1,4487$) ilkokul mezunu olmayan bireylerin puanlarından ($X=,77778$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

“Maskotlar sayesinde markayı daha uzun süre hatırlıyorum” yönergesinde yüksek lisans/doktora mezunu olan bireylerin puanlarının ($X=1,4207$) ilkokul mezunu olmayan bireylerin puanlarından ($X=,73016$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

Yukarıda yer alan bulgulardan yola çıkılarak eğitim düzeyi arttıkça katılımcıların maskotlara yönelik algılarında değişim olduğu ifade edilebilir. Marka farkındalığında maskot kullanımının rolü üzerinde düşüncelerin eğitim durumu değişkeni arasındaki ilişkiye yönelik yapılan araştırma sonucunda, H_0 reddedilip H_3 kabul edilmiştir.

Tablo 4: Maskotlara Yönelik Düşünceler ve Eğitim Durumu Arasındaki İlişkiye Yönelik Analiz Sonuçları

Değişken ve alt boyutları	Eğitim durumu	N	X	Ss	F	p
Maskotlar markayı daha kolay hatırlamamı sağlar	İlkokul mezunu değil	34	1,6765	,91189	,615	,652
	İlkokul/İlköğretim	63	1,6825	,83907		
	Lise	99	1,8485	1,10068		
	Ön lisans/Lisans	113	1,6637	,92206		
	Yüksek lisans/Doktora	42	1,7619	,69175		
Maskotları satın almak isterim	İlkokul mezunu değil	34	2,1176	1,17460	4,685	,001*
	İlkokul/İlköğretim	63	2,1429	1,11958		
	Lise	99	2,4747	1,17233		
	Ön lisans/Lisans	113	2,8142	1,25747		
	Yüksek lisans/Doktora	42	2,7619	1,22593		
Maskot kullanan markalar daha sevimli ve eğlencelidir	İlkokul mezunu değil	34	2,4118	1,15778	,637	,636
	İlkokul/İlköğretim	63	2,2540	1,16354		
	Lise	99	2,2121	1,05243		
	Ön lisans/Lisans	113	2,1150	,97972		
	Yüksek lisans/Doktora	42	2,3095	1,11504		
Maskotları hatırlıyorum ancak hangi markaya ait olduklarını hatırlamıyorum	İlkokul mezunu değil	34	3,2647	1,33278	6,791	,000*
	İlkokul/İlköğretim	63	3,0952	1,18749		
	Lise	99	2,7980	1,26152		
	Ön lisans/Lisans	113	2,3894	1,15290		
	Yüksek lisans/Doktora	42	2,3095	1,04737		
Maskot kullanılan, reklamlar daha ilgi çekicidir	İlkokul mezunu değil	34	2,6765	1,14734	4,334	,002*
	İlkokul/İlköğretim	63	2,5873	1,13073		
	Lise	99	2,5657	1,24672		
	Ön lisans/Lisans	113	2,0796	1,07023		
	Yüksek lisans/Doktora	42	2,1190	,96783		
Maskotların olduğu bir organizasyona katılmak isterim	İlkokul mezunu değil	34	2,7059	1,14228	1,379	,241
	İlkokul/İlköğretim	63	3,2857	1,24988		
	Lise	99	3,1111	1,21964		
	Ön lisans/Lisans	113	3,0796	1,07023		

	Yüksek lisans/Doktora	42	3,0476	1,20876		
Maskot kullanan markaları tanırım	İlkokul mezunu değil	34	2,6176	1,20641	5,021	,001*
	İlkokul/İlköğretim	63	2,7143	1,26272		
	Lise	99	2,3535	1,13671		
	Ön lisans/Lisans	113	2,0265	1,01295		
	Yüksek lisans/Doktora	42	2,1190	,86115		
Maskotlar alışveriş sırasında hatırlamamı sağlar	İlkokul mezunu değil	34	3,0588	1,34708	5,676	,000*
	İlkokul/İlköğretim	63	3,0159	1,32582		
	Lise	99	2,6768	1,26836		
	Ön lisans/Lisans	113	2,3009	1,16408		
	Yüksek lisans/Doktora	42	2,2381	1,03145		
Maskotlar ürün ve marka tercihimde etkilidir	İlkokul mezunu değil	34	2,8235	1,33645	1,199	,311
	İlkokul/İlköğretim	63	3,0794	1,23526		
	Lise	99	3,1010	1,24125		
	Ön lisans/Lisans	113	3,3097	1,25413		
	Yüksek lisans/Doktora	42	3,2143	1,00087		
Maskotlar sayesinde markayı daha uzun süre hatırlıyorum	İlkokul mezunu değil	34	2,7941	1,22547	5,456	,000*
	İlkokul/İlköğretim	63	3,0159	1,39691		
	Lise	99	2,5354	1,34250		
	Ön lisans/Lisans	113	2,1593	1,18447		
	Yüksek lisans/Doktora	42	2,2857	1,08843		
Maskotlarla sıklıkla karşılaşırım	İlkokul mezunu değil	34	2,8824	1,20012	1,314	,264
	İlkokul/İlköğretim	63	2,6032	1,30186		
	Lise	99	2,5758	1,22966		
	Ön lisans/Lisans	113	2,4159	1,07509		
	Yüksek lisans/Doktora	42	2,7381	1,06059		
Maskot kullanan markalara karşı güven duyarım	İlkokul mezunu değil	34	3,1176	1,14851	1,562	,184
	İlkokul/İlköğretim	63	3,2698	1,35844		
	Lise	99	2,9798	1,24523		
	Ön lisans/Lisans	113	3,3186	1,07126		
	Yüksek lisans/Doktora	42	3,4048	1,01356		

*p<0.05

5.1.1.2. Katılımcıların Gelir Durumu Açısından Marka Farkındalığında Maskot Kullanımına Yönelik Düşüncelerin Değerlendirilmesi

Katılımcıların, gelir durumu ile marka farkındalığında maskot kullanımının rolü üzerine katılımcıların düşünceleri arasındaki anlamlı bir ilişkinin tespitine yönelik analiz yapılarak, aşağıda yer alan hipotezler sorgulanmıştır.

H_0 : Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerle gelir durumu arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_4 : Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerle gelir durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu anlamlılığın kaynağının belirlenmesi için Tukey Post Hoch istatistiği kullanılmıştır. Buna göre;

“Maskotları hatırlıyorum ancak hangi markaya ait olduklarını hatırlamıyorum” yönergesinde geliri 3000-4999 TL olan bireylerin puanlarının ($X= 1,1579$) 0-999 tl olan bireylerin puanlarından ($X= ,58409$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

“Maskotlar markayı daha kolay hatırlamamı sağlar” yönergesinde geliri 0-999 tl olan bireylerin puanlarının ($X= 1,0556$) 1000-1999 TL olan bireylerin puanlarından ($X= ,62095$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

“Maskotları satın almak isterim” yönergesinde geliri 3000-4999 TL olan bireylerin puanlarının ($X= 1,1446$) 0-999 TL olan bireylerin puanlarından ($X= ,60215$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

“Maskot kullanan markaları tanırım” yönergesinde geliri 1000-1999 TL olan bireylerin puanlarının ($X= ,66150$) 0-999 TL olan bireylerin puanlarından ($X= ,37264$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

“Maskotlar ürün ve marka tercihimde etkilidir” yönergesinde geliri 0-999 TL olan bireylerin puanlarının ($X= ,72480$) 1000-1999 TL olan bireylerin puanlarından ($X= ,40860$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

“Maskotlar sayesinde markayı daha uzun süre hatırlıyorum” yönergesinde geliri 2000-2999 TL olan bireylerin puanlarının ($X= ,85900$) 1000-1999 TL olan bireylerin puanlarından ($X= ,50208$) anlamlı düzeyde yüksek olduğu belirlenmiştir.

Yapılan analiz sonucu gelir durumu değişkeni ile marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşünceler ile anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda H_0 reddedilip, H_4 kabul edilmiştir.

Tablo 5: Maskotlara Yönelik Düşünceler ve Gelir Durumu Arasındaki İlişkiye Yönelik Analiz Sonuçları

Değişken ve alt boyutları	Gelir düzeyi	N	X	Ss	F	p
Maskotlar markayı daha kolay hatırlamamı sağlar	0-999 TL	93	1,6559	,80074	2,413	,049*
	1000-1999 TL	151	1,7351	,97777		
	2000-2999 TL	75	1,6267	,92668		
	3000-4999 TL	25	2,2400	1,01160		
	5000+ TL	7	2,0000	1,15470		
Maskotları satın almak isterim	0-999 TL	93	2,8925	1,30603	4,020	,003*
	1000-1999 TL	151	2,2715	1,13098		
	2000-2999 TL	75	2,5067	1,11952		
	3000-4999 TL	25	2,7200	1,27541		
	5000+ TL	7	2,5714	1,81265		
Maskot kullanan markalar daha sevimli ve eğlencelidir	0-999 TL	93	2,2473	1,00710	,599	,664
	1000-1999 TL	151	2,2649	1,11177		
	2000-2999 TL	75	2,0533	1,11371		
	3000-4999 TL	25	2,3200	,80208		
	5000+ TL	7	2,2857	1,25357		
Maskotları hatırlıyorum ancak hangi markaya ait olduklarını hatırlamıyorum	0-999 TL	93	2,3978	1,18999	2,690	,031*
	1000-1999 TL	151	2,8079	1,20397		
	2000-2999 TL	75	2,8400	1,26320		
	3000-4999 TL	25	3,0000	1,38444		
	5000+ TL	7	2,1429	1,06904		
Maskot kullanılan, reklamlar daha ilgi çekicidir	0-999 TL	93	2,1290	1,09570	1,894	,111
	1000-1999 TL	151	2,4503	1,15867		
	2000-2999 TL	75	2,4133	1,16356		
	3000-4999 TL	25	2,7200	1,20830		
	5000+ TL	7	2,1429	1,06904		
Maskotların olduğu bir organizasyona katılmak isterim	0-999 TL	93	3,2151	1,15955	2,077	,083
	1000-1999 TL	151	2,9934	1,20829		
	2000-2999 TL	75	3,0533	1,12578		
	3000-4999 TL	25	3,4800	,96264		
	5000+ TL	7	2,2857	1,38013		

Maskot kullanan markaları tanırım	0-999 TL	93	2,1505	1,07285	2,722	,029*
	1000-1999 TL	151	2,5232	1,20463		
	2000-2999 TL	75	2,1600	1,00054		
	3000-4999 TL	25	2,2400	1,01160		
	5000+ TL	7	1,7143	1,11270		
Maskotlar alışveriş sırasında hatırlamamı sağlar	0-999 TL	93	2,4086	1,16317	1,225	,300
	1000-1999 TL	151	2,7219	1,24450		
	2000-2999 TL	75	2,5867	1,30584		
	3000-4999 TL	25	2,7600	1,47986		
	5000+ TL	7	2,1429	1,46385		
Maskotlar ürün ve marka tercihimde etkilidir	0-999 TL	93	3,4086	1,26178	2,427	,048*
	1000-1999 TL	151	3,0000	1,20000		
	2000-2999 TL	75	3,0133	1,20240		
	3000-4999 TL	25	3,5200	1,19443		
	5000+ TL	7	3,1429	1,34519		
Maskotlar sayesinde markayı daha uzun süre hatırlıyorum	0-999 TL	93	2,3871	1,22503	2,549	,039*
	1000-1999 TL	151	2,6887	1,36228		
	2000-2999 TL	75	2,1867	1,12338		
	3000-4999 TL	25	2,4800	1,29486		
	5000+ TL	7	3,1429	1,86445		
Maskotlarla sıklıkla karşılaşırım	0-999 TL	93	2,5591	1,14647	,631	,641
	1000-1999 TL	151	2,6225	1,23149		
	2000-2999 TL	75	2,4667	1,04407		
	3000-4999 TL	25	2,5600	1,29357		
	5000+ TL	7	3,1429	1,34519		
Maskot kullanan markalara karşı güven duyarım	0-999 TL	93	3,3978	1,06465	1,501	,202
	1000-1999 TL	151	3,1192	1,25394		
	2000-2999 TL	75	3,0400	1,20180		
	3000-4999 TL	25	3,4400	1,12101		
	5000+ TL	7	3,4286	,78680		

*p<0.05

5.2. Marka Farkındalığında Maskot Kullanımının Rolü

Marka farkındalığında maskot kullanımının rolünü, tespit etmek amacıyla beş adet marka maskotu resmiyle, beş adet ürünün ve aynı beş adet maskot resmiyle beş adet logonun eşleştirilmesi uygulaması sonucunda analiz yapılmıştır. Marka farkındalığının bileşenlerinden marka tanınırlığı maskot ve ürün eşleştirmesi ile marka hatırlaması ise destekli marka hatırlaması bağlamında maskot ve logo eşleştirilmesi uygulaması ile anlamlı bir ilişki tespit etmek hedeflenmiştir.

Yapılan analizler sonucunda maskot kullanımı ile marka tanınması ve destekli marka hatırlaması arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Maskot ürün eşleştirmesinde yer alan beş yönergenin, frekans değeri %96,6 iken maskot logo eşleştirmesinde yer alan beş yönergenin frekans değerinin %96,94 olduğu tespit edilerek, marka farkındalığı ile maskot kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

5.2.1. Ürün-Maskot Eşleştirmesinde Marka Tanınması

Maskot kullanımı ve marka tanınırlığı arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını test etmek için frekans analizi yapılmıştır. Maskot ve dört adet ürün görsellerinin birisinin eşleştirilmesiyle marka farkındalığı unsurlarından marka tanınırlığı ölçülmesi hedeflenerek aşağıdaki hipotezler sunulmuştur.

H_0 : Marka tanınması ile maskot kullanımını arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_5 : Marka tanınması ile maskot kullanımını arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Aşağıda yer alan analizler sonucunda beş yönergenin doğru ürün maskot eşleştirmesinin ortalaması %96,6 olarak tespit edilmiştir. Beş yönergede de marka maskotlarının, marka tanınması arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmış ve H_0 reddedilmiş H_5 kabul edilmiştir.

Yapılan analizler, sonucunda formda yer alan beş maskot arasında en düşük marka tanıma oranı, % 95,2 ile Cellocan maskotunun olduğu tespit edilmiştir. En yüksek marka tanıma oranına sahip olan maskotun ise % 98,9 ile Dalin markasının, civcivi olduğu sonucuna varılmıştır.

Çalışmamızda görseli yer alan ilk maskot Arçelik maskotudur ve doğru yanıt A seçeneğidir. Bu bağlamda katılımcıların cevapları incelendiğinde A seçeneğini işaretleyen 344 kişi, B seçeneğini işaretleyen 3 kişi, C seçeneğini işaretleyen 2 kişi ve D seçeneğini işaretleyen 2 kişi vardır. Dolayısıyla ilk yönerge dikkate alındığında katılımcıların marka ürün eşleştirmesinde farkındalıklarının yüksek olduğu ifade edilebilir. Maskot-ürün eşleştirmesi, frekans analizi sonucu %97.7 değeri ile marka tanınmasının anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir. 1. yönergede yer alan maskot- ürün eşleştirmesi, frekans analizi sonucu %95.2 değeri ile marka tanınmasının anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5: Marka-Ürün Eşleştirmesinde 1. Yönergeye Ait Frekans Analizi Sonuçları

Marka-ürün eşleştirmesi	N	%
A seçeneği (Çamaşır makinesi)	344	97,7
B seçeneği (Mobilya)	3	,9
C seçeneği (Otomobil)	2	,6
D seçeneği (Cep Telefonu)	2	,6
Toplam	351	100

İkinci olarak yer alan eşleştirmede Cellocan maskotu yer almaktadır ve doğru yanıt C seçeneğidir. Bu bağlamda katılımcıların cevapları incelendiğinde A seçeneğini işaretleyen 4 kişi, B seçeneğini işaretleyen 0 kişi, C seçeneğini işaretleyen 335 kişi ve D seçeneğini işaretleyen 12 kişi vardır. Dolayısıyla ikinci yönerge dikkate alındığında katılımcıların marka ürün eşleştirmesinde farkındalıklarının yüksek olduğu ifade edilebilir. 2. yönergede yer alan maskot- ürün eşleştirmesi, frekans analizi sonucu %95.2 değeri ile marka tanınmasının anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6: Marka-Ürün Eşleştirmesinde 2. Yönergeye Ait Frekans Analizi Sonuçları

Marka-ürün eşleştirmesi	N	%
A seçeneği (Şampuan)	4	1,1
B seçeneği (Çikolata)	0	0
C seçeneği (Cep Telefonu)	335	95,2
D seçeneği (Çamaşır makinesi)	12	3,4
Toplam	351	100

Üçüncü yönergede, Panda markasının, Panda maskotu görseli kullanılmıştır ve eşleştirmede doğru yanıt B seçeneğidir. Bu bağlamda katılımcıların cevapları incelendiğinde A seçeneğini işaretleyen 2 kişi, B seçeneğini işaretleyen 336 kişi, C seçeneğini işaretleyen 8 kişi ve D seçeneğini işaretleyen 5 kişi vardır. Dolayısıyla üçüncü yönerge dikkate alındığında katılımcıların marka ürün eşleştirmesinde farkındalıklarının yüksek olduğu ifade edilebilir. 3. yönergede yer alan maskot- ürün eşleştirmesi, frekans analizi sonucu %95.5 değeri ile marka tanınmasının anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7: Marka-Ürün Eşleştirmesinde 3. Yönergeye Ait Frekans Analizi Sonuçları

Marka-ürün eşleştirmesi	N	%
A seçeneği (Çikolata)	2	,6
B seçeneği (Dondurma)	336	95,5
C seçeneği (Şampuan)	8	2,3
D seçeneği (Kola)	5	1,4
Toplam	351	100

Dördüncü, Dalin markasının civciv maskotu görseli kullanılmıştır ve eşleştirmede doğru yanıt D seçeneğidir. Bu bağlamda katılımcıların cevapları incelendiğinde A seçeneğini işaretleyen 1 kişi, B seçeneğini işaretleyen 0 kişi, C seçeneğini işaretleyen 3 kişi ve D

seçeneğini işaretleyen 347 kişi vardır. Dolayısıyla dördüncü yönerge dikkate alındığında katılımcıların maskot logo eşleştirmesinde farkındalıklarının yüksek olduğu ifade edilebilir. 4. yönergede yer alan maskot- ürün eşleştirmesi, frekans analizi sonucu %98,9 değeri ile marka tanınmasının anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8: Marka-Ürün Eşleştirmesinde 4. Yönergeye Ait Frekans Analizi Sonuçları

Marka-ürün eşleştirmesi	N	%
A seçeneği (Dondurma)	1	,3
B seçeneği (Mobilya)	0	0
C seçeneği (Kola)	2	,6
D seçeneği (Şampuan)	348	98,9
Toplam	351	100

Son eşleştirmede Coca Cola markasının kutup ayısı maskotu görseli kullanılmış ve doğru yanıt D seçeneğidir. Bu bağlamda katılımcıların cevapları incelendiğinde A seçeneğini işaretleyen 2 kişi, B seçeneğini işaretleyen 0 kişi, C seçeneğini işaretleyen 12 kişi ve D seçeneğini işaretleyen 337 kişi vardır. Dolayısıyla son yönerge dikkate alındığında katılımcıların marka ürün eşleştirmesinde farkındalıklarının yüksek olduğu ifade edilebilir. 5. yönergede yer alan maskot- ürün eşleştirmesi, frekans analizi sonucu %95,7 değeri ile marka tanınmasının anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 9: Marka-Ürün Eşleştirmesinde 5. Yönergeye Ait Frekans Analizi Sonuçları

Marka-ürün eşleştirmesi	N	%
A seçeneği (Otomobil)	2	,6
B seçeneği (Şampuan)	0	0
C seçeneği (Dondurma)	12	3,4
D seçeneği (Kola)	337	95,7
Toplam	351	100

Bu bulgulardan yola çıkarak, marka ürün eşleştirmesinde araştırmaya dahil edilen beş yönergede de katılımcıların yüksek farkındalık gösterdikleri ve büyük bir çoğunluğun doğru yanıtı verdiği belirlenmiştir.

5.2.2. Logo-Maskot Eşleştirmesinde Destekli Marka Hatırlaması

Maskot kullanımı ve marka tanınırlığı arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını test etmek için frekans analizi yapılmıştır. Maskot ve dört adet ürün görsellerinin birisinin eşleştirilmesiyle marka farkındalığı unsurlarından marka tanınırlığı ölçülmesi hedeflenerek aşağıdaki hipotezler sunulmuştur.

H_0 : Destekli marka hatırlaması ile maskot kullanımını arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H_6 : Destekli marka hatırlaması ile maskot kullanımını arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Aşağıda yer alan analizler sonucunda beş yönergenin doğru logo maskot eşleştirmesinin ortalaması %96,94 olarak tespit edilmiştir. Beş yönergede de marka

maskotlarının, marka tanınması arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmış ve H_0 reddedilmiş H_6 kabul edilmiştir.

Arçelik maskotunun görselinin kullanıldığı ilk eşleştirmede doğru yanıt A seçeneğidir. Bu bağlamda katılımcıların cevapları incelendiğinde A seçeneğini işaretleyen 348 kişi, B seçeneğini işaretleyen 0 kişi, C seçeneğini işaretleyen 0 kişi ve D seçeneğini işaretleyen 3 kişi vardır. Dolayısıyla ilk yönerge dikkate alındığında katılımcıların maskot logo eşleştirmesinde farkındalıklarının yüksek olduğu ifade edilebilir. 1. yönergede yer alan maskot logo eşleştirmesi, frekans analizi sonucu %98,9 değeri ile destekli marka hatırlamasının anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 10: Marka-Logo Eşleştirmesinde 1. Yönergeye Ait Frekans Analizi Sonuçları

Maskot- logo eşleştirmesi	N	%
A seçeneği (Arçelik Logosu)	348	98,9
B seçeneği (Vestel Logosu)	0	0
C seçeneği (Toyota Logosu)	0	0
D seçeneği (Beko Logosu)	3	1,1
Toplam	351	100

Cellocan, maskotunun görselinin kullanıldığı ikinci eşleştirmede doğru yanıt D seçeneğidir. Bu bağlamda katılımcıların cevapları incelendiğinde A seçeneğini işaretleyen 1 kişi, B seçeneğini işaretleyen 17 kişi, C seçeneğini işaretleyen 1 kişi ve D seçeneğini işaretleyen 332 kişi vardır. Dolayısıyla ikinci yönerge dikkate alındığında katılımcıların maskot logo eşleştirmesinde farkındalıklarının yüksek olduğu ifade edilebilir. 2. yönergede yer alan maskot logo eşleştirmesi, frekans analizi sonucu %94,3 değeri ile destekli marka hatırlamasının anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 11: Marka-Logo Eşleştirmesinde 2. Yönergeye Ait Frekans Analizi Sonuçları

Maskot- logo eşleştirmesi	N	%
A seçeneği (Avea Logosu)	1	,3
B seçeneği (Dalin Logosu)	17	4,8
C seçeneği (Vodafone Logosu)	1	,3
D seçeneği (Turkcell Logosu)	332	94,3
Toplam	351	100

Panda maskotunun görselinin kullanıldığı üçüncü eşleştirmede doğru yanıt C seçeneğidir. Bu bağlamda katılımcıların cevapları incelendiğinde A seçeneğini işaretleyen 4 kişi, B seçeneğini işaretleyen 0 kişi, C seçeneğini işaretleyen 342 kişi ve D seçeneğini işaretleyen 5 kişi vardır. Dolayısıyla üçüncü yönerge dikkate alındığında katılımcıların maskot logo eşleştirmesinde farkındalıklarının yüksek olduğu ifade edilebilir. 3. yönergede yer alan maskot logo eşleştirmesi, frekans analizi sonucu %97,2 değeri ile destekli marka hatırlamasının anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 12: Marka-Logo Eşleştirmesinde 3. Yönergeye Ait Frekans Analizi Sonuçları

Maskot- logo eşleştirmesi	N	%
A seçeneği (Dalın Logosu)	4	1,2
B seçeneği (Algida Logosu)	0	0
C seçeneği (Panda Logosu)	342	97,2
D seçeneği (Arçelik Logosu)	5	1,6
Toplam	351	100

Civciv maskotunun görselinin kullanıldığı dördüncü eşleştirmede doğru yanıt D seçeneğidir. Bu bağlamda katılımcıların cevapları incelendiğinde A seçeneğini işaretleyen 1 kişi, B seçeneğini işaretleyen 0 kişi, C seçeneğini işaretleyen 3 kişi ve D seçeneğini işaretleyen 347 kişi vardır. Dolayısıyla dördüncü yönerge dikkate alındığında katılımcıların maskot logo eşleştirmesinde farkındalıklarının yüksek olduğu ifade edilebilir. 4. yönergede yer alan maskot logo eşleştirmesi, frekans analizi sonucu %98,6 değeri ile destekli marka hatırlamasının anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 13: Marka-Logo Eşleştirmesinde 4. Yönergeye Ait Frekans Analizi Sonuçları

Maskot- logo eşleştirmesi	N	%
A seçeneği (Nivea Logosu)	1	,5
B seçeneği (Mothercare Logosu)	0	0
C seçeneği (Algida Logosu)	3	,9
D seçeneği (Dalın Logosu)	347	98,6
Toplam	351	100

Kutup ayısı maskotunun görselinin yer aldığı son eşleştirmede doğru yanıt C seçeneğidir. Bu bağlamda katılımcıların cevapları incelendiğinde A seçeneğini işaretleyen 0 kişi, B seçeneğini işaretleyen 13 kişi, C seçeneğini işaretleyen 337 kişi ve D seçeneğini işaretleyen 1 kişi vardır. Dolayısıyla son yönerge dikkate alındığında katılımcıların maskot logo eşleştirmesinde farkındalıklarının yüksek olduğu ifade edilebilir. 5. yönergede yer alan maskot logo eşleştirmesi, frekans analizi sonucu %98,6 değeri ile destekli marka hatırlamasının anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 14: Marka-Logo Eşleştirmesinde 5. Yönergeye Ait Frekans Analizi Sonuçları

Maskot- logo eşleştirmesi	N	%
A seçeneği (Arçelik Logosu)	0	0
B seçeneği (Pepsi Logosu)	13	3,8
C seçeneği (Coca Cola Logosu)	337	95,7
D seçeneği (Lipton Logosu)	1	,5
Toplam	351	100

5.3. Desteksiz Marka Hatırlamada Maskot Kullanımının Rolü

Desteksiz marka hatırlamasında, marka maskotlarının rolünü tespitine yönelik frekans analizi yapılarak, katılımcıların akıllarına ilk gelen maskotları marka iletişimde yer aldığı markayla birlikte söylemeleri istenmiştir. Yapılan analizler sonucu aşağıda yer alan hipotezler sorgulanmıştır.

H₀: Desteksiz marka hatırlaması ile maskot kullanımını arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H₇: Desteksiz marka hatırlaması ile maskot kullanımını arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Akla ilk gelen maskot ve ait olduğu marka yönergesine yönelik yapılan yüzde-frekans analizinde araştırmaya katılan toplam 351 kişinin ifade ettiği toplam 42 maskot tespit edilmiştir. Bu maskot ve markalar aşağıda yer alan Tablo 15’de doğru marka ve maskot eşleştirmesini yapan katılımcıların frekans analizi özetlenmiştir. Buna göre akla ilk gelen üç maskot ve markası, Arçelik-Çelik, Milka-Mor İnek ve Yapı Kredi (World Card)-Vadaa, maskot ve markalarıdır.

Analiz sonucu katılımcıların %84,04’ü doğru marka ile maskotu eşleştirebilmiştir. Katılımcıların, %0,85’i maskotların ismini hatırlamış, ancak ait oldukları markalar yerine aynı sektörde yer alan markalar ile eşleştirme yapmıştır. Maskotların ismini hatırlayan ancak hangi markaya ait olduğunu hatırlamayan katılımcıların oranı %0,56; markaların ismini hatırlayan ancak maskot ismini hatırlamayan katılımcıların oranı ise %0,56 olarak tespit edilmiştir. Hiçbir marka maskotunu hatırlamayan katılımcıların oranı ise %3,41 olduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla %84.04’lük doğru maskot ile ait olduğu marka eşleştirme oranı dikkate alındığında katılımcıların maskot marka eşleştirmesinde desteksiz marka hatırlamasının, yüksek olduğu ifade edilebilir. Yapılan analiz sonucunda; H₀ reddedilip, H₇ kabul görmüştür.

Tablo 15: Marka-Maskot Eşleştirmesine Ait Frekans Analizi Sonuçları

		N	%
Arçelik	Çelik	58	19,6
Milka	Mor İnek	27	9,1
Yapı Kredi (World)	Vadaa	27	9,1
Turkcell	Celocan	20	6,7
Migros	Kanguru	19	6,4
Dalin	Civciv	16	5,4
Selpak	Filler	15	5,0
Panda	Panda	15	5,0
En Para	Kıl Adam	12	4
Algida	Aslan Max	8	2,7
Cheetos	Chester	7	2,3
Yumoş	Ayıcık	7	2,3
Nesquik	Tavşan	6	2

Michelin	Lastik Adam	6	2
Arçelik	Çeliknaz	4	1,3
Duracell	Ayıcık	4	1,3
Lays	Ayşe Teyze	4	1,3
Popeeye's	Tavuk (Terbiyesiz Tavuk)	4	1,3
Ankara Bel.	Ankara Kedisi	3	1
Domestos	Mikroplar	3	1
LCW	Maymun	3	1
Sütaş	İnekler	3	1
İng Bank	Aslan	2	0,6
Pınar	Beyin	2	0,6
Kinder Sürpriz	Yumurta	2	0,6
Vestel	Robot (Vestrons)	2	0,6
Coca Cola	Penguen	1	0,3
Iron Maiden	Eddie	1	0,3
Haribo	Altın Ayıcık	1	0,3
Camel	Joe Camel	1	0,3
Fenerbahçe	Kanarya	1	0,3
Kido	Kido	1	0,3
Marlboro	Kovboy	1	0,3
Coca Cola	Kutup Ayısı	1	0,3
Mc Donald's	Palyaço	1	0,3
Disney	Mickey Mouse	1	0,3
Panda Peynir	Panda	1	0,3
Linux	Lux	1	0,3
Türk Telekom	Tekno Tekir	1	0,3
Blizzard E.	Troll	1	0,3
Thy	Wingo	1	0,3
Galatasaray	Aslan	1	0,3
		295	100

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüketicilerin marka tercihlerinin artık fonksiyonel faydalardan ziyade sembollere yönelik olması marka iletişiminin de bu doğrultuda sürdürülmesini gerekli kılmıştır. Bu nedenle teknolojik gelişmelerle birlikte tüketicilerin karşılaştıkları yoğun marka mesajları

farklı ve duygulara seslenir olmaları gerekmektedir. Marka maskotları fark yaratmak, tüketicilerin duygularına seslenerek pozitif duygular yaratıp aynı zamanda tüketicilerin hafızalarında yer edinirler. Marka maskotları teknolojik gelişmeler doğrultusunda basit çizim ve logoların ötesinde yaşayan bir kişiliğe bürünerek markaların elçiliğini yapmaktadır.

Marka farkındalığında marka maskotlarının rolünü saptamaya yönelik yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, tüketicilerin algısına dayanan marka farkındalığında maskot kullanımı arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı sonucuna ulaşılmıştır.

Marka farkındalığında maskot kullanımına yönelik düşüncelerin analizinde, katılımcıların demografik özelliklerinden, cinsiyet ve yaş grupları değişkenleri ile anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Katılımcıların gelir düzeyleri ve eğitim durumu değişkenleri analiz edildiğinde ise anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Başka deyişle katılımcıların eğitim durumu ve gelir durumu yükseldikçe katılımcıların maskotlara yönelik algılarında değişim olduğu ifade edilebilir.

Marka farkındalığı bileşenlerinden marka tanıma ile maskot kullanımı arasında yapılan analizler sonucu anlamlı bir ilişkinin olduğu %96,6 frekans analiziyle tespit edilmiştir. Diğer marka farkındalığı unsuru olan destekli marka hatırlaması oranı ise %96,94 olarak tespit edilmiştir. Marka farkındalığının yüksek olduğuna işaret eden desteksiz marka hatırlamasında maskot kullanımının rolüne ilişkin yapılan analizde ise katılımcıların %84,04'ü doğru marka ile maskotu eşleştirebildikleri sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan analizler doğrultusunda, maskotların, sadece çocuklar üzerinde değil genç tüketiciler üzerinde de marka farkındalığı yaratımında rolü olduğu görülmüştür.

Yapılan analizler doğrultusunda katılımcıların, demografik özelliklerinden iki unsur arasında anlamlı ilişkiler saptansa da cinsiyet ve yaş grubu değişkenlerinde anlamlı bir ilişkiye rastlanmadığından ve marka farkındalığı bileşenlerinde edinilen anlamlı ilişkiler doğrultusunda, marka farkındalığı oluşumunda maskot kullanımının genç tüketiciler üzerinde anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Marka maskotlarının kullanımı Amerika ve diğer Batı ülkelerinde 100 yılı aşkın süredir kullanılsa da Türkiye'de 2000'li yıllardan sonra marka iletişimde kullanılmaya başlamıştır (Tek 2004; 29). Bu nedenle yapılan çalışmada, marka maskotları, türleri olan; antropomorfik, konuşan karakter, animasyon maskot, insan maskot gibi türlerine göre ayırlama yapılmadan marka maskotları bütün olarak ele alınmıştır. Gelecek çalışmalarda marka maskotları türlerine göre ayrımlanarak, farklı maskot türlerinin kendilerine ait özelliklerinin marka iletişimdeki rolü araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- AAKER D. A. 1996, Measuring Brand Equity Across Products and Markets, *California Management Review* Vol 38. No. 3 Spring 1996 102-120.
- AAKER D. A. 2007, *Marka Değeri Yönetimi*. MediaCat Kitapları. İstanbul, ISBN 6055755096
- AKALIN N. 2011, Türkiye'nin Marka İkonları. *MediaCat Dergisi*, Temmuz 11, 56 – 60.
- AKTEPE C. ve BAŞ M. 2008, Marka Bilgisi Sürecinde Marka Farkındalığı ve Algılanan Kalite (Beklenti) İlişkisi ve GSM Sektörüne Yönelik Bir Analiz, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 10/1 81-96.
- ALAKOÇ Z. 2002, Uzaktan Öğretimde Etkileşimli Ders Sunum Yöntemlerinin Analizi ve Buna İlişkin Görüşler, *2st International Educational Technology Conference* 16-18 October 2002, 648-659.
- BABÜR TOSUN N. 2010, *İletişim Temelli Marka Yönetimi*, Beta Yayıncılık, İstanbul, ISBN 9786053772040
- BROWN, S. 2011, It's Alive Inside! a Note on the Prevalence of Personification, *Irish Marketing Review*, 21(1/2), 3-11.
- BULUT D. 2005, *Çocuklara Yönelik Gıda Grubu Televizyon Reklamlarında Animasyon Tekniğinin Kullanılmasının Marka Hatırlanması Üzerine Etkisi*, Thesis (Master), İstanbul Üniversitesi.
- CAUFIELD K. 2012, *Analyzing The Effects of Brand Mascots on Social Media: Johnson City Power Board Case Study*, Thesis (Master) East Tennessee State University.
- CHITHRAN S. C. 2012, Winning Customer Hearts Through Mascot Ads, *Deecee School Journal*, Vol. IV Issue: 2 September 2012.
- DERBAIX C., PECHEUX C. 1999, Mood and Children: Proposition of A Mesurement Scale. *Journal of Economic Psycholog*, 20. 571-591.
- DOTZ W., HUSAIN M. 2003, Meet Mr. Product: *The Art of Advertising Chracter*, Choronicle Books California, ISBN 09729003120
- DOTZ W., MORTON J., LUND J. W. 1996, *What a Character! Twentieth-Century American Advertising Icons*, Chronicle Books, California, ISBN 9780811809368
- ERDİL T. S., UZUN Y. 2010, *Marka Olmak*, Beta Yayınları. Ankara, ISBN 9786053773788
- FIRLAR B., DÜNDAR P. 2011, Reklamlarda Maskot Kullanımının Marka Farkındalığına Etkisi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* Cilt4/19 Güz 2011, 330-345.
- FOURNIER S. 1998, Consumers and Their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research, *Journal of Consumer Research*, 24 (March), 343-373.
- FRANZEN G., KAPPERT C.,SCHURING R. J.,GOESSENS C., HOOGERBRUGGE M., VOGEL M. 1999, *Brands & Advertising: How Advertising Effectiveness Influences Brand Equity*, NTC Publications, UK, ISBN 1841160423
- GARCIA M. 2011, *Geico: Kash, Caveman, Gecko Does Congruty Between A Brand and Trade Character Matter?*, Thesis (Master), The Graduate School of The University of Florida.
- GARRETSON, J. A., R. W. NIEDRICH 2004, Creating Character Trust and Positive Brand Attitudes, *Journal of Advertising*, 33 (2), 25-36.

- GEGEZ A.E. 2010, *Pazarlama Araştırmaları*, Beta Basım Yayın A.Ş., İstanbul, ISBN 9786053773764
- HECKMAN J. 1999, Care and Feeding of Mascots, *Marketing News*; 03/15/99, Vol. 33 Issue 6, p1.
- HENKE L. L. 1995, Young Children's Perceptions of Cigarette Brand Advertising Symbols: Awareness, Affect, and Target Market Identification, *Journal of Advertising*, Volume 24, Issue 4 13-28.
- JOHN D. R. LOKEN B., 1993, Diluting Brand Beliefs: When Do Brand Extensions Have a Negative Impact?, *Journal of Marketing*, 57 (July) 71-84.
- KALB I. 2012, How Mascots Work, And How To Pick A Memorable One, *Busines Insider* Jan 2012.
- KELLER K.L. 1993, Conceptualizing, Measuring and Managing Customer-Based Brand Equity, *Journal of Marketing*, Vol. 57, 1-22.
- KELLER, K. L. 2012, *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity 4th Edition*, Pearson, USA, ISBN 9780132664257
- KIRKPATRICK, C. A., 1952, Trade Characters in Promotions Programs, *The Journal of Marketing*, Vol. 17. 366-372.
- LU Y. L. 2004, *The Effect of Virtual Spokes-Character Type upon On-Line Advertisements*, Thesis (Master) National Taipei University.
- MARANGOZ M. 2007, Marka Değeri Algılamalarının Marka Yayılmaya Etkileri, *Ege Akademik Bakış*, 459 7 (2) 2007 : 459 – 483.
- MIZERSKI R. 1995, The Relationship Between Cartoon Trade Character Recognition and Attitude Toward Product Category in Young Children, *Journal of Marketing*, 59. 58-70.
- NEELEY S. M., SCHUMANN D. W. 2004, Using Animated Spokes-Characters in Advertising to Young Children. *Journal of Advertising*, vol. 33, no. 3 (Fall 2004), 7–23.
- OCAKOĞLU G. Ö. 2012, Türkiye'nin ilk 7 yıldızlı otelini denizin altında kim inşa ediyor?, *Zaman Gazetesi*, 17.12.2012 Tarihli köşe yazısı.
- PHILIPS B. J., GYOERIC B.1999, The Cow, The Cook and the Quaker: Fifty Years of Spokes Character Advertising, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 76, No. 4 (Winter) 713 – 728.
- PITTA D. A., KATSANIS L. P. 1995, Understanding Brand Equity for Successful Brand Extension, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 12 Iss: 4, 51 – 64.
- REAL BEIRÃO A. C., LENCASTRE P., DIONISIO P. 2007, Children and Brand Mascots: Mascots Design and Children Recognition, *6th International Marketing Trends Congress*
- SELVİ S. S. 2007, *Marka Yönetimi*, Detay Yayıncılık, Ankara, ISBN 9789756055681319
- SEVİM E. 2010, *Gıda Grubu Markalarda Maskot Kullanımının İlköğretim Öncesi Çocukların Marka Farkındalığına Etkisi Üzerine Bir Pilot Araştırma*, Thesis (Master), İstanbul Üniversitesi.

- TEK Ö. B. 2004, Bütünleşik Pazarlama İletişiminde ve Markaların Yerleşiminde Maskotların Rolü ve Önemi, *Pazarlama Dünyası*,(Temmuz –Ağustos 2004),S:2004-4, 28-32.
- TEKİN V. N. 2007, Spss Uygulamalı Bilimsel Pazarlama Araştırmaları. Seçkin Yayıncılık, Ankara, ISBN 9789750205743
- UZTUĞ F. 2003, *Markan Kadar Konuş*, MediaCat Kitapları, İstanbul, ISBN 9799758378868
- WILKINSON C., PATTERSON A. 2014, Peppa Piggy in The Middle of Marketers and Mashup Makers; *Brand Mascots: Anthropomorphic Marketing: and Other Marketing Animals*. Edited by Stephen Brown, Sharon Ponsonby-McCabeRoutledge, UK p. 123-141 ISBN 9780415826761

TÜRKİYE'DE ENFLASYON HEDEFLEMESİNİN KAMU CARİ (TÜKETİM) HARCAMALARINA VE ÇIKTI AÇIĞINA ETKİSİ

Özge UYSAL ŞAHİN*

Özet

Enflasyon hedeflemesi rejimi, fiyat istikrarını gerçekleştirme ve sürdürmeye yönelik uygulanan modern bir para politikası stratejisidir. Enflasyon hedeflemesi rejimi sadece enflasyon oranının düşürülmesini sağlamaz. Faiz oranlarından yatırımlara, kamu harcamalarından üretime ve milli gelire kadar pek çok değişkeni de etkiler ve ayrıca bu değişkenlerden de etkilenir. Bu çalışmada Türkiye'de enflasyon hedeflemesinin kamu cari harcamalarına ve çıktı açığına etkisi Otoregresif Bütünleşik Hareketli Ortalama Modelleri (ARIMA) modeli ile araştırılmaya çalışılmıştır. Veri seti Ocak 1998-Eylül 2013 dönemini kapsamaktadır. Çalışmada elde edilen analiz sonuçlarına göre, enflasyon hedeflemesi, kamu cari harcamalarını ve çıktı açığını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Enflasyon Hedeflemesi, Kamu Cari Harcamaları, Çıktı Açığı, ARIMA, Türkiye.

JEL Sınıflandırması: E59, H50, O49

THE EFFECT OF INFLATION TARGETING REGIME ON GOVERNMENT CURRENT (CONSUMPTION) EXPENDITURES AND OUTPUT GAP IN TURKEY

Abstract

Inflation targeting regime is a modern monetary policy strategy, which is applied to maintain and sustain price stability. Inflation targeting regime doesn't only decrease the inflation rate. It affects so many variables such as interest rates, investments, public expenditures, production and national income and is also affected from these variables. In this study, it is tried to investigate the inflation targeting effects on government current expenditures and output gap with using of Autoregressive Integrated Moving Average (ARIMA) model. The data set covers the period from January, 1998 to September, 2013. The analysis results of the study show that inflation targeting has positive and significant effect on government current expenditures and output gap.

Key Words: Inflation Targeting, Government Current Expenditures, Output Gap, ARIMA, Turkey.

JEL Classification: E59, H50, O49

* Araş. Gör. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İ.İ.B.F., E-mail. uysal83@gmail.com

1. GİRİŞ

1989 yılında ilk defa Yeni Zelanda'nın uygulamaya başladığı enflasyon hedeflemesi rejimi, hem Kanada, İngiltere, İsveç, Finlandiya gibi gelişmiş hem de Şili, Meksika, Brezilya gibi gelişmekte olan birçok ekonomiyi etkileyerek çok sayıda ülkede uygulanma alanı bulmuştur (Alparslan ve Erdönmez, 2000: 11). Özellikle enflasyon hedeflemesi rejimini benimseyen ülkelerde enflasyon oranlarının düşmesi ve fiyat istikrarının sağlanması rejime olan ilginin artmasının temel nedenini oluşturmaktadır. Türkiye de enflasyon hedeflemesi ön koşullarını gerçekleştirebilmek amacıyla 2002–2005 döneminde örtük enflasyon hedeflemesi uygulamaya başlamıştır. Merkez Bankası resmi olarak ise, 2006 yılında açık enflasyon hedeflemesine geçtiğini ilan etmiştir. Enflasyon hedeflemesi rejimiyle birlikte Türkiye, kronik hale gelen enflasyon sorununu çözmeyi amaçlamıştır.

Enflasyon hedeflemesi rejimi sadece enflasyon oranının düşürülmesini sağlamaz. Faiz oranlarından yatırımlara, kamu harcamalarından üretime ve milli gelire kadar pek çok değişkeni de etkiler ve ayrıca bu değişkenlerden de etkilenir. Bu çalışmada da enflasyon hedeflemesinin kamu cari harcamalarına ve çıktı açığına etkisi araştırılmıştır. Çıktı açığı enflasyonu beklentiler kanalıyla, kamu cari harcamaları ise mali disiplin kanalıyla enflasyon hedeflemesi rejimini etkilemektedir. Bununla birlikte enflasyon hedeflemesinin benimsenmesi durumunda, rejimin başarılı olabilmesi adına mali kısıtların giderilerek kamu maliyesinin güçlendirilmesi ve büyümenin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle, bu değişkenler karşılıklı etkileşim içindedirler. Bu nedenle, çalışma, literatürde yer alan diğer çalışmalardan farklı olarak, enflasyon hedeflemesinin kamu cari harcamalarını ve çıktı açığını nasıl etkilediği sorusu üzerine odaklanmaktadır. Türkiye örneğinin ele alındığı çalışma şu şekilde organize edilmiştir: Birinci bölümde teori ve literatür incelenmiş, ikinci bölümde kısaca Türkiye'de enflasyon hedeflemesinden bahsedilmiş, üçüncü bölümde çalışmada kullanılan veriler ve yöntem sunulmuş, dördüncü bölümde ampirik bulgular tartışılmış ve son bölümde değerlendirme ve sonuca yer verilmiştir.

2. TEORİ VE LİTERATÜR

Enflasyon hedeflemesi rejimi, fiyat istikrarını gerçekleştirme ve sürdürmeye yönelik uygulanan modern bir para politikası stratejisidir. Bernanke ve Mishkin (1997: 98) tarafından enflasyon hedeflemesi; devlet, merkez bankası veya her ikisinin birlikte hareket etmesi yoluyla, belli bir zaman dilimi içinde gerçekleştirilmek amacıyla, enflasyon oranı için resmi niceliksel bir hedefin ya da hedef aralığının halka ilan edilmesi olarak tanımlanmıştır. Sherwin (2000: 3) ise enflasyon hedeflemesini; bir yıl veya daha fazla yılı içeren belirli bir dönem için enflasyon oranının ne olacağının kamuoyuna resmi olarak ilan edildiği ve para politikasının uzun dönemdeki öncelikli amacının düşük ve istikrarlı enflasyon olduğunun açık olarak tanımlandığı para politikası olarak ifade etmiştir.

Enflasyon hedeflemesi; açık (katı) enflasyon hedeflemesi ve örtük (esnek) enflasyon hedeflemesi olarak ikiye ayrılmaktadır. Açık enflasyon hedeflemesi; merkez bankasının sadece hedeflenen enflasyon oranına ulaşmaya çalışması ve enflasyon dışında hiçbir değişkeni dikkate almayıp bunlarda istikrar sağlamaya çalışmamasıdır. Örtük enflasyon hedeflemesi ise; merkez bankasının enflasyon hedefi yanında diğer değişkenlerle de ilgilenmesidir (Demirhan, 2002: 57). Bunun yanında, İktisadi şoklar ve para politikası ile ilgili belirsizliklerden dolayı birçok ülkede enflasyon hedeflenmesinde nokta hedefleme yerine bir aralığın belirlenmesi esas alınmıştır. Bu aralığın genişliği önemlidir. Örneğin, geniş bir aralık alınırsa hedefe ulaşma ihtimali artmakla birlikte hedefin etkinliği azalmaktadır (Uğurlu ve Saraçoğlu, 2010: 61).

Enflasyon hedeflemesi rejiminde, hangi değişkenin esas alınacağı ve hedeflenen enflasyon oranının ölçümü oldukça önemlidir. Tercih edilen fiyat endeksinin kamu tarafından açık, anlaşılır ve güvenilir olması gerekir. Günümüzde bu rejime başvuran ülkelerin tamamı ya Tüketici Fiyat Endeksi(TÜFE) ya da bu endeksin bir parçasını oluşturan çekirdek enflasyonu kullanmaktadır. TÜFE, kamu tarafından en çok bilinen endeks olduğu ve düzenli olarak izlenebildiği için daha çok tercih edilmektedir (Croce ve Khan, 2000: 3).

Enflasyon hedeflemesinin başarılı olabilmesi için bazı önkoşulların yerine getirilmesi gerekmektedir. Bu önkoşulların başında, para politikasının birincil amacının fiyat istikrarı olması, merkez bankasının para politikasını belirlemede ve uygulamada tam bağımsızlığa sahip olması, bu hedeflemenin uygulanacağı ülkelerde gelişmiş mali piyasaların olması gelmektedir (Şanlı, 2006: 39-41). Ayrıca, merkez bankası şeffaf olmalı ve hedefleri izlerken gerçekleştirdiği eylemlerden dolayı hesap verebilirliğe de sahip olmalıdır (Roger ve Stone, 2005). İyi işleyen gelişmiş finansal piyasaların varlığı da enflasyon hedeflemesinin tasarımı ve hayata geçirilmesini daha kolaylaştırır. Yine, fiyat istikrarına ulaşılabilmesi için, para politikası ile maliye politikası arasındaki uyumun sağlanması ve sürdürülmesi de esastır (Blanchard, 2004). Enflasyon hedeflemesi rejiminin etkin bir biçimde uygulanabilmesi için gerekli bir diğer koşul ise finansal piyasalar üzerinde mali baskınlığın olmamasıdır. Mali baskınlığı önlemenin tek çaresi ise, maliye politikasını disipline etmek, diğer bir ifadeyle maliye politikasını bütçe sınırları içerisinde kalacak şekilde uygulamaktır (Büyükakın ve Eraslan, 2004: 28). Mali disiplinin gerçekleşmediği ekonomilerde, kamu kesiminin borçlanma gereği Merkez bankalarının faiz hadlerini etkin bir biçimde kullanılmasına engel teşkil etmektedir (Malatyalı, 1998: 46). Bu durumda, para politikası etkilerinin maliye politikası tarafından bertaraf edilmesine yol açmaktadır. Bu nedenle, enflasyon hedeflemesi stratejisi çerçevesinde uygulanan para politikasının mali baskınlığa maruz kalmaması gerekmektedir (Çolakoğlu, 2002: 23). Ayrıca, kamunun doğrudan mal ve hizmet alımları ile tüketim harcamaları da enflasyona sebep olabilmektedir. Kamunun önemli bir konumda olması nedeniyle mali disiplin etkilenmekte ve mali disiplinin sağlanması enflasyon hedeflemesinin başarısını arttırmaktadır (Eroğlu, 2007: 20). Enflasyon hedeflemesi de başarıya ulaştıkça kamu harcamaları ve mali disiplin önemli ölçüde iyileşme göstermektedir. Özellikle kamunun yaptığı cari harcamalarında bir toparlanma yaşandığı bilinmektedir. Minea ve Tapsoda (2014)'ya göre de, nispeten zayıf mali duruma sahip gelişmekte olan ülkelerde enflasyon hedeflemesi mali disiplini pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir. Bunun yanında Mishkin (2001) ise enflasyon hedeflemesi rejiminin tek başına mali disiplini sağlama ve mali baskınlığı önleme konusunda yeterli olduğunu söylemenin mümkün olmadığını ifade etmiştir.

Enflasyon hedeflemesinde cari dönem enflasyon, gelecek döneme ilişkin enflasyon beklentilerine ve çıktı açığına da bağlı olduğu ifade edilmektedir. Bunun yanı sıra, kısa vadede enflasyon ile çıktı açığı arasında pozitif yönlü bir ilişkiye işaret edilerek Phillips eğrisi ile benzeştirilmektedir. Yani, çıktı açığı ile enflasyon beklentileri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunduğu ve bu durumun da, toplam talebin beklentiler üzerinde enflasyonist bir etki yarattığını ortaya konulmaktadır (Yılmaz Binan, 2012). Yükseler (2013)'e göre Merkez Bankası, orta vadeli enflasyon öngörülerini açıklarken, aynı zamanda çıktı açığına ilişkin tahminlere de yer vermektedir. Çıktı açığının negatif olması toplam talep düzeyinin enflasyon üzerinde baskı yaratmadığına işaret etmekte iken, pozitif olması tam tersi bir durumu ifade etmektedir. Çıktı açığının arttığı dönemlerde, enflasyonda düşüş yaşanırken, çıktı açığının daraldığı dönemlerde enflasyonda düşüş sürecinin arttığı gözlenmektedir. 2006–2011 dönemine bakıldığında, gerek enflasyon raporlarında gerekse Para Politikası Kurulu'nun faiz kararlarında çıktı açığının enflasyonist bir baskıya neden olmadığı görülmektedir.

Sonuç olarak, enflasyon hedeflemesi rejiminin çıktı açığını ve kamu cari harcamalarıyla mali disiplin üzerinde belirleyici bir makroekonomik değişken olduğu

anlaşılmaktadır. Enflasyon hedeflemesiyle enflasyon oranlarında beklenen düşüş eğilimi ve istikrar sağlandıkça kamu cari harcamalarının azalması ve çıktı açığında da bir düzelme yaşanması beklenmektedir. Özellikle, mali disiplin ve ekonomik büyümeyi sağlamak isteyen gelişmekte olan ülkeler için bu durum büyük önem arz etmektedir.

3. TÜRKİYE'DE ENFLASYON HEDEFLEMESİ REJİMİ

Türkiye'de 1970'li yıllardan beri kronikleşen enflasyon sorununu çözmek için çeşitli para politikası rejimleri uygulamış ve bu uygulamalar sürekli başarısız olmuştur. Bunun arkasındaki en önemli neden, Türkiye ekonomisinin kendine özgü yapısal niteliklerinin bu politikalar uygulanırken dikkate alınmamasıdır. Bilindiği gibi, 1980'li yıllardan itibaren Türkiye'de cari işlemler hesabı ve bütçe sürekli olarak açık vermiş ve bu açıkların finansmanı için hazine kaynaklarına başvurulması enflasyonist sürecin hızlanmasına yol açmıştır (Badurlar, 2009: 5). Bu doğrultuda, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) 2000 yılından itibaren para politikası çalışmalarına enflasyon hedeflemesi rejimi doğrultusunda şekillendirmiş ve nihai hedefinin enflasyon hedeflemesi rejimine geçmek olduğunu ifade etmiştir (TCMB, 2006: 16). Bu bağlamda öncelikle 1999 yılında IMF ile imzalanan 17. Stand-by Anlaşması önem arz etmektedir. Bu anlaşmayla yapısal reformlarla desteklenen, birbirleriyle tutarlı, güçlü, itibarlı ve süreklilik arz eden maliye, gelir, para ve kur politikalarının uyum içerisinde uygulanması sonucu tüketici enflasyonunun 2000 yılı sonunda % 25'e, 2001 yılı sonunda % 12'ye ve 2002 yılında % 7'ye indirilmesi hedeflenmiştir. 2000 yılı başında ise "Enflasyonu Düşürme Programı" uygulamaya konulmuştur. Bu programın üç temel ayağı, sıkı bir maliye politikası uygulayarak faiz dışı fazlayı artırmak, yapısal reformların gerçekleştirmek, özelleştirme uygulamalarını hayata geçirmek, enflasyon ile uyumlu gelirler politikası izlemek, enflasyonun düşürülmesine odaklanmış kur ve para politikası uygulamak şeklinde özetlenebilir (Erçel, 1999: 1-5).

Şubat 2001 krizi sonrası dalgalı döviz kuru sistemine geçilmiş ve Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı yürürlüğe konmuştur. Program ile mali piyasalardaki kırılganlığın azaltılması, faiz ve döviz kurlarında istikrar sağlanması, artan borç yükünün azaltılması, enflasyonun düşürülerek sürdürülebilir büyüme oranının sağlanması ve iktisadi etkinliği artırıcı yapısal reformların gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir. Ancak, Şubat 2001 krizinin olumsuz etkilerinin devam etmesi (ekonomi ciddi oranda küçülmesi, işsizliğin artması ve siyasi dengeler sarsılması) ve 11 Eylül 2001 tarihinde ABD'de gerçekleştirilen saldırıların yarattığı olumsuzluklar 17. Stand-by Anlaşmasını ekonomik büyümeyi iyileştirme ve yukarıda bahsi geçen enflasyon hedefleri gibi programdaki amaçların gerçekleştirilmesini zora sokmuş. Örneğin, 2001 yılında TÜFE bazlı enflasyon göstergesinin %12 olması beklenirken %63 düzeyinde gerçekleşmiş, daha da büyümesi planlanan ekonomi ise %5,7 oranında küçülmüştür. Bu durum, Türkiye ile IMF arasında yeni bir Stand-by Antlaşması ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. 18 Ocak 2002 tarihinde IMF'e sunulan Niyet Mektubu ile birlikte 2002–2004 yıllarında uygulanacak ekonomi programı detaylı olarak anlatılarak programın desteklenmesi için 18. Stand-by Düzenlemesi talep edilmiştir. Bu yeni düzenlemeye göre 2002, 2003 ve 2004 yıllarındaki enflasyon oranları sırası ile % 35, % 20 ve % 12 olarak belirlenmiştir. Bu hedeflere uygun şekilde parasal taban seviyesine ilişkin performans kriterleri getiren bir para programı oluşturulmuştur. Öte yandan, programda başlangıçta parasal tabana yönelik hedefler belirlense de, daha sonra ön koşulların gerçekleşmesiyle ve enflasyonun belirli bir düzeye düşürülmesiyle resmi enflasyon hedeflemesine geçileceği vurgulanmıştır (Gül ve diğ., 2006: 165-166). Bu nedenle başlangıçta enflasyon hedeflemesi rejimi "örtük" olarak ifade edilmiş ve 2002-2005 yıllarında bu çerçevede uygulanmıştır. Sonuçta, belirlenen enflasyon hedeflerinin ötesine de geçilmiştir. 2002 yılında gerçekleşen enflasyon oranı %29,7, 2003 yılında %18,4, 2004 yılına %9,3 ve 2005 yılında %7,7 olmuştur.

Gerekli ön koşulların gerçekleştirilmesi, yapısal ve yasal altyapının oluşturulmasının ardından, TCMB kurumsallaşma sürecinde, 2006 yılında açık enflasyon hedeflemesi uygulamasına geçmiştir. Enflasyon hedefi olarak TÜFE'deki yıllık değişiklikler esas alınmıştır. Bu rejimi, diğer yöntemlerden ayıran en önemli fark, para politikası araçlarının gelecek enflasyona dayanmasıdır. Ayrıca, rejim gelecekteki enflasyon konusunda rastlantısal varsayımlar yapmamaktadır (Uğurlu ve Saraçoğlu, 2010: 60).

Tablo 1. Enflasyon Hedeflemesi Rejimi Hedef ve Gerçekleşmeler

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hedef	5	4	4	7,5	6,5	5,5	5	5	5
Gerçekleşme	9,7	8,4	10,1	6,5	6,4	10,4	6,2	7,4	-

Kaynak:TCMB, *Enflasyon Hedefleri*, <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TCMB+TR/TCMB+TR/Main+Menu/Para+Politikasi/Fiyat+Istikrari/Enflasyon+Hedefleri> (Erişim Tarihi: 8 Ekim 2014)

Tablo 1'de Türkiye'de 2006 yılında uygulamaya konulan enflasyon hedeflemesi rejimine ait enflasyon hedeflemesi hedefleri ve gerçekleştirmeleri gösterilmektedir. Açık enflasyon hedeflemesinin uygulanmaya başlandığı ilk iki yıl olan 2006 ve 2007'de hedeflerin oldukça dışına çıkmıştır. Petrol, gıda ve yönetilen/yönlendirilen mal fiyatlarındaki gelişmeler, hedeflerin tutturulamamasındaki temel belirleyiciler olmuşlardır. Bununla birlikte küresel krizin başladığı 2008 yılında da hedefe ulaşamamıştır. Nitekim 2008 yılı sonunda hedefin çok üzerinde bir şekilde % 10,1 düzeyinde gerçekleşen enflasyonun yaklaşık 6,2 puanı gıda ve enerji fiyatlarının doğrudan etkilerinden kaynaklanmıştır (TCMB, 2009: 1). Küresel Krizin etkilerinin devam ettiği 2009 ve 2010 yılında ise enflasyon hedefine ulaşılmasına ilişkin sorun yaşanmamıştır. 2011-2012 yıllarında da enflasyon hedefinden yine sapmalar gözlenmiştir. Uğurlu ve Saraçoğlu (2010) açıklanan hedeflerin tutturulamadığını ve enflasyon öngörülerine bakıldığında enflasyonda kararsızlığın yeniden başladığını ileri sürmektedir. Buna karşılık Ermişoğlu (2011), enflasyon hedeflemesi öncesi 1982–2005 ve sonrası 2006–2010 dönemlerini enflasyon performansları açısından karşılaştırmış ve enflasyon hedeflemesi döneminde enflasyon beklentilerinin oynaklığının azaldığını görmüştür. Bu bağlamda, Türkiye'de enflasyon hedeflemesinin enflasyon performansını pozitif etkilediğini iddia etmektedir.

4. VERİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada Ocak 1998 ve Eylül 2013 tarihleri arasında kamu cari harcamaları ve çıktı açığı değişkenlerine ait üçer aylık veriler kullanılmıştır. Veriler, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sisteminden alınmış ve Tramo–Seats yöntemi ile mevsimsellikten arındırılarak reelleştirilmiştir.

Çalışmada yer alan değişkenlere ait özet istatistikler Tablo 2'de gösterilmiştir. Değişkenlere ait özet istatistik tablosunda, her bir değişkene ait ortalama, medyan, maksimum ve minimum değer, standart hata ve gözlem sayısı bulunmaktadır.

Tablo 2. Özet İstatistik Tablosu

	Kamu Carisi	Çıktı Açığı
Ortalama	2389800	1.8019606
Medyan	2306911	124336
Maksimum	3337220	1921269
Minimum	1776176	-2771113
Standart Hata	462713.6	831525.9
Çarpıklık	0.478418	-0.744230
Basıklık	1.949191	4.053403
Jarque-Bera	5.301	8.728
Gözlem Sayısı	63	63

Tablo 2'e bakıldığında, medyan, standart hata, maksimum ve minimum değerler kamu carisi harcamalarında yüksek düzeydedir. Çarpıklık ve basıklık değerleri, çıktı açığının sola çarpık ya da negatif çarpık olduğunu, kamu cari harcamalarının ise sağa çarpık ya da pozitif çarpık olduğunu göstermektedir. Çıktı açığı serisi normal dağılıma göre daha dik iken, kamu cari harcamaları serisi normal dağılım açısından biraz daha basıktır. Bu ölçüler, serilerin normal olmadığına işaret etmektedir.

Çalışmada serilerin durağan olup olmadıkları Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (P-P) birim kök testleri ile test edilmiştir. Tablo 3'de serilerin durağanlık test sonuçları yer almaktadır. Sonuçlar, serilerin logaritmik seviyelerinde birim köke sahip olduğu ve birincil farklarında I(1) durağan olduklarını göstermektedir.

Tablo 3. Durağanlığın Test Edilmesi

	Kamu Carisi			Çıktı Açığı		
	N	I	I ve T	N	I	I ve T
ADF (Düzyey)	3.302 (0.999)	2.207 (0.999)	-0.706 (0.962)	-3.225 (0.001)*	-3.229 (0.023)*	-3.202 (0.095)*
ADF (1.Fark)	-0.173 (0.618)	-1.500 (0.527)	-3.824 (0.022)*	-3.031 (0.000)*	-2.999 (0.004)*	-3.0006 (0.140)
P-P (Düzyey)	5.735 (1.000)	0.497 (0.981)	-3.515 (0.046)*	-2.812 (0.005)*	-2.793 (0.065)**	-2.775 (0.211)
P - P (1. Fark)	-10.257 (0.000)*	-14.746 (0.000)*	-39.208 (0.000)*	-6.395 (0.000)*	-6.343 (0.000)*	-6.285 (0.000)*

(): marjinal anlamlılık düzeyini göstermektedir. * %1 düzeyinde anlamlı ** %5 düzeyinde anlamlı, I: Sabit terimli IT: sabit terimli ve trendli N: sabit terimsiz ve trendsiz

Birim kök testleri yapılırken, gecikme sayısı Akaike Bilgi kriterine (AIC) göre belirlenmiştir. Çalışmada, enflasyon hedeflemesinin kamu cari harcamalarına ve çıktı açığına etkisini ölçebilmek amacıyla kukla değişken tanımlanmıştır. Açık enflasyon hedeflemesinin 2006 yılında başlatılması nedeniyle, 2006 yılından önceki yıllara 0, sonraki yıllara 1 değeri verilmiştir. Bu duruma göre kukla değişkenli ARIMA modeli şöyledir:

$$Y_t = \mu + \sum_{i=1}^p \phi_i Y_{t-i} - \sum_{i=1}^q \theta_i u_{t-i} + u_t + \beta_j D_j \quad j = 1,2,3$$

ARIMA yapısı belirlenirken, seriler durağan hale getirilmiş, otokorelasyon ve kısmi otokorelasyon fonksiyonları incelenmiş ve Akaike Bilgi kriterinden yararlanılmıştır.

5. AMPİRİK BULGULAR

Çalışmada kullanılan ARIMA modeline ait tahmin sonuçları ile ampirik bulgular Tablo 4'te gösterilmiştir. Tablo 4'te yer alan, Breush–Godfrey LM testi yüksek derecede otokorelasyon olup olmadığını, Jarque–Bera (JB) testi, hata terimlerinin normal dağılıma sahip olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılmıştır (Brooks, 2002: 174) . Breush–Pagan–Godfrey (B-P-G) testi ise değişen varyans sorununu belirlemek amacıyla ele alınmıştır.

Tablo 4. Enflasyon Hedeflemesinin Kamu Cari Harcamalarına ve Çıktı Açığına Etkileri

Değişken	Enflasyon Hedeflemesi				
	Tanı Testleri				
	ARIMA	Enflasyon D	LM(4)	B-P-G	J-B
<i>Kamu Carisi</i>	(1,1,2)	19687.46	0.400	2.385	1.168
<i>Harcamaları</i>		(0.000)*	(0,672)	(0,128)	(0,557)
<i>Çıktı Açığı</i>	(2,0,4)	570713.6	1,334	1.686	0.297
		(0.015)*	(0,272)	(0,199)	(0,861)

(): marjinal anlamlılık düzeyini göstermektedir.* % 1 düzeyinde anlamlı ** %5 düzeyinde anlamlı

Tablo 4'te enflasyon hedeflemesi olduğu dönemde kamu cari harcamalarının pozitif bir biçimde etkilendiği görülmektedir. Diğer bir ifadeyle Merkez Bankasının açık enflasyon hedeflemesi uygulamaya başladığı 2006 yılından itibaren kamu cari harcamaları artmıştır. Bununla birlikte yine bu dönemde çıktı açığı da pozitif etkilenerek, artış göstermiştir. Enflasyon hedeflemesi döneminde çıktı açığı ve kamu cari harcamalarının artması, aynı zamanda enflasyonist baskıların arttığına işaret etmektedir.

6. SONUÇ

Küreselleşme hareketleriyle birlikte finansal sermaye hareketlerinin artması ve küresel krizlerin yaygınlaşması sonucu merkez bankalarının fiyat istikrarına odaklanmasına neden olmuştur. Yeni Zelanda tarafından uygulanmaya konulan enflasyon hedefi rejiminin başarılı olması, İngiltere, İsveç, Şili ve Brezilya gibi birçok ülkenin de enflasyon hedeflemesine geçmesine yol açmıştır. Türkiye de 2002 yılında örtük ve 2006 yılında resmi olarak enflasyon hedeflemesi rejimine geçmiştir. Uygulamanın başarısı açısından inişli çıkışlı bir seyir izlemiş olan Türkiye'nin birçok makro ekonomik değişkeni de bundan etkilenmiştir. Bu bağlamda, kamu harcamalarının önemli ölçüde belirlediği mali disiplin, ekonomik büyüme ve çıktı açığı bu değişkenlerin başında gelmektedir.

Çalışmada 1998–2013 yıllarına ait çeyrek yıllık veriler kullanılarak, enflasyon hedeflemesinin çıktı açığına ve kamu cari harcamalarına etkisi araştırılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre açık enflasyon hedeflemesi uygulanan dönemde çıktı açığı ve kamu cari harcamaları anlamlı bir şekilde etkilenmiştir. Bu durumda 2006–2013 döneminde çıktı açığının ve kamu cari harcamalarının arttığını göstermektedir. Bu değişkenlerin artması aynı zamanda enflasyonist baskılar da yaratmaktadır. Diğer bir ifadeyle çıktı açığı ve kamu cari harcamaları yükseldikçe enflasyon da artmaktadır. Enflasyon hedefinin sağlanabilmesi için çıktı açığı ve kamu harcamaları değişkenlerine tek başına olmasa bile dikkat edilmesi gerektiği ileri sürülebilir. Bu bağlamda, öncelikle para politikası maliye politikaları ile

desteklemelidir. Doğrudan enflasyon hedeflemesinin para politikası olarak başarılı bir şekilde uygulanması için Merkez Bankası ve siyasi otorite arasında tam bir mutabakatın sağlanması zorunludur. Özellikle borçlanma ve kamu harcamalarının azaltılarak mali disiplinin sağlanması konusunda atılan adımlar önem taşımaktadır. Bunun yanında, çıktı açığının durumu da önemlidir. Çıktı açığının pozitif olduğu alanlarda, talep fazlalığı nedeniyle ekonominin kapasitenin üzerinde çalıştığı ve bunun talep yönlü enflasyonist baskıya neden olabileceği tahmin edilmektedir. Buna karşılık, çıktı açığının negatif olduğu alanlarda, ekonomideki zayıf talepten dolayı arz fazlalığı veya atıl kapasite olduğu ve bunun da enflasyonda düşüşe neden olabileceği tahmin edilmektedir. Bu bağlamda çıktı açığında görülen gelişmelerin ve istikrarın enflasyonun seyrini etkilediği söylenebilir. Uygulanan ekonomik ve mali politikaların gücü, güvenilirliği ve uyumu önemlidir.

KAYNAKÇA

- ALPARSLAN M. ve ERDÖNMEZ, A. P., 2000, *Enflasyon Hedeflemesi*, TBB Bankacılık ve Araştırma Grubu
- BADURLAR, İ. Ö., 2009, Türkiye’de Enflasyon Hedeflemesi Stratejisi Uygulanması ve Para Politikasına Etkisi: 2002-2008, *EconAnadolu 2009: Anadolu Uluslararası İktisat Kongresi*, 17-19 Haziran 2009, Eskişehir, Türkiye, [file:///C:/Users/%C3%B6zge%C5%9Fahin/Downloads/Badurlar_econanadolu2009%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/%C3%B6zge%C5%9Fahin/Downloads/Badurlar_econanadolu2009%20(1).pdf) (Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2014).
- BERNANKE, B., and FREDERİC S. M., 1997, Inflation Targeting: A New Framework for Monetary Policy?, *Journal of Economic Perspectives*, 11 (2), 97-116
- BLANCHARD, O., 2004, Fiscal Dominance and Inflation Targeting: Lessons from Brazil, *Massachusetts Institute of Technology Department of Economics Working Paper Series*, Working Paper 04-13
- BROOKS, C., 2002, *Introductory Econometrics For Finance*, The Cambridge University Press, UK.
- BÜYÜKAKIN, T. ve ERASLAN, C., 2004, Enflasyon Hedeflemesi ve Türkiye’de Uygulanabilirliğinin Değerlendirilmesi, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 18-37.
- CROCE, E. and KHAN, M. S., 2000, Monetary Regimes and Inflation targeting, *Finance and Development*, 37 (3), September.
- ÇOLAKOĞLU, B., 2002, Enflasyon Hedeflemesi Stratejisine Geçiş Bağlamında T.C. Merkez Bankası Bağımsızlığının Fonksiyonelliği, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (2), 17-31.
- DEMİRHAN, E., 2002, Para Politikası Stratejisi Olarak Enflasyon Hedeflemesinin Etkinliğinin Arttırılması için Alınması Gereken Önlemler, *Öneri Dergisi*, 5 (18), 133-139.
- ERÇEL, G., 1999, 2000 Yılı Enflasyonu Düşürme Programı: Kur ve Para Politikası Uygulaması, *TCMB Raporu*, http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/0b15b4cf-454b-4c7a-a0b9-ac22fab419e9/baskan_ParaPol00.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=0b15b4cf-454b-4c7a-a0b9-ac22fab419e9 (Erişim Tarihi: 7 Ekim 2014).
- ERMİŞOĞLU, E., 2011, *Enflasyon Hedeflemesi Rejiminin Türkiye’deki Başarısının Değerlendirilmesi* (Yayınlanmamış Uzmanlık Yeterlilik Tezi), Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İletişim ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- EROĞLU, İ., 2007, Açık Enflasyon Hedeflemesi Stratejisi ve Türkiye Deneyimi, *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi İİBF Dergisi*, Aralık Sayısı, 1-28.
- GÜL, E., EKİNCİ, A., ve GÜRBÜZ, A. A., 2006, *Enflasyonla Mücadelede Enflasyon Hedeflemesi: Kavramlar, İşleyiş ve Türkiye Örneği*, Ekin Kitabevi, Bursa.
- MALATYALI, N. K. 1998, *Enflasyon Hedeflemesi Ülke Uygulamalarına Örnekler ve Türkiye’de Uygulanabilirliği* (Yay No:1998-01), DPT Yayını, Ankara
- MINEA, A. and TAPSOBA, R., 2014, Does Inflation Targeting Improve Fiscal Discipline?, *Journal of International Money and Finance*, 40, 185-203.

- MISHKIN, F. S., 2001, Inflation Targeting, *National Breu of Economic Research*, <https://www0.gsb.columbia.edu/faculty/fmishkin/PDFpapers/01ENCYC.pdf> (Erişim Tarihi: 11 Ekim 2014).
- PATTERSON, K., 2000, *An Introduction to Applied Econometrics: A Time Series Approach*, Palgrave Macmillan, UK.
- ROGER, S. and STONE, M., 2005, On Target? The International Experience With Achieving Inflation Targets, *IMF Working Paper*, WP/05/163, August.
- SHERWIN, M., 2000, Institutional Frameworks for Inflation Targeting, *Reserve Bank Of New Zealand: Bulletin*, 63 (4), 28-34.
- ŞANLI, B. 2006, Enflasyon Hedeflemesi Uygulamaları ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi, *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 37-56.
- TCMB, 2009, *Enflasyon Raporu 2009-I*. www.tcmb.gov.tr, (Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2014)
- TCMB, 2006, *Enflasyon Hedeflemesi Rejimi*, TCMB Yayını, Ankara.
- TCMB, *Enflasyon Hedefleri*, <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TCMB+TR/TCMB+TR/Main+Menu/Para+Politikasi/Fiyat+Istikrari/Enflasyon+Hedefleri> (Erişim Tarihi: 8 Ekim 2014)
- UĞURLU, E. ve SARAÇOĞLU, B., 2010, Türkiye’de Enflasyon Hedeflemesi ve Enflasyonun Öngörüsü, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25 (2), 57-72.
- YILMAZ BİNAN, C., 2012, *Türkiye’de Enflasyon Beklentilerini Etkileyen Makroekonomik Unsurlar* (Yayınlanmamış Uzmanlık Yeterlilik Tezi), Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İletişim ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- YÜKSELER, Z., 2013, Enflasyon Hedeflemesi: Türkiye Deneyimi (2006–2011 Dönemi), *Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışma Metni*, 2013/8.

BALIKESİR İLİ DAMIZLIK SIĞIR YETİŞTİRİCİLERİ BİRLİĞİNİN YÖNETSEL VE ÖRGÜTSEL ANALİZİ

Yavuz Tansoy Yıldırım*

Özet

Bu çalışmada Balıkesir İli Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliğinin yönetsel ve örgütsel yapısı araştırılmıştır. Bu kuruluştan anket yolu ile veriler toplanmış ve analiz edilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda, kurum çalışanlarının büyük bir çoğunluğunun eğitim seviyesi olarak üniversite mezunu olduğu, kurum içinde karar alırken kendi deneyimlerine güvenmekle birlikte diğer çalışan ve yöneticilerin fikirlerine önem verdiği, yöneticilerin ve çalışanların etkin bir şekilde karar alma mekanizmasına katıldığı, kurumda belirli bir organizasyon şemasının bulunduğu, ancak zaman zaman işbölümü ve uzmanlaşmanın yeterliliğine ilişkin kararsızlıklar olabildiği, yeterli sayıda nitelikli insan kaynağı ve performans değerlendirme sistemi olduğu, iş gören devir oranının düşük olduğunu, işe almalarda en yüksek oran Kişisel Başvuru ile işe alma olmakla birlikte İş Dünyası ile de işe alma yöntemlerinin kullanıldığı, mesleki eğitimin yüksek oranda gerçekleştirilmesi ile birlikte liderlik, proje yönetimi, hukuk ve iletişim ile ilgili eğitim konularında dış destek ile yetersizliklerin giderildiğine ilişkin bilgiler elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yönetim, Organizasyon, Kâr amacı gütmeyen organizasyon, Yetiştirici Birliği

Jel Sınıflaması: M10, M19, D20

THE ANALYSIS OF MANAGERIAL AND ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF BALIKESİR CATTLE BREEDING ASSOCIATION

Abstract

In this study, managerial and organizational structure of Balıkesir Cattle Breeding Association is researched and in this regard, the data collected through surveys from the association and analyzed. As a result of research, the majority of employees have high level of education, employees rely on their own experiences and give importance of other employees and managers ideas, employees participate in decision making effectively, institution has a specific organization chart, employees have an instabilities about adequate division of labor and specialization, there is an adequate number of qualified human resources and performance evaluation system, low turnover rate, mostly hiring personel from business and relative contact, high occupational retraining and insufficient leadership, law and communication training are found in the result of research.

Key Words: Management, Organization, Non-profit Organization, Breeding Association

Jel Codes: M10, M19, D20

* Yrd. Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Bandırma Meslek Yüksekokulu, tansoy@balikesir@edu.tr

1. GİRİŞ

Balıkesir ilinde kurulmuş olan ve kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olan Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği yöresel kalkınmaya katkıda bulunması sebebi ile Balıkesir Ekonomisinde önemli yere sahiptir. Kâr amacı gütmeyen bu kuruluşun üyelerine ve ülke ekonomisine olan katkılarını arttırabilmesi için yönetsel ve organizasyonel yeteneklerinin iyileştirilmesi gereklidir. Bu nedenle birliğin yönetsel ve organizasyonel durumunun belirlenmesi ve eksik olan yönlerinin nedenlerinin saptanmasına gereksinim duyulmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Balıkesir İli Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliğinin daha verimli ve faydalı olabilmesi için mevcut yönetim ve organizasyon durumunu belirlemek ve eksik yönleri için çözüm önerileri ortaya koymaktır.

Bu amaçla, çalışma şu şekilde tasarlanmıştır. İkinci bölümde Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliğinin kuramsal arka planı incelenmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın kapsamı ve yöntemi açıklanmıştır. Dördüncü bölümde çalışma sonucunda elde edilen bulgular ifade edilmiş ve tartışılmıştır. Beşinci bölümde ise sonuçlar ortaya konulmuştur.

2. KURAMSAL ARKA PLAN

Yaklaşık 20 yıldır hizmet veren, Türkiye'nin önde gelen, teknik ve personel altyapısı ile üyelerine en iyi hizmet veren birliklerinden biri olan Balıkesir İli Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olarak faaliyet göstermektedir. Kâr amacı gütsün ya da gütmesün tüm organizasyonlar daha fazla fayda yaratabilmek için yönetsel ve örgütsel temelde kendilerini sürekli olarak yenilemeli ve geliştirmelidir.

Balıkesir İli Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği, 904 sayılı İslahı Hayvanat Kanunu ve bu kanunu tadil eden 28/2/1995 tarih ve 4084 sayılı kanun uyarınca, Balıkesir Valiliğinin 06/09/1995 tarihli onayı ile kuruluş izni almıştır (www.balikesirdsyb.org, 2014). Birliğin tescili 14/12/1995 tarihinde gerçekleştirilmiş ve 25/12/1995 tarihli Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nde yayınlanmıştır. Balıkesir'de 14 ilçede şubesi bulunan birliğin 7368 yetiştirici üyesi bulunmakta ve birlik faaliyetlerini 75 çalışanı ile yürütmektedir. Kuruluşa üye olabilmek için kişilerin en az 5 sağmal ineğinin olması gerekmektedir. Üyeler Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın her yıl belirlediği tarımsal destekler kapsamında süt litre fiyatının belirli bir kısmını aidat olarak vermektedir. Birlik Bakanlıktan gelen desteklerden üye aidatını keserek geri kalan kısmını yetiştiricilere iletmektedir.

Birliğin esas amacı damızlık sığır yetiştiriciliği faaliyeti kapsamında gerekli kayıtların tutulması ve kontrollerin yapılması olup buna ek olarak yetiştiricilere verimi artırma konusunda gerekli teknik ve eğitim hizmetini verme, yetiştiricilerin sorunlarına yönelik bölgesel projeler hazırlama ve yürütme ile ülke ekonomisine katkı sağlama görevini yerine getirme amaçları da taşımaktadır. Balıkesir İli Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliğinin bu amaçları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Süt sığırını islahı yapmak
- Pedigri (Soykütüğü) tutmak
- Yeni doğan kayıtları, kesilen hayvan bilgilerini Türk-Vet sistemine girmek
- Yetiştiricilere ilaç, yem katkısı, yem bitkisi tohumu, tarım sigortası hizmetleri vermek
- Yetiştiriciye yeni üretim teknikleri hakkında yaygın hizmet sunmak
- Kaliteli, hijyenik ürün üretmek ve yetiştirici gelirini arttırmak

Gerçekleştirmeye çalıştığı tüm bu amaçların arkasındaki asıl amaç, yerli ırk sığırlarının sayılarını azaltıp, kültür ırkı ve melezlerini çoğaltarak verimi artırmaktır.

3. ARAŞTIRMA KAPSAMI VE YÖNTEMİ

Bu araştırma Balıkesir ili Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği yönetim ve organizasyon yapısının değerlendirilmesine yönelik bir çalışmadır. Araştırma anket yolu ile gerçekleştirilmek istenmiş ve bu amaçla kurumda çalışanlara anket uygulanmıştır. Sonuçta, kurum çalışanları tarafından doldurulan 63 anket formu elde edilmiştir.

4. BULGULAR

Araştırma kapsamında Balıkesir ili Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliğinde çalışan kişilerden 63 teknik ve idari personel ile görüşülmüştür. Bu kişilerin 47'si erkek ve 16'sı kadındır. 7 kişinin yaşı 25'den küçük, 32 kişi 25-35 yaş arasında, 16 kişi 35-45 yaş arasında ve 8 kişinin yaşı da 45'den büyüktür. Ankete katılan çalışanlardan 13 kişi lise, 47 kişi üniversite ve 3 kişide Yüksek lisans eğitim düzeyine sahiptir. Ankete katılan kişilerden 3'ü müdür, 58'i kurum elemanı pozisyonunda çalışmaktadırlar. Çalışanların büyük bir çoğunluğunu 25-45 yaş arasındaki kişiler oluşturmakta ve bu durumda kurum için genç ve deneyimli çalışan sayısına sahip olduğu söylenebilir. Eğitim seviyesi incelendiğinde büyük bir çoğunluğun üniversite mezunu olduğu görülmüştür. Kurum için eğitime önem verdiği söylenebilir. Yüksek lisans sahibi çalışan azdır. Kurum yöneticileri, çalışanlarını yüksek lisans yapma konusunda teşvik ederek daha uzmanlaşmaları konusunda yardımcı olmalıdır. Bu durum özellikle İl düzeyinde yüksek lisans olanaklarının sağlanabilmesi ile mümkün olabilir. Bu amaçla Veteriner Fakültesi önem kazanmaktadır.

4.1. Kurumdaki Karar Almaya İlişkin Analiz

Başkaları vasıtası ile iş görmek olarak tanımlanan Yönetim kavramı birden fazla kişinin varlığı ile ortaya çıkan bir grup faaliyetidir (Koçel, 2005:16). Bu faaliyet içinde kararlar alma ve uygulatma söz konusudur (Eren, 1993:3). Yönetim faaliyeti kâr amacı güden kuruluşlarda olduğu kadar kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda da önem arz eden bir faaliyettir.

Kâr amacı gütmeyen kuruluşların bütçe büyüklükleri, sağladıkları istihdam ve geliştirdikleri projeler ile geçmişe oranla çok daha güçlü olduğu söylenebilir (Tayşir ve Pazarcık, 2011, 17). Bugün geline nokta kâr amacı gütmeyen kuruluşların eskiden olduğu gibi yönetilmelerinin beklenemeyeceği, profesyonel yönetim anlayışının uygulanması kaçınılmazdır. Günümüzde yönetim kavramı kâr amacı gütmeyen kuruluşların önemle üzerinde durması gereken bir kavram haline gelmiştir (Drucker, 1990:14).

Kurumun karar almaya ilişkin analizi Tablo 1 de yer almaktadır. Çalışanların %77,8'i kararların yalnızca üst yönetim tarafından alınacağını belirtmiştir. Çalışanların %60,3'ünün karar alırken deneyimlerine güvendiğini, %79,4'ünün kurum çalışanlarının fikrini aldığını, %82,5'inin diğer yöneticilerin fikrini aldığını belirtmiştir. Karar almada kurumdaki diğer yöneticilerin ve çalışanların etkin bir şekilde karar alma mekanizmasına katıldığı söylenebilir.

Tablo 1. Kurumun Karar Alma Sürecine İlişkin Analiz

Kurumun Karar Almaya İlişkin Durumu	Kararlar Yalnızca Üst Yönetim Tarafından Alınır		Yönetici olarak Karar Alırken deneyimlerime Güvenirim		Karar Alırken Kurum Çalışanlarının Fikrini Alırım		Karar Alırken Diğer Yöneticilerin Fikrini Alırım	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Katılıyorum	49	77,8	38	60,3	50	79,4	52	82,5
Katılmıyorum	10	15,9	16	25,4	8	12,7	8	12,7
Kararsızım	4	6,3	9	14,3	5	7,9	3	4,8

4.2. Kurumun Organizasyon Yapısına İlişkin Analizi

Örgütün etkili bir şekilde çalışabilmesi için seçilen işler, kişiler ve işyerleri arasında yetki ilişkilerinin kurulması faaliyetleri (Ünsalan ve Şimşek, 2012:127) olarak tanımlanan organizasyon kurum içinde gerçekleştirilmesi beklenen işlerin dikey, yatay ve mekânsal olarak farklılaştırılmasını ifade eder (Andersen, 2002:346).

Tablo 2. Kurumun Organizasyon Yapısının Durumu

Kurumun Organizasyon Yapısının Durumu	Kurumda Bir Organizasyon Şeması Bulunmamakta		Kurumda İşbölümü ve Uzmanlaşma Yetersiz		Kurumun Temel Politikaları Belirgin	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Katılıyorum	9	14,3	9	14,3	58	92,1
Katılmıyorum	41	65,1	16	25,4	3	4,7
Kararsızım	13	20,6	38	60,3	2	3,2

Araştırma sonuçlarına göre, kurumun organizasyon yapısını belirlemek amacıyla çalışanlara sorulan organizasyon yapısının nasıl olduğuna ilişkin sorularına verilen cevaplardan, çalışanların %65,1'inin kurumda belirli bir organizasyon şemasının bulunduğunu ifade ettikleri anlaşılmıştır. Örgütte organizasyon yapısının belirgin olması, bir organizasyon şeması ile belirtilmesi örgütün ve çalışanlarının sahip oldukları performansı ortaya daha iyi koymalarına katkı sağlamaktadır.

Çalışanların %60,3'ünün kurumdaki işbölümü ve uzmanlaşmaya ilişkin cevaplarında kararsız oldukları, %92,1'inin kurumun temel politikalarının belirgin olduğunu düşüncesine sahip olduğu belirlenmiştir. Kurumun temel politikalarının belirgin olduğu görüşü çalışanlar tarafından anlaşılmış olmasına rağmen, çalışanların kurumdaki işbölümü ve uzmanlaşmanın yeterliliğine ilişkin kararsızlıkları kurumun gerçekleştirmeyi istediği hedeflerini olması gerekenden daha uzun bir sürede gerçekleştirebileceği sonucunu ortaya çıkarabilir.

4.3. Kurumun İnsan Kaynaklarına İlişkin Analizi

İnsan kaynakları yönetimi bir örgütte çalışanların etkinlik ve verimliliğini en üst seviyeye getirebilmek için düzenlenen tüm faaliyetlerdir (Ertürk, 2011: 5). İnsan Kaynakları yönetimi, işgören planlama, işe alma, işe alıştırma, eğitim ve kariyer planlama etkinliklerini

kapsayan bir kavramdır (Gürüz ve Yaylacı, 2004:23). Örgütlerin en değerli sermayelerinin insan kaynağı olduğu düşüncesi tüm kuruluşlar tarafından kabul edilen bir görüştür.

Tablo 3’de yer alan verilere bakıldığında çalışanları kurumda tutabilme süreleri %42,8 ile en fazla 10 yıl ve üzeri grubundadır. Bu bağlamda kurumdaki iş gören devir oranının düşük olduğunu, çalışanların uzmanlaştığını ve bunun sonucunda da çalışanların verimliliğini olumlu bir şekilde etkileyebileceğini söyleyebiliriz.

Bunun yanında, Kurumda %79,7 oranında yeterli sayıda nitelikli insan kaynağı mevcuttur. Bu durumda, yöneticilerin kurumda nitelikli çalışan bulundurma durumlarının olduğu ve işe alışlarda da buna dikkat ettikleri söylenebilir. Ayrıca kurumda çalışanların performans değerlendirme sistemi dikkate alındığında, %73 ile performans değerlendirme sistemlerinin olduğu görülmektedir. Performans değerlendirme sistemlerinin varlığının kurumda olması çalışanların performansını belirlemede ve performanslarının artırılmasında önemli bir durum olarak görülebilir.

Kurumda çalışan seçme durumları %76,7 ile kişisel başvuru, %20,6 ile İş Dünyası ve Akraba Aracılığı ve %2,7 ile gazete ilanları olduğu görülmektedir. Elde edilen veriler, çalışan seçiminde kişisel başvuruların önemli bir üstünlüğü olduğunu göstermektedir. Kurumun insan kaynağını seçme konusunda diğer yöntemlere de ağırlık vermesi ihtiyaç duyduğu kişileri kuruma kazandırma açısından daha fazla fayda sağlayabilir.

Tablo 3. İnsan Kaynakları ile ilgili Durum

<u>Çalışanları Kurum Bünyesinde Tutabilme Süresi:</u>	<u>Sayı</u>	<u>Yüzde</u>
1 Yıdan az		
1-5 Yıl	11	17,5
5-10 Yıl	25	39,7
10 Yıdan fazla	27	42,8
<u>Yeterli Sayıda Nitelikli Çalışan Durumu:</u>		
Nitelikli Çalışan VAR	50	79,4
Nitelikli Çalışan YOK	13	20,6
<u>Yönetici – Çalışan Performans Değerlendirme Sistemi:</u>		
Performans Değerlendirme Sistemi VAR	46	73,0
Performans Değerlendirme Sistemi YOK	17	27,0
<u>Çalışanları İşe Alma (Seçme) Durumu:</u>		
Kişisel Başvuru	56	76,7
İş ve İşçi Bulma Kurumu	2	2,7
Gazete İlanı		
İş Dünyası ve Akraba Aracılığı	15	20,6
Diğer		

4.4. Kurumun Eğitime İlişkin Analizi

İş ile ilgili yetkinliklerin çalışanlar tarafından öğrenilmesini kolaylaştırmada kurum tarafından planlanmış çabaları ifade eden eğitim kavramında amaç çalışanların günlük faaliyetlerini yerine getirirken başvurabilecekleri temel bilgi ve davranışların kazandırılmasıdır (Noe, çev.Çetin, 1999: 4).

Kurumlarda amaçların gerçekleştirilebilmesi, çalışan performanslarının artırılması ve iş tatmini sağlanabilmesi için eğitim önemli bir yer tutar. Tablo 5’de kurumun eğitim durumuna ilişkin bulgular yer almaktadır. Kurumda çalışanlara verilen eğitim konuları dikkate alındığında %92,7 ile en fazla mesleki eğitim verilmektedir. Mesleki eğitim için gerçekleştirilmesi için önemli olmakla birlikte çalışanların mesleki eğitim ile birlikte liderlik, proje yönetimi, hukuk ve iletişim ile ilgili eğitim almaları kurumun daha başarılı olmasına yardımcı olabilir.

Tablo 4. Eğitim durumu ile ilgili Durum

<u>Kurumda Çalışan Kişilere Verilen Eğitim Konuları:</u>	<u>Sayı</u>	<u>Yüzde</u>
Liderlik		
Proje Yönetimi	3	4,4
Hukuk		
Mesleki Eğitim	63	92,7
Diğer (İletişim)	2	2,9
<u>Kuruma Üye olan Kişi ve Kuruluşlara (Yetiştiricilere)</u>		
<u>Verilen Eğitim Konuları:</u>		
Hayvan Sağlığı	50	23,5
Yetiştiricilik	55	25,8
Hayvan Besleme	54	25,4
Süt Kalitesi	41	19,2
Diğer	13	6,1
(Yem bitkileri, Hayvan Desteklemeleri, Sürü Yönetimi, İş Sağlığı ve Güvenlik, Hayvan Hastalıkları ve Tedbirleri)		
<u>Kurum Çalışanları ve Üyelerinin Eğitim İhtiyacının Karşılandığı Yöntemler:</u>		
Üniversite Eğitimine Katılarak	5	5,4
Konunun Uzmanlarından Eğitim Alarak	39	42,4
Yerel Yönetimlerden Sağlanan Eğitim	2	2,2
Kurum İçi Çalışanlardan Sağlanan Eğitim	41	44,6
Diğer (Dergi, El Broşürü, Yerinde Eğitim)	5	5,4
<u>Kurum Çalışanları Ve Üyelerinin İhtiyaç Duyduğu Eğitim Konuları:</u> Hayvan Bakım ve Beslemesi, Süt Sağım ve Hijyeni, Nitelikli Kaba Yem Üretimi, Hayvan Sağlığı, Ahır Kuruluşu ve Düzeni, Hayvan Hastalıkları ve Korunma Yöntemi, Bitki Koruma, Kayıt ve İsim Takibi, Yetiştirici ile İlişkiler, Koruyucu Hekimlik, Sürü Yönetimi.		

Kuruma üye olan kişi ve kuruluşlara (yetiştiricilere) verilen, hayvan sağlığı, yetiştiricilik, hayvan besleme ve süt kalitesi eğitimlerinin yüzde olarak birbirine yakın oranda gerçekleştirildiği görülmektedir. Kurum bu eğitimlerin yanında yem bitkileri, Hayvan Desteklemeleri, Sürü Yönetimi, İş Sağlığı ve Güvenlik ile Hayvan Hastalıkları ve Tedbirleri konularında eğitimlerini de tekrarlayarak artırma yoluna gitmelidir.

Yine Tablo 4’den kurum çalışanlarının ve üyelerinin (yetiştiriciler) eğitim aldığı yöntemlerden %44,6 ile Kurum içi çalışanlardan alınan eğitim ve %42,4 ile konunun uzmanlarından eğitim almak en fazla tercih edilen yöntemler olarak görülmektedir. Kurum dergi ve broşür çıkarma ile yerinde eğitim yöntemlerine gelecekte de ağırlık vermeli, bu konularda üniversitelerden de aldığı hizmeti geliştirmelidir.

Araştırma bulgularına göre, Kurum çalışanları ve üyelerinin ihtiyaç duyduğu eğitim konularının; Hayvan Bakım ve Beslenmesi, Süt Sağım ve Hijyeni, Nitelikli Kaba Yem Üretimi, Hayvan Sağlığı, Ahır Kuruluşu ve Düzeni, Hayvan Hastalıkları ve Korunma Yöntemi, Bitki Koruma, Kayıt ve İsim Takibi, Yetiştirici ile İlişkiler, Koruyucu Hekimlik ve Sürü Yönetimi olduğu tespit edilmiştir.

5. SONUÇ

Kâr amacı güden ve kâr amacı gitmeyen tüm kuruluşlar belirledikleri hedeflere ulaşmak çabası içindedirler. Kuruluşların amaçlarını gerçekleştirebilmesi için yönetsel ve örgütsel anlamda doğru olarak oluşturulmalı ve bu durumları sürekli olarak geliştirilmelidir. Kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olan Balıkesir İli Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği de yönetsel ve örgütsel olarak en yüksek faydayı sağlayacak şekilde bir yapıya sahip olmalıdır.

Çalışma kapsamında, kurum çalışanlarının büyük bir çoğunluğunun eğitim seviyesi olarak üniversite mezunu olduğu, kurum içinde karar alırken kendi deneyimlerine güvenmekle birlikte diğer çalışan ve yöneticilerin fikirlerine önem verdiği, yöneticilerin ve çalışanların etkin bir şekilde karar alma mekanizmasına katıldığı, kurumda belirli bir organizasyon şemasının bulunduğu, işbölümü ve uzmanlaşmanın yeterliliğine ilişkin bazı kararsızlıklar olduğu, yeterli sayıda nitelikli insan kaynağı ve performans değerlendirme sistemi olduğu, iş gören devir oranının düşük olduğu, işe almalarda Kişisel Başvuru'nun en önemli yöntem olduğu, mesleki eğitimin yüksek oranda gerçekleştirilmesi ile birlikte liderlik, proje yönetimi, hukuk ve iletişim ile ilgili eğitim konularında dışarıdan da hizmet alınarak yetersizliklerin giderildiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışma temelinde tespit edilen az sayıdaki eksik yönler giderildiği takdirde Balıkesir ili Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği yönetsel ve örgütsel bakımdan daha iyi bir duruma gelebilecek ve 20 yılda ulaştığı başarısını daha da artırarak yetiştiricilere ve İl hayvancılığına daha fazla katkı sağlamaya devam edebilecektir.

KAYNAKÇA

- ANDERSEN, J. A., 2002, Organizational Design: Two Lessons to Learn Before Reorganizing, *International Journal of Organization Theory and Behavior*, Vol:5, Issue:3/4, January, 343-358.
- DRUCKER, P.F., 1990, *Managing The Non-profit Organizations*, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- EREN, E., 1993, *Yönetim ve Organizasyon*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- ERTÜRK, M.,2011, *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Beta, İstanbul.
- GÜRGÜZ, D. Ve Yaylacı, G. Ö.,2004, *İletişimci Gözüyle İnsan Kaynakları Yönetimi*, Mediacat Yayınları, İstanbul.
- KOÇEL, T.,2005, *İşletme Yöneticiliği*, Arıkan Basım Yayım, İstanbul
- NOE, R.A. Çev. Çetin, C., 1999, *İnsan Kaynaklarının Eğitim ve Gelişimi*, Beta, İstanbul.
- TAYŞİR, E.A. ve Pazarcık, Y., 2011, *Türkiye'nin Önde Gelen Sivil Toplum Kuruluşlarının Yönelimsel ve Örgütsel Analizi*, Beta Basım Yayım, İstanbul
- ÜNSALAN, E. ve ŞİMŞEKER, B., 2012, *İşletme Yönetimi I-II*, Detay Yayıncılık, Ankara
- www.balikesirdsyb.org, 14.08.2014, Balıkesir İli Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği

THE NEXUS AMONG FINANCIAL DEVELOPMENT AND POVERTY REDUCTION: AN APPLICATION OF ARDL APPROACH FROM THE MENA REGION

Leila Chemli¹

Abstract

The objective of this paper is to examine the relationship between financial development and poverty reduction in 8 MENA countries (Algeria, Egypt, Iran, Jordan, Mauritania, Morocco, Tunisia and Yemen) over the period of 1990-2012 by using an “ARDL approach”. Our empirical results show that the financial development favors the poor. The ratio to domestic credit to the private sector as % of GDP is significant and positive for Algeria, Iran, Jordan, and Tunisia. This country represents a sample of the upper-middle-income economies. While the ratio to liquid liabilities (M3) as % of GDP is significant and positive for our entire sample. This result suggests that access to credit for the poor remains a challenge.

Keywords: financial development, poverty reduction, ARDL approach

JEL Codes: I32, O1, O5

1. INTRODUCTION

Among the eight Millennium Development Goals (MDGs), is to eradicate extreme poverty and hunger. Indeed, the poverty represents a major challenge for all countries and specifically for developing countries. Our study is interested in the relationship between the financial development and the poverty. This link has not been widely explored over the past few decades. Through literature, this relationship can be classified by two channels. The first channel shows that financial development affects the poverty directly by improving the access of the poor to financial services such as (Odhiambo (2009), Pradhan (2010) and Akhter, Liu and Daly (2010)).

According to Kpodar (2004), the provision of financial services is prominently in order to reduce poverty. These programs adopted by developing countries focus on microcredit. Indeed, the microfinance is recognized as a means that can lead to the reduction of poverty in order to diversify their sources of income through self-employment. Financial development can contribute by improving credit facilities and deposits for the poor. However, if the poor have access to financial services, they can increase their productive assets; improve productivity and therefore their income. Kpodar (2004) distinguishes between two effects: the effect of the capital conduit of Mc Kinnon (1973) and the threshold effect. The first effect is developed by McKinnon (1973) based on the assumption that money and capital are complementary. It states that in the absence of deep and broad financial market for financial intermediation, the money holdings must be accumulated before the relatively costly and indivisible investment projects can be undertaken. McKinnon (1973) argued that even if the financial instruments do not provide credit to the poor, it nevertheless provides profitable

¹ Faculty of Economics and Management, University of Sousse, Riyadh City, LP 307, Sousse 4023, Tunisia, Tel.:+216 23 939 645, E-mail: chemli.leila@yahoo.fr

financial opportunities for savings. In developing countries the financial sector should be reformed to encourage savings to eliminating financial repression and releasing the interest rate. Therefore, the channel of financial intermediation through savings and credit favors the poor. Indeed, financial institutions can help the poor to invest in physical capital or human resources. « *For many people, their only source of credit is a pawnshop or money lender who charges high interest and beats up clients who fail to pay on time* » (Easton (2005)). This confirms that financial services are expensive for the poor. The latter cannot have the means to get them. The hypothesis of McKinnon is that the mobilization of the savings establishes the prerequisite for any investment. The lack of access to the external finance places the poor in a situation where the accumulation of the capital is compromised. The second effect is concerning the effect on threshold of Kpodar (2006). When the financial system develops, it is possible that financial services propagate to the poor people. Indeed, it is necessary to reach a certain threshold so that the development can assure a profitable way the financial services to the poor. Besides, according to Kpodar (2004) as well as Boukhatem and Mokrani (2012), there are factors which limit the access of the poor people to the formal credit market is the lack of guarantee which is centered on the asymmetry of information, the distance between the housing and the banks, and the absence a formal financial institution specialized in financial services for the poor people. The underlying assumption is that as the financial system develops, it may extend its services to the poor. But otherwise, if the financial system is not enough developed, there is a situation where banks are in the incapacity to evaluate applications for credit and to assure the surveillance of the performance of the borrowers. We also attend the lack of the bank which prevent the poor people from having access to the financial system as well as lack of financial services for the poor. Therefore, the poor are away from the formal financial sector and are in front of not formal financial sector such as the hoarding and the self-funding. This leaves the poor in an unfavorable situation through which inequalities are widening. Indeed, the financial system has a positive impact on the average income of the poor. Moreover, from a certain threshold, if the evolution of the financial system is not controlled, it can cause adverse effects that are unfavorable to the poor.

The second channel shows that financial development affects poverty indirectly by stimulating economic growth through increased investment rates and by improving the capital to the most productive projects. The indirect link between the financial development and the poverty reduction passes by the effect of the finance on the economic growth. The positive effects expected from the financial development on the economic growth were described for a long time (Schumpeter (1912), Keynes (1930), Gurley and Shaw (1955), McKinnon (1973), Shaw (1973), Galbis (1977), World Bank (1989), Pagano (1993), Gibson and Tsakalatos (1994), Levine (2005)). One of the ways in which the financial development favors the economic growth by the mobilization from bottom to effective use. The financial intermediaries are able to efficiently channel funds from savers to investors in a cheap and effective way. The improvement of the functioning of the financial intermediaries is able to attract more saving. The increase of this saving allows more capital to be forwarded to the investment. A developed financial sector also facilitates the business, the protection and the diversification of the risk, what allows the implementation of big projects which would not have been possible without him. Another way by which the development of the financial systems leads to a faster growth consists in creating of the liquidity of their actions of the loan with the savers on a short-term base and the loans to the investors on a long-term base. By bringing the savers and the investors, the financial intermediaries are able to reduce transaction costs and information. This positive relationship between the economic growth and the financial development is supported by a large number of empirical studies (King and

Levine (1993), Arestis and Demetriades (1997), De Gregorio and Guidotti (1995), Levine, Loayza and Beck (2000), Beck, Levine, and Loayza (2000), Ghirmay (2004)). These studies report a positive and significant coefficient for the different indicators of the financial development. If the financial development favors the economic growth, it follows that the economic growth reduces the poverty. The financial development then leads, indirectly, a reduction of the poverty.

Pradhan (2010), through his article, insists on "*The hypothesis here is that once economic growth has been achieved it would unambiguously lead to poverty alleviation*"². According to this author, when the hypothesis of the economic growth is achieved, it will be without ambiguity the result in the reduction of poverty. But in reality, the economic growth cannot be a sufficient condition to reduce the poverty. For example, if the financial development increases the disparity of income, the country can take advantage of the positive economic growth, without any profit for its poorest households. In this process, the group with high income will be richer whereas the low-income group will be poorer.

On the empirical front, very few studies have examined the relationship of causality between financial development and poverty reduction. Among these studies Odhiambo (2009), Pradhan (2010), Uddin and Kyophilavong Sydee (2012) and Uddin, Shahbaz, Arouri and Teulon (2014).

Odhiambo (2009) estimates the relationship between the financial development and the poverty, through a time series study covering the period 1960-2006. These results show that an increase in economic growth leads to an increase in financial development. This conclusion is consistent with the demand-following hypothesis, which postulates that the development of the financial sector is largely influenced by the growth of the real sector, creating a demand for new financial services. Furthermore, the results show both that financial development and economic growth Granger cause the reduction of poverty. Also, an increase in financial development reduces poverty. Similarly, there is a causality of economic growth to reduce poverty. Hence, an increase in economic growth reduces poverty. It recommends that policies aimed at increasing economic growth must be intensified in South Africa to have a more monetized economy and reduce high levels of poverty.

While Pradhan (2010) considers the relationship between financial development economic growth and poverty reduction in India through time series data covering the period 1951-2008. It emphasizes the existence of long-term equilibrium between financial development, economic growth and poverty reduction relationship. It also concludes the existence of unidirectional causality of poverty reduction to economic growth, economic growth to financial development, economic growth to reduce poverty and financial development to poverty reduction. It concludes that financial development and economic growth have a substantial contribution to reducing poverty in the economy.

Through the study, Uddin and Kyophilavong Sydee (2012) estimate the relationship between financial development and poverty in Bangladesh during the period from 1976 to 2010 through an approach of autoregressive distributed lag model (ARDL). They conclude that the existence of long-term between the development of the banking sector and poverty reduction relationship. They also concluded that there is a bidirectional causality between banking sector development and poverty reduction. Therefore, this finding implies that policy makers can influence the reduction of poverty by encouraging financial development in the

² Pradhan, R.P., 2010. The nexus between finance, growth and poverty in India: The cointegration and causality approach. *Asian Social Science*, Vol.6, N°.9. DOI: 10.5539/ass.v6n9p114

long term. Indeed, the development of the financial sector will enable better access to institutional credit to the poor. Put a retrieval system organized and efficient loan might encourage microcredit that the poor could be used as a step out of poverty. On the other hand, measures of poverty reduction would the economy on a higher growth trajectory, which will facilitate the continuation of reforms in the financial sector development.

Uddin, Shahbaz, Aroui and Teulon (2014) use an approach of autoregressive distributed lag model (ARDL) to study the relationship between financial development, economic growth and poverty reduction in the case of Bangladesh for the period 1970-2011. They conclude that the political leaders of Bangladesh can influence the reduction of poverty through financial sector development. Thus by providing loans to SMEs that will be useful to reduce poverty by creating jobs in the country.

Finally based in the previous works, we can see that financial development is beneficial to the poor. Therefore, the objective of this study is to examine the link between the financial development and the poverty through two indicators, the ratio of domestic credit to the private sector as % of GDP (Lc_{gdp}) and the ratio of liquid liabilities (M3) as % of GDP ($Lm3_{gdp}$) for 8 MENA countries by using an Autoregressive Distributed Lag approach (ARDL approach) during the period 1990 to 2012. Our study is different compared to the previous work in the following ways. First this study employed an autoregressive distributed lag model approach (ARDL) for 8 countries in the MENA region through a study by country and compares them. Second, two indicators of financial development are used to study the link between finance and poverty.

The paper is organized as follows. The section 2 represents a data sources and the underlying methodology. The results and discussions are being presented in the section 3. Finally the section 4 draws the conclusion and implications in this study.

2. DATA SOURCES AND METHODOLOGY

In this paper, we study the link between the financial development and the poverty reduction for 8 MENA countries, namely Algeria, Egypt, Iran, Jordan, Mauritania, Morocco, Tunisia and Yemen. This study covers the time period of 1990-2012. The data have been obtained from the World Development Indicators by the World Bank. The Ln denote the logarithm. $hfce$ represents the household final consumption expenditure per capita. $cgdp$ denote the ratio of domestic credit to the private sector as % of GDP. $m3gdp$ denote the ratio to liquid liabilities (M3) as % of GDP. gdp denote the GDP per capita growth. $gini$ denote the Gini index. $trade$ denote the trade openness.

The ARDL approach developed by Pesaran, Shin and Smith (2001) as an alternative to test cointegration Engle and Granger (1987) and Johansen (1988, 1991). This technique allows the use of variables which differ from order integration I (0) and I (1). It is also better suited to small samples. In this article, we use the ARDL approach to estimating two specifications. The first is dependent on poverty by the ratio domestic credit to the private sector (% of GDP) and the second is dependent on the poverty by the ratio Liquid liabilities to GDP or M3 / GDP.

Our model shows that the first specification is as follows:

$$\begin{aligned} \Delta \text{Ln hfce}_t = & \alpha_0 + \sum_{i=1}^q \beta_i \Delta \text{Ln hfce}_{t-i} + \sum_{i=0}^{q1} \gamma_i \Delta \text{Ln cgdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^{q2} \delta_i \Delta \text{Ln gdp}_{t-i} \\ & + \sum_{i=0}^{q3} \mu_i \Delta \text{Ln gini}_{t-i} + \sum_{i=0}^{q4} \sigma_i \Delta \text{Ln trade}_{t-i} + \theta_1 \text{Ln hfce}_{t-i} + \theta_2 \text{Ln cgdp}_{t-i} \\ & + \theta_3 \text{Ln gdp}_{t-i} + \theta_4 \text{Ln gini}_{t-i} + \theta_5 \text{Ln trade}_{t-i} + \varepsilon_t \end{aligned} \quad (1)$$

Our model shows that the second specification is as follows:

$$\begin{aligned} \Delta \text{Ln hfce}_t = & \alpha_0 + \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta \text{Ln hfce}_{t-i} + \sum_{i=0}^{p1} \gamma_i \Delta \text{Ln m3gdp}_{t-i} + \sum_{i=0}^{p2} \delta_i \Delta \text{Ln gdp}_{t-i} \\ & + \sum_{i=0}^{p3} \mu_i \Delta \text{Ln gini}_{t-i} + \sum_{i=0}^{p4} \sigma_i \Delta \text{Ln trade}_{t-i} + \theta_1 \text{Ln hfce}_{t-i} \\ & + \theta_2 \text{Ln m3gdp}_{t-i} + \theta_3 \text{Ln gdp}_{t-i} + \theta_4 \text{Ln gini}_{t-i} + \theta_5 \text{Ln trade}_{t-i} \\ & + \varepsilon_t \end{aligned} \quad (2)$$

Where Δ denotes the first difference operator, while $\theta_1, \theta_2, \theta_3, \theta_4, \theta_5$ represent the long-run coefficient, $\beta_i, \gamma_i, \delta_i, \mu_i, \sigma_i$ represent the coefficient of the short-run dynamics, p, q represent the number of lags to the endogenous variable and $p1, p2, p3, p4, q1, q2, q3, q4$ denote the number of lags to the exogenous variable.

We study the possibility of the existence of the long-run relationship between the variables through the value of the Fisher test by the approach of Pesaran et al (2001) for the ARDL model. The test is based on two alternatives:

$$\begin{cases} H_0: \theta_i = 0 \\ H_1: \theta_i \neq 0 \end{cases} \text{ with } i = 1, 2, 3, 4, 5$$

The hypothesis H_0 implies the absence of long-run equilibrium relationship and the hypothesis H_1 imply the presence of long-run equilibrium relationship.

At the Fisher statistic (F-statistic) or the Wald statistic, Pesaran et al (2001) presented two critical values, with I (0) representing the lower bound values and I (1) representing the upper bound values with various possible cases (with or without constant models and / or trend). Three decisions are possible:

-If the F-statistic exceeds the upper bound values then we reject the hypothesis H_0 , hence the existence of co-integrating relationship.

- If the value of F-statistic belongs to the two bound values so we cannot conclude.

-If the F-statistic is less than the lower bound values then we reject the hypothesis H_1 , and we accept H_0 where the lack of co-integrating relationship.

Once validated the long-term relationship, we estimate by ordinary least square (OLS) our ARDL model.

3. RESULTS AND DISCUSSION

3.1. The unit root test

Before proceeding to the ARDL approach we tested the stationarity of each series, we used the Dickey-Fuller (1981). The **table 1** reports the results of this test. The results obtained indicate that the variables are stationary in first differences and integrated of order I (I (1)). Indeed, in terms of results in the first difference ADF statistic appears below the critical value at the 1%, 5% and 10%. Indeed, the situation that arises and that all our variables are integrated of order one I (1), hence the use of auto-regressive model approach to delay spread (ARDL) developed by Pesaran, Shin and Smith (2001) is possible. It examines both the long-run equilibrium between the variables and dynamics of short-term through the method of error correction.

3.2. Determining the number of lag

The optimal number of lag to the ARDL model that ensures minimization criteria selected information is presented in the **table 2** for different countries; this applies to Eq. (1) and Eq. (2). Based on the criteria information, is retained for the optimal model Eq. (1) Eq. (2) shown in the table below.

3.3. The procedure to ARDL approach

We study the possibility of the existence of the long-run relationship between the variables through the value of the Fisher test by the approach of Pesaran et al (2001) for the ARDL model. Statistics Fisher test exceeds the upper bound values at 5% for both specifications and for the entire sample. So we reject the hypothesis H_0 and confirm the existence of the long-run relationship between the variables.

3.4. The relationship of long-run equilibrium

The long term equilibrium relationships derived of ARDL models are shown in the **table 3**. The estimation results confirm that the long-run elasticity of the $lhfce$ relative to the first specification for the ratio of domestic credit to the private sector as % of GDP (Lc_{gdp}) is positive and significant for Algeria, Iran, Jordan and Tunisia. While, an increase of 1% of the ratio of domestic credit to the private sector as % of GDP (Lc_{gdp}) causes an increase of the household final consumption expenditure per capita ($lhfce$) in these countries. While Egypt, Mauritania, Morocco and Yemen results are positive but not significant. However, the results relative to the second specification of the ratio to liquid liabilities (M3) as % of GDP ($Lm3_{gdp}$) are positive and significant for all samples. Indeed, an increase of 1 % of the ratio of the ratio to liquid liabilities (M3) as % of GDP ($Lm3_{gdp}$) leads respectively an increase of 66 %, 44 %, 88 %, 99 %, 26 %, 36 %, 63 %, 29 % for Algeria, Egypt, Iran, Jordan, Mauritania, Morocco, Tunisia and Yemen. This result suggests that the access to the credit for the poor remains a challenge. Moreover, this difference in the two indicators for financial development is explained by the fact that having the effect of conduit, Mc Kinnon considered the overnight deposits and the quantity of money circulating together with term deposit and savings deposit. This effect is reinforced where the poor access to saving deposits as well as term deposit. Comparing the two indicators of financial development, we find that the ratio to

liquid liabilities (M3) as % of GDP (Lm3gdp) supports the hypothesis of the conduit of Mc Kinnon. This is confirmed by Akhter and Daly (2009). They argue that if the ratio CGDP is not significant, this implies that bank credits does not reach the poor. Moreover, the positive sign of the two indicators: the ratio of domestic credit to the private sector as % of GDP Lcgdp and the ratio to liquid liabilities (M3) as % of GDP (Lm3gdp) implies the household final consumption expenditure per capita (Lhfce) increases as the level of financial development believes, resulting eventually in a decrease of poverty. Boukhatem and Mokrani (2012) also confirm the positive effect of financial development.

Besides we notice that the growth rate of the GDP per capita (Lgdpg) measuring the effect of the economic growth on the indicator of poverty, we can reveal a positive and significant sign for all our samples and for our two specifications. What is translated by an increase of 1 % of the growth rate of the GDP per capita is translated by an increase of the household final consumption expenditure per capita (Lhfce). These results show the existence of a beneficial effect of the economic growth. The latter shows the channel through which the financial development affects the poverty indirectly. This is confirmed by a number of authors such as Guillaumont and Kpodar (2004), Odhiambo (2009), Akhter and Daly (2010). Furthermore, Inoue and Hamori (2012) argue that the economic growth is an effective instrument for the reduction of the poverty. However, this positive effect of economic growth may be impeded by the presence of inequalities. Indeed, we note that the financial development and the economic growth go together to increase the household final consumption expenditure per capita (Lhfce) and thereafter reduce the poverty. On the other hand the results show the existence of negative and significant effect of the household final consumption expenditure per capita (Lhfce) for our two specifications.

This result allows to notice that that a reduction in inequality through the Gini index, will lead to an increase of the household final consumption expenditure per capita (Lhfce) and subsequent a deterioration of the situation of the poor. This result is conforming to the work of Ravallion (2005), and Mchiri Moudden (2011). In view of the long-term results, we note that the coefficients relative to Egypt, Mauritania, Morocco and Yemen are proving higher than Algeria, Iran, Jordan and Tunisia. Indeed, to reduce the poverty it is necessary to act not only on the increase of the economic growth, but also on the reduction on reducing inequalities. This confirms the idea that the economic growth is necessary, but not sufficient in the reduction of the poverty.

Besides, at the level of the results concerning the rate of trade openness presented by (Ltrade) we notice a positive and significant coefficient by all our samples. Inoue and Hamori (2012) assert that the openness contributes to the reduction of the poverty in developing countries.

3.5. The dynamics of the short-run

From the results of the **table 4**, the correction error term (ECM 1 and ECM 2) reflects the adjustment of the short-run adjustment of the indicator of poverty due to changes in exogenous variables. Indeed, they indicate the adjustment speed of the equilibrium to the poverty indicator. Moreover, ECM 1 and ECM 2 appears with a negative and significant sign, this confirms the existence of co-integration and after a long-term relationship. This coefficient is estimated for the first specification to 53%, 97%, 65%, 41%, 75%, 92%, 15%, and 77% respectively for Algeria, Egypt, Iran, Jordan, Mauritania, Morocco, Tunisia and Yemen. While for the second specification, the coefficient is estimated at 69%, 44%, 71%, 34%, 81%, 28%, 23%, and 88% respectively for Algeria, Egypt, Iran, Jordan, Mauritania, Morocco, Tunisia and Yemen.

Our results in the short-run almost identical to those of the long-run with less impact. In view of our results for the first specification, we note that the household final consumption expenditure per capita (Lhfce) depends positively on its past values for all our samples.

3.6. Robustness Test

To estimate the robustness of the various models of the tests of diagnoses were made. It is about the test of Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test of residues, the test of Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey and the test of jarque Bera for the Normality Test of residues. In view of the results presented in the table all the residues present a property. Indeed, it is concluded that there is no autocorrelation, non-existence of heteroscedasticity and absence of residues normally distributed.

4. CONCLUSION AND IMPLICATION

While the literature on the link between the financial development and the poverty has not been explored too much for the MENA region, there are no studies that examine this link using an autoregressive distributed lag approach (ARDL) and compare the results for the country. The objective of this paper is to fill this gap by examining the relationship between the financial development and the poverty for 8 countries in the MENA region over the period 1990-2012. The estimation results show the existence of an error correction mechanism that allows catching up to equilibrium at both specifications. Indeed, the results of the estimation of the long term equilibrium show that the ratio of domestic credit to the private sector as % of GDP is positive and significant for Algeria, Iran, Jordan and Tunisia while we note a positive and non-significant sign for Egypt, Mauritania, Morocco and Yemen. The first sample represents a number of countries to upper middle income, while the second is a number of countries in lower middle Income. For the second indicator of financial development, the results are positive and significant for the entire sample. The difference between these two indicators of financial development is explained by the effect of duct Mc Kinnon. Besides we conclude that the growth rate of the GDP per capita and the rate of trade openness affect positively the household final consumption expenditure per capita for the all samples. While the indicator for the Gini index affect negatively the indicator of poverty. Note that financial development is conducive to poverty reduction. There by encourages financial development through improved access to financial services and credit to the poor.

REFERENCES

- AKHTER, S., DALY, K.J., 2009. Finance and poverty: Evidence from fixed effect vector decomposition. *Emerging Markets Review* 10, 191–206. doi:10.1016/j.ememar.2009.02.005
- AKHTER, S., LIU, Y., DALY, K., 2010. Cross country evidence on the linkages between financial development and poverty. *International Journal of Business and Management* 5, P3.
- BECK, T., DEMIRGUC-KUNT, A., LEVINE, R., 2004. Finance, inequality, and poverty: cross-country evidence. National Bureau of Economic Research.
- BECK, T., DEMIRGÜÇ-KUNT, A., LEVINE, R., 2007. Finance, inequality and the poor. *Journal of economic growth* 12, 27–49.
- COJOCARU, L., HOFFMAN, S., MILLER, J., 2011. Financial development and economic growth: empirical evidence from the CSS and CIS countries.
- DASH, S.P., 2007. Development and poverty in an Indian state: A study of KBK districts of Orissa. *Social Change*, Vol.37, N°.2, pp.76-98. DOI: 10.1177/004908570703700206
- DALY, K.J., AKHTER, S., 2007. Finance and Poverty: evidence From Panel study. *Asia Pacific Journal of economics & business*, Vol.11.
- JALILIAN, H., KIRKPATRICK, C.2001. Financial development and poverty reduction in developing countries. Institute for Development Policy and Management, University of Manchester, Manchester.
- JEANNENEY, S.G., KPODAR, K., 2011. Financial development and poverty reduction: Can there be a benefit without a cost? *The Journal of Development Studies* 47, 143–163.
- KAPPEL, V., 2010. The effects of financial development on income inequality and poverty. CER -ETH-Center of Economic Research at ETH Zurich, Working Paper.
- KAR, M., AĞIR, H., PEKER, O., 2009. Financial development and poverty reduction in Turkey.
- KPODAR, K., 2004. Le développement financier et la problématique de la pauvreté.
- MOLNAR, M., 2009. Development and poverty in Romania.
- ODHIAMBO, N.M., 2009. Finance-growth-poverty nexus in South Africa: A dynamic causality linkage. *The Journal of Socio-Economics* 38, 320–325. doi:10.1016/j.socec.2008.12.006
- ORDÓÑEZ, P., 2012. Financial development and poverty: A panel data analysis. Universidad Icesi School of Management and Economics Research Paper No. 31. <http://ssrn.com/abstract=2158045> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2158045>
- PEREZ-MORENO, S., 2011. Financial development and poverty in developing countries: a causal analysis. *Empirical Economics* 41, 57–80. doi:10.1007/s00181-010-0392-5
- SETH, R., 2009. Financial development and poverty reduction: Linkages and policy options. Working paper series WPS No. 647.

- TEAM, D.F.S., 2004. The Importance of Financial Sector Development for Growth and Poverty Reduction. Policy Division Working Paper. London: Policy Division, Department for International Development.
- UDDIN, G.S., KYOPHILAVONG, P., SYDEE, N., 2012. The casual nexus of banking sector development and poverty reduction. *International Journal of Economics and Financial Issues* 2, 304–311.
- UDDIN, G.S., SHAHBAZ, M., AROURI, M., TEULON, F., 2014. Financial development and poverty reduction nexus: A cointegration and causality analysis in Bangladesh. *Economic Modelling* 36, 405–412. doi:10.1016/j.econmod.2013.09.049
- ZHUANG, J., GUNATILAKE, H., NIIMI, Y., KHAN, M.E., JIANG, Y., HASAN, R., KHOR, N., LAGMAN-MARTIN, A.S., Bracey, P., Huang, B., 2009. Financial sector development, economic growth, and poverty reduction: a literature review. *Asian Development Bank*.

Table1. Summary of the test of stationary for the MENA countries

Variables	Algeria					Iran					Jordan					Tunisia				
	First difference (none)				Order of integration	First difference (none)				Order of integration	First difference (none)				Order of integration	First difference (none)				Order of integration
	Test ADF	1%	5%	10%		Test ADF	1%	5%	10%		Test ADF	1%	5%	10%		Test ADF	1%	5%	10%	
Lnhfce	-5.17	-	-	-	I(1)	-	-	-	-	I(1)	-5.97	-	-	-	I(1)	-5.66	-	-	-	I(1)
Lncgdp	-3.84	-	-	-	I(1)	-	-	-	-	I(1)	-3.33	-	-	-	I(1)	-4.17	-	-	-	I(1)
Lnm3gdp	-4.12	-	-	-	I(1)	-	-	-	-	I(1)	-4.85	-	-	-	I(1)	-2.82	-	-	-	I(1)
Lngdp	-8.66	-	-	-	I(1)	-	-	-	-	I(1)	-5.16	-	-	-	I(1)	-9.06	-	-	-	I(1)
Lngini	-4.58	-	-	-	I(1)	-	-	-	-	I(1)	-4.47	-	-	-	I(1)	-4.47	-	-	-	I(1)
Lntrade	-4.51	-	-	-	I(1)	-	-	-	-	I(1)	-4.01	-	-	-	I(1)	-5.48	-	-	-	I(1)

Variables	Egypt					Mauritania					Morocco					Yemen				
	First difference (none)				Order of integration	First difference (none)				Order of integration	First difference (none)				Order of integration	First difference (none)				Order of integration
	Test ADF	1%	5%	10%		Test ADF	1%	5%	10%		Test ADF	1%	5%	10%		Test ADF	1%	5%	10%	
Lnhfce	-5.27	-	-	-	I(1)	-5.42	-	-	-	I(1)	-7.11	-	-	-	I(1)	-6.19	-	-	-	I(1)
Lncgdp	-1.89	-	-	-	I(1)	-4.28	-	-	-	I(1)	-4.60	-	-	-	I(1)	-5.19	-	-	-	I(1)
Lnm3gdp	-4.10	-	-	-	I(1)	-6.96	-	-	-	I(1)	-3.68	-	-	-	I(1)	-4.86	-	-	-	I(1)
Lngdp	-6.27	-	-	-	I(1)	-4.57	-	-	-	I(1)	-9.94	-	-	-	I(1)	-6.06	-	-	-	I(1)
Lngini	-4.47	-	-	-	I(1)	-4.47	-	-	-	I(1)	-4.47	-	-	-	I(1)	-4.47	-	-	-	I(1)
Lntrade	-3.32	-	-	-	I(1)	-4.13	-	-	-	I(1)	-6.21	-	-	-	I(1)	-2.86	-	-	-	I(1)

Table 2. Determination of the number of lag

Pays	Eq. 1	Eq. 2
Algeria	ARDL(1,0,1,0,0)	ARDL(1,0,1,0,0)
Egypt	ARDL(1,1,1,0,1)	ARDL(3,0,1,0,3)
Iran	ARDL(4,0,0,0,4)	ARDL(4,0,0,0,4)
Jordan	ARDL(1,4,0,1,0)	ARDL(1,0,0,1,0)
Mauritania	ARDL(1,0,0,0,0)	ARDL(1,1,0,0,0)
Morocco	ARDL(1,0,1,0,0)	ARDL(1,0,1,0,0)
Tunisia	ARDL(1,4,2,1,0)	ARDL(1,0,1,0,0)
Yemen	ARDL(1,0,1,0,0)	ARDL(1,0,4,0,0)

Table 3. Estimation of long-run

	Algeria		Egypt		Iran		Jordan		Mauritania		Morocco		Tunisia		Yemen	
Variable	coefficient		coefficient		coefficient		coefficient		coefficient		coefficient		coefficient		coefficient	
C	0,80***	0,39***	0,51***	0,81***	0,22***	0,59***	0,01**	0,71***	0,83***	0,91***	0,49***	0,09***	0,65***	0,23***	0,93***	0,48***
	(0,06)	(0,05)	(0,09)	(0,12)	(0,03)	(0,08)	(0,004)	(0,1)	(0,12)	(0,08)	(0,1)	(0,01)	(0,15)	(0,05)	(0,15)	(0,07)
LnCGDP	0,34***		0,37		0,05**		0,51***		0,87		0,11		0,53***		0,81	
	(0,05)		(0,55)		(0,01)		(0,09)		(2,20)		(0,02)		(0,12)		(0,14)	
LnM3GDP		0,66**		0,44***		0,88***		0,99**		0,26***		0,36**		0,63**		0,29**
		(0,18)		(0,13)		(0,15)		(0,29)		(0,09)		(0,1)		(0,09)		(0,14)
LnGDP	0,39*	0,38*	0,18**	0,15***	0,09***	0,16**	0,18***	0,23***	0,40**	0,12**	0,13***	0,07***	0,28***	0,38***	0,05**	0,03**
	(0,22)	(0,12)	(0,06)	(0,03)	(0,02)	(0,04)	(0,05)	(0,04)	(0,12)	(0,51)	(0,04)	(0,01)	(0,06)	(0,08)	(0,01)	(0,01)
LnGINI	-0,08*	-0,03*	-	-0,39**	-0,52**	-0,65**	-0,54**	-0,56**	-0,82*	-0,71**	-	-0,64**	-	-0,2**	-0,25**	-0,60**
	(0,04)	(0,006)	0,89***	(0,08)	(0,15)	(0,2)	(0,22)	(0,14)	(0,28)	(0,53)	0,35***	(0,23)	0,52***	(0,07)	(0,06)	(0,12)
			(0,2)								(0,07)		(0,13)			
LnTRADE	0,44**	0,22**	0,58**	0,04**	0,82**	0,55***	0,36***	0,24**	2,48***	0,55**	0,05***	0,09**	0,21**	0,77**	0,07**	0,46**
	(0,18)	(0,09)	(0,22)	(0,01)	(0,25)	(0,13)	(0,09)	(0,07)	(0,77)	(0,92)	(0,01)	(0,03)	(0,06)	(0,2)	(0,02)	(0,14)

Table 4. Error correction model

	Algeria		Egypt		Iran		Jordan		Mauritania		Morocco		Tunisia		Yemen	
Variable	coefficient		coefficient		coefficient		coefficient		coefficient		coefficient		coefficient		coefficient	
C	0,17*** (0,02)	0,14*** (0,02)	0,02*** (0,003)	0,03*** (0,004)	0,38*** (0,05)	0,33*** (0,04)	0,29*** (0,04)	0,13*** (0,01)	0,05*** (0,007)	0,18*** (0,02)	0,04*** (0,006)	0,08*** (0,01)	0,1*** (0,015)	0,05*** (0,007)	0,12*** (0,01)	0,27*** (0,04)
D(LnHFCE (-1))	0,15*** (0,03)	0,05*** (0,01)	0,33** (0,08)	0,17** (0,04)	0,2*** (0,03)	0,35** (0,07)	0,18*** (0,04)	0,17*** (0,04)	0,07** (0,01)	0,45* (0,09)	0,13* (0,03)	0,07* (0,01)	1,36** (0,2)	0,61*** (0,09)	0,17** (0,02)	0,22* (0,06)
D(LnHFCE (-2))				0,28** (0,09)	0,22*** (0,06)	0,32*** (0,08)										
D(LnHFCE (-3))				0,41* (0,12)	0,2** (0,05)	0,08** (0,02)										
D(LnHFCE (-4))					0,13** (0,03)	0,04** (0,01)										
D(LnCGDP)	0,65*** (0,14)		0,16 (2,73)		0,51*** (0,10)		0,53*** (0,12)		0,52 (2,38)		0,10 (2,86)		0,51*** (0,09)		0,04 (0,02)	
D(LnM3GDP)		0,43*** (0,08)		0,12** (0,02)		0,56*** (0,12)		0,81*** (0,15)		0,19** (0,06)		0,16** (0,03)		0,85*** (0,25)		0,95** (0,22)
D(LnGDP)					0,56** (0,18)	0,67*** (0,18)	0,26*** (0,08)	0,22*** (0,05)	0,18*** (0,04)	0,27*** (0,07)						
D(LnGDP (-1))	0,09*** (0,01)	0,05*** (0,01)	0,39** (0,1)	0,65** (0,16)							0,52*** (0,1)	0,01** (0,003)	0,29** (0,07)	-0,36** (0,13)	0,34** (0,07)	0,28** (0,05)
D(LnGINI)	-0,02*** (0,006)	-0,04** (0,01)	-0,46** (0,15)	-0,58** (0,14)	-0,54** (0,12)	-0,49** (0,11)	-0,49** (0,15)	-0,51** (0,16)	-0,15** (0,04)	-0,21** (0,05)	-0,41** (0,1)	-0,07** (0,01)	-0,48** (0,14)	-0,17** (0,04)	-0,14** (0,04)	-0,31** (0,07)
D(LnTRADE)	0,4** (0,07)	0,23*** (0,05)	0,24** (0,07)	0,05** (0,01)	0,33*** (0,08)	0,09*** (0,02)	0,03** (0,009)	0,05** (0,01)	0,8*** (0,17)	0,75*** (0,16)	0,05** (0,01)	0,03*** (0,007)	0,42** (0,12)	0,42*** (0,09)	0,29** (0,09)	0,05*** (0,012)
ECM1 (-1)	-0,53** (0,15)		-0,97** (0,39)		- (0,13)		- (0,08)		-0,75** (0,31)		-0,92** (0,29)		-0,15** (0,04)		- (0,25)	
ECM2 (-1)		- (0,15)		-0,44** (0,11)		- (0,16)		-0,34** (0,08)		-0,81** (0,21)		- (0,06)		- (0,05)		-0,88** (0,30)

Table 5. Test of robustness

	Algeria		Iran		Jordan		Tunisia		Egypt		Mauritania		Morocco		Yemen	
	Eq.1	Eq.2	Eq.1	Eq.2	Eq.1	Eq.2	Eq.1	Eq.2	Eq.1	Eq.2	Eq.1	Eq.2	Eq.1	Eq.2	Eq.1	Eq.2
Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test																
F-statistic	1.89	0.93	0.77	0.74	0.03	2.73	0.36	1.05	0.40	1.43	1.29	0.01	1.06	0.67	0.34	0.18
Prob	0.19	0.41	0.53	0.54	0.96	0.10	0.71	0.37	0.67	0.30	0.30	0.98	0.37	0.53	0.71	0.83
Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey																
F-statistic	0.49	1.16	0.4	0.46	0.32	0.33	0.54	2.02	0.21	0.61	1.78	0.47	0.32	2.34	1.25	0.96
Prob	0.80	0.37	0.86	0.86	0.94	0.90	0.81	0.12	0.98	0.7693	0.1738	0.81	0.91	0.09	0.33	0.52
Normality test																
Jarque-Bera	0.89	0.00	9.13	6.98	0.31	0.76	0.55	0.18	2.80	0.65	0.57	27.83	16.34	1.18	0.75	0.37
Prob	0.63	0.99	0.01	0.03	0.85	0.68	0.75	0.90	0.24	0.71	0.74	0.00	0.00	0.55	0.68	0.82

SOSYAL YARDIMLAR GENEL MÜDÜRLÜĞÜ'NÜN YOKSULLARA YÖNELİK SOSYAL POLİTİKALARI: VAN ÖRNEĞİ

Sevgi IŞIK EROL *

Özet

Ülkemizde en önemli sosyal yardım kuruluşu olan Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü (SYGM) uyguladığı sosyal yardım programlarıyla hem fakru zaruret içinde bulunan ve hiçbir sosyal güvencesi olmayan yoksul, kimsesiz, engelli ve ihtiyaç sahibi kimselere yardımcı olmakta, hem de istihdam odaklı, mesleki eğitim ve proje destekleriyle işsiz, eğitimsiz kişilere yardımcı olmaktadır. Türkiye’de il ve ilçelerde sayıları bine yaklaşan “Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları” aracılığıyla sosyal yardımlarını yurt çapında koordineli bir şekilde yerine getiren SYGM’ nün yoksullara yönelik uyguladığı sosyal politikalar çalışmamızın konusunu teşkil etmektedir.

Anahtar kelimeler: Yoksulluk, Sosyal Yardım, Aile ve Sosyal Politika Bakanlığı, Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü, Van Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı.

JEL Kodu: L31,I38, L3

POVERTY ORIENTED SOCIAL POLICIES OF THE GENERAL DIRECTORATE OF SOCIAL ASSISTANCE: SAMPLE OF VAN

Abstract

General Directorate of Social Assistance (GDSA), which is the most important social assistance organization in Turkey is supporting poor, desolate and handicapped people, who need assistance and also supporting unemployed and untrained people with employment focused vocational educations and project supports. The subject of this study is, poor oriented social policies implemented by GDSA, with the coordination of “Social Assistance and Solidarity Foundations” which are approximately one thousand or more.

Key words: Poverty, Social Assistance, Ministry of Family and Social Policy, General Directorate of Social Assistance, Van Social Assistance and Solidarity Foundation.

JEL Codes: L31, I38, L3

GİRİŞ

Sosyal politika açısından insan onuruna yaraşır bir yaşam seviyesinin altında yaşamak durumunda kalmayı ifade eden yoksulluk, insan yaşantısının her alanını olumsuz yönde etkilemektedir. Yoksulluk sadece az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelere özgü bir sorun olmayıp, aynı zamanda gelişmiş ülkeleri de yakından ilgilendirmektedir.

Ötelerden beri toplumumuzun daima duyarlı olduğu yoksulluk konusuna yönelik olarak, birçok yardım kuruluşu ve sivil toplum örgütleri kendi çapında faaliyette bulunmuşlardır. Ancak ulusal boyutta ülkemizdeki en etkin kurum “Sosyal Yardımlaşma

*Yrd. Doç. Dr., Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü E-mail: sevgi.isik@windowslive.com

Genel Müdürlüğü (SYGM)'dür. SYGM, Türkiye'deki yoksul ve muhtaç durumdaki vatandaşların ihtiyacı olan sosyal yardım hizmetlerini en yaygın ve kapsamlı bir biçimde organize ederek yürüten kuruluştur. SYGM, sosyal yardım faaliyetlerini 1986 yılında çıkarılan 3294 sayılı "Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Kanunu" ile oluşturulan "Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Fonu (SYDTF)" ile yürütmektedir.

Fonda toplanan kaynaklar yine Fon kurulunun almış olduğu kararlar doğrultusunda ve SYGM'nün çatısı altındaki, tüm il ve ilçelerde oluşturulan ve başkanlıklarını illerde valilerin, ilçelerde de kaymakamların yaptığı 973 Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı (SYDV) aracılığıyla kullanılmaktadır. Bu amaçla SYGM ihtiyaç sahiplerine; aile yardımı, sağlık yardımı, eğitim yardımı, özürli ihtiyaç yardımı, özel amaçlı yardımlar gibi hizmetler sunmanın yanında, çalışabilir durumda olan vatandaşların daha üretken hale getirilmesi için proje destekleri de sağlanmaktadır.

Bu bağlamda çalışmamızın amacı, genel olarak Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü'nün yoksullara yönelik uyguladığı sosyal politikaları ve il bazında da Van Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı'nın, ihtiyaç sahiplerine yönelik uyguladığı sosyal yardımları incelemektir.

Ülkemizin en doğusunda yer alan Van'nın ekonomik sorunlarının yanında eğitim, ulaşım, sanayi, kültür, merkez illere uzaklık gibi pek sorunu daha kendi içinde yaşamaktadır. Ancak Van'da 2011 yılında gerçekleşen depremle, Van'nın sorunları yürek burkan bir hal almıştır. Bu nedenle her türlü yardıma açık olan Van halkının, "Van Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı"ndan sağlayacağı yardımlar ayrı bir öneme sahiptir. Bu bağlamda çalışmamızın da kendi içinde ayrı bir öneme sahip olduğu kanısındayız.

Çalışmamız da yöntem olarak; Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nın konu ile ilgili "Araştırma Projeleri", "2014 Bütçe Tasarısı"; Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü'nün "Araştırma Projeleri", "Faaliyet Raporları", "Stratejik Planları ve Hazırlık Programları", ilgili yıllar itibariyle "Sosyal Yardım İstatistikleri Bülteni" ve TÜİK'in "Yoksulluk Verileri"nden yararlanılmıştır. Ayrıca Van'da konuyla ilgili "Haber", "Gazete" ve Van Sosyal Yardım Dayanışma Vakfı'nın yayınladığı istatistiklerden de yararlanılmıştır. Yine birçok akademik kitap ve dergiden de istifade edilmiştir.

Çalışmamızda öncelikle yoksulluk kavramı üzerinde durulacak, hemen ardında da Türkiye'deki yoksulluk verilerine değinilecektir. Sonrasında da SYGM'nün uyguladığı sosyal politikalar (sosyal yardımlar) "aile yardımları", "sağlık yardımları", "eğitim yardımları", "özürli ihtiyaç yardımları" ve "özel amaçlı yardımlar" ele alınacaktır. SYGM il ve ilçelerdeki faaliyetlerini Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı (SYDV) aracılığı ile yerine getirmesi nedeniyle çalışmamızın son kısmında da Van SYDV'nin muhtaç ve ihtiyaç sahiplerine yönelik uyguladığı sosyal yardımlara değinilecektir.

1. SOSYAL BİR SORUN OLARAK YOKSULLUK KAVRAMI

Yoksulluk nedir? Bu sorunun birden fazla cevabı olabilir. Öyle ki yoksulluk; "açlıktır", "eğitimsizliktir", "barınacak bir evinin olmamasıdır", "hasta olmak ve tedavi olamamaktır", "hiçbir işinin olmaması ya da iyi bir işe sahip olamamaktır". Yoksulluk "kirli suyun sebep olduğu hastalık nedeniyle çocuğunu kaybetmektir", "gelecek korkusuyla yaşamak ve çocuklarının geleceğinden endişe duymak, onlara iyi bir eğitim verememektir", "umutsuzluktur", "eşitsizliktir", "özgür olamamaktır", "siyasal yaşama katılamamaktır" (Gündoğan, 2008: 42-43).

İnsan yaşantısının her alanını olumsuz yönde etkileyen yoksulluk olgusu, salt ekonomik bir sorun değildir. Çünkü yoksulluk olgusunun ekonomik boyutunun yanında sosyal, siyasal, ahlaki ve kültürel boyutları da vardır. Söz konusu bu boyutlar, yoksulluğu ortadan kaldırmak veya en azından azaltmak için girişilen çabaların da değişik biçimler almasına yol açmaktadır (DPT, 2007: 1). Bu nedenle her dünya görüşünün yoksulluk olgusuna farklı yaklaşması, yoksulluğun tanımı konusunda bir uzlaşma sağlanmasını güçleştirmektedir. Kimileri yoksulluğu, “sistemin yapısından ve işleyişinden kaynaklanan güç ve servet dağılımındaki eşitsizliğin bir sonucu” olarak tanımlarken; kimileri “yoksul olarak tanımlanan kişilerin, eğitimsizlik, beceri ve kapasite gibi bireysel nitelik ve yeteneklerinin eksikliği nedeniyle ortaya çıkan fırsatlardan yararlanamama durumu” olarak ifade etmektedirler. Söz konusu bu iki yaklaşım da yoksulluğu, onu doğuran nedenler üzerinden açıklamaya yöneliktir (Gündoğan, 2008: 43).

Yoksulluk en genel anlamda herhangi bir bireyin yaşamını sürdürebilmesi için gerekli olan asgari geçim şartlarına erişememesi olarak tanımlanabilir (Kesici, 2007: 121). Sosyal politika açısından yoksulluk, insan onuruna yaraşır bir yaşam seviyesinin altında, maddi yönden tam veya nispi olarak yetersiz olma durumudur (Arpacıoğlu ve Yıldırım, 2011: 61).

Yoksulluk literatürde “mutlak yoksulluk”, “göreceli yoksulluk”, “insani yoksulluk” şeklinde genellikle üç tür yoksulluk ele alınmaktadır. Bunlardan ilki olan mutlak yoksullukta, asgarî hayat standardı veya açlık sınırının çok altında sürdürülen sefil bir hayat söz konusudur. Genellikle beslenme, barınma, giyinme gibi temel insanî ihtiyaçların kişinin kendi imkânlarıyla karşılayamaması durumudur. Böyle bir durumda olan kişinin, dışarıdan yardım alması da söz konusu olmadığında, belli bir zaman sonra gayri ihtiyari olarak ölüm riski ile karşı karşıya gelebilir (Seyyar, 2004: 189).

Mutlak yoksulluğun ölçülmesinde, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için gerekli olan asgari tüketim gereksinimlerinin belirlenmesi gerekmektedir. Ulusal bir yoksulluk sınırı belirleyen gelişmekte olan ülkeler, genellikle bunu belirlerken gıda yoksulluğu metodunu kullanmaktadırlar. Uluslararası karşılaştırmada ise Dünya Bankası tarafından belirlenen bir ya da iki dolarlık yoksulluk sınırlarından da yararlanılmaktadır (Gündoğan, 2008: 43).

Dünya Bankası, günlük geliri minimum 2.400 kalori besin almaya yetmeyen insanları mutlak yoksul olarak tanımlamaktadır (Seyyar, 2003). Yani yaşamı devam ettirebilmek için gerekli olan minimum kaloriyi temel almak ona mutlaklık niteliği kazandırmaktadır (Aktan ve Vural, 2002: 5). Açlık sınırı altına düşmemek, yeterli seviyede beslenebilmek için az gelişmiş ülkelerde bir kişi günde en az bir dolara sahip olmalıdır. Mutlak yoksulluk sınırı, ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre de değişiklik göstermekte birlikte Türkiye de dâhil olmak üzere Doğu Avrupa ülkelerinin içinde bulunduğu grup için bu miktar, dört dolardır (Yüce ve Özbek, 2006: 4).

İkinci yoksulluk türü göreceli yoksulluktur ki, bireysel nitelikte göreceli yoksulluk, bir kimsenin, diğer bir kimseye göre daha az gelir elde etmesiyle, toplumsal boyutta ise toplumun sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyesine bağlı olarak ortaya çıkan bir yoksulluk türüdür. Buna göre açlık sınırının üzerinde ancak ortalama hayat kalitesinin altında bir hayat sürdüren bir kişi, nispi olarak yoksul sayılmaktadır (Sapançalı, 2003: 15). Böylece göreceli yoksullar, birinci dereceden yoksul olmayıp, daha çok ikinci derecede dar gelire sahip, asgari yaşam seviyesini yakalamış olsalar da ortalama refah seviyesinin altında olan insanlardır. Temel ihtiyaçlarını kısmen karşılamakla beraber, eğitim, sağlık, sosyal katılım yönünden yetersizdirler (Taş ve Özcan, 2012: 424).

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) yoksulluğun kavramlaştırılması çabalarına, hem yoksulluk kavramı etrafındaki tartışmaları, hem de yoksulluğun ölçülmesi

yaklaşımlarını genişleterek katkıda bulunmuştur. UNDP'nin 1997'de İnsani Gelişme Raporu ile ilk defa "insani yoksulluk" kavramı gündeme gelmiştir. İnsani yoksulluk, gelir yoksulluğu ile ilişkili olmasına rağmen, gelir yoksulluğundan farklıdır. Gelir yoksulluğu ölçümleri "mutlak gelir" üzerinde yoğunlaşırken, insani yoksulluk ölçümleri "eğitim düzeyi", "sağlık" ve "temiz su kaynaklarına erişebilme" gibi konuları üzerinedir (Taş ve Özcan, 2012: 425). Bu bağlamda 2007'de UNDP, ülkeler için insani yoksulluğu ölçmek amacıyla "İnsani Yoksulluk Endeksi" geliştirilmiştir. Türkiye'nin de içinde bulunduğu gelişmekte olan ülkeler açısından İnsani Yoksulluk Endeksi'ni oluşturan kriterler şu şekildedir:

- ❖ Yaşam süresi açısından 40 yaşına kadar yaşamama oranı,
- ❖ 15 yaş üstü kişilerin okuma yazma bilmeme oranı,
- ❖ Nüfusun sağlıklı içme suyuna ulaşamama oranı,
- ❖ 5 yaş altı yeterli beslenemeyen çocukların oranı tespit edilmiştir.

Türkiye'de İnsani Yoksulluk Endeksi'ni oluşturan kriterler ise sırasıyla %8,9, % 11,7, %7 ve %8'dir (UNDP, 2005: 227). Gelişmiş ülkeler için hesaplanan İnsani Yoksulluk Endeksi'ni oluşturan kriterler ise şu şekildedir.

- ❖ Yaşam süresi açısından 60 yaşına kadar yaşamama oranı,
- ❖ OECD tarafından tanımlanan fonksiyonel cahillik oranı,
- ❖ Yoksulluk sınırının altında yaşayanların oranı,
- ❖ Uzun dönem işsizlik oranı olarak belirlenmiştir (Gündoğan, 2008: 44).

2. TÜRKİYE'DE YOKSULLUK

Yoksulluğun boyutlarını ölçmeye yönelik çalışmaların son yıllara dayandığı Türkiye'de, bu alandaki en önemli çalışmanın, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan "Yoksulluk Araştırması" olduğu söylenebilir. 2002 yılından itibaren yayımlanan harcamaya dayalı mutlak yoksulluk göstergelerinin, ülkemizin sosyo-ekonomik yapısını ortaya koyacak ve uluslararası kıyaslamalara imkân verecek şekilde yenilenmesi amacıyla TÜİK bünyesinde ulusal ve uluslararası uzmanlarla birlikte değerlendirme çalışmalarına başlamıştır. TÜİK tarafından yapılan ve sonuçları 2004 yılı içerisinde kamuoyuna duyurulan "2002 Yoksulluk Araştırması", Türkiye'de resmî yoksulluk sınırını belirlemeye yönelik, kapsamlı ve güncel verilere dayalı ilk çalışmaydı (Aykaç vd., 2013: 136-137).

En son yapılan çalışma ise sonuçları Mart 2013'de yayımlanan "Yoksulluk Çalışması 2012"dir. Tablo 1'deki verilere göre; satın alma gücü paritesine göre kişi başı 2,15 ve 4,3 dolar sınırlarına göre yoksulluk oranları verilmektedir. Kişi başı günlük harcaması, satınalma gücü paritesine göre 2,15 doların altında kalan kişi oranı 2009 yılında %0,22 iken, bu oran 2010 yılında %0,21 ve 2012 yılında %0,60 olarak gerçekleşmiştir. 4,3 dolar sınırına göre ise 2009 yılında %4,35 olan yoksulluk oranı 2010 yılında %3,66 ve 2012 yılında ise %2,27 olarak ifade edilmiştir. Satın alma gücü paritesine göre 4,3 dolar sınırı esas alındığında, kırsal yerleşim yerlerinde yaşayanlarda 2009 yılında %11,92 olan yoksulluk oranı, 2010 yılında %9,61'e düşmüştür. Düşme eğilimi 2012 yılında da devam etmiş ve oran %5,88 olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılında kentsel yerlerde yaşayanların yoksulluk oranı %0,96'dır. Bu oran 2010 yılında %0,97'ye yükselmiş ancak 2012 yılında %0,60'a kadar gerilemiştir.

Tablo 1. 2002-2012 Yılları Arasındaki Yoksulluk Sınırı Yöntemlerine Göre Fert Yoksulluk Oranları

Yöntemler	Fert yoksulluk oranı (%)										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007 ⁽³⁾	2008	2009	2010	2011	2012
TÜRKİYE											
Gıda yoksulluğu (açlık) ⁽⁴⁾	1,35	1,29	1,29	0,87	0,74	0,48	0,54	0,48	.	.	.
Yoksulluk (gıda+gıda dışı) ⁽⁴⁾	26,96	28,12	25,60	20,50	17,81	17,79	17,11	18,08	.	.	.
Kişi başı günlük 1 \$'ın altı ⁽¹⁾	0,20	0,01	0,02	0,01
Kişi başı günlük 2.15 \$'ın altı ⁽¹⁾	3,04	2,39	2,49	1,55	1,41	0,52	0,47	0,22	0,21	0,14	0,60
Kişi başı günlük 4.3 \$'ın altı ⁽¹⁾	30,30	23,75	20,89	16,36	13,33	8,41	6,83	4,35	3,66	2,79	2,27
Harcama esash göreli yoksulluk ^{(2) (4)}	14,74	15,51	14,18	16,16	14,50	14,70	15,06	15,12	.	.	.
KENT											
Gıda yoksulluğu (açlık) ⁽⁴⁾	0,92	0,74	0,62	0,64	0,04	0,07	0,25	0,06	.	.	.
Yoksulluk (gıda+gıda dışı) ⁽⁴⁾	21,95	22,30	16,57	12,83	9,31	10,36	9,38	8,86	.	.	.
Kişi başı günlük 1 \$'ın altı ⁽¹⁾	0,03	0,01	0,01
Kişi başı günlük 2.15 \$'ın altı ⁽¹⁾	2,37	1,54	1,23	0,97	0,24	0,09	0,19	0,04	0,04	0,02	0,02
Kişi başı günlük 4.3 \$'ın altı ⁽¹⁾	24,62	18,31	13,51	10,05	6,13	4,40	3,07	0,96	0,97	0,94	0,60
Harcama esash göreli yoksulluk ^{(2) (4)}	11,33	11,26	8,34	9,89	6,97	8,38	8,01	6,59	.	.	.
KIR											
Gıda yoksulluğu (açlık) ⁽⁴⁾	2,01	2,15	2,36	1,24	1,91	1,41	1,18	1,42	.	.	.
Yoksulluk (gıda+gıda dışı) ⁽⁴⁾	34,48	37,13	39,97	32,95	31,98	34,80	34,62	38,69	.	.	.
Kişi başı günlük 1 \$'ın altı ⁽¹⁾	0,46	0,01	0,02	0,04
Kişi başı günlük 2.15 \$'ın altı ⁽¹⁾	4,06	3,71	4,51	2,49	3,36	1,49	1,11	0,63	0,57	0,42	0,14
Kişi başı günlük 4.3 \$'ın altı ⁽¹⁾	38,82	32,18	32,62	26,59	25,35	17,59	15,33	11,92	9,61	6,83	5,88
Harcama esash göreli yoksulluk ^{(2) (4)}	19,86	22,08	23,48	26,35	27,06	29,16	31,00	34,20	.	.	.
(1) 1 \$'ın SGP üzerinden TL karşılığı olarak ilgili yılın cari değerleri kullanılmıştır.											
(2) Eşdeğer fert başına tüketim harcaması medyan değerinin %50'si esas alınmıştır.											
(3) 2007 yılından itibaren yeni nüfus projeksiyonları kullanılmaktadır.											
(4) 2010 yılından itibaren metodolojik revizyon çalışmaları nedeniyle hesaplanmamaktadır.											

Kaynak: TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2011) "2009 Yoksulluk Çalışması Sonuçları", *Haber Bülteni*, Sayı: 3, 06 Ocak 2011 ve TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2013) "2012 Yoksulluk Çalışması", *Haber Bülteni*, Sayı: 16023, 06 Aralık 2013.

TÜİK'in yoksulluk verileri ile ilgili olarak şunları özetleyebiliriz (TÜİK, 2011: 1-2):

- ❖ Türkiye'de yoksulluk oranı %18,08 olarak belirlenmiştir. 2009 yılında Türkiye'de bireylerin yaklaşık %0,48'i yani 339 bin kişi yalnızca gıda harcamalarını içeren açlık sınırının, %18,08'i yani 12 milyon 751 bin kişi ise gıda ve gıda dışı harcamaları içeren yoksulluk sınırının altında yaşamaktadır. 2008 yılında bu oranlar sırasıyla %0,54 ve %17,11'dir.
- ❖ Kişi başı günlük harcaması, satınalma gücü paritesine göre 1 doların altında kalan birey bulunmamaktadır. Buna karşın satınalma gücü paritesine göre kişi başı günlük 2,15 dolar olarak tanımlanan yoksulluk sınırı altında bulunan kişi

oranı %0,22, yoksulluk sınırı 4,3 dolar olduğunda yoksul kişi oranı ise %4,35 olarak tahmin edilmiştir.

- ❖ 2009'da, 4 kişilik hanenin aylık açlık sınırı 287 TL, aylık yoksulluk sınırı ise 825 TL olarak tahmin edilmiştir
- ❖ Kırsal yerlerde yaşayan kişilerin yoksulluk riski, kentlerde yaşayan kişilerden fazladır. 2008 yılında kırsal yerleşim yerlerinde yaşayanlarda %34,62 olan yoksulluk oranı, 2009 yılında %38,69'a yükselirken, kentlerde yaşayanların yoksulluk oranı ise %9,38'den %8,86'ya düşmüştür.
- ❖ Hanehalkı büyüklüğü arttıkça yoksulluk riski de artmakta ve 2009 yılında hanehalkı büyüklüğü 3/4 kişi olan hanelerdeki kişilerin yoksulluk oranı % 9,65 olurken, 7 ve daha fazla olan hanelerde fertlerin yoksulluk oranı %40,05 olarak hesaplanmıştır. 7 ve daha fazla kişiden oluşan hanelerden kentsel yerlerde oturanlar için yoksulluk riski %25,21 iken kırsal yerlerde bu oran %54,06'ya kadar yükselmektedir.
- ❖ Hanehalkı türüne göre çocuklu çekirdek ailede bulunan kişilerin yoksulluk oranı %15,98 olurken, çocuksuz çekirdek ailelerdeki kişilerde bu oran %9,86'ya düşmektedir. Ataerkil veya geniş ailelerdeki kişiler için yoksulluk oranı ise %24,48 olarak tahmin edilmiştir. Kentsel yerlerde çocuklu çekirdek ailede yaşayan kişilerin yoksulluk riski %8,47 iken kırsal yerlerde bu oran %39,71'dir.
- ❖ Eğitim durumu yükseldikçe yoksul olma riski azalmaktadır. 2009 yılında okur-yazar olmayan veya bir okul bitirmeyenlerde yoksulluk oranı %29,84 olurken, ilköğretim mezunlarında bu oran %15,34, lise ve dengi meslek okulları mezunlarında %5,34, yüksekokul, fakülte ve üstü mezuniyete sahip fertlerde %0,71 olmuştur. İlköğretime başlamamış olan 6 yaşından küçük çocukların yoksulluk riski ise %24,04 olarak belirlenmiştir.
- ❖ Kişilerin çalışma durumlarına göre yoksulluk riski de değişmektedir. 2009 yılında ücretli-maaşlı çalışanlarda yoksulluk oranı %6,05 iken, yevmiyeli çalışanlarda bu oran %26,86, işverenlerde %2,33, kendi hesabına çalışanlarda %22,49 ve ücretsiz aile işçisi olanlarda ise %29,58 olmuştur.
- ❖ En yüksek yoksulluk riskine sahip olan tarım sektöründe çalışanlarda yoksulluk oranı ise 2008 yılında %37,97 iken 2009 yılında %33,01 olarak tahmin edilmiştir. Sanayi sektöründe çalışanlarda 2009 yılında yoksulluk oranı %9,63 olarak hesaplanırken, bu oran hizmet sektöründe çalışanlarda %7,16'dır. 2009 yılında ekonomik olarak aktif olmayan kişilerin yoksulluk oranı %14,68 ve iş arayan kişilerin yoksulluk oranı %19,51'dir.

3. SOSYAL YARDIMLAR GENEL MÜDÜRLÜĞÜ VE YOKSULLARA YÖNELİK SOSYAL POLİTİKALARI

Yoksullara ve ihtiyaç sahiplerine yardım etmek, tarihi geçmişi çok eskilere dayanan kültürümüzün her zaman bir parçası olmuştur. Gerek Selçuklular ve gerekse Osmanlıların bu amaçla kurdukları vakıflar, medreseler, hastaneler ve daha birçok kurum göz önüne alındığında yoksullara yardımın tarihsel yeri daha iyi görülecektir. Yardıma muhtaç çocuklarla ilgilenmesi amacıyla 1935 yılında "Çocuk Esirgeme Kurumu" ve yoksul kimsesi olmayan vatandaşlara yardım maksadıyla 1976 yılında çıkarılan 2022 sayılı yasayla

Cumhuriyetin ilanından sonra da yoksulluğun azaltılmasına yönelik çalışmalar devam etmiştir (Yıldırım, 2010: 12).

Seksenlere geldiğindeyse, yoksulluk artık kurumsal olarak ele alınmış ve yoksulluğa yönelik politikalar geliştirilmeye başlanmıştır. Özellikle doksanlı yıllarda yaşanan ekonomik krizlerin ortaya çıkardığı olumsuz koşullar, gerek akademik alanda ve gerekse de kamu yönetimi ve sivil toplum örgütleri düzeyinde yoksulluk konusuna karşı ilginin artmasını sağlamıştır (Gündoğan, 2008: 52). Ancak sosyal devlet olmaktan daha ziyade hayırsever bir devlet anlayışının gereği olarak sosyal yardım kuruluşları zamanla çok dağılık bir görünüm sergilemiştir. 2011 yılında “**Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı**”nın kurulmasıyla, söz konusu dağılık haldeki sosyal yardım kuruluşlarının, bakanlık bünyesine alınması uygun görülmüştür.

Bu bağlamda Bakanlığın ana hizmet birimleri arasında; sosyal yardımları düzenleyen, dağıtan “**Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü (SYGM)**,” de yer almaktadır (Güneş, 2012: 153). Ülkemizde sosyal yardım hizmetlerini en yaygın, kapsamlı ve organize biçimde yürüten kuruluş olan SYGM, sosyal yardım faaliyetlerini 1986 yılında çıkarılan 3294 sayılı **Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Kanunu** ile oluşturulan **Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Fonu (SYDTF)** kaynakları ile yürütmektedir (Kunduracı, 2008). Öte yandan 9 Aralık 2004 tarih ve 5263 sayılı Kanun ile kurulan **Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü (SYDGM)** ile SYDTF’un yönetimi kurumsal bir yapıya kavuşturulmuş oldu (SYGM, 2011: 8).

SYDTF’nin gelirleri; kanun ve kararnamelerle kurulu bulunan veya kurulacak olan fonlardan Bakanlar Kurulu kararıyla %10’a kadar aktarılacak miktarlar, gelir ve kurumlar vergisi tahsilât toplamının %2,8’i, trafik para cezalarının %50’si, RTÜK gelirlerinin %15’i, bütçeye konulacak ödenekler, her türlü bağış ve yardımlar ve diğer gelirlerden oluşmaktadır

Tablo 2. 2003-2011 Yılları Arasında Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışmayı Teşvik Fonu’nun Gelir ve Giderleri

Yıllar	Gelirler (TL)	Giderler (TL)
2003	826.583.000	651.990.000
2004	1.260.574.000	1.347.846.000
2005	1.357.521.871	1.304.664.099
2006	1.379.511.063	1.389.547.995
2007	1.597.593.985	1.413.757.199
2008	2.037.888.054	1.797.079.768
2009	2.410.010.502 (*)	2.365.038.720
2010	2.292.256.839	2.032.537.496,22(**)
2011	2.745.185.929	2.622.412.735

Kaynak: SYGM (Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü) (2014) “SYDTF’nin Gelirleri” [<http://www.sosyalyardimlar.gov.tr/tr/11784/SYDTF-Gorevler>] (18.01.2014).

(*) 2008 yılı gelirlerinden 567.207.868 TL 2009 yılına devretmiş olup, 2009 Ocak-Aralık dönemi gelirleri olan 1.842.802.634 TL ile birlikte dönem sonu toplam gelir miktarı 2.410.010.502 TL’dir.

(**)2010 yılı Aralık ayı sonuna ilişkin 2.032.537.496,22 TL’lik bu tutar brüt tutardır. Bu tutardan 6.870.326,42 TL’lik iade olmuştur. Dolayısıyla gönderilen net kaynak 2.025.667.169,80 TL’dir.

Fonda toplanan kaynaklar, Fon kurulunda alınan kararlar doğrultusunda, 973 Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı (SYDV) aracılığı kullanılmaktadır. Sosyal yardımların hedef kitlesi sosyal güvencesi olmayan fakir ve muhtaç vatandaşlardan oluşmaktadır. Bu

vatandaşlarımıza temel ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olarak yardımlar yapılmakta, ayrıca çalışabilir durumda bulunanların üretken hale getirilmesine yönelik olarak proje destekleri vermektedir (Kunduracı, 2008).

Bu kadar önemli ve hassas bir alanda ülkenin önde gelen bir kurumu olmak ise SYGM'nin yürüttüğü faaliyetlerin değerini ve doğurduğu sonuçların tüm toplumdaki etkisini çok daha artırmakta ve SYGM'nün faaliyetlerine olan kamuoyu ilgisinin de sürekli ve canlı kalmasına yol açmaktadır (Çakar vd., 2010: 7). Bu nedenle SYGM, sosyal yardım uygulamalarını daha etkin hale getirmek, ulaşılamayan yoksul kesimlere ulaşmak ve kamu kaynaklarının kullanımında etkinliği sağlamak adına çalışmalar yürütmektedir. Bu bağlamda 2009 Yılı Yatırım Programına sunulan ve Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından onaylanarak Bütçede gerekli kaynağın tahsis edildiği projeler öne çıkmaktadır. Özellikle Sosyal yardım alanında “reform” niteliği taşıyan “Bütünleşik Sosyal Yardım Hizmetleri Projesi” ve “Sosyal Yardım Yararlanıcılarının Belirlenmesine Yönelik Puanlama Formülünün Geliştirilmesi Projesi”nin hayata geçirilmesiyle birlikte sosyal yardım alanının temel problemleri olarak gösterilen “sağlıklı işleyen ortak veri tabanı eksikliği” ve “sosyal yardım yararlanıcılarının tespitindeki objektif kriter eksikliği” gibi konulara çözüm getirilmesi ve kurumsal bir sosyal yardım sisteminin alt yapısının teşkil edilmesi hedeflenmektedir (Çoğurcu, 2010: 8).

Öte yandan muhtaç ve yoksul kesimleri koruyarak toplumsal denge ve adaleti sağlamaya yönelik olarak son yıllarda kullanılan en önemli sosyal politika aracı hiç kuşkusuz sosyal yardımlardır. Sosyal yardım yararlanıcılarının sosyoekonomik ve kişisel özelliklerine bakıldığında bunların eğitim, kültür ve maddi yönden toplumun en dezavantajlı kesiminde yer aldığı görülmektedir. Bu durum yoksulların genel olarak kendilerini söz sahibi olmaktan, güçten ve bağımsızlıktan da mahrum hissetmelerine neden olmaktadır. Bu çaresizlik durumu bireylerin devlet ve sosyal kurumların sunduğu hizmetler konusunda farkındalık düzeyinin düşük olmasına ve kamu hizmetlerine nasıl erişileceği yolunda eksik veya yanlış bilgi sahibi olmasına neden olmaktadır. Böylece yoksullar hak ettikleri halde sosyal yardıma ulaşamamaktadır. Yoksullukla etkin bir mücadele için fakir ve muhtaç kişilerin güçlendirilmesi ve bilgiye ve yardıma erişim fırsatlarının artırılması gerekmektedir. Buna yönelik hazırlanan “**Alo 144 Sosyal Yardım Hattı Projesi**” ile yardım ve proje uygulamaları konusunda vatandaşlardan gelen soru, şikâyet ve önerilerin değerlendirilmesi ve etkin bir danışmanlık ve yönlendirme yapılarak sorununun çözülmesi için vatandaşların doğru bilgiyle donatılması amaçlanmaktadır (SYDGM, 2008: X).

SYGM hizmet kalitesini artırmak ve hızlı bir şekilde işlemlerini yürütmek amacıyla teknolojinin sağladığı imkânlarından yararlanmaktadır. Bu amaçla geliştirilen projelerden biride “**Ücretsiz İnternet Telefonu Projesi**”dir. Söz konusu projenin konusu, SYGM ile ülke çapında bağlı olarak çalışan 973 adet SYDV arasında internet üzerinden ses network'u oluşturarak, iletişimin hem daha kolay, hem de sıfır maliyet ile gerçekleştirilmesi sağlanmaktadır (SYGM, 2012: 63).

Tablo 3. Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü'nün Yoksullara Yönelik Uyguladığı Sosyal Yardımlar

Sosyal Yardım Türleri	Yıllar	Aktarılan Kaynak (Milyon TL)	Yardım Alanlar
2003-2012 Yılları Arasındaki Gıda Yardımları	2003-2012	1.397,06	-
	2012	131,11	
2003-2012 Yılları Arasındaki Yakacak Yardımları	2003-2012	15.484.533 (Ton)	2.082.620 (Aile)
	2012	1.974.455 (Ton)	
2003- Mart 2013 Yılları Arasındaki Barınma Yardımları	2006-2012	187,89	5.372 (Kişi)
	2012	50,24	
	2013 Mart	13,44	
2003-2012 Yılları Arasındaki Tedavi Destekleri	2003-2012	925,42	13 (Kişi)
	2012	0,579	
2003- Mart 2013 Yılları Arasındaki Şartlı Sağlık Yardımı	2003-2012	938,23	887.926 (Çocuk)
	2012	188,13	
	2013 Mart	80,14	
2003- Mart 2013 Yılları Arasındaki Eğitim Materyali Yardımı	2003-2012	800,88	-
	2012	117,12	
	2013 Mart	65,68	
2003- Mart 2013 Yılları Arasındaki Şartlı Eğitim Yardımı	2003-2012	2.514,97	2017810 (Öğrenci)
	2012	501,49	
	2013 Mart	220,67	
2003- Mart 2013 Yılları Arasındaki Öğle Yemeği Yardımı	2003-2012	1.566,04	-
	2012	235	
	2013 Mart	112	
2003- Mart 2013 Yılları Arasındaki Ücretsiz Kitap Yardımı	2003-2012	1.967,65	-
	2012	265	
	2013 Mart	33,5	
2003- Mart 2013 Yılları Arasındaki Öğrenci Barınma, Taşıma, İlaş Yardımı	2003-2012	75,79	13.796 (Kişi)
	2012	4,35	
	2013 Mart	0,88	
2003- Mart 2013 Yılları Arasındaki Özürlü Öğrencilerin Okullarına Taşınması	2003-2012	292,9	40.915 (Öğrenci)
	2012	73,7	
	2013 Mart	20	
2003- Mart 2013 Yılları Arasındaki Özürlü İhtiyaç Yardımı	2003-2012	16.749.870	10 (Kişi)
	2012	97.722	
2003- Mart 2013 Yılları Arasındaki Afet ve Terörden Zarar Görenlere Yönelik Yardımlar	2003-2012	61,91	-
	2012	32,08	
	2013 Mart	0,68	
2003- Mart 2013 Yılları Arasındaki Aşevi Yardımları	2003-2012	75,01	44.139 (Kişi)
	2012	11,38	
	2013 Mart	1,25	

Kaynak: SYGM (Sosyal Yardımlaşma Genel Müdürlüğü) (2013) *Mart 2013 Sosyal Yardım İstatistikleri Bülteni*, Ankara: Araştırma-Geliştirme ve Tanıtım Dairesi Başkanlığı Yayını, s.24-31

Esasen SYGM'nin yoksullukla mücadeledeki en önemli amacı, beşeri sermayenin korunması ve gelişimi ile vatandaşların aktif ve üretken hale getirilmesidir. Bu nedenle insan odaklı bir anlayış ile sosyal yardım hizmetleri içinde eğitim yardımlarına ciddi bir kaynak ayrılmakta ve vatandaşların sürdürülebilir gelire kavuşturulması için gelir getirici proje desteklerine ağırlık verilmektedir. Bu amaçla SYGM, “2009-2013 Stratejik Planı” hazırlanarak, SYGM'nün uzun vadeli amaçları ve öncelikleri belirlenmiştir. Stratejik Plan Döneminde yoksullukla mücadele alanında eğitim, sağlık, üretim ve istihdama yönelik destekler ile bu hizmetlerin daha etkin yürütülebilmesi için kurumsal gelişimin sağlanması adına yönetim bilgi sistemlerinin oluşturulması, objektif muhtaçlık kriterlerinin belirlenmesi ve etkin izleme ve denetim sistemlerinin oluşturulması yolunda eğilimler ağırlık kazanmıştır (Çoğurcu, 2010: 8).

SYGM tarafından; SYDTF kaynağı kullanılarak, 3294 sayılı Kanun kapsamında yer alan vatandaşlarımıza yönelik olarak Tablo 3'te belirtildiği gibi çeşitli sosyal yardım programlarını uygulanmaktadır. Tablonun hemen altında ise konu ile ilgili açıklamalara da yer verilmiştir.

3.1.1. Aile Yardımları

3.1.2. Gıda Yardımları

Ekonomik ve sosyal yoksunluk içinde bulunanların, temel ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla Ramazan ayı ve Kurban Bayramı öncesinde yılda iki defa SYDV kaynak aktarılmakta ve Haziran 2008'den itibaren gıda yardımları üçer aylık periyotlarla yılda dört defa gerçekleşmektedir (SYDGM, 2008a: 46).

Yukarıdaki Tablo 3'te görüleceği üzere 2003-2012 yılları arasında gıda yardımı kapsamında 1.397,06 milyon TL kaynak aktarımı söz konusu iken, 2012 yılına gelindiğinde 131,11 milyon TL kaynak aktarımı yapılmıştır.

3.1.3. Yakacak Yardımları

2003 yılından itibaren Türkiye Kömür İşletmelerinden sağlanan kömür SYDV'ı aracılığı ile ihtiyaç sahibi ailelerin kışlık yakacak ihtiyacının karşılanması amacıyla hane başına en az 500 kg olmak üzere dağıtılmaktadır. Kömürün illere kadar sevkiyatı Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı tarafından yerine getirilmektedir. Kömürün dağıtımını ise Valiliklerin sorumluluğunda olmak üzere SYDV tarafından gerçekleştirilmektedir (SYDGM, 2010: 34). Yakacak yardımları kapsamında 2012 yılında 2.082.620 aileye 1.974.455 ton kömür dağıtılmıştır.

3.1.4. Barınma Yardımları

Oturulamayacak derecede eski bakımsız ve sağlıksız evlerde yaşayan muhtaçlara evlerinin bakım ve onarımı için aynı veya nakdi olarak yapılan yardımlardır. Sosyal Konut Projesi kapsamında 18.000 adet konut teslim edilirken, barınma yardımları kapsamında 6.000 konutun da onarım ve inşası yapılmıştır. Bu yardım programı sayesinde evlerinin bakımını

yapamayacak durumda olan ve kötü şartlarda hayatını idame ettirenlerin sağlıklı ve sıcak bir yaşam ortamına kavuşmaktadır (ASPB, 2014: 13).

Yukarıdaki Tablo 3'te görüleceği üzere 2012 yılı itibariyle barınma yardımları kapsamında 5.372 kişi için 50,24 milyon TL kaynak aktarılırken, 2013 yılı Mat ayı itibariyle barınma yardımları kapsamında 1.499 kişi için 13,44 milyon TL kaynak aktarılmıştır.

3.2. Sağlık Yardımları

3.2.1. Tedavi Destekleri

Tedavi destekleri kapsamında; 3294 sayılı Kanun kapsamında olanların, ödeme güçlerini aşan ilaç ve tedavi giderleri karşılanmaktadır. 2005 yılında, Yeşil Kart kapsamı içinde yer alan sağlık harcamaları Sağlık Bakanlığına devredilmiştir. Fondan bu kapsamda karşılanamayan sağlık yardımları karşılanmaktadır. 2003-2012 yılı toplamına Sağlık Bakanlığına yapılan aktarımlar da eklenmiş ve 2012 yılında 579.050 TL aktararak 13 vatandaşımızın tedavi giderlerine yönelik masrafları karşılanmıştır (SYGM, 2013: 29).

3.2.2. Şartlı Sağlık Yardımı

Bu yardım kapsamında, nüfusun en yoksul kesiminde yer alan ailelere 0-6 yaş arası çocuklarını düzenli olarak sağlık kontrollerine götürmeleri şartıyla düzenli nakit para yardımı yapılmaktadır. Ödemeler Ziraat Bankası ve PTT'ler aracılığı ile doğrudan anneler adına açılan hesaplara yatırılmaktadır. Bu alanda yapılan aylık ödemeler 23.12.2010 tarihli Fon Kurulu kararıyla Ocak 2011 döneminden itibaren çocuk başına 30 TL'dir (SYGM, 2013: 29).

Yukarıdaki Tablo 3'te görüleceği üzere 2012 yılı itibariyle Şartlı Sağlık Yardımları kapsamında 887.926 çocuk için 188,13 milyon TL aktarılırken, 2013 yılı Mart ayı itibariyle 596.016 çocuk için ise 80,14 Milyon TL kaynak aktarımlı gerçekleşmiştir.

Ayrıca Şartlı Sağlık Yardımı kapsamında, gebe kadınların doğumlarını hastanede gerçekleştirmeleri ve düzenli olarak doktor kontrolüne gitmeleri şartıyla "gebelik yardımları" da yapılmaktadır. Bu bağlamda doğumun hastanede yapılması halinde bir defaya mahsus olmak üzere 70 TL, düzenli muayenelerin yapılması halinde doğumdan önce aylık 30 TL ve doğumdan sonra iki kereye mahsus olmak üzere 30 TL tutarında bir yardım yapılmaktadır (SYGM, 2014a).

3.3. Eğitim Yardımları

Ekonomik ve sosyal yoksunluk içerisinde bulunan ailelerin eğitim çağındaki çocuklarına yönelik yürütülmekte olan eğitim yardım programları, SYDTF'nun yardım faaliyetleri arasında önemli yer tutmaktadır. Eğitim destek yardımları kapsamında özellikle ilköğretim ve ortaöğretimde eğitim gören çocukların okul ihtiyaçları karşılamakta ve ihtiyaç sahibi ailelere ayni ve nakdi yardımda bulunmaktadır (SYGM, 2011a: 83).

3.3.1. Eğitim Materyali Yardımı

Her eğitim-öğretim yılı başında SYDV aracılığıyla ilköğretim ve lisede okuyan fakir ve yardıma muhtaç aile çocuklarının ayakkabı, çanta, kırtasiye gibi temel okul ihtiyaçları karşılanmaktadır (SYDGM, 2008a: 45). 2012 yılı itibarıyla Eğitim Materyali Yardımı kapsamında 117,12 milyon TL kaynak aktarılırken, 2013 yılı mart ayı itibariyle 65,68 Milyon TL kaynak aktarılmıştır.

3.3.2. Şartlı Eğitim Yardımı

Nüfusun en yoksul %6'lık kesiminde bulunan ve maddi imkânsızlıklar nedeniyle çocuklarını okula gönderemeyen ailelere, çocuklarının okula devam etmeleri şartıyla, "Şartlı Eğitim Yardımı" yapılmaktadır (SYDGM, 2009: 33). Ödemeler Ziraat Bankası ve PTT'ler aracılığıyla doğrudan anneler adına açılan hesaplara yapılmaktadır. Kız çocuklarına yapılan yardım miktarı erkek çocuklarına yapılan yardım miktarından fazladır. Örneğin ilköğretime devam eden erkek öğrenci için/aylık 30 TL iken bu rakam kız öğrenciler için/aylık 35 TL civarındadır. Yine ortaöğretime devam eden erkek öğrenci için/aylık 45TL iken bu rakam kız öğrenci için/ aylık 55 TL'dir (ASPB, 2012: 13).

2012 yıl itibarıyla Şartlı Eğitim Yardımı kapsamında 2.017.810 öğrenci için 501,49 milyon TL kaynak aktarılmıştır. 2013 yılı mart ayı itibariyle ise 1.756.237 öğrenci için 220,67 Milyon TL kaynak aktarılmıştır.

3.3.3. Öğle Yemeği Yardımı

1997'de başlatılan 8 yıllık temel eğitimdeki taşınmalı eğitim uygulaması kapsamında, okulların bulunduğu merkezlere taşınan yoksul öğrencilere öğle yemeği uygulaması 2004 yılına kadar il/ilçe SYDV tarafından yürütülmüştür. SYDGM, taşıma programının yanı sıra öğle yemeği programının da tek elden ve daha etkin olarak yürütülmesi için 2003–2004 eğitim ve öğretim yılından itibaren bu uygulama kaynağı Fondan aktarılmak suretiyle MEB'e devredilmiştir (SYDGM, 2008a: 45-46). 2012 yılı itibariyle öğle yemeği yardımları kapsamında 235 milyon TL kaynak aktarılırken 2013 yılı Mart ayı itibarıyla 112 Milyon TL kaynak aktarılmıştır.

3.3.4. Ücretsiz Kitap Yardımı

2003–2004 eğitim-öğretim yılından başlamak üzere, kaynağı Fondan aktarılmak suretiyle MEB tarafından ilköğretim öğrencilerinin kitapları ücretsiz verilmektedir. (SYDGM, 2011a: 30). 2012 yılında ücretsiz kitap yardımı kapsamında 265 milyon TL kaynak aktarımı sağlanırken, 2013 yılı Mart ayı itibariyle 33,5 milyon TL kaynak aktarılmıştır.

3.3.5. Öğrenci Barınma, Taşıma, İaşe Yardımı

Taşınmalı sistem dışında kalan ilköğretim ve ortaöğretim öğrencilerinin ulaşım barınma vb. ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olarak SYDV tarafından sağlanan desteklerdir (SYDGM, 2008a: 45). 2013 Yılı Mart ayı itibarıyla 1.026 öğrenci için 883.773 TL kaynak aktarılmıştır.

3.3.6. Özürlü Öğrencilerin Okullarına Ücretsiz Taşınması

Bu programın temel amacı özel eğitime gereksinim duyan özürlü öğrencilerin okullarına ücretsiz olarak ulaşımının sağlanmasıdır. Bu yardım programı; özürlü öğrencilerin okullarına daha kolay erişimlerinin sağlanmasını, okula gitme oranlarının artırılmasını, eğitim ve öğretimin teşvik edilmesini, özürlü öğrencilerimize okul sevgisinin aşılanmasını, çocukların ulaşımında yaşadıkları sorunların giderilmesini ve sonuç olarak özürlü bireylerin eğitilerek sosyal hayatın her safhasında kendilerine yer bulabilmelerini sağlamaktır.

Söz konusu bu uygulama SYDGM, MEB ve Özürlüler İdaresi Başkanlığı işbirliği tarafından yürütülmektedir (SYGM, 2011: 50).

2012 yılında Engelli Öğrencilerin Okullarına Ücretsiz Taşınması Projesi kapsamında 73,7 milyon TL kaynak aktarılırken, 2013 yılı Mart ayı 20 Milyon TL kaynak aktarılmıştır.

3.3.7. Yüksek Öğrenim Bursları

1989 yılından itibaren, yüksek öğrenim öğrencilerine her yılın eğitim-öğretim döneminde 9 ay karşılıksız olarak verilen burslar, işlemlerin tek elden yürütülebilmesi amacıyla 5102 sayılı Kanun ile 2003–2004 öğretim yılından itibaren Yüksek Öğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumuna devri gerçekleşmiştir. Ayrıca Fondan, geçmiş yıllarda burs almaya hak kazanan öğrencilerden başarılı olanların burs ödemelerine ise halen devam edilmektedir (SYDGM, 2008a: 46).

3.4. Özürlü İhtiyaç Yardımları

3294 sayılı kanun kapsamındaki yoksul engelli vatandaşların topluma uyumunu kolaylaştıracak her türlü araç gereç ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik yürütülen bir sosyal yardım programıdır. 2012 yılında Engelli İhtiyaç Yardımları kapsamında, 97.722 TL aktarılarak 10 kişinin faydalanması sağlanmıştır (SYGM, 2013: 30).

3.5. Özel Amaçlı Yardımlar

3.5.1. Afet ve Terörden Zarar Görenlere Yönelik Yardımlar

Deprem, sel, yangın vb. doğal afetler nedeniyle mağdur olanların zararları öncelikle Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı tarafından karşılanmaktadır. Terör nedeniyle mağdur olan ve 3294 sayılı Kanun kapsamında olan vatandaşlara mağduriyetleri ise yine SYGM tarafından giderilmektedir (SYGM, 2011: 47). Bu bağlamda 2013 yılı Mart ayı itibariyle afet yardımları kapsamında 683.702 TL kaynak kullanılmıştır.

3.5.2. Aşevleri

Aşevleri SYDV tarafından işsizliğin ve yoksulluğun belirgin olarak yaşandığı yerlerde yaşlı, özürlü, kimsesiz ve muhtaç kişilere günlük sıcak yemek verilmesi amacıyla işletilmektedir. Bu bağlamda 2013 yılı Mart ayı itibariyle aşevi yardımları kapsamında 1,25 Milyon TL kaynak aktarılmıştır (SYGM, 2013: 31).

4. VAN SOSYAL YARDIMLAŞMA VE DAYANIŞMA VAKFI

Van Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı (VANSYDV), fakru zaruret içinde ve muhtaç durumda bulunan, kanunla kurulu sosyal güvenlik kuruluşlarına tabi olmayan ve bu kuruluşlardan aylık gelir almayan vatandaşlar ile geçici olarak küçük bir yardım veya eğitim ve öğretim imkânları sağlanması halinde topluma faydalı hale getirilecek kişilere yardımı esas almıştır. Ancak bu durumun tek istisnası yani sosyal güvenlik kuruluşlarına tabi olan ve bu kuruluşlardan aylık ve gelir alan kişilerden yalnızca özürlü olanların tedavi giderleriyle, fonksiyon kazandırıcı ortopedik ve diğer yardımcı araç, gereçlerin kurumlarca karşılanmayan kısmı yine vakıf tarafından karşılanmaktadır (VANSYDV, 2014).

Vakıf yetkilileri, şehit yakınları ve gazilerin evlerine ziyaretler düzenleyerek, onların maddi ve manevi ihtiyaçlarını gidermeye yönelik faaliyetlerde bulunmaktadırlar. Ramazan Ayı ve Dini Bayramlarda yoksul ailelere gıda, giyecek ve nakdi yardımlarda bulunmakta ve fakirlere iftar yemeği verilmektedir. Vakfın kendi kaynaklarından yapılan yardımlar yanında, SYDV Fonundan gönderilen nakdi yardımlar da yoksul vatandaşlara ulaştırılmakta. Ayrıca isteyen hayırseverlerin yapmış oldukları bağışlar da onların adına yoksullara ulaştırılmaktadır (VANSYDV, 2014).

VANSYDV, yetişkin yurtları, çocuk yuvaları, huzurevleri, özürlü rehabilitasyon merkezleri, toplum merkezleri, çocuk ve gençlik merkezleri ve kadın sığınma evleri gibi sosyal hizmetler kuruluşlarının her türlü ihtiyaçlarına destek vermektedir. Tüm bunlara ilaveten doğal afetler sonucu zarara uğrayanlara da zararlarının giderilmesi noktasında yardımda bulunmaktadır (VANSYDV, 2014).

Aşağıda VANSYDV'nin sağlamış olduğu yardımlar; aile yardımları, nakdi yardımlar, eğitim yardımı, ŞNT yardımı, proje yardımları, aşevi projeleri, asker yardımları ve eşi vefat etmiş dullara yapılan yardımlar şeklinde sıralanabilir.

4.1. Aile Yardımları

4.1.1. Gıda Yardımları

Vakfa yılda dört defa yaklaşık bir milyon TL gelmekte ve gıda bankası aracılığıyla vakfa kayıtlı 23.500 aileye 75 TL'lik gıda paketleri halinde dağıtılmaktadır. Bu yardım kapsamında öncelikle Vakıf Başkanlığınca muhtaç oldukları belirlenen, Vakfa kayıtları yapılan ve aynı yardım için müracaatta bulunan ailelerin talepleri, Vakıf Mütevelli Heyeti tarafından değerlendirilmektedir. Değerlendirme sonucunda yardım alması uygun görülenlere kupon verilir. Söz konusu gıda kuponuyla ihtiyaç sahibi; gıda, giyim, temizlik malzemesi gibi ihtiyaç maddelerinin mevcut olduğu Gıda Bankası'na giderek, kuponda belirtilen TL tutar kadar alışverişini gerçekleştirir (VANSYDV, 2014). Aşağıdaki tabloda ihtiyaç sahibinin gıda yardımından yararlanabilmesi için gerekli başvuru belgeleriyle, bekleme süreleri yer almaktadır.

Tablo 4. VANSYDV Gıda Yardımı Hizmet Standart Tablosu

Hizmet Adı	Başvuruda İstenen Belgeler	Hizmetin Tamamlanma Süresi
Gıda Yardımı	1. SYDV başvuru kayıt formu (İlk defa başvuru yapılıyorsa) 2. Başvuru dilekçesi 3. Nüfus cüzdanı önlü arkalı fotokopisi (ilk defa başvuru yapılıyorsa)	İlk başvurularda 30 gün Gıda yardımının devamı için yapılan başvurularda 7 gün

Kaynak: VANSYDV (Van Sosyal Yardım Dayanışma Vakfı) (2014), "Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı Hizmet Standart Tablosu", [http://www.vansydv.gov.tr/sayfa.php?say_id=86&sayfa=Hizmet Standartları] (18.01.2014).

4.1.2. Yakacak Yardımı

VANSYDV'na kayıtlı olan fakru zaruret içinde ve muhtaç durumda bulunan vatandaşlara kömür yardımı yapılmaktadır. 2013-2014 Kömür dağıtımında öncelikle merkez köylerden başlanmış, sonrasında ise merkeze bağlı mahallelerde dağıtımına devam edilmiştir. Yakacak yardımı kapsamında en son 23.500 aileye 36 torba olarak birer ton kömür dağıtılmış,

ancak sonrasında ek talepler meydana gelmiştir. Bu nedenle ayrıca 6.000 aileye 25 torba ek kömür dağıtılmıştır. Üçüncü kez gelen 10.000 ton ve diğer kalan kömür vakfa kayıtlı 23.500 aileye 25 torba olarak yeniden dağıtılmıştır (VANSYDV, 2014).

İhtiyaç sahibinin yakacak yardımından faydalanabilmesi için “VANSYDV Gıda Yardımı Hizmet Standart Tablosu”nda belirtilen gerekli başvuru belgeleriyle, bekleme süreleri burada da geçerlidir. Uygun bulunan başvurularda yakacak yardımı teslimi ise Ankara İl Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfının, VANSYDV’na yakacak sevkiyatı yaptığı tarihte gerçekleştirilmektedir (VANSYDV, 2014).

4.2. Nakdi Yardımlar

Vakfa yaklaşık olarak her ay 400.000 TL gelmekte ve gelen bu para ay içerisinde vakfa kayıtlı fakir ve muhtaçlara medikal sağlık yardımı, sevk parası, kira parası ve diğer ihtiyaçları için nakdi olarak ödenmektedir (VANSYDV, 2014).

4.3. Eğitim Yardımı

Gıda yardımındaki belge ve bekleme süresi ile aynı kriterlere sahip olan “eğitim yardımı” kapsamında, Vakfa her 6 ayda bir yaklaşık bir milyon TL gelmektedir. İlk dönem gelen para 50 TL olarak öğrencilere dağıtılmış ve son yılın ikinci döneminde gelen paranın bir kısmıyla da 20.000 bot 20.000 mont alınmıştır (VANSYDV, 2014).

VANSYDV’na kayıtlı ailelerin, 2013-2014 eğitim döneminde, üniversitelerin örgün eğitim veren bölümlerini ilk kez il dışında kazanan öğrencilerine bir defaya mahsus olmak üzere eğitim yardımı yapılmıştır. Ülkemizin farklı illerindeki üniversiteleri kazanan ve birinci sınıfa yeni kayıt yapan öğrencilere yol masrafları için eylül ayı içerisinde eğitim yardımı yapılmıştır. Söz konusu yardım kapsamında, yardımda bulunulan öğrenci sayısı 200 civarındadır. Bu öğrencilere ayrıca kayıt için gidiş ve dönüş yardımları, sınava girdikleri illerin uzaklık durumuna göre de vakıf mütevelli heyetinin uygun gördüğü miktarda kendilerine harçlık yardımında da bulunmaktadır (VANSYDV, 2014).

4.4. ŞNT Yardımları

2001 yılında SYDGM ile Dünya Bankası arasında gerçekleştirilen “Sosyal Riski Azaltma Projesi” kapsamında Şartlı Nakit Transferi-ŞNT programı 5 yıllık bir süre için uygulanmaya konmuştur. Bu program nakit gelir destek programı olmakla beraber, en yoksul % 6’lık dilimde yer alan yoksul hane çocuklarına yönelik olarak sağlık ve eğitim yardımlarını içermektedir. Yoksulluk nedeniyle çocuklarını okula gönderemeyen ve okuldan almak zorunda kalan ailelerin ekonomik yönden desteklenmesini hedefleyen ve koşulları olan bir nakit gelir programıdır. ŞNT’nin eğitimle ilgili temel amaçları; yoksul ailelerde insan sermayesi birikimini mümkün kılmak olsa da, uygulanan programlar, mevcut yoksulluğun azaltılması, çocuk işçiliğinin önlenmesi veya kriz dönemlerinde bir sosyal güvenlik ağının oluşturulabilmesi, kuşaklar arası yoksulluk zincirini kırmanın bir yolu olarak insan sermayesi birikiminin sağlanmasıdır. Ayrıca ŞNT programı ailede kadının konumun güçlendirilmesi için anneler aracılığıyla yürütülen bir program olarak, kız çocuklarına daha yüksek ödenti verilmesi yoluyla toplumda cinsiyet eşitliğini sağlamayı da amaçlamaktadır (Kaya, 2008: 4).

Amaç bu olmasına rağmen, İl’de maddi durumu iyi olmayan ailelerin çocuklarının, eğitim masraflarının karşılanması için uygulanan ŞNT’den yararlanmak isteyen yüzlerce kadın, çocukları için verilen 30 ile 55 lira arasındaki eğitim yardımını, eğitimden daha ziyade evin ihtiyaçları için kullandıklarını ifade etmektedirler. Esasen bu noktadan hareketle Van’da yoksulluğun çok daha derin olduğunu tahmin edebiliyoruz (Haberler.com, 2014).

İlde ŞNT uygulamasını gerçekleştiren VANSYDV 2008 yılında 8.200.000 TL tutarında ŞNT yardımını 29.000 aileye yapmıştır. 2004-2009 yılları arasında ise ihtiyaç sahiplerine toplam 38.421.690 TL tutarında yardım gerçekleşmiştir.

Şartlı nakit transferinden faydalanmak isteyen ihtiyaç sahipleri aşağıdaki tabloda belirtilen belgeleri eksiksiz bir şekilde vakfa vermeleri halinde, 14 gün içerisinde şartlı nakit transferinden faydalanacak ihtiyaç sahipleri belirlenmektedir.

Tablo 5. VANSYDV Şartlı Eğitim Yardımı Hizmet Standart Tablosu

Hizmet Adı	Başvuruda İstenen Belgeler	Hizmetin Tamamlanma Süresi
Şartlı Eğitim Yardımı	1. SYDV Şartlı Eğitim Yardımı Başvuru Formu (İlk defa başvuru yapılıyorsa) 2. İlk defa yapılan başvurularda nüfus cüzdanının önlü arkalı fotokopisi (evli ise kendisinin ve eşinin) 3. Çocukların kimlik fotokopisi	14 gün

Kaynak: VANSYDV (Van Sosyal Yardım Dayanışma Vakfı) (2014), “Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı Hizmet Standart Tablosu”, [http://www.vansydv.gov.tr/sayfa.php?say_id=86&sayfa=Hizmet Standartları] (18.01.2014).

4.5. Proje Yardımları

Proje Yardımları kapsamında 2008 yılında 666 kişiye toplam 1.697.325 TL proje yardımı yapılmıştır. 2004-2009 yılları arasında ise toplam 5618 kişiye 10.047.783 TL proje yardımı yapılmıştır (VANSYDV, 2014).

Başvuruları 28 Şubat 2014’e kadar devam etmekte olan Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı Başkanlığındaki “SODES Projesi” kapsamında kültür, sanat ve spor kursları düzenlenmektedir (VANSYDV, 2014).

Proje yardımları, aşağıdaki tabloda belirtildiği üzere iki ayrı kategoride ele alınmakta ve proje destek başvurularının uygunluğu Mütevelli Heyeti tarafından en geç 30 gün içinde karara bağlanmaktadır. Heyet tarafından uygunluğu görülen projeler değerlendirilmek üzere SYDGM’ne gönderilmektedir (VANSYDV, 2014).

Tablo 6. VANSYDV Proje Yardımı Hizmet Standart Tablosu

Hizmet Adı	Başvuruda İstenen Belgeler	Hizmetin Tamamlanma Süresi
Gelir Getirici Proje Destekleri	1.Fayda sahibi başvurusu formu 2.Proje hazırlama formatı 3.Proje başvuru formu 4.Başvuru yapan kişinin kimlik fotokopisi 5. Proje yapacak kişinin iş tecrübesini kanıtlayıcı belge (ustalık, kalfalık, diploma, sertifika, referans mektubu vs.)	30 gün
Proje Destekleri (Geçici İstihdam Projeleri, İstihdam Eğitim Projeleri ve Sosyal Hizmet Projeleri)	1.Fayda sahibi başvurusu formu 2.Proje hazırlama formatı 3.Proje başvuru formu	

Kaynak: VANSYDV (Van Sosyal Yardım Dayanışma Vakfı) (2014), “Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı Hizmet Standart Tablosu”, [http://www.vansydv.gov.tr/sayfa.php?say_id=86&sayfa=Hizmet Standartları] (18.01.2014).

4.6. Aşevi Projesi

Sabri Ülker Vakfı ve Türk Kızılayı Van Şubesi tarafından yapılan mevcut Aşevi, işler hale getirilerek, yardıma muhtaç olan fakir insanlara ve evinde kuru erzakı yemek haline getiremeyecek kimselere yemek yardımında bulunmaktadır. Aşevi Projesi ile depremzede, yoksul, bakıma muhtaç, yaşlı, düşkün ve kimsesiz vatandaşlara sağlıklı ve temiz yemek dağıtılmaktadır. Aşevi Projesi kapsamında 150 ailenin günlük yemek ihtiyacı sağlanmaktadır. Gelir düzeyleri ve ihtiyaçları göz önünde bulundurularak belirlenen ailelere hijyenik koşullarda, kalori hesabı yapılarak gıda mühendisinin denetiminde pişirilen sıcak yemekler sefer taslarıyla ulaştırılmaktadır. Sıcak yemek hizmetinde ölçüt; o kişinin verilen kuru erzakı yemek haline getiremeyecek kadar ihtiyaç halinde olmasıdır. Yemek yapamaya engel, fiziksel yetersizlikleri varsa da prensip olarak yemek yardımı yapılması tercih edilmektedir (VANSYDV, 2014).

4.7. Asker Maaşı

Muhtaç asker ailelerine yardım programı çerçevesinde askere gitmiş/gidecek olan kişinin fiili olarak askerlik yaptığı süre boyunca (maksimum 12 ay), evli ise resmi nikâhlı eşi; değilse anne veya babası asker yardımı adı altında ayda 250 TL alacaktır. Asker adayının 4 aylık er, 6/8 aylık er hizmet türlerinden birine sahip olması gerekmektedir. Söz konusu yardımdan faydalanabilmek için başvuruda bulunan asker veya asker yakınının herhangi bir sosyal güvenlik kuruluşuna tabi olmaması gerekmektedir. Yine dul maaşı diye bilinen “Eşi Vefat Etmiş” kadınlara yönelik düzenli nakit yardım Programından yararlanan ve “Evde Bakıcı Aylığı” alan anne veya eşi bu yardımdan yararlandırılmaz. Bu yardım programı kapsamında Van’da 2014 Ocak ayı itibari ile 1.349 asker ailesine 768.250,00TL ödemedi

bulunulmuştur. Hanede birden fazla asker varsa bile her bir asker bu yardımdan yararlanacaktır. Yardım programı uygulamaya geçer geçmez, asker aileleri bu yardımlarını vakfa gelerek değil de, PTT şubeleri veya ATM'leri aracılığıyla, askerlik boyunca, düzenli olarak almış olacaktırlar (VANSYDV, 2014).

4.8. Eşi Vefat Etmiş Dul Yardımları

1 Nisan 2012 tarihinden itibaren, eşi vefat etmiş, muhtaç durumda bulunan, kanunla kurulu sosyal güvenlik kuruluşlarına tabi olmayan ve bu kuruluşlardan aylık ve gelir almayan kadınlar yararlanabilmektedir. Muhtaçlığı, yapılacak merkezi sorgulama, sosyal inceleme ve vakıf mütevellî heyetinin onayı ile belirlenmektedir. Bu durumdaki kadınların muhtaçlıkları devam ettiği sürece 250 TL tutarında ve 2 aylık periyotlarla düzenli nakit sosyal yardım verilmesi uygun görülmüştür. Söz konusu bu yardım programından faydalanabilmek için kadının resmi nikâhlı eşinin vefat etmiş olması gerekmektedir. 2014 Ocak ayı itibari ile 4.118 dul kadına 1.574.00,00 TL tutarında ödeme yapılmıştır. Bu maaşı alacağı kesinleşen kadınlar, maaşlarını banka ve PTT aracılığı ile alabileceklerinden, her iki ayda bir vakfa gelmelerine gerek kalmayacaktır (VANSYDV, 2014).

SONUÇ

Ülkemizde, yoksullara ve ihtiyaç sahiplerine yardım etmenin tarihi geçmişi çok eskilere dayansa da yoksulluk “kurumsal” olarak seksenlerin ikinci yarısından sonra ele alınmaya başlanmıştır. Özellikle doksanlı yıllardaki ekonomik krizler, konunun hem akademik alanda hem de toplumsal alanda daha etkin bir şekilde ele alınmasını sağlamış ve 2011 yılında dağıntık haldeki yardım kuruluşlarını bünyesinde toplamayı hedefleyen “**Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı**”nın kurulmasına neden olmuştur.

Bakanlığın ana hizmet birimleri arasında yer alan “**Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü** (SYGM), ülkemizde sosyal yardım hizmetlerini en yaygın, kapsamlı ve organize biçimde yürüten kuruluş olma özelliğini taşımaktadır. Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü tarafından; Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Teşvik Fonu kaynağı kullanılarak, 3294 sayılı Kanun kapsamında yer alan vatandaşlarımıza yönelik aile yardımları, sağlık yardımları, eğitim yardımları, özürü ihtiyacı yardımları ve özel amaçlı yardımlar gibi çeşitli sosyal yardım programları uygulanmaktadır.

SYGM'nün asıl amacı uyguladığı sosyal yardım programları ile toplumda ihtiyaç sahibi ve yoksul kesimleri koruyarak sosyal ve ekonomik adaleti sağlamaktır. Ancak özellikle Türkiye'nin en doğusunda yer alan Van'da sosyal yardım kullanıcılarının özelliklerine bakıldığında gerek maddi yönden ve gerekse eğitim ve kültür açısından toplumun en dezavantajlı kesimi içinde yer aldığı görülmektedir. Hal böyle olunca içinde buldukları durumu yeterli düzeyde ifade edememeleri bir yana, bu çaresizlik durumu SYGM'nün bu kesime sunmuş olduğu hizmetlerin farkındalığının da istenilen düzeyde olmasını engellemektedir.

Bu nedenle yoksulluğun azaltılmasını için sunulan sosyal yardımların içerik, kalite ve miktar olarak artırılmasını beklemek meselenin bir yönünü ifade etse de, diğer yönüyle bu hizmetlerin doğru yerde, doğru insanlara ulaştırılması da çok önem taşımaktadır. Unutulmamalıdır ki, tüm Türkiye'de olduğu gibi Van'da da kamu hizmetlerine nasıl erişileceği yolunda eksik ya da yanlış bilgi sahibi olan gerçek ihtiyaç sahiplerine sunulması gereken hizmetlerin, ihtiyaç sahibi olmayanlara sunulması toplumda yoksulluğu bertaraf etmek bir yana, yoksulluğun daha da derinleşmesine neden olacaktır. Bu nedenle devlet eliyle

yoksullukla etkin bir mücadele için yoksul ve muhtaç kişiler bu konuda kendilerini doğru bir şekilde ifade edemeseler bile bu hizmeti sunanların, yoksulların tespitinde çok dikkatli olmaları gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- ASPB (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı) (2014) “2014 Bütçe Tasarısı”, [http://sgb.aile.gov.tr/upload/Node/19618/files/ASPB_PLAN_BUTCE_KOMISYON_U_SUNUMU_web.pdf] (18.02.2014).
- ASPB (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı) (2012) “Kırsal Alanda Yoksulluğun Gerçek Yüzü: Kadınlar”http://sgb.aile.gov.tr/upload/sgb.aile.gov.tr/mce/2012/arastirmaprojeleri/kirsalalankadinlari1.pdf] (18.02.2014).
- AYKAÇ, Mustafa vd., (2013) *Gelir Dağılımı ve Yoksulluk*, Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2935.
- ARPACIOĞLU, Özge ve Metin YILDIRIM (2011) “Dünyada ve Türkiye’de Yoksulluğun Analizi”, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 2, s. 60-76.
- AKTAN, Coşkun Can ve İstiklal Yaşar VURAL (2002) “Yoksulluk: Terminoloji, Temel Kavramlar ve Ölçüm Yöntemleri”, Aktan, Coşkun Can (ed.), *Yoksullukla Mücadele Stratejileri*, Ankara: Hak-İş Konfederasyonu Yayınları, [http://www.canaktan.org/ekonomi/yoksulluk/birinci-bol/aktan-vural-yoksulluk.pdf] (18.01.2014).
- ÇAKAR, Burcu Yakut vd. (2010) *Eşi Vefat Etmiş Kadınlar İçin Bir Nakit Sosyal Yardım Programı Geliştirilmesine Yönelik Araştırma Projesi Sonuç Raporu*, Ankara: T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma Ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Yayını.
- ÇOĞURCU, Cemalettin (2010) “Stratejik Planlama, Stratejik Yönetim ve Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğünde Sosyal Yardım Politikalarına Yönelik Gerçekleştirilen Projeler”, *Yardım ve Dayanışma Dergisi*, Yıl:1, Cilt:1, Sayı:2, Temmuz-Aralık 2010, s.7-32.
- DPT (Devlet Planlama Teşkilatı) (2007) *Gelir Dağılımı ve Yoksullukla Mücadele, Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara: Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013, Yayın No. DPT 2742, ÖİK 691.
- FIRAT KUNDURACI, Nevzat (2008) *Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü E-Devlet Semineri Kitabı*, Ankara: T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Yayını.
- GÜNEŞ, Mehmet (2012) “Yoksullukla Mücadelede Sosyal Yardımların Bir Kamu Yönetimi Politikası Olarak Sürdürülebilirliği”, *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Yıl:12, Sayı:24, s.149-184.
- GÖKBAYRAK, Şenay (2013) “Sosyal Dışlama Sorunsalına Türkiye Düzleminde Geliştirilen Model Uygulamalar”, [http://sosyalpolitika.fisek.org.tr/?p=43] (26.11. 2007).
- HABERLER.COM (2014) “Van’da Şartlı Nakit Kuyruğu”, [http://www.haberler.com/van-da-sartli-nakit-kuyruğu-3853519-haberi/] (18.01.2014).
- KESİCİ, Mehmet Rauf (2007) “Yoksulluk Şiddet Döngüsünün Sosyal Politika Açısından Analizi”, *Çalışma ve Toplum*, Sayı:13, Şubat 2007, s.121-158.
- SYDGM (Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü) (2010) *2009 Yılı Faaliyet Raporu*, Ankara: T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Yayını.
- SYDGM (Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü) (2009) *2008 Faaliyet Raporu*, Ankara: T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Yayını.

- SYDGM (Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü) (2008) *Stratejik Plan 2009-2013 Hazırlık Programı*, Ankara: T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Yayını.
- SYDGM (Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü) (2008a) *Stratejik Plan 2009-2013*, Ankara: T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Yayını.
- SYGM (Sosyal Yardımlaşma Genel Müdürlüğü) (2014) “SYDTF’nin Gelirleri” [<http://www.sosyalyardimlar.gov.tr/tr/11784/SYDTF-Gorevler>] (18.01.2014).
- SYGM (Sosyal Yardımlaşma Genel Müdürlüğü) (2014a) “Sağlık Yardımları”, [<http://www.sosyalyardimlar.gov.tr/tr/html/11831/Saglik+Yardimlar>] (19.02.2014).
- SYGM (Sosyal Yardımlaşma Genel Müdürlüğü) (2013) *Mart 2013 Sosyal Yardım İstatistikleri Bülteni*, Ankara: Araştırma-Geliştirme ve Tanıtım Dairesi Başkanlığı Yayını.
- SYGM (Sosyal Yardımlaşma Genel Müdürlüğü) (2011) *2011 Yılı Faaliyet Raporu*, Ankara: T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Yayını.
- SYGM (Sosyal Yardımlaşma Genel Müdürlüğü) (2012) *2012 Sosyal Yardım İstatistikleri Bülteni*, Ankara: Araştırma-Geliştirme ve Tanıtım Dairesi Başkanlığı Yayını.
- SYGM (Sosyal Yardımlaşma Genel Müdürlüğü) (2011), *2011 Yılı Faaliyet Raporu*, Ankara: T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Yayını.
- SYGM (Sosyal Yardımlaşma Genel Müdürlüğü) (2011a) *2010 Yılı Faaliyet Raporu*, Ankara: T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü Yayını.
- SAPANCALI, Faruk (2003) *Sosyal Dışlanma*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayını, No:09, 2003.
- SEYYAR, Ali (2003) “Sosyal Siyaset Açısından Yoksulluğa Karşı Mücadele” [http://www.sosyalsiyaset.net/documents/yoksulluga_karsi_mucadele.htm] (18.01.2014).
- SEYYAR, Ali (2004) “Türkiye’de Yoksullukla Mücadelede STK’lerin Roller ve Önemleri”, (Deniz Feneri Derneği Örneği), *I. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi*; 4-6 Haziran 2004, ÇOMÜ Dardanos Tesisleri; Çanakkale, s. 187-195.
- TAŞ, Yunus ve Selami ÖZCAN (2012) “Türkiye’de ve Dünya’da Yoksulluk Üzerine Bir Araştırma” *International Conference On Eurasian Economies* Alma-ata, Kazakistan, s.423-430, [<http://www.eecon.info/papers/544.pdf>] (18.01.2014).
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2013) “2012 Yoksulluk Çalışması”, *Haber Bülteni*, Sayı: 16023, 06 Aralık 2013.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2011) “2009 Yoksulluk Çalışması Sonuçları”, *Haber Bülteni*, Sayı: 3, 06 Ocak 2011.
- TÜRK-İŞ (2014) “Ocak 2014 Açlık ve Yoksulluk Sınırı”, *TÜRK-İŞ Haber Bülteni*, [<http://www.turkis.org.tr/source.cms.docs/turkis.org.tr.ce/docs/file/aclikocak14.pdf>] (01.03.2014).
- UNDP (United Nations Development Program) (2005) *Human Development Report 2005*, New York: UNDP.
- YÜCE, Mehmet ve Mehmet Ferhat ÖZBEK (2006) “Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinde Sosyo-Ekonomik Boyutlarıyla Yoksulluk Olgusu Üzerine Bir Değerlendirme”,

Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, Sayı: 10, Eylül 2006, s.1-23.

YILDIRIM, Aziz (2010) “Türkiye’de Yoksullukla Mücadele ve Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü”, *Yardım ve Dayanışma Dergisi*, Yıl:1, Cilt:1, Sayı:1, Ocak-Haziran 2010, s.9-16.

TÜRKİYE'DE AR-GE & İNOVASYON HARCAMALARININ GELİŞİM SÜRECİ VE EKONOMİK ETKİLERİ**

Murat Demir*

Osman Geyik[^]

Özet

Bu çalışmanın amacı, özellikle son yıllarda gittikçe önem kazanan İnovasyon kavramını açıklamak; bilim, teknoloji ve inovasyon faaliyetleriyle önemli başarılar elde etmiş Doğu Asya ülkelerini ve başarılarını değerlendirmek ve de bu faaliyetlerin Türkiye'deki gelişim sürecini incelemektir. Çalışmanın bir diğer amacı da Türkiye'de Ar-Ge & inovasyon yatırımlarının doğal sonucu olan patent başvuru rakamlarını ve patentlemedeki mevcut durumu ele almaktır.

Çalışmadan elde edilen bulgular, Türkiye'de Ar-Ge ve inovasyon harcamalarının yeterli düzeyde olmadığını, bunun yansıması olan patent başvuru ve kabul sayılarının çok düşük seviyelerde olduğunu sonucunu göstermektedir.

Anahtar Sözcükler: İnovasyon, Ar&Ge, Patent Başvuruları, Patentleme

JEL Sınıflandırması: O30,O31, O32,O39

DEVELOPMENT PROCESS OF R&D -INNOVATION EXPENDITURES IN TURKEY AND ITS IMPACT ON ECONOMY

Abstract

The aim of this study is to explain the concept of innovation that gain importance, and evaluate the success of East Asian countries those had important achievements on innovative,scientific and technological activities , and assess the development process of these activities in Turkey. The next aim of the study is to discuss the present situation of applications for patent and patentings that is the outgrowth of R&D and İnnovation investments.

As a outcome of the study , we observe that the R&D and innovation expenditures is not sufficient in Turkey , and due to this reason the number of applications for patent and patentings very low in Turkey.

Key Words : Innovation , R&D ,Application for Patent , Patenting

JEL Classification Codes: O30,O31, O32,O39

* Bu çalışma, Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Murat Demir danışmanlığında yapılmış olan "İnovasyonun Teşvikine Yönelik Maliye Politikaları" adlı yüksek lisans tezine dayanmaktadır.

* Doç. Dr., Harran Üniversitesi, İ.İ.B.F., Email: mdemir@harran.edu.tr

[^] Araş. Gör., Marmara Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Email: osmangeyik@gmail.com

1. GİRİŞ

Güncel bir kavram olan inovasyon ya da yenileşim, gelişmiş ekonomilerde önemli bir itici güç olarak kabul edilmektedir. Ar-Ge yatırımlarının neticesinde elde edilen yenilikçi sonuçlar, inovasyon içeren faaliyetleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke, Ar-Ge faaliyetlerine önemli düzeyde kaynak ayırarak bu alanda yetkinleşmeyi ve inovatif ürünler elde etmeyi amaç edinmişlerdir. Yenilikçi teknolojilerle büyüme stratejisi içerisinde olan ülkelerin birçoğunda Ar-Ge harcamalarının milli gelir içerisindeki payı %3-4 iken bu oran Türkiye’de %1 bile değildir.

Ekonomik büyüme ve kalkınmanın önemli bir unsuru olan Ar-Ge harcamalarının, ülke ekonomilerine katkısı yadsınamaz düzeydedir. Bu katkılar daha çok katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesi ve pazarlanması neticesinde elde edilmektedir. Bu tür ürünlerin elde edilebilmesi ise yoğun Ar-Ge yatırımlarını gerektirmektedir.

Ar-Ge ve İnovasyon konusunda model niteliğinde olan Doğu Asya ülkelerinin elde etmiş oldukları başarılar, bu ülkelerin büyüme rakamlarına da yansımıştır. Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri, Doğu Asya Ülkelerinin hızlı bir kalkınma sürecine girmesine yardımcı olmuştur. Yenilikçi faaliyetlerin ardından elde edilen inovatif ürünlerin sayısı ve patentleme süreci, Türkiye’de istenilen düzeyde değildir. Yıllar itibariyle incelenen illerin patent başvuruları ve tescil rakamları, Türkiye’nin Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine daha fazla önem vermesi, bu doğrultuda daha fazla kaynak ayırması gerektiği sonucunu gözler önüne sermektedir.

2. İNOVASYON KAVRAMININ TANIMI VE NİTELİĞİ

Son yıllarda giderek daha sık duyduğumuz bir kavram haline gelen inovasyon,“Latince bir sözcük olan innovatus’tan türemiş; “toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlaması” anlamına gelmektedir. Türkçede ‘yenilik, yenileme ve yenilikçilik gibi sözcüklerle karşılanmaya çalışılsa da bu sözcüklerin yapmış olduğu çağrışımlar gerçek anlamını verememektedir” (Elçi,2006:1). Anlaşılması zor bir sözcük olan inovasyon yerine, Türk Dil Kurumuna sunulan “yenileşim” kavramının kullanılması, bu sözcüğün daha kolay anlaşılmasına yardımcı olacağı söylenebilir (Akalin,20.09.2014:458).

Temel yenilik kavramlarının sistematik bir şekilde tanımlandığı Oslo Kılavuz’unda da inovasyona ilişkin birçok konuya açıklık getirilmiş ve kapsamlı değerlendirmelere yer verilmiştir.“ Oslo Kılavuz’unda inovasyon, yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün (mal ya da hizmet) ya da sürecin, yeni pazarlama yönteminde, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanması şeklinde tanımlanmıştır”(Gökçe,28.03.2011: 1).

3. TÜRKİYE’DE AR-GE VE İNOVASYON HARCAMALARININ GELİŞİMİ VE EKONOMİK ETKİLERİ

Türkiye’de Ar-Ge faaliyetlerine ilişkin veriler, ilk olarak 1993 yılında düzenlenmeye başlanmıştır. Bu düzenlemeyi yapma işi, Devlet İstatistik Enstitüsü’ne (DİE)- şimdiki adıyla Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)- verilmiştir. 1993 yılında yapılan ilk Ar-Ge anketinde 1991 ve 1992 yıllarına ait veriler toplanmış, daha sonra Ar-Ge verilerinin kayıt altına alınması işlemi devam etmiştir. Ar-Ge verileri, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından Ekonomik

Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'nün hazırlamış olduğu Frascati Manual belgesinde tanımlanan yönteme uygun bir şekilde hazırlanmaktadır. Bu belgede tanımlanan Ar-Ge, bazı araştırmacılar tarafından dar kapsamlı bir tanım olduğu yönünde eleştirilmesine rağmen, uluslararası karşılaştırmalara imkan tanıdığı için yaygın olarak kullanılmaktadır (Taymaz,11.09.2014:162).

Ar-Ge ve inovasyon ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda, bu iki olgu arasında doğrudan bir ilişkinin olduğu görülmektedir(Demir,2010:211). İnovasyon stratejileriyle büyüyen birçok ülke, bu tarzdaki bir büyümeyi, yoğun Ar-Ge çalışmaları sonucunda elde etmektedir.

Kozlu'ya göre; devletler büyümeyi genellikle statik bir sürecin sonucu olarak kavradıkları için, makine ithali, altyapı ve otel yapımı gibi faaliyetleri teşvik etmektedirler. Fakat dönem sonunda (teşvik yapılan dönem, mali yılsonu vb.) bu tür faaliyetlerin ardından büyüme rakamlarının halen istenilen düzeyde olmadığı görülmektedir. Büyüme rakamlarının neden istenilen düzeyde olmadığı konusu ise şu şekilde ifade edilebilmektedir. Büyüme sadece salt bir yatırımın ürünü olarak ortaya çıkmamaktadır. Büyüme bir süreç olarak, yatırımın inovasyonu, inovasyonun teknolojiyi, teknolojinin büyümeyi, büyümenin de yatırımı getirdiği zincirleme bir reaksiyonun sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu sürecin gerektirdiği hammaddeleri sunmak ise devletin görevleri arasında yer almaktadır. Bu görevler; yüksek kalitede eğitim sistemi oluşturmak, Ar-Ge'ye yönelik üniversiteler kurmak ve inovasyonu destekleyici tekno-kentler inşa etmek şeklinde sıralanabilir (Kozlu,2003:73).

Tablo 1: Türkiye'nin ve Seçilmiş Bazı Ülkelerin Ar-Ge Harcamalarının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla İçerisindeki Payı (%)

Ülkeler	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Avusturya	2.26	2.46	2.44	2.51	2.67	2.71	2.79	2.75
EU27	1.73	1.74	1.76	1.77	1.84	1.92	1.91	1.94
Finlandiya	3.45	3.48	3.48	3.47	3.70	3.94	3.90	3.78
Güney Kore	2.68	2.79	3.01	3.21	3.36	3.56	3.74	-
İngiltere	1.69	1.72	1.74	1.77	1.78	1.84	1.80	1.77
İsrail	4.29	4.43	4.51	4.86	4.77	4.49	4.34	4.38
İsveç	3.58	3.56	3.68	3.40	3.70	3.60	3.39	3.37
Japonya	3.13	3.31	3.41	3.46	3.47	3.36	3.26	-
Kanada	2.07	2.04	2.00	1.96	1.92	1.94	1.85	1.79
Lüksemburg	1.63	1.56	1.66	1.58	1.72	1.48	-	1.43
Macaristan	0.88	0.94	1.01	0.98	1.00	1.17	1.17	1.21
Norveç	1.57	1.51	1.48	1.59	1.58	1.76	1.68	1.64
OECD Toplam	2.18	2.22	2.26	2.29	2.36	2.41	2.38	-
Türkiye	0.52	0.59	0.60	0.72	0.73	0,84	0.85	0,86
Yunanistan	0.56	0.60	0.59	0.60	-	-	-	

Kaynak: Main Science and Technology Indicators, OECD Science, Technology and R&D Statistics , http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/gross-domestic-expenditure-on-r-d-2013-1_rdxp-table-2013-1-en , E.T: 24.09.2014.

Tablo 1'deki veriler yardımıyla, 13 ülke ve 2 kuruluşa ait bir değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır. Faydalanılan veriler ışığında büyüme, inovasyon ve Ar-Ge ilişkisini göz önünde bulundurularak bu 13 ülke hakkında çeşitli sonuçlara varılmıştır. Tabloda yer alan birçok ülkenin ortak özelliği, teknolojik yeniliklere dayalı bir büyüme stratejisi izlemeleri, inovatif faaliyetler bakımından dünya çapında önemli bir değere sahip olmalarıdır. Bu ülkeler, yapmış oldukları Ar-Ge ve inovasyon çalışmaları neticesinde dünya ölçeğinde adlarından söz ettirirken, inovasyon konularında birçok ülke tarafından da model alınmışlardır. Bu tanımlara örnek olabilecek en uygun ülke -küçük bir ülke olmasına karşın- bilim ve teknoloji olanaklarından faydalanmayı çok iyi bilen İsrail'dir. İsrail'in Ar-Ge harcamalarına vermiş olduğu önemi yukarıdaki tablodan da görmek mümkündür. İsrail, 7-8 yıllık sürecin tamamında Ar-Ge harcamalarına gayrisafi yurtiçi hasılasının neredeyse %4'ünden fazlasını tahsis etmiştir.

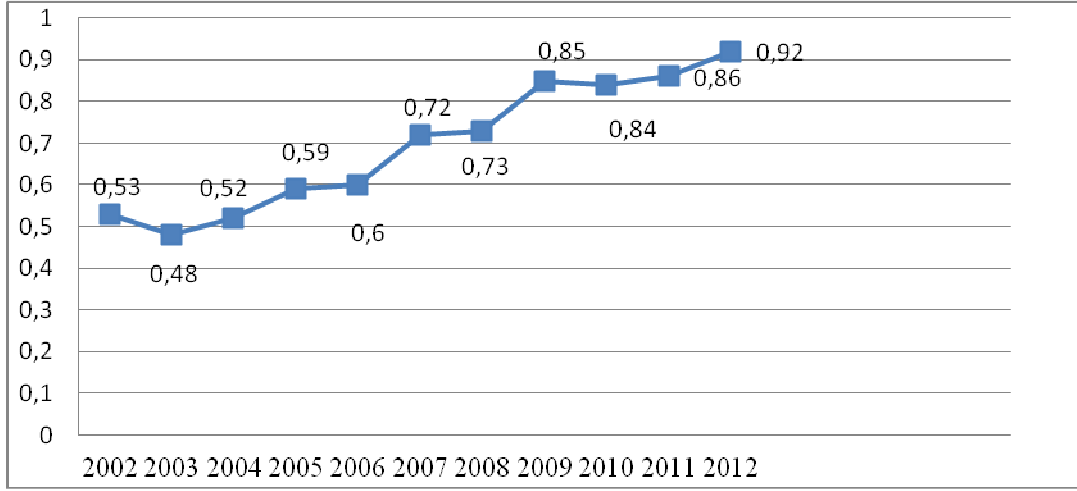
Teknoloji ve inovasyon konularında önde gelen diğer ülkelerin- Finlandiya, İsveç ve Japonya gibi -, Ar-Ge harcamalarının GSYİH içerisindeki oranlarına bakıldığında bu oranın %3'ün üzerinde olduğu görülmektedir. Buna karşın, Türkiye'de Ar-Ge harcamalarına GSYİH içerisinde ayrılan pay 8 yıl boyunca %1'in altında seyretmiştir. Teknolojik gelişim ve inovasyonun ilk adımı olan Ar-Ge (Archibug ve Lundvall, 2007:61) harcamalarına, milli hasıla içerisinde bu denli az bir payın ayrılması, Türkiye'nin bilim, teknoloji ve inovasyon konularında halen istenilen düzeylerde olamamasının en önemli nedeni olarak gösterilebilir.

3.1. Türkiye'de Ar-Ge ve İnovasyon Harcamalarının Nitelik ve Nicelik İtibariyle Gelişimi

Araştırma ve Geliştirme kavramı, son yıllarda neredeyse inovasyon(yenilik) kavramıyla birlikte anılmaya başlanmıştır (Schumpeter,2010:101). Bu tür bir algının oluşmasının şüphesiz en önemli nedeni inovasyon konusunda öncü ülkelerin, Ar-Ge harcamaları neticesinde elde etmiş oldukları başarılarıdır. Ar-Ge harcamaları, bütçe üzerinde bir yük oluşturmaktadır; fakat uzun vadede sağlamış olduğu katma değeri yüksek mal ve hizmetler neticesinde, bütçe üzerindeki bu negatif yükü ortadan kaldırmaktadır (Pablos, ve Zhao , 2011:100). Ancak birçok gelişmekte olan ülke, Ar-Ge harcamalarına gerekli önemi vermemekte ya da verememektedir. Bunun nedeni bütçe kısıtları veya harcamalarındaki önceliklerin farklı olmasıdır.

Türkiye'de, Ar-Ge harcamalarının gayrisafi yurtiçi hasılaya oranı 2012 yılı verilerine göre % 0,92 olarak gerçekleşmiştir. Diğer gelişmekte olan ülkelerde bu oran % 1,2, Avrupa Birliği ülkelerinde %2, ABD'de % 3, Güney Kore'de ise % 4 civarlarındadır. Bu rakamlar dikkate alındığında, Türkiye'de Ar-Ge konusunda, kamu desteklerinin artırılması ve etkin hale getirilmesi için yeni bir bakış açısına ihtiyaç duyulduğu anlaşılmaktadır (MUSİAD, 2012:86).

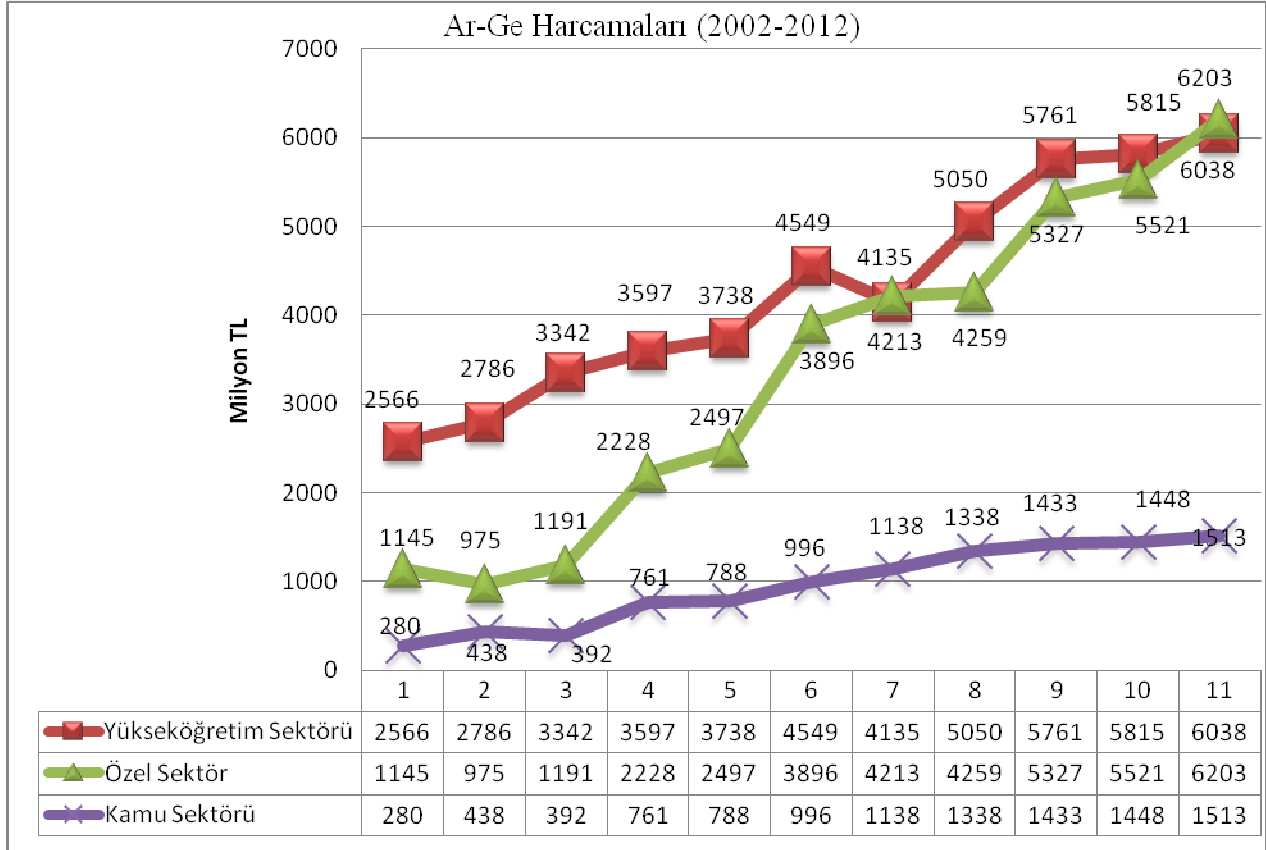
Grafik 1'de, 2002-2012 yılları arasında Türkiye'de yapılan toplam Ar-Ge harcamalarının GSYİH içerisindeki payına yer verilmiştir.

Grafik 1: Ar-Ge Harcamalarının GSYİH'ye Oranı (2002-2012)

Kaynak: TÜİK, Ar-Ge verileri, <http://www.tubitak.gov.tr>, E.T: 21.09.2014., (Grafik ilgili kaynaklarda yer alan veriler doğrultusunda oluşturulmuştur)

Grafik 1’de, 2002 yılından 2003 yılına geçerken Ar-Ge harcamalarında bir azalmanın meydana geldiği görülmektedir. Fakat; 2003 yılının ardından 2004-2009 yılları arasında Ar-Ge harcamalarının GSYİH içerisindeki payının sürekli arttığı gözlemlenmektedir. 2010 yılına gelindiğinde bu oranda yeniden bir azalmanın görülmesine karşın 2011 ve 2012 yıllarında tekrar artış göstererek %0,92 oranında seyretmiştir. Grafik 1’de görüldüğü gibi, 11 yıllık bir periyotta Türkiye’nin GSYİH içerisinde Ar-Ge harcamalarına ayırmış olduğu pay %1’in altındadır. Bu düşük seviyedeki oranlar, inovasyon ve patent konularında Türkiye’nin niçin başarısız olduğunun en basit örneğidir.

Grafik 2’de ise; 2002-2012 yılları itibariyle kamu sektörü, özel sektör ve yüksek öğretim sektörünün Ar-Ge harcamalarının miktarına ilişkin verilere yer verilmiştir ve bu veriler bağlamında değerlendirme yapılmaya çalışılmıştır.

Grafik 2: Türkiye’de Sektörler Bazında Ar-Ge Harcaması

Kaynak: http://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/bty15_0.pdf, E.T: 23.09.2014. (Grafik İlgili kaynakta yer alan veriler doğrultusunda oluşturulmuştur)

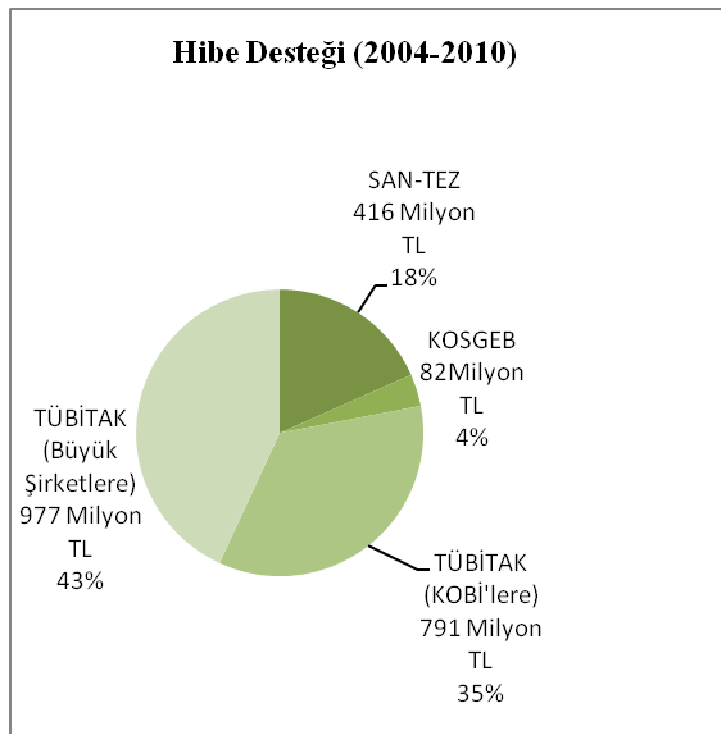
Ar-Ge harcamalarına ilişkin verilerin yer almış olduğu Grafik 2’de, 3 sektörün araştırma geliştirme harcaması rakamlarına yer verilmiştir. 2002(1) ve 2012(11) yıllarına ait veriler ışığında, neredeyse 11 yıllık periyodun tamamında ve tüm sektörlerde ,Ar-Ge harcamalarında bir artışın meydana geldiği gözlemlenmektedir. Sektörler bazında yapılan değerlendirmeye göre; Ar-Ge harcamalarına en fazla kaynak ayıran sektörün sırasıyla; Yükseköğretim sektörü, özel sektör ve kamu sektörü olduğu görülmektedir. Bu durumda, kamu sektörünün Ar-Ge harcamaları konusunda yetersiz kaldığı anlaşılmaktadır.

Özel sektör, teknolojik inovasyonun ana sağlayıcılarından kabul edilebilir. Gelişmiş ülkelerin birçoğunda Ar- Ge ve inovasyon faaliyetlerini gerçekleştirmede en önemli rolü şirketlerin üstlendiği ifade edilebilir. ABD, Almanya ve İngiltere gibi gelişmiş ülkelerin Özel sektör Ar-Ge harcamaları 1980’li yılların sonundan 1990’lı yılların ortasına kadar hızlı küreselleşme sonucu firmaların yatırım önceliklerini belirlemede yaşamış oldukları kararsızlıktan dolayı bir azalma gösterse de belirsizliğin sona ermesinin ardından artış eğilimine girmiştir(Saygılı, 20.01.2014: 73). Hükümetlerin önemli bir kısmı, Ar-Ge ve inovasyonda özel sektörün payını artırma yönünde yoğun çabalar içerisine girmektedirler. Sonuç olarak ulusal ve uluslararası platformda, özel sektör Ar-Ge ve inovasyon harcamalarının artış trendinde olduğu ifade edilebilir (MUSİAD, 2012:90).

Firmaların piyasada faaliyet gösterdikleri süre arttıkça yani yaşlandıkça Ar-Ge ihtiyacı azalmaktadır. Piyasada yeni faaliyet göstermeye başlamış bir firmanın ne olursa olsun Ar-Ge faaliyetlerine önemli bir miktarda fon ayırması gerekmektedir (Yusuf ve Nabeshima, 01.09.2014:15.). Büyük firmaların çoğu, Ar-Ge faaliyetlerini gerçekleştirerek piyasadaki rekabet güçlerini korumayı amaçlamaktadırlar. Türk şirketlerinin rakiplerine göre Ar-Ge yatırımları oldukça düşük oranlarda gerçekleşmektedir. Bu durum, Türk şirketlerinin geleceğini tehdit etmektedir. Fakat Türk şirketleri halen bina, arazi, lüks otomobil yatırımlarını Ar-Ge yatırımlarına tercih etmektedirler (MUSİAD, 2012:93).

Grafik 3'te, 2004-2010 yılları arasında özel sektöre verilen Ar-Ge ve inovasyon hibe destek tutarına ve bu desteği sağlayan kurumlara yer verilmiştir.

Grafik 3: Özel Sektöre Verilen Ar-Ge -İnovasyon Hibe Desteği(2004-2010)



Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=8 , E.T : 25.12.2012. (Grafik İlgili kaynakta yer alan veriler doğrultusunda oluşturulmuştur)

Grafik 3'te, özel sektöre verilen Ar-Ge ve inovasyon hibe destekleri ele alınmıştır. Diğer AB ve OECD ülkelerine kıyasla oldukça düşük oranlarda gerçekleşen hibe destekleri içerisinde en yüksek orana sahip olan kurum, KOBİ ve büyük şirketlere sağlamış olduğu hibe destekleriyle TÜBİTAK'tır.

3.1.1. Türkiye'de Ar-Ge ve İnovasyon Harcamalarının Ekonomik Etkileri

Ar-Ge ve inovasyon harcamalarının ekonomik etkilerine ilişkin yapılan çalışmalar; bu tür harcamaların firmaların büyüme ve kalkınmasında önemli bir yere sahip olduğu sonucunu

ortaya çıkarmıştır. Ar-Ge ve inovasyon yapan firmaların, kısa dönemde büyüme hızlarında, cirolarında ve ihracat rakamlarında meydana gelen artış istenilen düzeyde olamamasına rağmen uzun vadede istenilen düzeye ulaştığı ve kısa dönemde meydana gelen negatif yükü ortadan kaldırdığı gözlemlenmiştir (Korkmaz,25.12.2012:3326). Yoğun olarak Ar-Ge yatırımı yapan firmaların cirolarında ve pazar paylarında önemli artışların meydana geldiği söylenebilir(Altın ve Kaya, 10.03.2014:252).

Rekabetçi piyasada ayakta kalabilmek için ürünlerin, üretim ve yönetim süreçlerinin değiştirilmesi gerekmektedir. Değişme ihtiyacı olduğunu fark etmeyen işletmelerin, zaman içerisinde yok olma tehlikesiyle karşı karşıya oldukları söylenebilir. Teknolojik değişimin varlığını kabul etmek ve bunun avantajından yararlanmak gerekmektedir(Bayhan,2004:307).

3.2. Seçili Ülkelerde Ar-Ge ve İnovasyon Harcamalarının Gelişimi ve Ekonomik Etkileri

Ar-Ge ve inovasyon harcamalarının gelişim süreci çeşitli değişimleri içermektedir. Bu değişimlerin en önemlisi, Ar-Ge'ye yapılan harcamaların miktarından çok Ar-Ge alanlarında meydana gelen değişimi kapsamaktadır. İnovasyonun önemli girdilerinden olan Ar-Ge, bu süreçte inovatif faaliyetlerin ivme kazanması için önemli bir yere sahiptir.

Ar-Ge harcamalarının ardından, bilim ve teknoloji alanlarında meydana gelen değişim süreci de inovasyon hızını etkileyen önemli etkenlerin başında gelmektedir. Metcalfe'ye göre; inovasyon yapabilme becerisi, piyasa yapısı ve teknolojinin yeniliğiyle doğrudan ilişkilidir. Tam rekabet koşulları içerisinde yeni teknolojik ekipmanlar yardımıyla yapılan inovasyon faaliyetlerinin ardından elde edilen inovasyon çıktısı oranı daha yüksek olmaktadır. Yani düşük teknoloji ile yapılan inovasyon girişiminin maliyetleri artırırken, verimliliği de azalttığı söylenebilir(Metcalfe, 25.12.2013:420).

Bilim, teknoloji, Ar-Ge ve inovasyon politikalarının yardımıyla hızlı büyüme trendi yakalayan ülkeler denildiğinde akıllara ilk olarak Doğu Asya ülkeleri gelmektedir. Doğu Asya ülkelerinin başarısının temelinde, Konfüçyüs felsefesinin varlığı yatmaktadır. Bu felsefeye göre; toplumda büyüklere dolayısıyla devlete saygıyı esas sayan, ayrıca toplumda zenginleşmeyi önemli bir meziyet olarak gören bir anlayış mevcuttur. Bu görüşler firmaları zenginleşme yolunda teşvik ederken, bireyi ve firmaları devlete sadakate ve itaate zorlamıştır(Sönmez, 2003: 26).

Ar-Ge, inovasyon ve teknoloji transferi sayesinde gelişme gösteren ülkelerin başında Çin gelmektedir. Hızlı teknoloji transferi, adaptasyonu ve üretilmesi, Çin hükümetinin hızlı kalkınma stratejisinin önemli bir parçasını oluşturmuştur. Çin hükümeti, hem ekonomik teşviklerle hem de idari kararlarla ülkeye gelen yabancı sermayenin, yeni teknoloji üretmesini ve bu teknolojileri ülkeye getirmesini zorunlu kılmıştır(Kozlu, 2003:144).

Tablo 2: Yıllar İtibariyle Doğu Asya Ülkelerinin ve Türkiye'nin Büyüme Rakamları (%)

Ülkeler	1970-1980	1980-1993	1997	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Japonya	4,1	3,4	1,6	2,3	1,3	-1	-5,5	4,7	-0,5	1,4	1,5
Çin	3,7	8,2	9,3	4,5	11,3	9,6	9,2	10,4	9,3	7,7	7,7
Kore	8,3	8,2	4,7	8,5	4	2,3	0,3	6,5	3,7	2,3	3,0
Tayvan	6	4	1,7	0,3	4,1	0,2	-1,9	10,8	4	-	-
Hong Kong	8,7	---	5,1	8	7,1	2,3	-2,7	6,8	4,8	1,5	2,9
Singapur	6,8	6,1	8,5	9	7,4	1,7	-1	15,2	6,1	2,5	3,9
Malezya	5,5	3,5	7,3	8,9	5,3	4,8	-1,6	7,4	5,1	5,6	4,7
Endonezya	4,9	4,2	4,7	4,9	5,7	6	4,6	6,2	6,5	6,3	5,8
Türkiye	3,4	2,4	7,6	6,8	8,4	0,7	-4,8	9,2	8,8	2,1	4,0

Kaynak: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>, E.T:26.08.2014. ve Atilla Sönmez'in "Doğu Asya Mucizesi ve Bunalımı Türkiye İçin Dersler" adlı eserinden yararlanılarak oluşturulmuştur

Tablo 2'de, bazı seçilmiş ülkelerin büyüme rakamlarına ilişkin bir tasnif yapılmaya çalışılmıştır. Bu tasnif genel olarak ekonomik konjonktürel dalgalanma ve bunalımların olduğu dönemler dikkate alınarak oluşturulmuştur. 1997 Petrol Krizi, 2008 Küresel Kriz ve bu dönemlerin ardından meydana gelmesi olağan toparlanma veya duraksama dönemleri göz önünde bulundurulmuştur. Konjonktürel dalgalanmaların olduğu dönemlerin öncesinde ve sonrasında, ülkelerin büyüme hızlarında ciddi anlamda azalmalar meydana gelmiştir. 2008 Küresel Krizi'nin yaşandığı dönemde, büyüme rakamları bakımından sert bir düşüş yaşayan Türkiye ekonomisi, bu krizin ardından hızlı bir toparlanma sürecine girmeyi başarmış ve büyüme rakamlarında önemli bir artış meydana gelmiştir. Bu artışın nedeni kimilerine göre kamu maliyesindeki disiplinden kaynaklanıyorken, kimilerine göre ise sadece bir tesadüf ve fırtına öncesi sessizlik olarak değerlendirilmiştir. Her şeye rağmen, büyüme rakamlarında 2010 yılında meydana gelen ve 2011 yılında da devam eden bu artış sebebiyle, Türkiye ekonomisi dünya kamuoyunun dikkatini çekmiş ve bu başarısıyla ilgi odağı olmuştur. Türkiye, 2010 ve 2011 yıllarında %9,2 ve %8,8'lik büyüme oranlarıyla, büyüme hızı bakımından dünya sıralamasında 2. olmayı başarmıştır.

3.3. Türkiye’de Ar-Ge ve İnovasyon Çalışmalarının Geliştirilmesi ve Korunması Sürecinde Patentleme

Patent, yoğun Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin ardından elde edilen ürün ya da hizmetin yasal yollarla üreticisi ya da inovatörüne kazandırmış olduğu haklardır. Bu hakkı elde edebilmek için çeşitli prosedürlerin takip edilmesi ve bu konuda hızlı davranılması gerekmektedir.

İnovasyon faaliyetleri sonucu elde edilen yenilikler için patent almak şart değil fakat gereklidir. Uzun bir çabanın ardından elde edilen ürünlerin, ticari değer kazanabilmesi için patent kuruluşları tarafından tescillenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde, patenti alınmayan ürünün ya da hizmetin piyasada taklitlerinin çoğalması uzun süren bir çabanın boşa gitmesine neden olabilmektedir. Patent belgesinin alınması, patent sahibinin izni olmadan ilgili mal veya hizmetin üretiminin, satışının, ihracatının ve ithalatının yapılmasını önlemektedir (Çavuşoğlu, 2010:13). Diğer bir ifadeyle patent; bir icat için icat sahibine verilen, sınai mülkiyet haklarından biri olup, icat sahibinin izni olmadan başkalarının bu icadı üretmesini, kullanmasını veya satmasını belirli bir süre boyunca engelleme hakkıdır (Oğuzkan, 20.12.2011:6).

Türkiye’de 2 tür patent sistemi mevcuttur. Bunlardan birincisi; incelemeli patent sistemi diğeri ise incelemesiz patent sistemidir. İncelemeli patent sistemini diğeri sistemden ayıran en önemli özellik, patentlemenin daha yoğun bir süreç sonunda gerçekleşmesi ve 20 yıl boyunca patent hakkını sahibinde bulundurmasıdır. İncelemesiz sistemde ise; patent kurallarına uygunluk konusunda yapılan incelemeler ilk sisteme göre daha az kapsamlı olmakla beraber, patent hakkını elde eden kişiye ya da kuruma bu hakkı 7 yıl kullanabilme imkanını vermektedir. Patent; bir ekonomide faaliyet gösteren firmanın gelirinde, itibarında, şirket değerinde ve en önemlisi piyasadaki rekabet edebilirliğinde bir artışın meydana gelmesini sağlamaktadır (Çavuşoğlu, 2010:16).

3.3.1. Ar-Ge, İnovasyon ve Patent İlişkisi

İcat mesleğini yirminci yüzyıla, kurulmasında öncülük ettiği büyük ölçekli Ar-Ge laboratuvarıyla birlikte Thomas Edison taşımıştır. Edison şimdiye kadar kimsenin alamadığı patent sayısı ile (1.093) “mucitlerin öncüsü” olarak anılmaktadır (Freeman, Soete, 2004 :230).

Patentler; firmalar, kurumlar ya da bireyler tarafından geliştirilen icatların koruma altına alınabilmesi için birer araçtır ve bundan dolayı icadın birer göstergesi olarak değerlendirilebilir. İnovasyon ile patentleme arasında çift yönlü bir ilişki söz konusudur. Patent sisteminin inovasyonu hangi yönde etkilediği tartışmalı bir konu olmasına rağmen; inovasyonla patent sayıları arasında doğru orantı -pozitif ilişki- olmasından dolayı, patentler inovasyon göstergesi olarak da kabul edilebilir (Mercan ve diğ. , 2011:33).

Firmalar ya da devletler, yapmış oldukları Ar-Ge yatırımları neticesinde inovatif (yenilikçi) ürünler elde edebilmekte ve akabinde patent hakkını -fikri mülkiyet- ellerinde bulundukları yeni ürünlere sahip olabilmektedirler. Ar-Ge, inovasyon ve patent ilişkisi; İnovasyonun girdisi durumunda olan Ar-Ge ve çıktısı olarak kabul edilebilen patent verileri yardımıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Patentli bir ürün elde edebilmek için, yoğun bir şekilde Ar-Ge projesi ve harcaması yapılmalıdır. Çünkü neredeyse her 500 Ar-Ge projesinden yalnızca 10 tanesi ticari patente dönüşebilmektedir (OECD, 1991:277).

3.3.2. Türkiye’de Patent Başvurularına İlişkin Veriler

Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin sonunda elde edilen yeni ya da geliştirilmiş ürüne karşı inovasyon yapan ülke ya da firmalar, bu ürün veya hizmetlerinin ticarileşmesi ve bu ürünler üzerinden kazanç elde edebilmesi, sahip oldukları patent sayılarıyla ilişkilidir. Patent sayıları ise patent fikriyle ve patent verileriyle doğru orantılıdır. Bazı seçili illerin patent başvuru ve tescil verileri incelendiğinde, bu illerin gelişmişlik düzeyleriyle patent başvurusu ve bunların sonucu olarak da patent tescili arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğu anlaşılmaktadır.

3.3.2.1. İllere Göre Patent Verileri

Patent başvurusu ve tescili, ülkelerin gelişmişlik düzeyinin bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ilişki doğrultusunda, ülkeleri oluşturan şehirlerin, ülke içinde ya da dışında faaliyet gösteren patent kuruluşlarına yapmış oldukları başvurular o şehirlerin gelişmişlik düzeyinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Tablo 3’te, 2007-2013 yıllarında 20 ile ait TPE’ye yapılan patent başvuru sayılarına yer verilmiştir.

Tablo 3: Patent Başvurularının İllere Göre Dağılımı

İl kodu	İller	2007	2008	2009	2010	2011	2012	*2013
06	Ankara	248	269	318	328	417	569	562
08	Artvin	0	0	0	0	0	0	0
16	Bursa	71	119	170	244	530	288	316
21	Diyarbakır	5	25	4	4	1	4	6
27	Gaziantep	16	27	19	26	33	51	73
30	Hakkari	0	0	0	1	0	1	1
34	İstanbul	787	1057	1119	1370	1582	1939	1830
35	İzmir	135	122	179	158	223	264	265
36	Kars	0	0	0	0	0	0	1
38	Kayseri	24	31	35	73	55	70	55
41	Kocaeli	54	66	99	120	195	225	275
42	Konya	39	69	97	133	135	144	153
45	Manisa	60	56	81	246	246	106	77
49	Muş	0	0	0	2	0	0	0
54	Sakarya	16	21	25	29	60	57	79
59	Tekirdağ	37	52	72	89	113	143	102
63	Şanlıurfa	1	5	3	1	11	11	7
69	Bayburt	0	0	0	0	0	1	1
74	Bartın	0	0	2	0	0	1	2
75	Ardahan	0	0	0	0	0	0	0
	Toplam**	1844	2268	2588	3250	4087	4543	4527

*2013 yılına ait değerler 11.02.2014 raporlama tarihi itibari ile hazırlanmıştır.

** 81 İle ait rakamlar

Kaynak:http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/istatistik/patent/Patent_basvuru_illere_gore_dagilim.pdf, E.T:20.09.2014.

Tablo 3'te yer alan verilere göre, 20 il içerisinde 7 yıl boyunca hiçbir patent başvurusunda bulunmayan 2 il (Artvin, Ardahan) mevcuttur. Bunların dışında 2007-2013 yılları arasında sadece 1 ile 5 arasında patent başvurusunda bulunan illerin sayısı da az değildir. 2013 yılı değerlendirildiğinde, 3 ilin '0' sıfır başvuru ile listede yer aldığı görülmektedir.

Tablo 3'te yer alan iller içerisinde, 2013 yılında en fazla patent başvurusuna sahip ilk 6 il; İstanbul (1,830), Bursa (316), Ankara (562), Konya (153), İzmir (265) ve Kocaeli (275) şeklinde sıralanabilir. Bu sıralama da dikkate alındığında patent başvurularının sanayileşme düzeyi ile doğrudan ilişkili olduğu sonucuna varılabilir.

Bunun yanı sıra, patent başvurularında en az başvuruya sahip illerin Doğu ve Güney Doğu Anadolu Bölgeleri ile İç Anadolu ve Doğu Karadeniz Bölgelerinde yer aldığı gözlemlenmiştir. Başvurularda en başarılı bölgelerin ise Güney Marmara ve Ege Bölgesi olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı coğrafi bölge içerisinde yer alan Şanlıurfa'da 2013 yılına ait patent başvuru sayısı 7, Diyarbakır'da 6, Gaziantep'te 73 olarak gerçekleşmiştir. Bu rakamlar, sanayileşme-patent ilişkisini gösteren başka bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 4'te, 2007-2013 yılları arasında TPE'ye yapılan başvurulara ait tescil rakamlarına yer verilmiştir. Tablo 3'te başvuru rakamları yer alırken Tablo 4'te ise bu başvuruların kaç tanesinin tescillendiği yani patentlendiği bilgisi yer almaktadır. Tablo 4 değerlendirildiğinde çarpıcı sonuçlar elde edilmiştir. 2013 yılında yapılan 4.527 patent başvurusunun yaklaşık olarak %28'i yani 1.244 tanesi tescillenme başarısını gösterebilmiştir.

Tablo 4: Patent Tescillerinin İllere Göre Dağılımı

İl kodu	İller	2007	2008	2009	2010	2011	2012	*2013
06	Ankara	34	33	52	71	78	96	109
08	Artvin	0	0	0	0	0	0	0
16	Bursa	12	16	23	38	74	112	173
21	Diyarbakır	0	0	0	1	0	0	0
27	Gaziantep	4	7	5	9	6	7	10
30	Hakkari	0	0	0	0	0	0	0
34	İstanbul	213	187	251	314	417	490	540
35	İzmir	12	25	21	34	31	42	59
36	Kars	0	0	0	0	0	0	0
38	Kayseri	5	3	1	6	13	7	17
41	Kocaeli	4	6	10	27	29	54	74
42	Konya	5	8	4	13	39	28	37
45	Manisa	0	4	21	31	48	56	35
49	Muş	0	0	0	0	0	1	0
54	Sakarya	1	4	3	5	13	14	13
59	Tekirdağ	1	3	12	15	15	17	24
63	Şanlıurfa	0	0	0	1	0	0	0
69	Bayburt	0	0	0	0	0	0	0
74	Bartın	1	0	0	0	0	0	1
75	Ardahan	0	0	0	0	0	0	0
	Toplam**	317	337	456	642	847	1025	1244

*2013 yılına ait değerler 11.02.2014 raporlama tarihi itibari ile hazırlanmıştır.

** 81 İle ait rakamlar

Kaynak:http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/istatistik/patent/Patent_tescil_illere_gore_dagilim.pdf, E.T:19.09.2014.

Tabloda dikkat çeken diğer bir nokta ise, patent başvurusunda bulunmayan 2 ilin (Artvin, Ardahan) dışında, 7 yıl içerisinde belirli dönemlerde kümülatif olarak az da olsa, patent başvurusunda bulunan bazı illerin bu başvurularının TPE tarafından tescillenmediği sonucudur. Bunun en önemli nedeni, Ar-Ge ve inovasyondan yoksun illerin nitelik olarak zayıf patent fikirleriyle TPE'ye başvurmuş olmalarıdır. 2007-2013 yılları dikkate alındığında; Tabloda yer alan 20 ilin 18'i patent başvurusunda bulunmuş ancak; bu 18 ilden sadece 15'inin -başvurdukları sayı ile tescil oranı arasında ciddi farklar olmasına rağmen- patent tescil işlemleri gerçekleşmiştir.

2013 yılında Türk Patent Enstitüsü'ne başvuruda bulunan illerden, İstanbul'un 1,830 başvurusundan 540'ı, Bursa'nın 316 başvurusundan 173'ü, Ankara'nın 562 başvurusundan 109'u, Konya'nın 153 başvurusundan 37'si, İzmir'in 265 başvurusundan 59'u ve Kocaeli'nin 275 başvurusundan sadece 74'ü TPE tarafından tescillenmiştir.

Güneydoğu Anadolu Bölgesinin en gelişmiş illerinin patent tescil sayıları ise kısaca şöyledir. 2013 yılında Şanlıurfa'nın 7 patent başvurusundan "0", Diyarbakır'ın 6 patent başvurusundan "0", Gaziantep'in 73 patent başvurusundan sadece 10 tanesi tescillenme başarısını gösterebilmiştir.

Tablo 4'te yer alan patentleme rakamları ışığında; Türkiye'de yeterli bilgi birikimine sahip Ar-Ge personelinin yetiştirilmesinin; yani beşeri sermayeye gerekli yatırımlar yapılmasının, teknoparkların verimli bir şekilde kullanılmasının ve inovasyon yetisinin kazanılması yönünde ciddi adımlar atılmasının ne derece gerekli olduğu açıkça anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Büyüme ve kalkınma sürecinde önemli bir yere sahip olan Ar-Ge ve inovasyon harcamalarının, Türkiye ekonomisi içerisinde gerekli düzeyde yer almadığı sonucuna birtakım göstergeler yardımıyla varılmıştır.

Türkiye'nin ve Seçilmiş Bazı Ülkelerin Ar-Ge Harcamalarının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla içerisindeki payının yer aldığı tabloda yukarıda bahsedilen durum sayısal olarak ifade edilmiştir. Birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkenin değerlendirildiği tabloda, Türkiye'de Ar-Ge harcamalarının oldukça düşük seviyelerde olduğu görülmüştür.

Türkiye'de Sektörler Bazında Ar-Ge Harcamalarının incelenmesinin ardından, kamu sektörünün Ar-Ge harcamalarına en az kaynak ayırdığı gözlemlenmiştir. En fazla Ar-Ge harcamasının özel sektör tarafından gerçekleştirilmiş olması ise rekabet edebilmede Ar-Ge ve inovasyonun itici güç olduğu algısının özel sektör tarafından benimsendiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Türkiye'de Ar-Ge Harcamalarının GSYİH'ye Oranı incelendiğinde, yıllar itibarıyla artışın olduğunu ifade etmemize karşın bu artışın istenilen düzeyde olduğunu söylemek mümkün değildir. Ar-Ge harcamalarının düşük düzeyde olmasının negatif yansımaları patent başvuru ve patentleme sayılarından da anlaşılmaktadır. Bazı illerde patent başvuru sayılarının

sıfır olması bu illerde hem kamu kesiminin hem de özel sektörün Ar-Ge ve inovasyon konularında yeterli düzeyde yetkinleşemediğini göstermektedir.

Sonuç olarak; yeterli düzeyde olmayan Ar-Ge ve inovasyon harcamalarının kamu otoritesi tarafından teşvik edilmesi, Ar-Ge yatırımı yapan firmaların ödüllendirilmesi ve toplumsal farkındalığın oluşturulması için gerekli adımların atılması, bu konuda başarının anahtarı olabilmektedir. Gelecek nesillerin inovasyonla iç içe olması sağlanmalı, belki de eğitim sisteminin her kademesine; “İnovasyon Becerileri” ve benzeri isimlerde dersler eklenerek inovasyon becerisi ve kültürü oluşturulmalıdır.

KAYNAKÇA

- ALTIN, Onur ve KAYA,A.Ayşen, *Türkiye’de Ar-Ge Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensel İlişkinin Analizi* [online], Ege Akademik Bakış, <http://www.izmirkumelenme.org/phocadownload/ayen%20kaya-onur%20altn.pdf>, [Erişim Tarihi: 10.03.2014].
- BAYHAN, B. Deniz, 2004, *Teknoloji ve İnovasyon Yönetimi*, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği, Kozan Ofset, Ankara, ISBN 975-395-766-1.
- DANIELE A., ve ÅKE L. B, 2007, *The Globalizing Learning Economy*, Oxford University Press is a department of the University of Oxford It furthers the University's objective of excellence in research, scholarship, and education by publishing worldwide in Oxford New York.
- DEMİR, Haldun, 2010, *Ekonomik Büyüme Verimlilik ve Rekabet*, Etap Yayınevi, İstanbul.
- KAYKAYOĞLU, C. Ruhi, 2009, *Tasarım, Ar-Ge ve İnovasyon İçin Nasıl ve Nereden Başlanmalı?*, Çerçeve Dergisi, yıl: 17, sayı:52, ,İstanbul.
- KORKMAZ, Suna,*Türkiye’de Ar-Ge Yatırımları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Var Modeli İle Analizi*[online],, Journal of Yaşar University, http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/08/1_SunaKorkmaz.pdf, [Erişim Tarihi: 25.12.2012].
- KOZLU, Cem, 2003,*Türkiye Mucizesi İçin Vizyon Arayışları ve Asya Modelleri*, İş Bankası Kültür Yayınları 6. basım, İstanbul.
- METCALFE, Stand, *The Economic Foundations Of Technology Policy: Equilibrium And Evolutionary Perspectives* [online], http://www2.sa.unibo.it/summer/testi/1_mariotti/metcalf.pdf, [Erişim Tarihi: 25.12.2013]
- MÜSİAD, 2012,*Küresel Rekabet İçin Ar-Ge ve İnovasyon Stratejik Dönüşüm Önerisi*, MÜSİAD Araştırma Raporları: 76, Pelikan Basımevi, İstanbul
- PABLOS P.O. ; LEE W. B. ve ZHAO J., 2011, *Regional Innovation Systems and Sustainable Development: Emerging*, Technologies Harbin Institute of Technology, New York.
- SAYGILI, Şeref, *Bilgi Ekonomisine Geçiş Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Dünyadaki Konumu* [online], <http://ekutup.dpt.gov.tr/ekonomi/tarih/tr/saygilis/bilgieko.pdf>,[Erişim Tarihi:20.01.2014]
- SCHUMPETER, Joseph A., 2010,*Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi*, Çev: Hasan İlhan, Alter Yayıncılık, Ankara.
- SÖNMEZ, Atilla, 2003, *Doğu Asya Mucizesi ve Bunalımı Türkiye İçin Dersler*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları 2.Baskı, İstanbul.

- TAYMAZ ,Erol, *Ulusal Yenilik Sistemi Türkiye İmalat Sanayinde Teknolojik Değişim ve Yenilik Süreçleri (8.Bölüm)* [online], <http://www.inovasyon.org/html/kitap.htm> [Erişim Tarihi:11.09.2014].
- YUSUF, Shahid; WANG,Shuilin ve NABESHİMA Kaoru, 2005, *Fiscal Policies For Innovation* [online], World Bank, http://siteresources.worldbank.org/DEC/Resources/FiscalPolicies_forInnovation.pdf, [Erişim Tarihi: 01.09.2014].
- ÇAVUŞOĞLU, Ali, 2010, *Patentle Kazanmak*, Fazilet Neşriyat 1. Baskı, İstanbul.
- OĞUZKAN, Mustafa, *Türkiye ve Dünya'da Patent* [online] , http://www.pgglobal.com.tr/patent_w.pdf , [Erişim Tarihi: 20.12.2011]
- FREEMAN, Chris ve SOETE , Luc, 2004, *The Economics of Industrial Innovation (Yenilik İktisadi)* ,Çev: Ergun Türkcan, TUBİTAK yayınları Araştırma Dizisi: 2, 5.basım, Ankara.
- MERCAN, Birol ; GÖKTAŞ ,Deniz ve GÖMLEKSİZ, Mustafa, 2011, Ar-Ge Faaliyetleri ve Girişimcilerin İnovasyon Üzerindeki Etkileri: Patent Verileri Üzerinde Bir Uygulama, *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi* , Cilt: 7, Sayı: 2, s. 27-44.
- Main Science and Technology Indicators, OECD Science, Technology and R&D Statistics , http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/gross-domestic-expenditure-on-r-d-2013-1_rdxp-table-2013-1-en , [Erişim Tarihi: 24.09.2014]
- OECD, 1991, *Technology and Productivity: The Challenge for Economic Policy*, 22. Cilt, Paris,
- <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>,[ErişimTarihi: 24.09.2014]
- http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=8 ,[ErişimTarihi: 24.09.2014]
- http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/istatistik/patent/Patent_basvuru_illere_gore_dagilim.pdf, [Erişim Tarihi: 20.09.2014]

KENTİÇİ OTOPARK HİZMETLERİNDE ÖZEL SEKTÖR KATILIMININ SÜRÜCÜLERİN PARK ETME TERCİHLERİ VE TUTUMLARI ÜZERİNE ETKİSİ*

Burak KOZALI*

Özet

Otopark hizmetleri, kentiçi ulaşımın aksamadan sağlanması açısından en önemli faktörlerden biridir. Dünyada ve Türkiye’de yerel yönetimlerin üstlenmiş olduğu otopark hizmetlerinin sunulması, kentlerde yaşanan nüfus ve taşıt miktarlarındaki dramatik artışlar nedeniyle günden güne zorlaşmaktadır. Yerel yönetimler otopark hizmetlerinin sunumunda hem ekonomik hem de organizasyonel açıdan çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu nedenle yerel yönetimler otopark hizmetlerinin sunumunda alternatif çözümler aramaktadır. Çalışma kapsamında öncelikle otopark hizmetlerinin sunumunda yerel yönetimleri özel sektör ile işbirliği yapmaya yönelten sebepler incelenmiş ve çeşitli ülkelerde otopark hizmetlerinin sunumunda kullanılan yöntemler örneklendirilmiştir. Akabinde otopark hizmetlerinin yasal çerçevesine kısaca değinilmiş ve İstanbul’da otopark hizmetlerinin sunumunda alternatif bir model olarak kullanılan ve İstanbul Büyükşehir Belediye’sinin teşebbüsü olan İSPARK örneği incelenmiştir. Son olarak İstanbul ili içerisinde kentiçi otopark hizmetlerine özel sektör katılımının, sürücülerin park etme tercihleri ve tutumları üzerine etkisini tespit etmek amacıyla yapılan anket çalışmasının sonuçlarına yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İSPARK, Otopark Hizmetleri, Kamu-Özel Sektör Ortaklıkları, Belediye İktisadi Teşebbüsleri

JEL Sınıflandırması: C10, H70, R42

THE EFFECTS OF PRIVATE SECTOR PARTICIPATION IN PARKING SERVICES ON DRIVERS’ PARKING PREFERENCES AND BEHAVIOURS

Abstract

Parking services are one of the most important factors that provide inner city transportation without any malfunction. The supply of parking services undertaken by local authorities in the World and also in Turkey is becoming increasingly difficult because of the increase in population and number of vehicles. Local authorities are facing various economic and organizational problems in providing the parking services. Therefore, these authorities are in a search for alternative solutions to the supply of parking services. Within the scope of this study, first of all, the reasons which oblige the local authorities for collaboration with private sector when supplying the parking services are examined and different supplying methods from various countries are exemplified. Then, the legal situation of parking services in Istanbul is explained briefly and the İSPARK model that used in Istanbul as an Economic Enterprise of Istanbul Metropolitan Municipality is also analyzed as an alternative parking services model. Lastly, the results of the questionnaire which we tried to identify the effects of private sector participation in parking services on drivers’ parking preferences and behaviours in Istanbul are examined.

Key Words: İSPARK, Parking Services, Public-Private Partnerships, Economic Enterprises of Municipality

* Bu çalışma, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Maliye Teorisi Bilim Dalı’nda Prof. Dr. Turgay BERKSOY danışmanlığında yapılmış olan “Kamusal Bir Mal Olarak Kentiçi Otopark Alanları” adlı yüksek lisans tezine dayanmaktadır.

* Araş. Gör., Marmara Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Email: burakkozali@gmail.com

Jel Classification Codes: C10, H70, R42

1. GİRİŞ

Dünyanın pek çok ülkesinde nüfus artışı ve taşıt sayılarındaki artış kenti ulaşım problemlerinin artmasına neden olmuştur. Ulaşım problemlerinin başında, özellikle büyük şehirlerde, yapılan seyahatler sonucunda taşıtın park edilmesi için uygun otopark yeri bulunması gelmektedir. Sürücülerin uygun otopark yeri bulabilmek için fazladan seyahat etmesi trafik akışına ek bir yük getirmekte, zaman kayıplarına neden olmakta, havaya bırakılan egzoz gazı miktarını artırarak hava kirliliğine ve küresel ısınmaya neden olmaktadır.

Uygun otopark yerinin bulunamaması durumunda, sürücülerin büyük çoğunluğu cadde ve yol üzeri alanları kullanmaktadır. Bunun sonucunda söz konusu araçların park edildiği yollarda yolun kullanım kapasitesi azalmakta, trafik akış hızında yavaşlama meydana gelmekte ve yollarda tıkanmalar yaşanmaktadır. Görülmektedir ki, taşıtlar için uygun otopark yeri bulma süreci hem bireysel olarak sürücünün kendisine hem de diğer sürücülere ek maliyetler getirmektedir. Taşıtların seyahatlerinin neticesinde günün büyük kısmını park edilmiş halde geçirdiği de göz önüne alındığında, otopark hizmetlerinin etkin şekilde sunulmasının ne derece önemli olduğu ortaya çıkmaktadır.

Otopark sorununun etkilerinin yayıldığı alan belirli bir bölge veya sokak ile sınırlı iken, bu hizmetin nitelikli şekilde sunulmaması durumunda etkileri daha geniş alanlara yayılmaktadır. Bu durum, yerel yönetimleri otopark hizmetlerini daha etkin şekilde sunabilmek için çeşitli arayışlara itmektedir. Önceleri yerel yönetimler hizmet sunumunu doğrudan kendileri gerçekleştirirken zaman içerisinde sınır genişlikleri, nüfusları ve gelişmişlikleriyle orantılı olarak otopark hizmetlerinin sunumunda farklı yöntemlere başvurmuşlardır. Bu yöntemlerden biri olarak dünyanın farklı ülkelerinde otopark hizmetlerinin sunumunda kamu-özel sektör ortaklığı uygulamalarının kullanıldığı örneklerle karşılaşılmaktadır. Türkiye'ye bakıldığında ise yerel yönetimler taşıt miktarında ve ulaşım talebinde yaşanan hızlı artışları gidermede yetersiz kalmış ve ihtiyaç duyulan otopark hizmetlerinin yürütülmesi faaliyetlerinde, alternatif bir yöntem olarak kurdukları Belediye İktisadi Teşebbüsleri'ne başvurmuşlardır.

Otopark hizmetlerinin etkin şekilde sunulması hem kent yaşamı hem de ekonomik nedenlerden dolayı önemli olmasına rağmen Türkiye'de, başta İstanbul olmak üzere, bu arayış yakın dönemde gündeme gelmiştir. Bu gündemin oluşmasında İstanbul'da kent nüfusunda ve taşıt miktarlarında yaşanan artışlar ile otopark sorununun giderek artması etkili olmuştur. Bu arayış neticesinde Türkiye'nin en önemli kentlerinden biri olan İstanbul'da, kentindeki otopark alanlarının tek bir merkezden yürütülmesi amacıyla otopark hizmetinin sunumunda yeni bir model olarak İstanbul Büyükşehir Belediye'sinin teşebbüsü olan İSPARK A.Ş. kurulmuştur. Buradan hareketle İstanbul'da otopark hizmetlerinin sunumunda başvuru İSPARK modeli çalışmamızın başlıca unsurunu oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, dünya genelinde kentlerin yaşadığı önemli sorunlardan biri olan otopark hizmetlerinin etkin şekilde sunulması amacıyla kullanılan alternatif hizmet sunum yöntemlerinin ele alınması, Türkiye açısından İSPARK modelinin yaptığı çalışmalar, getirdiği yenilikler ile ürettiği değerlerin incelenmesi ve kenti otopark hizmetlerinin alternatif sunum yöntemlerinin sürücülerin park etme tercihleri ve tutumları üzerine etkisinin araştırılmasıdır.

Çalışma kapsamında yapılan, Kentiçi Otopark Hizmetlerinin Alternatif Sunum Yöntemlerinin Sürücülerin Park Etme Tercihleri ve Tutumları Üzerine Etkisi başlıklı anket çalışmasının sonuçları da çalışmanın son bölümünde paylaşılmıştır. Anket uygulaması kapsamında İstanbul ili içerisinde 550 sürücü ile anket yapılmıştır. Bu sürücülerin de İstanbul

genelini temsil edebilmesi açısından farklı ilçelerden pek çok sürücüye anket uygulanmasına özen gösterilmiştir.

2. KENTİÇİ OTOYOL HİZMETLERİNDE ÖZEL SEKTÖR KATILIMININ GEREKÇELERİ

1980'li yıllarda, Yeni Kamu Yönetimi Anlayışı ile birlikte gelen kamu harcamalarını azaltma, kamu hizmetlerinde kaliteyi artırma, kamu hizmetlerini daha etkin ve verimli şekilde sunma, devlet ile vatandaşlar arasındaki ilişkileri geliştirme, artan kamu hizmeti taleplerine daha etkin bir biçimde cevap verme ve rekabetçi bir yapı oluşturma arzuları kamu kesiminin yapısı ve süreçleri üzerinde etkili olurken, yerel yönetimlerin de mevcut durumlarında önemli değişikliklere neden olmuştur (Pollitt ve Bouckaert, 2004: 6).

Yeni Kamu Yönetimi Anlayışı'nın getirdiği reformlar sonucunda, kamu kesiminin üstlendiği hizmet sunumları içerisinde özel sektöre devredilebilecek olanlar devredilirken, bunun yapılmasının mümkün olmadığı hizmetler ise özerk kuruluşlara, ajanslara, bölgesel ve yerel yönetimlere devredilmeye başlamıştır. Bu bağlamda yerel yönetimlerin yürüttükleri kamu hizmetlerinin yürütülme yöntemleri üzerinde de değişiklikler gerçekleşmiştir ve yerel kamu hizmetleri, belediyelerin kontrolü veya denetimi altındaki özerk hizmet kurumları ve özel hizmet sağlayıcılar tarafından sunulur hale gelmiştir (Canpolat, 2010: 31).

Teknoloji, iletişim ve ulaşım alanlarında yaşanan hızlı değişimler küreselleşme sürecinin başlamasına neden olmuştur. Küreselleşme ile birlikte dünyada serbest pazar ekonomisi güçlenirken, sermayenin hareket alanı genişlemiştir; insan hakları, demokrasi, kültür, çevre ve kentler ile ilgili anlayışlarda da yenilikler yaşanmıştır. Küreselleşme sonucunda yerel kalkınma, yeni bir yöntem olarak karşımıza çıkmıştır. Bu kapsamda bölgesel yönetimlerin oluşturulması, merkezi yönetimler ile yerel yönetimler arasındaki ilişkilerin yerel yönetimlerin lehine olacak şekilde yetki devrinin yerelleşme ile sonuçlanması gibi gelişmeler yaşanmış; bu durum yerel yönetimlerin yeni roller ve fonksiyonlar yüklenmesiyle sonuçlanmıştır (Toksöz ve diğ., 2010: 63).

Yerel yönetimlerin zaman içerisinde değişen fonksiyonları, artan önemleri ve hizmet sunumunda sağladıkları kolaylıklar yerel yönetimlerin sorumluluklarını artırmış ve hizmet sunumunda alternatif sunum yöntemlerine odaklanmalarına neden olmuştur. Yerel yönetimleri alternatif hizmet sunumlarına iten gerekçeler teorik ve diğer gerekçeler olarak iki ana hat üzerinde sınıflandırılabilir.

Teorik gerekçeleri; devletin rol ve fonksiyonlarında yaşanan değişimin yerel yönetimlere yansımaları, yerel yönetimlerin başarısızlığı teorisi, optimal büyüklük sorunu, yeni kamu yönetimi anlayışının getirdikleri, idareler arası rekabet teorisi, kamusal hizmetlerin finansmanında fayda ilkesinin yaygınlaşması olarak sıralamak mümkündür. Bu nedenler haricinde; ekonomik ve mali nedenler, hızlı kentleşme ve mali gerekçeler, küreselleşmenin yerel yönetimlere yansımaları gibi önemli nedenler de söz konusudur. Bunların yanı sıra ülkeler arasındaki ekonomik, sosyal ve yönetsel farklılıklar da hizmetlerin ele alınış ve sunuluş biçimleri üzerinde etkili olmaktadır.

3. KENTİÇİ OTOYOL HİZMETLERİNDE ÖZEL SEKTÖR KATILIMI: DÜNYA UYGULAMALARI

Kamu-özel sektör ortaklıkları hakkında 1990'lı yıllardan beri pek çok tartışma söz konusu olmuştur. Bu doğrultuda, tüm ortaklık girişimlerinde teknik ve rasyonellik açısından pek çok gelişme kaydedilmiştir. Ortaklık yaklaşımının bu popülerliğine rağmen kamu-özel sektör ortaklığının gerçek bir devrim mi yoksa popüler bir iş fikri akımı mı olduğu noktasında genel fikir birliğine henüz ulaşılamamıştır (Hodge ve diğ., 2010: 3).

Kamu-özel sektör ortaklığı, kamusal veya özel mal ve hizmetlerin üretiminde ve sunumunda verimliliği artırmak için kamu kaynakları ile özel kaynakların bir araya getirilmesi ve bu birliktelikte hem riskin hem de getirinin kamu ortağı ve özel ortak arasında paylaşılması olarak tanımlanabilir (Akintoye, 2009: 124). OECD'ye göre kamu-özel sektör ortaklıkları: hükümetler ve bir ya da birden fazla özel sektör ortağın (işletmeci ya da finansör olarak bulunabilirler) arasında, hükümetin hizmetin sunulmasının sağlanması isteği ile özel ortağın kar elde etme amacına aynı değerin verildiği, iş birliği yapmanın etkinliğinin, risklerin yeterli miktarda özel ortağa devredilmesine bağlı olduğu ortaklıklardır (OECD, 2008: 17).

Kamu-özel sektör ortaklıkları, kamu kesimi ile özel sektör arasında hem politik alanda yapılan bir iş bölüşümü hem de belirli projeler üzerinden yapılan özel bir iş birliği şeklindedir. Bu iş birliği tecrübelerinin özellikle eğitim, sağlık, enerji politikaları, ulaşım, çevre politikaları, teknoloji ve buna benzer pek çok alanda yoğunlaştığı görülmektedir (Linder ve Rosenau, 2000: 1). 1980'li yıllarda, Yeni Kamu Yönetimi Anlayışının güçlenmesi ile birlikte devlet anlayışında değişiklikler meydana gelmiştir. Bu bağlamda özelleştirme, piyasa mekanizması, devletin düzenleyici rolü kavramları önem kazanmış ve kamu kesimin ekonomideki payının azaltılması gerekliliği ileri sürülmüştür. Yeni Kamu Anlayışı'ndaki bu temel odak noktaları, kamu özel sektör ortaklarının yeni bir yönetim aracı olarak güçlenmesini sağlamıştır (Khanom, 2010: 150).

Kamu altyapı yatırımlarında özel sektörün, dışsallıkları ve buna paralel olarak sosyal faydayı dikkate almadan üretimde bulunması, altyapı hizmetlerinin bazılarının yüksek maliyetli olması (yollar gibi) ve kullanıcılara ücretsiz sunulması durumunda üretimlerinin sürdürülebilirliğinin zor olması, monopol piyasalarda rekabete dayalı üretim modelinin etkin çalışmaması ve kamu kesimi müdahalelerinin gerekmesi, eğitim gibi erdemli malların üretiminin özel sektöre bırakılması durumunda gereği kadar sunulmaması tehlikesi, altyapı yatırımlarının ilk başlangıçta büyük yatırımlar gerektirmesi, uzun dönemde getiri sağlaması ve kamu kesimi desteği olmadan özel kesim sermayesi ile sunulmasının zor olması gibi gerekçeler kamu kesiminin altyapı hizmetlerinin üretimine katılmasının nedenlerini oluşturmaktadır (Yescombe, 2007: 3). Bu altyapı hizmetlerinin sunulmasında, yukarıda sayılan nedenler ve altyapı hizmetlerinin sunumu sırasında karşılaşılan finansman zorlukları, kamu kesimi ve özel sektör işbirliklerinin kurulmasının da zemini hazırlamaktadır.

Kamu-özel sektör ortaklıklarının gelişiminde en önemli nedenlerden biri de gelişmekte olan ülkelerdeki pahalı altyapı yatırımlarından kaynaklanan finansman ihtiyaçlarıdır. Kamu kesiminin borçlanması üzerindeki azaltıcı etkisi ve kamu kaynaklarının israf edilmemesi düşüncesi kapsamında, ortaklık yaklaşımı önem kazanmıştır (Akintoye, 2009: 138). Kamu-özel sektör ortaklığının ardında yatan nedenlerden bir diğeri ise kamusal hizmetlerin sunumunda ortaklık yaklaşımının etkinliği, verimliliği ve yenilikçiliği artırdığı düşüncesidir (Eaton ve Akbıyıklı, 2009: 304).

Küreselleşme süreci pek çok açıdan kamu özel sektör ortaklıkları üzerinde etkili olmuştur. Küreselleşme sürecinin en önemli etkisi uluslararası sermaye hareketlerinin yapısında ve hacminde meydana getirdiği değişiklikler şeklinde ortaya çıkmıştır. Buna ek olarak, iletişim teknolojilerindeki dramatik gelişmeler ve Dünya Ticaret Örgütü gibi çok yönlü organizasyonların varlıkları da kamu-özel sektör ortaklıklarının yükselişinde önemli rol oynamıştır (Bull ve McNeill, 2007: 45).

ABD'de otopark hizmetlerine özel sektörün katılımının sağlanmasına Chicago öncülük etmiştir. 2008 yılının aralık ayında Chicago Belediye Başkanı Richard Daley, şehir içi otoparkmetrelerin 75 yılına kiralınması karşılığında 1.15 milyar dolarlık bir gelir elde edileceğini kamuoyuna duyurmuştur. Bu duyuru ile birlikte, Birleşik Devletler'de şehir içi otoparkmetrelerin özelleştirilmesi adına yapılan ilk adım kamuoyuna açıklanmıştır. Teklife

göre teklifi yapan Morgan Stanley Altyapı Ortaklığı şirketi, sözleşme süresi boyunca hem otoparkmetrelerin bakımından hem de işletmesinden sorumlu olacaktır. Belediyenin sorumlulukları ise sözleşme süresi boyunca otopark ücretlerinin belirlenmesinde, otopark politikaları düzenlemelerinin uygulanmasında ve cezaların toplanmasında belediye tam sorumluluk sahibi olacaktır şeklinde ifade edilmiştir (Reason Foundation, 2009: 41). 2009 yılında, yaklaşık 1.16 milyon dolar karşılığında 34.500 adet otoparkmetre (yol kenarı otopark yeri), 75 yıllığına Wall Street'in dev firmalarından biri olan Morgan Stanley'e kiralanmıştır. Yapılan anlaşma sonrasında pek çok tepki gündeme gelmiştir. Bu eleştirilerin birçoğu ise anlaşmanın aceleyle ve kamuoyundan gizli süreçler ile yapılması üzerine odaklanmıştır. Chicago Denetleme Dairesi, bu konuda kapsamlı bir rapor hazırlamıştır. Rapora göre, belediye başkanının finansal modeli ihtilafli bulunmuştur. Elde edilmesi gereken gelirin yaklaşık olarak 2.13 milyar dolar olduğuna ve yapılan anlaşmanın süresinin fazla uzun olduğuna vurgu yapılmıştır (Weinberger ve diğ., 2010: 60-61).

2010 yılının Ağustos ayında Indianapolis Belediye Başkanı Greg Ballard, şehir merkezinde ve Broad Ripple bölgelerinde bulunan 3.700'e yakın otoparkmetrenin 50 yıllık süre ile kiralanması için teklif yapıldığını duyurmuştur. Kiralama anlaşmasını Xerox şirketine bağlı olan ACS ile yerel ortaklar olan Denison Global Parking ve Evens Time şirketleri üstlenmiştir. Ortaklık otoparkmetre sisteminin yürütülmesi, işletilmesi, bakımının sürdürülmesi ve sermaye yatırımlarının yapılması sorumluluklarını üzerlerine almıştır. Önden 20 milyon dolarlık bir avans alınmış ve 600 milyon dolarlık ödemenin ise devam eden 50 yıllık ortaklık süresi içerisinde taksim edilmesine karar verilmiştir (Reason Foundation, 2011: 7).

Sacramento şehir merkezinde yeni bir spor arenasının yapılması ihtiyacının doğması nedeniyle bu projenin finansmanı amacıyla yaklaşık 13.000 otoparkmetrenin kiralanması fikri değerlendirilmeye alınmış ve Eylül 2011'de, Belediye Başkanı Kevin Johnson açık ve kapalı otopark alanlarının yıllık 24 milyon dolarlık bir gelir üretebileceğini açıklamıştır. Aralık 2011'de, şehir konseyi otopark alanlarının belli bir kısmı için özelleştirme teklifini onaylamıştır (Reason Foundation, 2011: 9).

2011 yılında Ohio Devlet Üniversitesi yetkilileri, kendi alanlarında ilk olacak bir anlaşmanın temellerini atmış ve üniversitenin otopark alanlarının kiralanması üzerine ilk tartışmaları başlatmışlardır. Ohio Devlet Üniversitesi'ndeki 36.000 otopark yerinin yenileme çalışmalarını da içeren 30-50 yıllığına kiralanması ve 65.000 öğrencinin kullanımına sunulması üzerinde görüşmeler yapılmıştır (Reason Foundation, 2011: 9). 2012 yılında, otopark yerlerinin 50 yıllığına, otopark alanları ile ilgili hizmetler veren "Laz Parking" adlı şirkete kiralanmasına karar verilmiş ve 483 milyon dolar karşılığında anlaşmaya varılmıştır (OSU, 28.01.2013).

Belçika da yer alan Antwerp (Anvers) şehri, şehir merkezinde yol kenarlarında 38.318 adet, şehir dışında yol kenarlarında 93.516 adet ve kapalı otopark yeri olarak 11.280 adetlik otopark yeri kapasitesine sahiptir. Antwerp otopark alanlarını, şehir merkezindeki otomobil kullanımının miktarını kontrol etmede bir araç olarak kullanmaktadır. Şehirdeki otoparkların tamamı Gemeentelijk Autonom Parkeerbedrijf Antwerpen-Belediye Otonom Otopark Antwerp veya GAPA olarak adlandırılan yarı özel bir otopark otoritesi tarafından yönetilmektedir. Şehir Konseyi GAPA'yı, 2001 yılında kamu-özel sektör ortaklığı şeklinde kurmuştur ve otopark alanlarına ilişkin bütün sözleşmeleri GAPA'ya devretmiştir. Bütün yol kenarı otopark alanlarını ve kamuya ait kapalı otopark tesislerinin yönetimi, denetimi ve kontrolü için GAPA'ya tam yetki vermiştir. GAPA'nın yeni kapalı otopark alanları inşa etme ve yönetme yetkisi de vardır. Bunun karşılığında GAPA'dan diğer kapalı otopark şirketlerinin yöneticileri ile işbirliği yapması, otopark düzenlemelerini uygulaması, otopark politikaları

hazırlaması, uygulama için personel ve işletme masraflarını ödemesi beklenmektedir (Kodransky ve Hermann, 2011: 30-32).

Fransa'da yer alan Strazburg 7.850 araç kapasiteli ücretli yol kenarı otopark yerine, 10.300 araç kapasiteli yarı kamusal kapalı otopark yerine ve 4.400 araç kapasiteli park et-devam et otopark alanına sahiptir. Şehirde hem yol kenarlarında hem de yol dışlarında park alanlarında uygulanan renklerle kodlanma sistemi kullanılmaktadır. Ücretlendirme şeması bölgenin rengine göre değişmektedir ve toplamda üç bölge rengi söz konusudur. Yol kenarı ve yol dışı alanlara yapılan park etmelerin başarılı ücret uyumlaştırmaları, özel olarak hazırlanan kamu-özel sektör ortaklığı sözleşmeleri yardımıyla gerçekleştirilmektedir. Belediye, otopark hizmetleri ile ilgili yönetim ve işletme görevlerinin bazıları devretmiştir. Parcus adlı özel bir şirket, biletli otopark makinelerinin kurulumu, işletmesi ve yönetimi gibi işleri yürütmektedir. Biletli otopark makineleri şehir tarafından alınmakta, ücretleri ve çalışma saatleri de yine şehir tarafından belirlenmektedir. Biletli otoparkın ne kadar gelir toplamış olmasına bakmaksızın her ay sabit bir fiyat şehir tarafından şirkete ödemektedir (Kodransky ve Hermann, 2011: 62-63).

İsveç'te yer alan Stockholm şehri, 814.418 kişilik bir nüfusa sahiptir. Şehirde yaklaşık olarak 32.000 adet yol kenarı ve 30.000 adetinin üzerinde yol dışı otopark alanı mevcuttur. Otopark hizmetleri tıkanıklığın azaltılmasında ve alternatif ulaşım yöntemlerinin kullanılmasını teşvik etmede bir politika aracı olarak kullanılmaktadır. Otopark ücretlerinin yüksek olduğu şehir merkezinde yürüme ve bisiklet %67 ile en yüksek paya sahiptir. Arabalarla ulaşım sadece %8 oranındayken toplu ulaşım ise %25'tir. Stockholm şehri, kamu konut geliştirmesi ve otopark alanlarının yönetimi gibi hususlarda bazı hükümet fonksiyonlarını iştirakler aracılığıyla yürütmektedir. Örnek olarak, yol dışı otopark alanları Stockholm Parkering adlı bir şirket tarafından işletilmektedir. Otopark programlarını yönetmek için şehrin otopark bütçesi bölümünden, 100 milyon SEK (€10 milyon) ayrılmaktadır ve yaklaşık 500 milyon SEK (€50 milyon) ise fazlalık olarak belediye bütçesine dönmektedir. Aynı zamanda iki farklı özel şirket ile de otopark uygulamalarını yönetmek için anlaşılmıştır. 1977 yılında Stockholm Parkering, park et-devam et uygulamaları gibi yol dışı otopark tesislerini yönetmek, erişilebilir otopark konularını ele almak ve yol kenarı otopark yerlerini denetlemek için kurulmuştur. Şirketin sahipliği şehre aittir. Şehir merkezinde kamu adına, yol dışındaki otopark alanlarının yarısından fazlası olan 17.000 otopark yerini kontrol etmektedir. Diğer bütün otopark yerleri İsveç'teki en büyük otopark şirketi Q-Park ile Alman şirketi EuroPark gibi özel şirketler tarafından yönetilmektedir. Stockholm şehrinde bütün park etme uygulamalarını Securitas ve SvenskBevakningstjänst şirketleri denetlemektedir. Securitas şehrin güney tarafında Svensk Bevakningstjänst ise kuzey tarafında faaliyet göstermektedir. Ücretler bütün bölgeler için her yıl enflasyon oranına göre ayarlanmaktadır fakat enflasyon oranlarında düşüşler yaşandığında fiyatlar değiştirilmemektedir (Kodransky ve Hermann, 2011: 56-61)

SERCO şirketinin ortağı olan Hong Kong Parking şirketi ile Hong Kong Ulaştırma Departmanı arasında 2002 yılında başlayan ve on iki yıl sürecek olan bir anlaşma yapılmıştır. 18.000 yol kenarı otopark yerinin işletilmesi, yönetimi ve otoparkmetrelerin bakımları Hong Kong Parking şirketinin sorumluluğundadır. Bununla birlikte, anlaşma kapsamında mekanik olan otoparkmetrelerin elektronik otoparkmetre sistemleri ile değiştirilmesi, otoparkmetrelerin kurulması ve yolların işaretlemesi, otoparkmetrelerin ödeme süreçleri ve gelirinin toplanması sorumlulukları da şirketin sorumluluğuna verilmiştir (SERCO, 18.03.2014).

4. KENTİÇİ OTO PARK HİZMETLERİNİN SUNUMUNDA İSPARK MODELİ

Yerel yönetimlerin artan hizmet taleplerine hızlı ve verimli şekilde yanıt vermek, büyük kent sorunlarını çözebilmek amacıyla yarı devlet-yarı özel diye tanımlanabilecek ihale, imtiyaz, sözleşme, yap-işlet-devret, şirketleşme gibi birçok alternatif hizmet sunma yöntemlerine başvurdukları görülmektedir. Bu yöntemler içerisinde en dikkat çekici olanı ise özel şirket statüsünde olan Belediye İktisadi Teşebbüsleri'nin kurulması olmuştur. Bu kuruluşlar özellikle büyükşehir belediyelerinin sorumlu oldukları birçok hizmeti daha kolay, etkin ve verimli şekilde yerine getirebilmek amacıyla faaliyetlerine başlamıştır (Özdemir, 2008: 41-42).

2005 yılında İstanbul Büyükşehir Belediyesi Emlak İstimlak Daire Başkanlığı'nın şehir ve ilçe merkezlerinde yaşanan otopark yetersizliğini gerekçe göstererek İstanbul Büyükşehir Belediye Meclisi'ne başvurması ile birlikte otopark alanlarının planlı ve merkezi şekilde işletilmesi ilk kez gündeme gelmiştir. Otopark alanlarının işletilmesi hakkında 18.02.2005 tarihli ve 349 numaralı İstanbul Büyükşehir Belediye Meclisi, Meclis Kararı'nda, 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'nun 7. maddesinin (f) ve (l) bentleri ile kanunun 26. maddesi dayanak gösterilerek, İstanbul Büyükşehir Belediyesi hüküm ve tasarrufu altındaki açık veya kapalı otoparkların işletilmesi üzerine teklifte bulunulmuştur. Bu bağlamda komisyon, (4) yıl süre ile KDV dâhil brüt olarak işletme gelirinin %25'nin Belediyemize işletme bedeli olarak verilmesi kaydı ile teklif komisyonumuzca uygun görülmüştür." şeklinde görüş bildirmiştir. Hukuk Komisyonu'nun sunduğu bu rapor, 18.02.2005 tarihinde yapılan müzakereler sonunda raporda sunulduğu şekliyle ve oyçokluğu ile kabul edilmiştir (İBB, 2005).

5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'nun 7. maddesinde Büyükşehir Belediyesinin görev, yetki ve sorumlulukları kapsamında (f) bendinde, "Büyükşehir ulaşım ana plânını yapmak veya yaptırmak ve uygulamak; ulaşım ve toplu taşıma hizmetlerini plânlamak ve koordinasyonu sağlamak; kara, deniz, su ve demiryolu üzerinde işletilen her türlü servis ve toplu taşıma araçları ile taksi sayılarını, bilet ücret ve tarifelerini, zaman ve güzergâhlarını belirlemek; durak yerleri ile karayolu, yol, cadde, sokak, meydan ve benzeri yerler üzerinde araç park yerlerini tespit etmek ve işletmek, işletmek veya kiraya vermek; kanunların belediyelere verdiği trafik düzenlemesinin gerektirdiği bütün işleri yürütmek." ifadesi ile birlikte belediyelerin otopark hizmetlerindeki sorumlulukları vurgulanmaktadır.

Buna ek olarak aynı maddenin (l) bendinde, "Yolcu ve yük terminaleri, kapalı ve açık otoparklar yapmak, yaptırmak, işletmek, işletmek veya ruhsat vermek." hükmü ile büyükşehir belediyelerinde otopark hizmetlerinin sunulmasının yasal dayanağı oluşturulmaktadır. 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'nun 26. maddesi ise "Büyükşehir belediyesi kendisine verilen görev ve hizmet alanlarında, ilgili mevzuatta belirtilen usullere göre sermaye şirketleri kurabilir. Büyükşehir belediyesi, kendine ait büfe, otopark ve çay bahçelerini işletebilir; ya da bu yerlerin belediye veya bağlı kuruluşlarının %50'sinden fazlasına ortak olduğu şirketler ile bu şirketlerin %50'sinden fazlasına ortak olduğu şirketlere..." denilerek otopark hizmetlerinin sunulması hususunda yöntem belirtilmektedir.

2014 yılına gelindiğinde 16.01.2014 tarihli 207 numaralı İstanbul Büyükşehir Belediye Meclisi, Meclis Kararı ile otopark işletmeciliği yetkisi 5 yıl süre ile ve brüt gelirden %25 +KDV payının ödenmesi şartıyla tekrardan İstanbul Büyükşehir Belediyesi İştiraki olan İSPARK A.Ş. 'ye verilmesi kararlaştırılmıştır (İBB, 2014).

Şirket kuruluş amacını İstanbul Büyükşehir Belediyesine ait açık, katlı ve yol üstü otoparkları devralıp tek elden ve sistemli bir şekilde yönetip işletmek, kentli olma ve park

etme kültürünü yerleştirmek şeklinde özetlemektedir. Bununla birlikte, kentiçi trafik yoğunluğunun azaltılmasına katkı sağlamak için projeler üretmeyi hedefleyen İSPARK yeni yapılacak otoparkların nereye yapılacağını stratejik olarak belirlemek ve ağırlıklı olarak yeraltı veya katlı otoparklar yapmak için çalışmaktadır. Trafik yoğunluğunu azaltmak amacıyla da şehir içinde kısa süreli parklanmayı teşvik etmek ve uzun süreli parklanmayı ana arterlerden alıp daha az yoğun olan bölgelere aktarmak için çalışmaktadır (İSPARK, 03.06.2014).

Tablo 1
İSPARK A.Ş. Ortaklık Yapısı

İSPARK A.Ş. ORTAKLIK YAPISI			
HİSSEDAR	PAY ADEDİ	PAY TUTARI	PAY ORANI (%)
İstanbul Büyükşehir Belediyesi	297.990.185	2.979.902	15,0121
Halk Ekmek A.Ş.	1.647.550.000	16.475.500	83,0000
TOPLAM	1.985.000.000	19.850.000	98,0000
Not: Diğer 184 ortak özel kişilerdir. Pay oranı toplamı %2'dir. Nominal Değer: 0,01 (1 kr)			

Kaynak: İBB Kaynak Geliştirme ve İştirakler Daire Başkanlığı'ndan alınan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Ortaklık yapısına bakıldığında İstanbul Büyükşehir Belediye'sinin iştiraki olan İSPARK A.Ş.'nin sermayesinin %15'lik kısmı İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne, %83'lük kısmı Halk Ekmek A.Ş.'ye ve %2'lik kısmı ise diğer 184 özel kişi ortaklara aittir.

5. İSPARK SONRASI OTOPARK İŞLETMECİLİĞİNDE KAPASİTE ARTIRIMI, EKONOMİK, SOSYAL ve TEKNOLOJİK KAZANIMLAR

İSPARK A.Ş. kurulduğu 2005 yılından günümüze İstanbul'da otopark işletmeciliği alanında önemli bir yol kat etmiştir. İstanbul kentinin otopark kapasitesinin artırılmasında kayda değer çalışmalar gerçekleştirmiştir. 2005 yılında 1 adet katlı, 7 adet açık ve 27 adet yol kenarı olmak üzere toplamda 35 adet otopark alanı ve 4454 araç kapasitesi ile faaliyete başlamıştır. 2013 yılına gelindiğinde ise 26 adet katlı, 235 adet açık, 250 adet yol kenarı olmak üzere toplamda 527 adet otopark alanına ve 64607 araç kapasitesine ulaşmıştır.¹

¹ İSPARK A.Ş ile ilgili bilgiler, İSPARK A.Ş.'ye 19.02.2014 tarihinde 2250 Evrak Kayıt Numaralı dilekçe ile yapılan başvuru sonucunda temin edilmiştir.

Tablo 2
Yıllara Göre Otopark Adetleri ve Kapasiteleri

TÜRLER	KATLI		AÇIK		YOL KENARI		TOPLAM	
	ADET	KAPASİTE	ADET	KAPASİTE	ADET	KAPASİTE	ADET	KAPASİTE
2005	1	539	7	2.163	27	1.752	35	4.454
2006	5	2.139	73	6.766	83	5.659	161	14.564
2007	9	3.639	128	19.582	201	11.286	338	34.507
2008	13	5.679	171	28.310	206	13.288	390	47.277
2009	18	7.326	180	28.968	234	15.414	432	51.708
2010	19	7.566	198	30.921	246	15.691	463	54.178
2011	24	10.248	214	31.122	233	15.093	471	56.463
2012	26	11.150	235	34.000	250	16.000	511	61.150
2013	29	14.322	245	34.545	253	15.740	527	64.607

Kaynak: İSPARK A.Ş.

İSPARK ile ilgili bu veriler ele alınırken söz konusu yıllar için İstanbul'da var olan motorlu kara taşıtı sayılarına bakmak anlamlı olacaktır. 2010 yılında İstanbul'da 2.794.236 adet, 2011 yılında 2.927.650 adet, 2012 yılında 3.065.465 adet motorlu taşıt bulunmaktadır. 2013 yılında ise bu sayı 3.230.908'ye ulaşmıştır.

Tablo 3
2010-2014 İstanbul ve Türkiye Motorlu Kara Taşıtları Sayısı

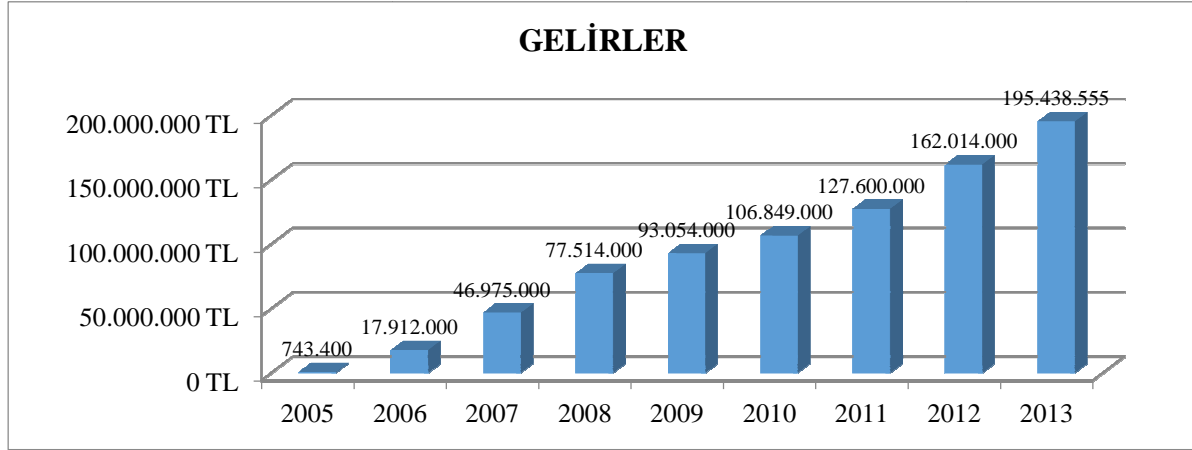
	2010	2011	2012	2013 ^(a)	2014 ^(b)
İstanbul	2.794.236	2.927.650	3.065.465	3.230.908	3.258.041
Türkiye	15.095.603	16.089.528	17.033.413	17.939.447	18.052.195

Kaynak: 2010-2013^(a) arası, TÜİK, 01.05.2014; 2014^(b) TÜİK, 13.05.2014.

2010 yılında İSPARK'ın araç kapasitesi 54.178 adet, 2011 yılında 56.463 adet, 2012 yılında 61.150 adet ve 2013 ise 64.607 adettir. 2012 yılı için İSPARK otopark alanlarında aylık ortalama işlem adedi 1.563.954 iken, 2013 yılında aylık ortalama işlem adedi 1.702.006'dır. 2012 yılı araç kapasitesi ile 2013 yılı araç kapasitesi arasındaki fark 3457 araç yeri iken, söz konusu yıllar için yaşanan 1.656.625 adetlik işlem artışı talepte yaşanan durumu ortaya koymak açısından çarpıcıdır.

Kurulduğu dönemden itibaren hızla araç kapasitesi artan İSPARK'ın gelirleri de bu duruma paralel şekilde artmıştır. Grafik 2 incelendiğinde 2005 yılında 743.400 TL gelir elde eden şirket 2013 yılına gelindiğinde bu gelirini 195.438.555 TL seviyesine çıkartmıştır. İSPARK öncesi dönemde İstanbul'daki otopark alanlarının başlıca problemlerinden biri olan değnekçilik ve kayıtdışı otopark gelirleri İSPARK sonrası dönemde kayıt altına alınmıştır. Özellikle açık otopark alanları ve yol kenarı otopark alanlarının kayıtdışı şekilde işletildiği

düşünüldüğünde İSPARK sonrası dönemde bu alanlarının kayıt altına alınması ile birlikte önemli ekonomik kazanımlar sağlanmıştır.



Grafik 2: 2005-2013 Yılları Arası İSPARK A.Ş. Gelirler Grafiği

İSPARK alanlarından alınan her fişin gelirin sekiz yere bölündüğü ve fayda sağladığı şirket tarafından ifade edilmektedir. Bu faydalar sırasıyla %25'i İstanbul Büyükşehir Belediyesine gelir, personel ücretleri, otopark yatırımları, kayıtdışılığın azaltılması, katma değer vergisi, gelir vergisi, kurumlar vergisi ve sigorta primi ödemeleri şeklindedir.

Tablo 4

İBB Teşebbüs ve Mülkiyet Gelirleri ile Otopark İşletmesi Gelirleri

	Teşebbüs ve Mülkiyet Gelirleri	Teşebbüs ve Mülkiyet Gelirlerinin Toplam Gelirler İçindeki Payı ^(a)	Otopark İşletmesi Gelirleri	Oto. İşl. Gel.'inin Teşebbüs ve Mülkiyet Gelirleri İçindeki Payı ^(b)
2013	1.593.407.996	17,83	28.252.586,13	1,77
2012	840.364.898	11,32	20.628.121,29	2,45
2011	448.727.350	6,26	17.417.360,14	3,88
2010	456.795.041	7,64	13.600.625,37	2,97
2009	403.234.971	9,26	11.308.161,33	2,80
2008	363.133.772	8,70	7.990.743,33	2,20
2007	-	-	5.448.461,67	-

Kaynak: 2008: 45; 2009: 47; 2010: 37; 2011: 36; 2012: 38; 2013: 36 yılları İBB Faaliyet Raporları^(a) ve İBB Gelirler Müdürlüğü'nden alınan veriler^(b) kullanılarak hazırlanmıştır.

İSPARK A.Ş. kentiçi otopark alanlarının işletmeciliğinden elde ettiği gelirlerinden her yıl İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne pay aktarmaktadır. Belediyenin Teşebbüs ve Mülkiyet Gelirleri'nin içerisinde Otopark İşletmesi Gelirleri şeklinde yer alan bu paylar İstanbul Büyükşehir Belediyesi açısından önemli bir finansman teşkil etmektedir. Kentten elde edilen gelir yine kent için bir finansman kaynağına dönüşmektedir.

Tablo 5
İSPARK Gerçekleşen Gelir-Gider-Yatırımlar 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Gerçekleşen Gelir	65.430.659	78.379.911	90.500.684	108.015.122	113.177.992	165.617.508
Gerçekleşen Gider	-	-	82.205.745	97.419.922	111.343.733	155.377.393
Gelir/Gider Farkı	-	-	8.294.939	10.595.200	1.834.259	10.240.115
Gerçekleşen Yatırımlar	1.811.389	9.095.469	9.695.132	6.078.231	15.542.719	14.158.814

Kaynak: 2008: 35; 2009: 39; 2010: 30; 2011: 29; 2012: 30; 2013: 58 yılları İBB Faaliyet Raporlarından alınan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Kayıtdışı otopark gelirlerinin kayıt altına alınmasının yanında İSPARK A.Ş. elde ettiği gelirlerin önemli bir kısmını yeni otopark alanlarının yapılması amacıyla kullanmakta ve elde edilen gelirin hizmet olarak sürücüler geri kazandırılmasını sağlamaktadır.

Tablo 6
İSPARK Gerçekleşen Gelir-Gider-Yatırımlar 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Gerçekleşen Gelir	65.430.659	78.379.911	90.500.684	108.015.122	113.177.992	165.617.508
Gerçekleşen Gider	-	-	82.205.745	97.419.922	111.343.733	155.377.393
Gelir/Gider Farkı	-	-	8.294.939	10.595.200	1.834.259	10.240.115
Gerçekleşen Yatırımlar	1.811.389	9.095.469	9.695.132	6.078.231	15.542.719	14.158.814

Kaynak: 2008: 35; 2009: 39; 2010: 30; 2011: 29; 2012: 30; 2013: 58 yılları İBB Faaliyet Raporlarından alınan veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

Otopark kapasitesinde yaşanan hızlı artışlar İSPARK A.Ş.'nin istihdam ettiği personel sayısına da yansımıştır. 2006 yılında 578 personel istihdam eden İSPARK A.Ş.'nin 2014 yılı Şubat ayı itibariyle istihdam ettiği personel sayısı 2487'ye ulaşmıştır. Yıllar içerisinde kayıtdışı otopark istihdamını azaltarak ve istihdam ettiği personel sayısındaki artış ile İSPARK A.Ş. sosyal anlamda da kazanımlar elde edilmesine katkı sağlamıştır. Otopark hizmetleri alanında faaliyetine başlayan şirket zaman içerisinde tekne park, heliport, taksi ve minibüs durakları gibi farklı projeleri de uygulamaya geçirerek kent açısından sosyal kazanımlar üretmiştir. İSPARK A.Ş. otopark işletmeciliği alanında elde ettiği bilgi ve tecrübeleri hem yurt içinde diğer şehirlere hem de yurt dışında diğer ülkelere de taşımıştır. Pakistan'ın Lahor, Arnavutluk'un Tiran, Mısır'ın Kahire, Fas'ın başkenti Rabat ve Marakeş kentlerinde ve de Lefkoşa'da otopark uygulamaları ve sistemleri, yol üstü otopark işletmeciliği ve otopark yapımı, akıllı otopark sistemleri, el terminali ile parklanma ve otomasyon uygulamaları gibi birçok proje noktasında danışmanlık yapmaktadır (İSPARK, 01.06.2014).

İstanbul gibi kentiçi trafiğinin yoğun olduğu kentlerde özellikle yol kenarı alanlarda araç park etme işlemlerinin hızlı olması hem zaman hem de trafik akışı açısından önem teşkil etmektedir. Bu amaçla İSPARK hem otomasyona geçişin önemli bir aşaması olarak hem de park etme işleminin hızlı ve kolay olması açısından El Terminali sistemlerini kullanmaktadır. Bu uygulama ilk olarak 2008 yılında Şişli ilçesi Nişantaşı semti Vali Konağı Caddesi'nde 5 noktada faaliyete başlamıştır. 2013 yılsonu itibariyle 29 ilçede 377 noktada 1.175 adet el terminali ile ek cihazların kullanımı devam etmektedir. 13 Ekim 2008-31 Aralık 2013 tarihleri arasında el terminali ile toplam 79.595.040 adet işlem yapılmıştır. Rakamlar göstermektedir ki yol kenarı park etmelerin kayıt altına alınması açısından El Terminali teknoloji oldukça etkili çalışmaktadır.



Fotoğraf 1: İSPARK Dönme Dolap Otopark Sistemleri

İSPARK'ın getirdiği teknolojik yenilikler arasında Dönme Dolap Otoparklar ve Mekanik Lift Sistemleri de yer almaktadır. Dönme dolap teknolojisi sayesinde 4 araçlık otopark alanına 24 araç park edebilmektedir.



Fotoğraf 2: İSPARK Mekanik Lift Otopark Sistemleri

Lift sistemi ise 1 aracın park edeceği alana asansör sistemi kurularak üst üste 2 veya daha fazla aracın park edilmesini sağlayan mekanik bir sistemdir. Cihangir, Eminönü, Şişli ve Kadıköy gibi kent içi trafiğinin fazla ve otopark alanının kısıtlı olduğu yerler başta olmak üzere toplamda 15 teknolojik otopark alanı 900 araç kapasitesi ile hizmet etmektedir (İBB, 2014: 153-154).

6. KENTİÇİ OTO PARK HİZMETLERİNDE ÖZEL SEKTÖR KATILIMININ SÜRÜCÜLERİN PARK ETME TERCİHLERİ VE TUTUMLARI ÜZERİNE ETKİSİ

Bireylerin otopark hizmetlerinin sunumu ile ilgili tercihlerin ve tutumların araştırıldığı çalışmada anakütle olarak İstanbul ili alınmıştır. Emniyet Genel Müdürlüğü verilerine göre, 2013 yılsonu itibariyle İstanbul'daki sürücü sayısı 5.178.801 kişi olarak belirlenmiştir (EGM, 10.06.2014a). Bu sayı Türkiye genelinde 24.778.712'dir. 2013 yılı itibariyle Türkiye'de erkek sürücü sayısı 19.365.953, kadın sürücü sayısı 5.412.759'dur. Erkek sürücüler toplam sürücülerin %78,2'sini, kadın sürücüler ise %21,8'ini oluşturmaktadır (EGM, 10.06.2014b).

Çalışma kapsamında veriler, 1 Nisan 2014- 15 Mayıs 2014 tarihleri arasındaki dönemde basit tesadüfî örnekleme yöntemiyle yüz yüze ve internet temelli görüşme ile toplanmıştır.

Örnek birim sayısı,

$$n = \frac{NpqZ^2}{(N-1)d^2 + pqZ^2}$$

formülü ile hesaplanmıştır. Formülde yer alan n örnek birim sayısı, N anakütle birim sayısı, p sürücü olma olasılığı, q sürücü olmama olasılığı, d hata payı, Z ise $(1-\alpha)$ güven düzeyinde normal dağılım tablosu değeridir.

$\alpha=0,05$

İstanbul'daki sürücü sayısı, $N=5.178.801$

İstanbul'da sürücü olma olasılığı, $p= 0,3657$

İstanbul'da sürücü olmama olasılığı, $q=(1-p)=0,6343$

$Z= \alpha$ hata payı 0,05 olduğunda tablo değeri 1,96,

$d=$ örneklem hatası 0,05 olduğunda minimum örnek büyüklüğü,

$$n = \frac{5178801 \times 0,3657 \times 0,6343 \times (1,96)^2}{(5178801-1) \times (0,05)^2 + 0,3657 \times 0,6343 \times (1,96)^2} = 356$$

olarak bulunmuştur. Çalışmada minimum örnek büyüklüğü 356 olarak belirlenmesine rağmen eksik anket formları olabileceği düşüncesiyle 550 kişiye anket yapılmıştır. Anket formu, anket uygulaması başlatılmadan önce 20 kişiye yapılan test anketleri sonucunda son halini almıştır. Anket formları incelendiğinde 13 anketin hatalı ve eksik olduğuna karar verilmiş, bu anketler çalışma dışında tutularak 537 anket formundan elde edilen bilgilerden yararlanılarak analizler yapılmıştır.

Çalışmada, ilk grupta 23 likert ölçekli soru incelenmiştir. Güvenilirlik analizi sonucu, Cronbach's Alpha Değeri 0.87 olarak bulunmuştur. Cronbach'ın Alpha güvenilirlik analizi sonucu elde edilen test istatistiğinin 0.70'in üzerinde olması, çalışmanın bulgularına güvenilirliğin yüksek olduğunu gösterir. Bu sonuç, çalışmanın güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir. İkinci grupta 4 likert ölçekli soru incelenmiştir. Güvenilirlik analizi sonucu, Cronbach's Alpha Değeri 0.68 olarak bulunmuştur. Bu sonuç, güvenilirlik analizi sonucu elde edilmesi beklenen 0.70 değerinin sınırında kalmaktadır. Sorulan soru sayısının az olması nedeniyle ortaya çıkan bu duruma rağmen çalışmanın güvenilir olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 7
Tutarlılık Analizi

Cronbach'ın Alpha Değeri	1. Grup	Değer	0,810
		1. Grup Likert Soru Sayısı	14 ^a
	2. Grup	Değer	0,775
		2. Grup Likert Soru Sayısı	13 ^b
	Toplam Likert Soru Sayısı		

Yapılan çalışmanın tutarlılığını ve ilerleyen dönemlerde bu çalışma sonuçlarına güvenilip güvenilmeyeceğini araştırmak amacıyla likert sorular incelenerek Split-Half tutarlılık analizi yapılmıştır. Bu amaçla, likert sorular iki gruba ayrılarak bu değerlerin 0,70'in üzerinde olup olmadığı araştırılmıştır. Tutarlılık analizinin sonucu, Tablo 7'de verilmektedir.

6.1 Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Anket sorularına cevap veren sürücülerin %26,1'i kadınlardan, %73,9'u ise erkeklerden oluşmaktadır. Sürücülerin %17,9'u 18-25 yaş arasında, %43,8'i 26-35 yaş arasında, %25,7'si 36-45 yaş arasında, %10,2 46-55 yaş arasında ve %2,4'ü 56-65 yaş arasındadır. Sürücülerin %49,91'i bekârlardan, %50,09'u ise evlilerden oluşmaktadır.

Anket sorularına cevap veren sürücülerin eğitim durumları incelendiğinde, %33 oranı ile en çok lise mezunlarının yer aldığı görülmektedir. Ankete katılanlar sürücülerde ikinci sırayı %29,2 ile lisans mezunları, üçüncü sırayı da %13,6 ile ön lisans mezunları almaktadır. Sürücülerin %10,8'i ortaokul, %6,7'si yüksek lisans, %4,3'ü ilkököl ve %2,4'ü doktora mezunlarından oluşmaktadır.

Anket sorularına cevap veren sürücülerin çalıştıkları sektörler incelendiğinde %52,1'i özel sektör çalışanı, %22,3'ü serbest meslek sahibi, %8,8'i öğrenci, %6,1'i kamu çalışanı, %4,3'ü ev hanımı, %2,4'ü emekli ve %3,9'u da bu alanlar dışındaki diğer alanlarda çalışmaktadır.

Anket sorularına cevap veren sürücülerin aylık kişisel gelirleri 0 TL ve 50000 TL arasında değişmekte olup, ortalaması 2397 TL'dir. Sürücülerin %21,7'si 0-1000TL gelir grubunda, %41,6'sı 1001-2000TL grubunda ve %20,8'i 2001-3000 TL gelir grubunda yer almaktadır. Sürücülerin %61,1'i aylık ortalama 0-49 TL arasında, %12,7'si 50-99 TL arasında, %10,4'ü 100-149TL arasında, %5,4'ü 150-199 TL arasında, %6'sı 200-299TL arasında, %4,5'i 300TL ve üzeri otopark harcaması yapmaktadır.

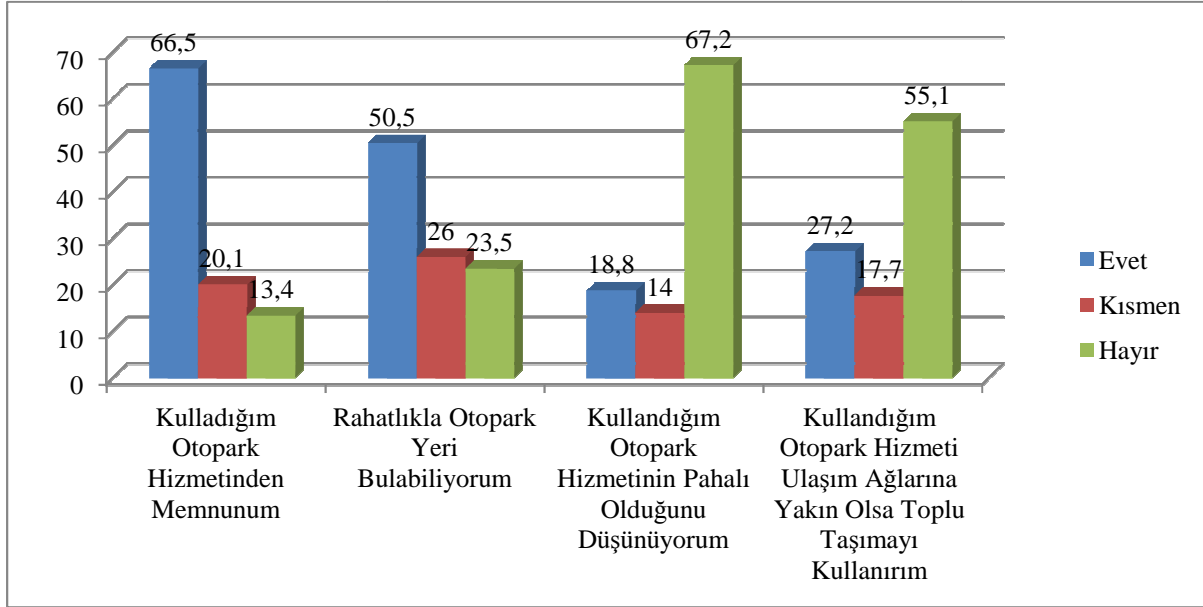
6.2 Genel Frekans Değerleri

Anket sorularına cevap veren sürücülerin %54'ü kullandıkları aracın kendisine, %22,9'u ailesine, %19,6'sı iş yerine ve %3,5'i de bu seçenekler dışındakilere ait olduğunu belirtmiştir.

Anket sorularına cevap veren sürücüler en çok tercih ettikleri otopark türü olarak %51,6 oranı ile yol kenarı-ücretsiz otoparkı seçmişlerdir. Sürücülerin %9,9'u kapalı otopark-özel, % 9,3'ü yol kenarı-ücretli İSPARK, %3,9'u kapalı otopark-İSPARK ve %4,7'si de alışveriş merkezi otoparkları türlerini tercih edilmiştir. Ankete katılan sürücülerin %20,7'si ise bu otopark seçenekleri dışındaki bir otoparkları kullandıklarını belirtmiştir.

Ankete katılan sürücülere yöneltilen, "Kullandığım otopark hizmetinden memnunum." biçimindeki yargıya, sürücüler %66,5 oranında evet, %20,1 oranında kısmen cevabını vermişlerdir. Bu yargıya, hayır diyenlerin oranı ise %13,4'tür. Ankete katılan sürücülere

yöneltilen, “Rahatlıkla otopark yeri bulabiliyorum.” biçimindeki yargıya, sürücüler %50,5 oranında evet, %26,0 oranında kısmen cevabını vermişlerdir. Bu yargıya hayır diyen sürücülerin oranı ise %23,5’dir.



Grafik 1: Otopark Alanları Hakkında Tutumlar

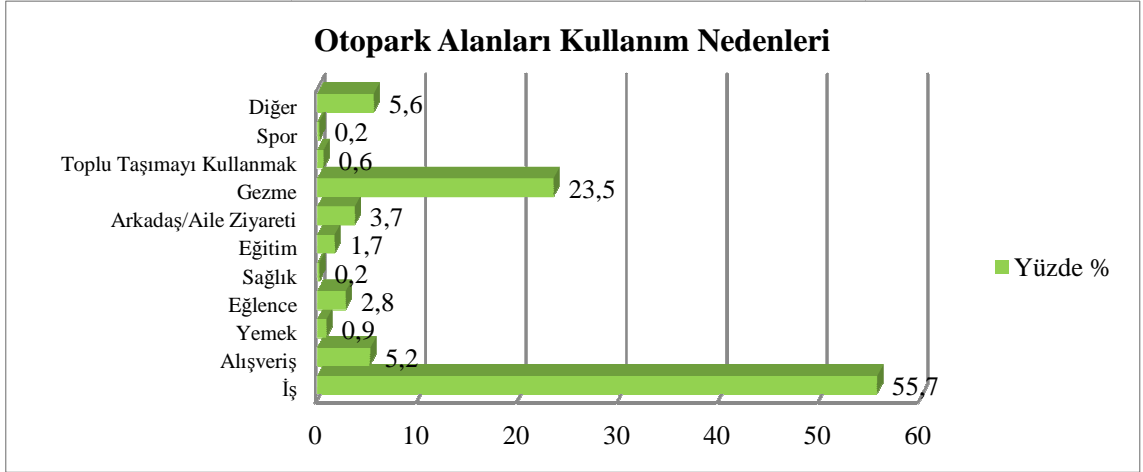
“Kullandığım otopark hizmetinin pahalı olduğunu düşünüyorum.” biçimindeki yargıya, sürücüler %18,8 oranında evet, %14 oranında kısmen cevabını vermişlerdir. Bu yargıya hayır diyen sürücülerin oranı ise, %67,2’dir. Sürücüler, “Kullandığım otopark hizmeti ulaşım ağlarına yakın olsa toplu taşımayı kullanırım.” biçimindeki yargıya %27,2 oranında evet, %17,7 oranında da kısmen cevabını vermişlerdir. Bu yargıya hayır diyen sürücülerin oranı ise %55,1’dir.

Ankete katılan sürücülere yöneltilen “Otopark yeri bulmada en çok zorlandıkları gün?” sorusuna, sürücülerin %31,5’i cumartesi, %22’si pazartesi, %20,3’ü pazar ve %19,4’ü cuma cevabını vermişlerdir.

Ankete katılan sürücülere yöneltilen ortalama otopark yeri arama süresinin sorulduğu soruda, %51,2 oranıyla ilk sırada 0-5 dakika otopark yeri arama süresi gelmektedir. Sürücülerin %28,7’si, günde 6-10 dakika arasında otopark yeri aradıklarını belirtirken, %11,9’u ise 11-15 dakika arası otopark yeri aramaktadır.

Sürücülerin, şehir içi trafiğindeki taşıt yoğunluğunun azaltılması amacıyla toplu taşıma araçlarının yakın bölgelerine kurulan, Park Et & Devam Et adıyla nitelendirilen otopark alanlarından haberdarlık durumunun ölçüldüğü soruda, sürücülerin %81,9’u hayır, %18,1’i ise evet cevabını vermiştir. Sürücüler, “Park et devam et uygulamasını hiç kullandınız mı?” sorusuna %95 oranında hayır cevabını verilmiştir. Bu oran, “park et devam et” uygulamasından haberdar olanlardan da uygulamayı kullanmayanların olduğunu göstermektedir.

Ankete katılan sürücülere yöneltilen otopark alanlarını kullanma nedenlerinin sorulduğu soruya, sürücülerin %55,7’si, otopark yerlerini iş için yaptığı seyahatlerin sonucunda kullandıklarını, %23,5’i ise otopark alanlarını gezme amaçlı yaptığı seyahatlerin sonucunda kullandıklarını belirtmiştir.



Grafik 2: Otopark Alanlarının Kullanım Nedenlerine Göre Oransal Dağılımı

6.3 Çapraz Tablolar

Çalışmanın bu başlığında, anket kapsamında elde edilen bulgular çapraz tablolar aracılığıyla açıklanmaya çalışılacaktır.

6.3.1 Ücretli Olan Otopark Hizmetlerinin Özel Şirketler, Belediyeler veya Kamu-Özel Sektör Ortaklıkları Tarafından Sunulması Tercihinizi Etkiler Mi?

Otopark hizmetlerini sunan oluşumun özel şirket, belediye veya kamu-özel sektör ortaklığı olmasının, ankete katılan sürücülerin tercihleri üzerinde etkili olup olmayacağını tespit etmek için hazırlanan soruda alınan cevaplar sırasıyla cinsiyet, eğitim ve gelir durumuna göre incelenecektir.

Ankete katılan sürücülerin %61,5'i ücretli olan otopark hizmetlerinin özel şirketler, belediyeler veya kamu-özel sektör ortaklıkları tarafından sunulmasının tercihlerini etkilemeyeceğini belirtmiştir. Ankete katılan toplam kadın katılımcıların %63,6'sı ve toplam erkek katılımcıların %60,7'si bu soruya hayır cevabını vermiştir.

Tablo 8

Ücretli Olan Otopark Hizmetlerinde Hizmeti Sunan Birimin Türünün Tercihler Üzerindeki Etkisinin Cinsiyet Durumuna Göre İncelenmesi

			Cinsiyetiniz nedir?		Toplam
			Kadın	Erkek	
Ücretli Olan Otopark Hizmetlerinin Özel Şirketler, Belediyeler Veya Kamu-Özel Sektör Ortaklıkları Tarafından Sunulması Tercihinizi Etkiler Mi?	Hayır	Hayır diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	89	241	330
		Hayır diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	27,0%	73,0%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde hayır diyenlerin % oranı	63,6%	60,7%	61,5%
	Evet	Evet diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	51	156	207
		Evet diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	24,6%	75,4%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Evet diyenlerin % oranı	36,4%	39,3%	38,5%
Toplam		Ankete katılanların cinsiyet durumlarının frekansları	140	397	537
		Ankete katılanların cinsiyet durumlarının % dağılımı	26,1%	73,9%	100,0%

Cevaplar eğitim durumuna göre incelendiğinde, hayır diyenler içerisinde %37,6 oranı ile ilk sırada lise mezunları gelirken %24,8 oranı ile ikinci sırada lisans mezunları gelmektedir. Araştırmaya katılan toplam ortaokul mezunlarının % 75,9'u ve toplam lise mezunların %70,1'i bu soruya hayır cevabını vermiştir. Toplam doktora mezunlarının % 69,2'si ve toplam lisans mezunlarının %47,8'i hizmeti sunan oluşumun tercihleri üzerinde etkili olacağını belirtmiştir.

Tablo 9

Ücretli Olan Otopark Hizmetlerinde Hizmeti Sunan Birimin Türünün Tercihler Üzerindeki Etkisinin Eğitim Durumuna Göre İncelenmesi

			Eğitim durumunuz nedir?							Toplam
			İlkokul	Ortaokul	Lise	Ön Lisans	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora	
Ücretli Olan Otopark Hizmetlerinin Özel Şirketler, Belediyeler Veya Kamu-Özel Sektör Ortaklıkları Tarafından Sunulması Tercihinizi Etkiler Mi?	Hayır	Hayır diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılımı hali	13	44	124	43	82	20	4	330
		Hayır diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	3,9%	13,3%	37,6%	13,0%	24,8%	6,1%	1,2%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde hayır diyenlerin % oranı	56,5%	75,9%	70,1%	58,9%	52,2%	55,6%	30,8%	61,5%
	Evet	Evet diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılımı hali	10	14	53	30	75	16	9	207
		Evet diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	4,8%	6,8%	25,6%	14,5%	36,2%	7,7%	4,3%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde evet diyenlerin % oranı	43,5%	24,1%	29,9%	41,1%	47,8%	44,4%	69,2%	38,5%
Toplam	Ankete katılanların eğitim durumlarının frekansları	23	58	177	73	157	36	13	537	
	Ankete katılanların eğitim durumlarının % dağılımı	4,3%	10,8%	33,0%	13,6%	29,2%	6,7%	2,4%	100,0%	

Ankete katılan sürücülerin içerisinde aylık geliri yaklaşık olarak 1001-2000 TL olanların %38,2'si tercihlerinin etkileneceğini belirtmiştir. Aylık geliri 3001-4000 TL grubunda olan sürücülerin içinde ise %77,8'i hayır cevabını vermiştir.

Tablo 10

Ücretli Olan Otopark Hizmetlerinde Hizmeti Sunan Birimin Türünün Tercihler Üzerindeki Etkisinin Gelir Durumuna Göre İncelenmesi

			Kişisel geliriniz yaklaşık olarak kaç liradır?								Toplam
			0-1000	1001-2000	2001-3000	3001-4000	4001-5000	5001-7500	7501-1000	10001 ve üstü	
Ücretli Olan Otopark Hizmetlerinin Özel Şirketler, Belediyeler Veya Kamu-Özel Sektör Ortaklıkları Tarafından Sunulması Tercihinizi Etkiler Mi?	Hayır	Hayır diyenlerin frekanslarının gelir durumuna göre dağılımı hali	78	124	70	21	16	10	5	1	325
		Hayır diyenlerin gelir durumuna göre % dağılımı	24,0%	38,2%	21,5%	6,5%	4,9%	3,1%	1,5%	0,3%	100,0%
		Her gelir grubunun kendi içinde hayır diyenlerin % oranı	67,8%	56,4%	63,6%	77,8%	55,2%	71,4%	41,7%	50,0%	61,4%
	Evet	Evet diyenlerin frekanslarının gelir durumuna göre dağılımı hali	37	96	40	6	13	4	7	1	204
		Evet diyenlerin gelir durumuna göre % dağılımı	18,1%	47,1%	19,6%	2,9%	6,4%	2,0%	3,4%	0,5%	100,0%
		Her gelir grubunun kendi içinde evet diyenlerin % oranı	32,2%	43,6%	36,4%	22,2%	44,8%	28,6%	58,3%	50,0%	38,6%
Toplam	Ankete katılanların gelir durumlarının frekansları	115	220	110	27	29	14	12	2	529	
	Ankete katılanların gelir durumlarının % dağılımı	21,7%	41,6%	20,8%	5,1%	5,5%	2,6%	2,3%	0,4%	100,0%	

6.3.2 Ücretli Olan Otopark Hizmetlerinin Kimin Tarafından Sunulmasını Tercih Edersiniz?

Ankete katılan sürücülerin, otopark hizmetlerinin kimin tarafından sunulmasını istediklerinin tespit edilmesi için hazırlanan soruda alınan cevaplar sırasıyla cinsiyet ve eğitim durumuna göre incelenecektir.

Ankete katılan sürücülerin %6,9'u ücretli olan otopark hizmetlerinin özel şirketler, %77,8'i belediyeler ve %15,3'ü kamu-özel sektör ortaklıkları tarafından sunulmasını tercih ettiklerini belirtmiştir. Toplam kadın katılımcıların içerisinde %76,4'lük bir kısmı ve toplam erkek katılımcıların içerisinde %78,3'lük bir kısmı, bu hizmetin belediyeler tarafından sunulmasını istediklerini belirtmiştir.

Tablo 11

Ücretli Olan Otopark Hizmetlerinde Hizmeti Sunması İstenen Kurum ve Cinsiyet Durumuna Göre İncelenmesi

			Cinsiyetiniz nedir?		Toplam
			Kadın	Erkek	
Ücretli Olan Otopark Hizmetlerinin Kimin Tarafından Sunulmasını Tercih Edersiniz?	Özel Şirket	Özel Şirket diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	7	30	37
		Özel Şirket diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	18,9%	81,1%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Özel Şirket diyenlerin % oranı	5,0%	7,6%	6,9%
	Belediye	Belediye diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	107	311	418
		Belediye diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	25,6%	74,4%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde belediye diyenlerin % oranı	76,4%	78,3%	77,8%
	Kamu-Özel Sektör Ortaklığı	Kamu-Özel Sektör Ortaklığı diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	26	56	82
		Kamu-Özel Sektör Ortaklığı diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	31,7%	68,3%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Kamu-Özel Sektör Ortaklığı diyenlerin % oranı	18,6%	14,1%	15,3%
	Toplam	Ankete katılanların cinsiyet durumlarının frekansları		140	397
Ankete katılanların cinsiyet durumlarının % dağılımı		26,1%	73,9%	100,0%	

Ankete katılan sürücüler arasında özel şirket diyenler içerisinde %35,1 oranı ile ilk sırada lisans mezunları, belediye diyenler içerisinde %33,7 oranı ile ilk sırada lise mezunları, kamu-özel sektör ortaklığı diyenler içerisinde ilk sırada %32,9 oranı ile lise mezunları gelmektedir. Araştırmaya katılan toplam ilkökul mezunlarının %91,3'ü ve toplam ortaokul mezunların %81'i bu soruya belediye cevabını vermişlerdir.

Tablo 12

Ücretli Olan Otopark Hizmetlerinde Hizmeti Sunması İstenen Kurum ve Eğitim Durumuna Göre İncelenmesi

			Eğitim durumunuz nedir?							Toplam
			İlkokul	Ortaokul	Lise	Ön Lisans	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora	
Ücretli Olan Otopark Hizmetlerinin Kimin Tarafından Sunulmasını Tercih Edersiniz?	Özel Şirket	Özel Şirket diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılmış hali	0	3	9	5	13	7	0	37
		Özel Şirket diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	0,0%	8,1%	24,3%	13,5%	35,1%	18,9%	0,0%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde Özel Şirket diyenlerin % oranı	0,0%	5,2%	5,1%	6,8%	8,3%	19,4%	0,0%	6,9%
	Belediye	Belediye diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılmış hali	21	47	141	59	118	23	9	418
		Belediye diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	5,0%	11,2%	33,7%	14,1%	28,2%	5,5%	2,2%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde belediye diyenlerin % oranı	91,3%	81,0%	79,7%	80,8%	75,2%	63,9%	69,2%	77,8%
	Kamu-Özel Sektör Ortaklığı	Kamu-Özel Sektör Ortaklığı diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılmış hali	2	8	27	9	26	6	4	82
		Kamu-Özel Sektör Ortaklığı diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	2,4%	9,8%	32,9%	11,0%	31,7%	7,3%	4,9%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde Kamu-Özel Sektör Ortaklığı diyenlerin % oranı	8,7%	13,8%	15,3%	12,3%	16,6%	16,7%	30,8%	15,3%
	Toplam	Ankete katılanların eğitim durumlarının frekansları	23	58	177	73	157	36	13	537
		Ankete katılanların eğitim durumlarının % dağılımı	4,3%	10,8%	33,0%	13,6%	29,2%	6,7%	2,4%	100,0%

6.3.3 İSPARK Sizin İçin Hangisini İfade Etmektedir?

Ankete katılan sürücülerin, İSPARK hakkındaki algılarını ölçmek için hazırlanan soruda alınan cevaplar sırasıyla cinsiyet ve eğitim durumuna göre incelenecektir.

Ankete katılan sürücülerin %34,8'i İSPARK'ın özel şirket olduğunu, %45,8'i belediyeye ait olduğunu, %19,4'ü ise kamu-özel sektör ortaklığı olduğunu düşünmektedirler.

Cinsiyetler kendi içlerinde değerlendirildiğinde de ortaya çıkan sonuçlar verilen genel yüzdelere yakın bir şekilde dağılmaktadır.

Tablo 13
Sürücülerin İSPARK Algısının Cinsiyet Durumuna Göre İncelenmesi

			Cinsiyetiniz nedir?		Toplam
			Kadın	Erkek	
İSPARK Sizin İçin Hangisini İfade Etmektedir?	Özel Şirket	Özel Şirket diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	49	138	187
		Özel Şirket diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	26,2%	73,8%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Özel Şirket diyenlerin % oranı	35,0%	34,8%	34,8%
	Belediye	Belediye diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	62	184	246
		Belediye diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	25,2%	74,8%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde belediye diyenlerin % oranı	44,3%	46,3%	45,8%
	Kamu-Özel Sektör Ortaklığı	Kamu-Özel Sektör Ortaklığı diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	29	75	104
		Kamu-Özel Sektör Ortaklığı diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	27,9%	72,1%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Kamu-Özel Sektör Ortaklığı diyenlerin % oranı	20,7%	18,9%	19,4%
	Toplam	Ankete katılanların cinsiyet durumlarının frekansları		140	397
Ankete katılanların cinsiyet durumlarının % dağılımı		26,1%	73,9%	100,0%	

İSPARK'ın özel şirket olduğunu düşünenler içerisinde %41,2 oranı ile ilk sırada lise mezunları, belediyeye ait olduğunu düşünenler içerisinde ilk sırada %34,1 oranı ile lisans mezunları, kamu-özel sektör ortaklığı olduğunu düşünenler içerisinde ilk sırada %29,8 oranı ile yine lisans mezunları yer almaktadır.

Tablo 14

Sürücülerin İSPARK Algisının Eğitim Durumuna Göre İncelenmesi

			Eğitim durumunuz nedir?							Toplam
			İlkokul	Ortaokul	Lise	Ön Lisans	Lisans	Yüksek Lisans	Doktora	
İSPARK Sizin İçin Hangisini İfade Etmektedir?	Özel Şirket	Özel Şirket diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılmış hali	6	23	77	29	42	8	2	187
		Özel Şirket diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	3,2%	12,3%	41,2%	15,5%	22,5%	4,3%	1,1%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde Özel Şirket diyenlerin % oranı	26,1%	39,7%	43,5%	39,7%	26,8%	22,2%	15,4%	34,8%
	Belediye	Belediye diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılmış hali	13	23	68	31	84	19	8	246
		Belediye diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	5,3%	9,3%	27,6%	12,6%	34,1%	7,7%	3,3%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde belediye diyenlerin % oranı	56,5%	39,7%	38,4%	42,5%	53,5%	52,8%	61,5%	45,8%
	Kamu-Özel Sektör Ortaklığı	Kamu-Özel Sektör Ortaklığı diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılmış hali	4	12	32	13	31	9	3	104
		Kamu-Özel Sektör Ortaklığı diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	3,8%	11,5%	30,8%	12,5%	29,8%	8,7%	2,9%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde Kamu-Özel Sektör Ortaklığı diyenlerin % oranı	17,4%	20,7%	18,1%	17,8%	19,7%	25,0%	23,1%	19,4%
	Toplam	Ankete katılanların eğitim durumlarının frekansları	23	58	177	73	157	36	13	537
		Ankete katılanların eğitim durumlarının % dağılımı	4,3%	10,8%	33,0%	13,6%	29,2%	6,7%	2,4%	100,0%

6.3.4 İSPARK Otopark Alanlarının Özellikleri Hakkında Sürücü Görüşleri

Ankete katılan sürücülere İSPARK otopark alanlarının sahip olduğunu düşündükleri özellikleri belirtmelerinin istendiği soruda sürücülerin %35,9'u güvenli olduğunu, %59,8'i ulaşılmasının kolay olduğunu, %46,2'si kullanımının kolay olduğunu ve %31,8'i şehir merkezlerine yakın olduğunu düşündüklerini dile getirmiştir. Veriler incelenmeye devam edildiğinde sürücülerin %84,4'ü İSPARK'ın pahalı olduğunu, %94,4'ü konforsuz olduğunu düşünmektedir.

Tablo 15
İSPARK Otopark Alanlarının Özellikleri Hakkında Sürücü Görüşleri

		Güvenli	Ucuz	Konforlu	Ulaşılabilir	Kullanımı Kolay	Evime Yakın	İşime Yakın	Toplu Taşımaya Yakın	Alışveriş Alanlarına Yakın	Şehir Merkezine Yakın	Eğitime Yakın	Sağlık Alanlarına Yakın
İSPARK	Hayır %	64,1	84,4	94,4	40,2	53,8	93,3	79,9	94,6	89,6	68,2	94,4	98,0
	Frekans	344	453	507	216	289	501	429	508	481	366	523	526
	Evet %	35,9	15,6	5,6	59,8	46,2	6,7	20,1	5,4	10,4	31,8	2,6	2,0
	Frekans	193	84	30	321	248	36	108	29	56	171	14	11

6.3.5 İSPARK Otopark Alanlarının Sürücü Memnuniyeti Açısından Değerlendirmesi

Sürücülerin kullandıkları İSPARK otopark alanlarından memnun olup olmadıklarını ölçmek için hazırlanan soruda sürücülerin %25,7'si memnun olmadıklarını, %41,9'u kısmen memnun olduklarını ve %32,4'ü ise memnun olduklarını belirtmiştir. Cevaplar cinsiyet açısından ele alındığında ise cevaplar arasında belirgin farklılıklar görülmektedir.

Tablo 16
İSPARK Otopark Alanlarının Sürücü Memnuniyeti Açısından Değerlendirmesi

			Cinsiyetiniz nedir?		Toplam
			Kadın	Erkek	
İSPARK için Kullandığım Otopark Hizmetinden Memnunum	Hayır	Hayır diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	37	101	138
		Hayır diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	26,8%	73,2%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde hayır diyenlerin % oranı	26,4%	25,4%	25,7%
	Kısmen	Kısmen diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	61	164	225
		Kısmen diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	27,1%	72,9%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Kısmen diyenlerin % oranı	43,6%	41,3%	41,9%
	Evet	Evet diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	42	132	174

		Evet diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	24,1%	75,9%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Evet diyenlerin % oranı	30,0%	33,2%	32,4%
Toplam		Ankete katılanların cinsiyet durumlarının frekansları	140	397	537
		Ankete katılanların cinsiyet durumlarının % dağılımı	26,1%	73,9%	100,0%

6.3.6 İSPARK Otopark Alanlarının Rahatlıkla Otopark Yeri Bulabilme Açısından Değerlendirmesi

Sürücülerin kullandıkları İSPARK otopark alanlarında rahatlıkla otopark yeri bulup bulamadıklarını ölçmek için hazırlanan soruda, sürücülerin %21'i rahatlıkla otopark yeri bulamadıklarını, %48,8'i kısmen rahatlıkla otopark yeri bulduklarını, %30,2'si ise rahatlıkla otopark yeri bulabildiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 17

İSPARK Otopark Alanlarının Rahatlıkla Otopark Yeri Bulabilme Açısından Değerlendirmesi

			Cinsiyetiniz nedir?		Toplam
			Kadın	Erkek	
İSPARK için Rahatlıkla Otopark Yeri Bulabilme Değerlendirmesi	Hayır	Hayır diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	35	78	113
		Hayır diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	31,0%	69,0%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde hayır diyenlerin % oranı	25,0%	19,6%	21,0%
	Kısmen	Kısmen diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	63	199	262
		Kısmen diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	24,0%	76,0%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Kısmen diyenlerin % oranı	45,0%	50,1%	48,8%
	Evet	Evet diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	42	120	162
		Evet diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	25,9%	74,1%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Evet diyenlerin % oranı	30,0%	30,2%	30,2%
Toplam		Ankete katılanların cinsiyet durumlarının frekansları	140	397	537
		Ankete katılanların cinsiyet durumlarının % dağılımı	26,1%	73,9%	100,0%

6.3.7 İSPARK Otopark Alanlarının Pahallık Durumu Açısından Değerlendirmesi

Sürücülerin kullandıkları İSPARK otopark alanlarında, otopark yeri ücretlerini pahallı bulup bulmadıklarını değerlendirmek için hazırlanan soruda, sürücülerin %17,1'i pahallı bulmadığını, %23,8'i kısmen pahallı bulduklarını, %59'u ise pahallı bulduklarını belirtmiştir.

Tablo 18

İSPARK Otopark Alanlarının Pahallık Durumu Açısından Değerlendirmesi

			Cinsiyetiniz nedir?		Toplam
			Kadın	Erkek	
İSPARK İçin Kullandığım Otopark Hizmetinin Pahallı Olduğunu düşünüyorum	Hayır	Hayır diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	23	69	92
		Hayır diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	25,0%	75,0%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde hayır diyenlerin % oranı	16,4%	17,4%	17,1%
	Kısmen	Kısmen diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	39	89	128
		Kısmen diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	30,5%	69,5%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Kısmen diyenlerin % oranı	27,9%	22,4%	23,8%
	Evet	Evet diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	78	239	317
		Evet diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	24,6%	75,4%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Evet diyenlerin % oranı	55,7%	60,2%	59,0%
Toplam	Ankete katılanların cinsiyet durumlarının frekansları	140	397	537	
	Ankete katılanların cinsiyet durumlarının % dağılımı	26,1%	73,9%	100,0%	

6.3.8 İSPARK Otopark Alanlarının Ulaşım Ağlarına Yakın Olması Durumunda Toplu Taşımayı Kullanma İstedığının Değerlendirilmesi

Sürücülerin İSPARK otopark alanlarının toplu taşıma alanlarına yakın olması durumunda, toplu taşıma aracılığıyla seyahatlerine devam etme istekliliklerinin tespit edilmesi amacıyla hazırlanan soruda sürücülerin %57,4'ü toplu taşıma kullanmaya istekli olmadıklarını, %19,2'si kısmen istekli olduklarını ve %23,5'i ise istekli olduklarını belirtmiştir. Soruya verilen cevaplarda cinsiyetler arasında belirgin farklılıklar görülmemektedir.

Tablo 19

İSPARK Otopark Alanlarının Ulaşım Ağlarına Yakın Olması Durumunda Toplu Taşımayı Kullanma İstedığının Değerlendirilmesi

			Cinsiyetiniz nedir?		Toplam
			Kadın	Erkek	
İSPARK İçin Kullandığım Otopark Hizmeti Ulaşım Ağlarına Yakın Olsa Toplu Taşımayı Kullanırım	Hayır	Hayır diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	82	226	308
		Hayır diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	26,6%	73,4%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde hayır diyenlerin % oranı	58,6%	56,9%	57,4%
	Kısmen	Kısmen diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	25	78	103
		Kısmen diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	24,3%	75,7%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Kısmen diyenlerin % oranı	17,9%	19,6%	19,2%
	Evet	Evet diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılmış hali	33	93	126
		Evet diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	26,2%	73,8%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde Evet diyenlerin % oranı	23,6%	23,4%	23,5%
	Toplam	ANKETE KATILANLARIN CİNSİYET DURUMLARININ FREKANSLARI	140	397	537
ANKETE KATILANLARIN CİNSİYET DURUMLARININ % DAĞILIMI		26,1%	73,9%	100,0%	

6.3.9 Bugüne Kadar Otopark Yeri İçin Başka Sürücüler ile Tartışma Yaşadınız mı?

Ankete katılan sürücülerin araçlarını park etme sürecinde otopark yeri için diğer sürücüler ile tartışma yaşayıp yaşamadıklarını belirlemek hazırlanan soruda alınan cevaplar sırasıyla cinsiyet, eğitim ve gelir durumuna göre incelenecektir.

Sürücülerin %54,2'si, otopark yeri için diğer sürücüler ile tartışma yaşamadıklarını belirtmiştir. Kadın sürücülerin %66,4'ü, erkek sürücülerin ise %49,9'u bu soruya hayır cevabını vermiştir. Sürücülerin %20,4'ü ise otopark yeri için 2-5 defa arasında diğer sürücüler ile tartıştıklarını belirtmiştir.

Tablo 20
Sürücülerin Otopark Yeri İçin Tartışma Sıklıklarının Cinsiyet Durumuna Göre İncelenmesi

			Cinsiyetiniz nedir?		Total
			Kadın	Erkek	
Bugüne kadar otopark yeri için başka sürücüler ile tartışma yaşadınız mı?	Hayır	Hayır diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılımı hali	93	198	291
		Hayır diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	32,0%	68,0%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde hayır diyenlerin % oranı	66,4%	49,9%	54,2%
	1 defa	1 defa diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılımı hali	14	32	46
		1 defa diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	30,4%	69,6%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde 1 defa diyenlerin % oranı	10,0%	8,1%	8,6%
	2-5 defa	2-5 defa diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılımı hali	16	92	108
		2-5 defa diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	14,8%	85,2%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde 2-5 defa diyenlerin % oranı	11,4%	23,2%	20,1%
	6-10 defa	6-10 defa diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılımı hali	10	37	47
		6-10 defa diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	21,3%	78,7%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde 6-10 defa diyenlerin % oranı	7,1%	9,3%	8,8%
	10 defadan fazla	10 defadan fazla diyenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılımı hali	7	38	45
		10 defadan fazla diyenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	15,6%	84,4%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde 10 defadan fazla diyenlerin % oranı	5,0%	9,6%	8,4%
Toplam		Ankete katılanların cinsiyet durumlarının frekansları	140	397	537

Diğer sürücüler ile tartışma yaşamadığını belirten sürücüler içerisinde %33,7 oranı ile ilk sırada lise mezunları yer almaktadır. Toplam ön lisans mezunlarının ise %65,8'i bu soruya hayır cevabını vermiştir. Toplam ortaokul mezunlarının %17,2'si ise 6-10 defa diğer sürücüler ile tartışma yaşadıklarını belirtmiştir.

Tablo 21
Sürücülerin Otopark Yeri İçin Tartışma Sıklıklarının Eğitim Durumuna Göre İncelenmesi

			Eğitim durumunuz nedir?						Toplam	
			İlkokul	Ortaokul	Lise	Ön Lisans	Lisans	Yüksek Lisans		Doktora
Bugüne kadar otopark yeri için başka sürücüler ile tartışma yaşadınız mı?	Hayır	Hayır diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılımı hali	9	26	98	48	85	17	8	291
		Hayır diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	3,1%	8,9%	33,7%	16,5%	29,2%	5,8%	2,7%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde hayır diyenlerin % oranı	39,1%	44,8%	55,4%	65,8%	54,1%	47,2%	61,5%	54,2%
	1 defa	1 defa diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılımı hali	1	5	12	5	18	4	1	46
		1 defa diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	2,2%	10,9%	26,1%	10,9%	39,1%	8,7%	2,2%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde 1 defa diyenlerin % oranı	4,3%	8,6%	6,8%	6,8%	11,5%	11,1%	7,7%	8,6%
	2-5 defa	2-5 defa diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılımı hali	7	9	35	13	30	10	4	108
		2-5 defa diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	6,5%	8,3%	32,4%	12,0%	27,8%	9,3%	3,7%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde 2-5 defa diyenlerin % oranı	30,4%	15,5%	19,8%	17,8%	19,1%	27,8%	30,8%	20,1%
	6-10 defa	6-10 defa diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılımı hali	3	10	14	4	15	1	0	47
		6-10 defa diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	6,4%	21,3%	29,8%	8,5%	31,9%	2,1%	0,0%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde 6-10 defa diyenlerin % oranı	13,0%	17,2%	7,9%	5,5%	9,6%	2,8%	0,0%	8,8%
	10 defadan fazla	10 defadan fazla diyenlerin frekanslarının eğitim durumuna göre dağılımı hali	3	8	18	3	9	4	0	45
		10 defadan fazla diyenlerin eğitim durumuna göre % dağılımı	6,7%	17,8%	40,0%	6,7%	20,0%	8,9%	0,0%	100,0%
		Her eğitim grubunun kendi içinde 10 defadan fazla diyenlerin % oranı	13,0%	13,8%	10,2%	4,1%	5,7%	11,1%	0,0%	8,4%
	Toplam	Ankete katılanların eğitim durumlarının frekansları	23	58	177	73	157	36	13	537
		Ankete katılanların eğitim durumlarının % dağılımı	4,3%	10,8%	33,0%	13,6%	29,2%	6,7%	2,4%	100,0%

Tartışma yaşama ile eğitim düzeyi arasında ilişki olup olmadığını incelemek amacıyla oluşturulan hipotezler aşağıda yer aldığı gibidir:

Ho: Tartışma yaşama ile eğitim düzeyi arasında ilişki yoktur.

Ha: Tartışma yaşama ile eğitim düzeyi arasında ilişki vardır.

Tablo 22

Sürücülerin Otopark Yeri İçin Tartışma Sıklıkları ve Eğitim Durumları Spearman Analizi

Correlations				
			Bugüne kadar otopark yeri için başka sürücüler ile tartışma yaşadınız mı?	Eğitim durumunuz nedir?
Spearman's rho	Bugüne kadar otopark yeri için başka sürücüler ile tartışma yaşadınız mı?	Correlation Coefficient	1,000	-,081
		Sig. (2-tailed)		,062
		N	537	537
	Eğitim durumunuz nedir?	Correlation Coefficient	-,081	1,000
		Sig. (2-tailed)	,062	
		N	537	537

Seçilen değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan test sonucunda, kuyruk olasılığı 0,05'den büyük olduğu için (0,062>0,05) sıfır hipotezi reddedilememiştir. Böylece tartışma yaşama ile eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

6.3.10 Otopark Yeri Bulma Zorluğu Günlük Programınızın Akışını Nasıl Etkiler?

Ankete katılan sürücülerin %6,7'si yapacakları seyahat sonucunda otopark yeri bulma zorluğu ile karşılaşmaları söz konusu ise programlarını iptal edeceklerini, %18,2'si programlarını kısa süreli olarak erteleyeceklerini, %9,5'i programını yaptığı yeri değiştireceklerini, %65,5'i ise bu durumun program akışları üzerinde hiç etkili olmayacağını belirtmiştir. Otopark yeri bulma zorluğu kadın sürücülerin %37,9'unun, erkek sürücülerin ise %33,2'sinin program akışları üzerinde etkili olmaktadır.

Tablo 23

Otopark Yeri Bulma Zorluğunun Sürücülerin Günlük Program Akışlarına Etkisinin Cinsiyete Göre İncelenmesi

			Cinsiyetiniz nedir?		Total
			Kadın	Erkek	
Otopark Yeri Bulma Zorluğu Günlük Programınızın Akışını Nasıl Etkiler?	Programımı iptal ederim ve gitmekten vazgeçerim	Bu cevabı seçenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılımı hali	7	29	36
		Bu cevabı seçenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	19,4%	80,6%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde bu cevabı seçenlerin % oranı	5,0%	7,3%	6,7%
	Programımı kısa süreli ertelerim	Bu cevabı seçenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılımı hali	29	69	98
		Bu cevabı seçenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	29,6%	70,4%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde bu cevabı seçenlerin % oranı	20,7%	17,4%	18,2%
	Programın yapılacağı yeri değiştirebilirim	Bu cevabı seçenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılımı hali	17	34	51
		Bu cevabı seçenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	33,3%	66,7%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde bu cevabı seçenlerin % oranı	12,1%	8,6%	9,5%
	Program akışımı hiç etkilemez	Bu cevabı seçenlerin frekanslarının cinsiyet durumuna göre dağılımı hali	87	265	352
		Bu cevabı seçenlerin cinsiyet durumuna göre % dağılımı	24,7%	75,3%	100,0%
		Her cinsiyet grubunun kendi içinde bu cevabı seçenlerin % oranı	62,1%	66,8%	65,5%
Total	Ankete katılanların cinsiyet durumlarının frekansları	140	397	537	
	Ankete katılanların cinsiyet durumlarının % dağılımı	26,1%	73,9%	100,0%	

6.3.11 Sürücülerin Otopark Alanları ile İlgili Beklentileri

Bir otopark alanında bulunması gereken özelliklerin olarak ne derece önemli olduğunun yüzdeler olarak incelendiği bu bölümde Tablo 24'deki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 24

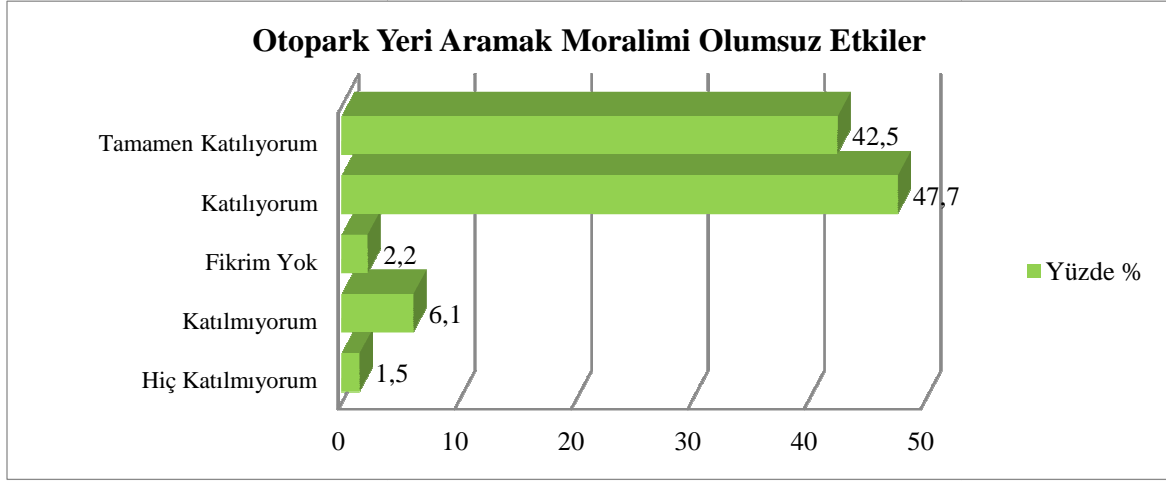
Bir Otopark Alanında Bulunması Gereken Özelliklerin Önemlilik Düzeyi

OTOPARK ALANIN ÖZELLİKLERİNİN ÖNEMİ (%)	Hiç	Az	Orta	Yüksek	Çok Yüksek
Güvenli olması	0.6	1.3	4.7	24	69.5
Ucuz olması	1.3	2.2	6.9	24.2	65.4
Konforlu olması	5.2	10.1	32.2	19.4	33.1
Ulaşılmasının kolay olması	2.0	3.4	11.2	37.2	46.2
Kullanımının kolay olması	2.0	3.5	11.7	37.1	45.6
Evime yakın olması	5.6	6.7	16.2	27.9	43.6
İşime yakın olması	5.0	4.3	11.0	29.1	50.7
Toplu taşıma alanlarına yakın olması	8.9	16.0	36.9	17.1	21
Alışveriş alanlarına yakın olması	18.2	18.2	20.7	23.5	19.4
Şehir merkezine yakın olması	7.6	8.2	29.6	30.0	24.6
Eğitim alanlarına yakın olması	25.5	21.2	21.2	16.4	15.6
Sağlık alanlarına yakın olması	25.0	14.9	18.2	19.4	22.5
Bisiklet park alanlarının olması	25.7	20.5	19.4	24.4	10.1
Motosiklet park alanlarının olması	22.0	19.9	19.0	28.1	11.0
Telefon/internet hizmetinin olması	24.2	24.4	23.8	18.6	8.9
Kafe/restoran bulunması	32.4	24.2	26.1	12.1	5.2
Bakım/Yıkama hizmeti verilmesi	6.9	13.4	27.7	26.6	25.3
Karlı giriş sistemi olması (HGS gibi)	9.1	15.8	28.1	22.9	24
Ödeme süresinin kısa olması	2.6	9.5	25.5	30.7	31.7
Toplu taşıma duraklarına aktarma imkânının olması	11.0	22.7	33.0	16.6	16.8
Elektrikli şarj ünitesinin olması	43.8	19.4	13.2	11.7	11.9
Rezervasyon yapma imkânının olması	34.3	27.7	18.1	11.5	8.4
Doluluk oranı bilgilendirme sistemlerin olması	6.9	10.6	12.8	31.1	38.5

Ankete katılan sürücülerin %69,5'i, otopark alanlarının güvenli olmasının önemini çok yüksek olduğunu belirtmiştir. Güvenlikten sonra sürücüler %65,4 oranıyla otopark alanlarının ucuz olmasının önemlilik düzeyinin çok yüksek olduğunu ifade etmiştir. Yüksek ve çok yüksek seçenekleri birlikte ele alındığında otopark alanının ulaşımının kolaylığı, ev ve iş yerlerine yakın olması, ödeme süresinin kısa olması, doluluk oranı bilgilendirme sistemlerinin olması gibi özellikleri önemsenmektedir. Otopark alanlarının toplu taşıma alanlarına yakın olması, sürücüler için öncelikli özellikler arasında yer almamaktadır.

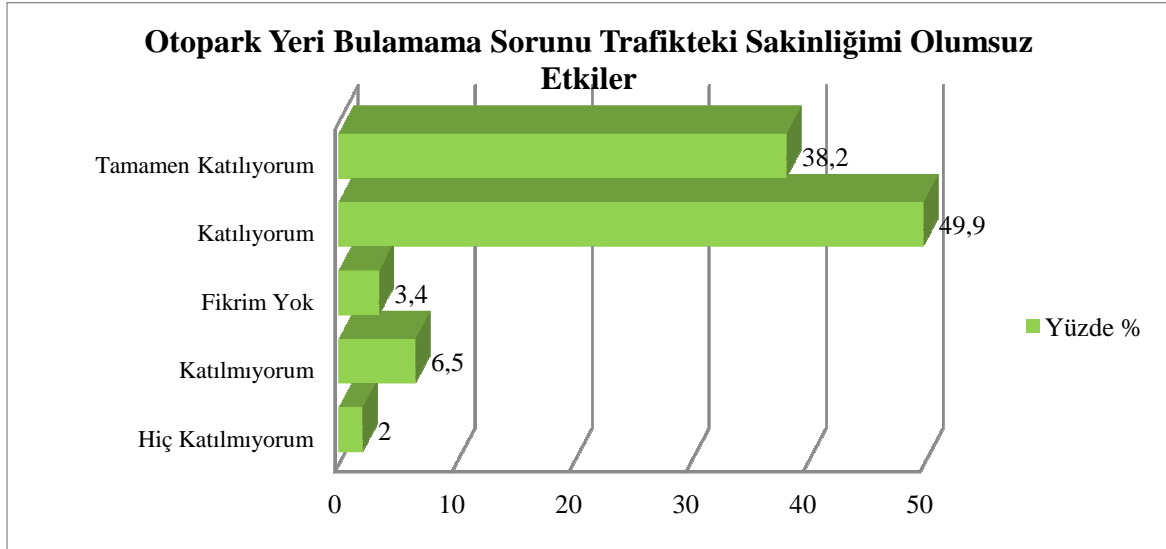
6.3.12 Otopark Alanları ve Sürücüler Üzerindeki Psikolojik Etkileri

Otopark yeri aramanın sürücülerini psikolojik olarak nasıl etkilediğinin araştırılması için oluşturulan "Otopark yeri aramak moralimi olumsuz etkiler." biçimindeki likert ölçekli soruya katılımcıların %47,7'si katıldıklarını, %42,5'i tamamen katıldıklarını belirtmiştir.



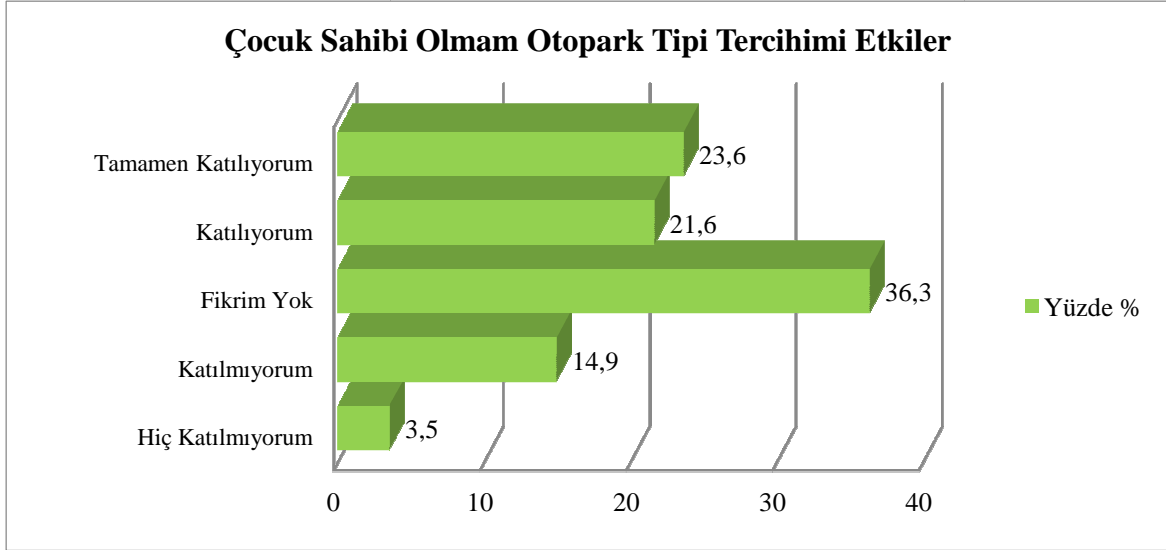
Grafik 3: Otopark Yeri Aramanın Sürücülerin Moralleri Üzerindeki Etkileri

“Otopark yeri bulamama sorunu trafikteki sakinliğimi olumsuz etkiler.” biçimindeki likert ölçekli soruya sürücülerin %49,9’u katıldıklarını, %38,2’si ise tamamen katıldıklarını belirtmiştir.



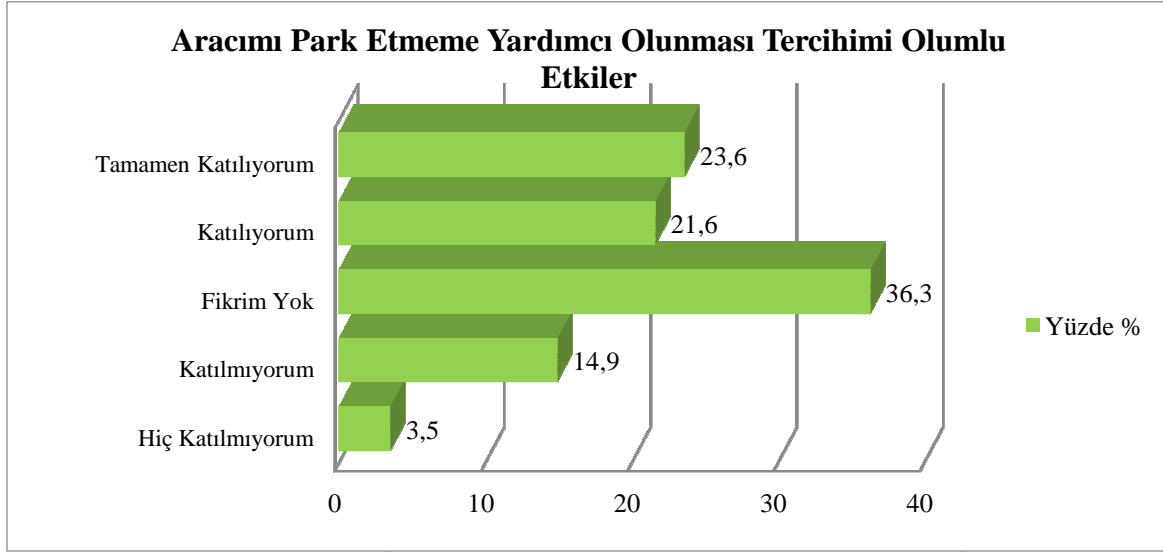
Grafik 4: Otopark Yeri Bulamamanın Sürücülerin Trafikteki Sakinlikleri Üzerine Etkileri

Çocuk sahibi olmanın, otopark tercihi etkileyip etkilemediği araştırılmak istenmiş ve bu amaçla, “Çocuk sahibi olmam otopark tipi tercihimizi etkiler.” biçiminde likert ölçekli soru oluşturulmuştur. Bu soruya sürücülerin %36,3’ü fikrim yok, %21,6’sı katılıyorum ve %23,6’sı da tamamen katılıyorum biçiminde cevap vermiştir.



Grafik 5: Çocuk Sahibi Olmanın Otopark Tipi Tercihine Etkileri

Otopark alanlarında vale hizmetinin önemli olup olmadığını incelemek için “Otopark alanlarında aracımı park etmeme yardımcı olunması tercihim olumlu etkiler.” biçimindeki likert soruya sürücülerin %58,7’si olumlu etkilediği (%30 katılıyorum, %28,7 tamamen katılıyorum) şeklinde cevap vermiştir.



Grafik 6: Otopark Alanlarında Park Etmeye Yardımcı Olunmasının Tercihler Üzerindeki Etkisi

6.4 Hipotez Testleri

Çalışmanın bu bölümünde, bireylerin otopark yeri tercihlerini etkileyen faktörler arasında nasıl bir ilişki olduğu sorusuna çeşitli testler yardımıyla cevap aranmaya çalışılacaktır.

a) Çalışmamızda cinsiyete göre seçilen otoparkı kullanım sıklığında fark olup olmadığı bağımsız örneklem t testi ile incelenmiştir. Hipotezler,

Ho: “Cinsiyete göre seçilen otoparkı kullanım sıklığı” farklı değildir.

Ha: “Cinsiyete göre seçilen otoparkı kullanım sıklığı” farklıdır.

biçiminde oluşturulmuştur.

Bağımsız örneklem t testi ile kadın ve erkeklerde seçilen otoparkı kullanım sıklığı ile ilgili farklılık olup olmadığı araştırılacaktır. Öncelikle, Levene testi ile varyansların eşitliği test edilecektir:

$$H_0: \sigma_1 = \sigma_2 = 0$$

$$H_a: \sigma_1 \neq \sigma_2 \neq 0$$

Tablo 25

Cinsiyet Ve Otopark Kullanım Sıklığı ile İlgili Levene Testi ve Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları

		Levene Testi		Bağımsız Örneklem t testi		
		F	Prob.	t	df	Prob.
En çok kullanılan otopark türünü haftada kaç kez kullanmaktasınız?	Varyansların eşit olduğu varsayılır	0,071	0,790	-0,648	535	0,518
	Varyansların eşit olmadığı varsayılır			-0,647	243,532	0,518

Levene testine göre sıfır hipotezi kabul edilir (prob. 0,790), varyanslar eşittir. Bu sebeple, ilk satırdaki t test istatistiğine göre karar verilecektir. t test istatistiği, -0,648 (prob. değeri 0,518) bulunmuştur. %5 hata payına göre sıfır hipotezi reddedilemez. Test sonucuna göre kadın ve erkeklerde otoparkı kullanım sıklığı farklı değildir.

b) Çalışmada rahatlıkla otopark yeri bulabilme ile kullandığı otopark hizmetinden memnun olma arasında ilişki olup olmadığı incelenmek istendiğinde hipotezler aşağıdaki gibi kurulur:

H₀: “Rahatlıkla otopark yeri bulma ile kullandığı otopark hizmetinden memnun olma arasında” ilişki yoktur.

H_a: “Rahatlıkla otopark yeri bulma ile kullandığı otopark hizmetinden memnun olma arasında” ilişki vardır.

İlişkinin istatistiksel olarak anlamlılığı incelendiğinde prob. değeri $0.000 < 0.05$ bulunmuştur bu sebeple, rahatlıkla otopark yeri bulma ile otopark hizmetinden memnun olma arasında ilişki yoktur, şeklinde ifade edilen sıfır hipotezi reddedilir. Bu iki değişken arasında ilişki vardır. Bu ilişkinin derecesini belirlemek için korelasyon katsayısı hesaplanmış ve aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 26

Rahatlıkla Otopark Yeri Bulabilme ile Kullanılan Otopark Hizmetinden Memnun Olma Arasında Spearman Analizi

Correlations				
			Kullandığım otopark hizmetinden memnunum.	Rahatlıkla otopark yeri bulabiliyorum.
Spearman's rho	Kullandığım otopark hizmetinden memnunum.	Correlation Coefficient	1,000	,578**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	537	537
	Rahatlıkla otopark yeri bulabiliyorum.	Correlation Coefficient	,578**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	537	537
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Hesaplanan korelasyon katsayısı 0,578 bulunmuştur. Buna göre kullanılan otopark hizmetinden memnun olmayla rahatlıkla otopark yeri bulma arasında anlamlı pozitif bir ilişki olduğu söylenebilmektedir.

c) Çalışmada günlük otopark arama süresi ile kullanılan otopark hizmetinden memnun olma arasında ilişki olup olmadığı incelenmek istendiğinde hipotezler aşağıdaki gibi kurulur:

Ho: “Günlük otopark arama süresi ile kullandığım otopark hizmetinden memnun olma arasında” ilişki yoktur.

Ha: “Günlük otopark arama süresi ile kullandığım otopark hizmetinden memnun olma arasında” ilişki vardır.

Tablo 27

Otopark Yeri Arama Süresi ile Kullanılan Otopark Hizmetinden Memnun Olma Spearman Analizi

Correlations				
			Kullandığım otopark hizmetinden memnunum.	Günlük otopark yeri arama süresi
Spearman's rho	Kullandığım otopark hizmetinden memnunum.	Correlation Coefficient	1,000	-,293**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	537	537
	Günlük otopark yeri arama süresi	Correlation Coefficient	-,293**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	537	537
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Günlük otopark yeri arama süresi ile otopark hizmetinden memnun olma arasındaki ilişkinin varlığını araştırmak için yapılan test sonucunda, prob. değeri $0.000 < 0.05$ olduğu için sıfır hipotezi reddedilir. Yani günlük otopark arama süresi ile kullanılan otopark hizmetinden

memnun olma arasında ilişki vardır. Yukarıda korelasyon analizi sonucu görülmektedir. İki değişken arasında ters yönlü düşük bir ilişki vardır.

7. SONUÇ

Günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede kent nüfuslarında hızlı ve büyük artışlar söz konusudur. Büyük nüfus kitlelerinin bir araya toplanması şeklinde ifade edebileceğimiz hızlı kentleşme hareketleri, şehir yaşamının planlanması ve yönetilmesi açısından zorluklar ortaya çıkartırken yerel yönetimlerden sunulması beklenen mal ve hizmetlerin türlerini ve miktarlarını da artırmaktadır. Özellikle kentlerin hızla büyümesi uzun vadeli, yüksek maliyetli büyük altyapı projelerine ihtiyaç duyulmasına neden olmaktadır. Buna karşın sınırlı kaynaklara sahip olan yerel yönetimlerin bu taleplere cevap verebilmesi ise günden güne zorlaşmaktadır.

Son yıllarda kamu yönetimi anlayışında yaşanan gelişmeler merkezi ve yerel yönetimler arasındaki ilişkilerin değişmesine neden olmuştur. Kamu yönetimindeki anlayış, yerel ihtiyaçların tespitinde ve bu ihtiyaçlara cevap verilmesinde yerel yönetimlerin daha etkin olacağı şeklinde değişmiştir. Bu değişim ile birlikte yerel yönetimlerin üstlendikleri görev ve sorumluluklarda birçok artış yaşanmıştır. Yerel yönetimler önceden beri sunumunu üstlendikleri mal ve hizmetler ile yeni görev ve sorumluluklarının birleşmesi sonucunda hem organizasyon açısından hem de ekonomik açıdan bir takım zorluklar ile karşı karşıya kalmıştır. Ortaya çıkan bu zorluklar, yerel yönetimlerin sorumluluklarını yerine getirebilmesi için alternatif çözümler aramalarına neden olmuştur. Bu doğrultuda hizmet sunumunun bazı ülkelerde yerel yönetimlerin özel sektör ortakları ile birlikte işbirliği gerçekleştirdiği modeller öne çıkarken bazı ülkelerde de yerel yönetimlerin kurdukları şirketler aracılığı ile hizmet sunumunu gerçekleştirdiği modeller ön plana çıkmıştır.

Kent nüfuslarında ve yaşamlarında meydana gelen değişimlere bağlı olarak kentiçi ulaşım talebinde ve taşıt sayısında artışlar yaşanmaktadır. Taşıt sayısında yaşanan hızlı artışlar otopark hizmetlerinin sunumunu hem daha önemli hale getirmekte hem de hizmetin sunumunu zorlaştırmaktadır. Daha önce bahsedilen yerel yönetimlerin görev ve sorumluluklarında meydana gelen değişiklikler, kentlerde yaşanan hızlı nüfus artışları ülkeler arasında otopark hizmetlerinin sunumunda farklılıklar yaşanmasına neden olmuştur.

Söz konusu gelişmeler sonucunda Türkiye’de yerel yönetimler artan otopark talebine hızlı ve etkili şekilde cevap vermek amacıyla şirketler kurmaya yönelmiştir. Otopark hizmetlerinin sunumunda Türkiye açısından yarı kamu-yarı özel diye tanımlayabileceğimiz belediye iktisadi teşebbüsleri modeli dikkat çekmektedir. Bu kapsamda İstanbul ili otopark hizmetlerinin merkezi şekilde yürütülmesi amacıyla kurulan ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin iştiraki olan İSPARK A.Ş. otopark hizmetlerinin sunumunda yeni bir model olarak kullanılmaktadır. İSPARK modeli otopark işletmeciliğine profesyonel bir nitelik kazandırılması açısından oldukça etkili bir kuruluş olarak karşımıza çıkmaktadır. Kentiçinde katlı, açık ve yol kenarı olmak üzere pek çok noktada otopark işletmeciliği faaliyetini yürüten İSPARK, kentiçi otopark kapasitesinin artırılmasında ve trafiğin azaltılmasında önemli katkılar sağlamıştır. Daha önceleri otopark alanlarının merkezi bir noktadan ve koordineli bir şekilde yürütülmediği düşünüldüğünde üretilen katma değer daha da belirginleşmektedir. Otopark alanlarında var olmayan profesyonel otopark işletmeciliği büyük gelir kayıplarının yaşanmasına, kayıtdışı hizmet sunumunun ve istihdamın var olmasına neden olmuştur. İSPARK sonrası dönemde otopark gelirleri kayıt altına alınmış, vergiler ile ülke ekonomisine katkı sağlanırken otopark gelirleri aracılığıyla hem belediye hem şehir ekonomisine önemli finansal destek sağlanmıştır.

Kentiçi otopark kapasitesine ve ekonomiye sağladığı katkılar ile birlikte otopark işletmeciliğinde teknolojik atılımlar ve teknolojik yenilikler yapılmasında da önemli projeler gerçekleştirilmiştir. İSPARK A.Ş'nin otopark işletmeciliğine getirdiği yenilikler ve şehir ekonomisine sağladığı finansal katkılar hem yurt içinde hem de yurt dışında diğer şehirlere model teşkil etmiştir. Bu süreçte İSPARK otopark işletmeciliğinde hem yurt içinde hem de yurt dışında danışmanlık hizmetleri veren önemli bir aktör haline gelmiştir.

İSPARK otopark alanları ve özel şirketlerin işlettiği otopark alanları dışında otopark hizmetlerinin yürütülmesi sürecinde, artan otopark talebine cevap verebilmek ve otopark alanlarından kaynaklanan negatif dışsallıkları azaltabilmek amacıyla otopark yönetmeliklerinin dikkatlice hazırlanması gerekmektedir. Bunun yanı sıra otopark yönetmeliklerinin etkili şekilde uygulanmasının otopark alanları ile ilgili yaşanan sorunları gidermede temel çözüm olabileceği görülmektedir. Bu nedenle iyi hazırlanan ve uygulanan yönetmelikler gerekirken bu hizmete olan taleple ilgili düzenlemelerin de yapılması gerekmektedir.

Çalışma içerisinde İstanbul'da kentiçi otopark hizmetlerinin alternatif sunum yöntemlerinin sürücülerin park etme tercihleri ve tutumları üzerine etkisini tespit etmek amacıyla yapılan anket kapsamında; ankete katılan sürücülerin %28,7'si, günde 6-10 dakika arasında otopark yeri aradıklarını, % 11,9'u ise 11-15 dakika arası otopark yeri aradıklarını belirtmiştir. Bu sürelerin oldukça uzun olduğu dikkat çekmektedir. Ankete katılan sürücülerden elde edilen bulgulardan bir diğeri sürücülerin %55,7'sinin otopark yerlerini iş amaçlı seyahatlerin sonucunda kullandıklarıdır. Trafikteki araç sayısını azaltmak amacıyla uygulanan park et-devam et uygulamalarından sürücülerin %81,9'u habersizdir. Sürücülerin %55,1'i, kullandıkları otopark alanlarının toplu ulaşım ağlarına yakın olması durumunda da özel taşıtlarını kullanmaktan vazgeçmeyeceklerini ifade etmiştir.

Anket kapsamında sürücülerin %61,5'lik bir kısmı ücretli olan otopark hizmetlerinin sunulduğu kurumun özel şirket, belediye veya kamu-özel sektör ortaklığı olmasının otopark tercihleri üzerinde etkili olmayacağını belirtmiştir. Bununla birlikte sürücülerin %77,8'i ücretli olan otopark hizmetlerinin belediye tarafından sunulmasını talep etmektedir. Sürücülerin %34,8'i İSPARK'ın özel şirket olduğunu, %45,8'i belediyeye ait olduğunu, %19,4'ü ise kamu-özel sektör ortaklığı olduğunu düşünmektedir. İSPARK otoparklarından sürücülerin %25,7'si memnun olmadıklarını, %41,9'u kısmen memnun olduklarını dile getirmiştir. Bunun yanı sıra sürücülerin %23,8'i İSPARK otopark alanlarını kısmen pahalı bulduklarını, %59'u ise pahalı bulduklarını belirtmiştir.

Ankete katılan sürücülerin %45,8'lik bir kısmının otopark yeri için başka sürücüler ile tartışma yaşadığı, %90,2'sinin otopark yeri arama nedeniyle morallerinin olumsuz etkilendiği ve %88,1'inin otopark yeri bulmada zorlandıklarında trafikteki sakinliklerinin olumsuz etkilendiği bulgularına ulaşılmıştır. Sürücülerin %34,5'lik bir bölümü ise otopark yeri bulmada zorlanacakları zaman programları üzerinde kısmen ya da tamamen değişiklik yapabileceklerini belirtmiştir.

Kentlerin nüfuslarında yaşanan artışlar ve trafiğe çıkan taşıt sayılarındaki artışlar gelecek yıllarda da ulaşım hizmetlerine ve otopark hizmetlerine olan ihtiyacın artacağını göstermektedir. Mevcut durumda otopark hizmetlerini sunmakta zorlanan kentlere, ilerleyen yıllarda yenilerinin de eklenebileceğini söylemek yerinde olacaktır. Belediye İktisadi Teşebbüs'ü olarak İSPARK'ın diğer şehirlere de otopark hizmetlerinin yürütülmesine katkı sağlamaya devam edeceğini söylemek mümkündür. Belediye şirketi olarak bu modelin gösterdiği başarı diğer yerel yönetimlerinde belediye şirketleri kurmalarında teşvik edici bir rol oynayacaktır.

KAYNAKÇA

- AKINTOYE, A., 2009, PPPS for Physical Infrastructure in Developing Countries, Akintola Akintoye ve Matthias Beck (Ed.), *Policy, Finance and Management For Public-Private Partnerships*, Singapore: Wiley-Blackwell, 123-144.
- BULL, B. ve MCNEILL, D., 2007, *Development Issues in Global Governanace: Public-Private Parnerships and Market Multilateralism*, Oxon: Routledge.
- CANPOLAT, H., 2010, Türkiye’de Son Dönem Yerel Yönetim Reformlarının Yeni Kamu İşletmeciliği ve Küreselleşme Bağlamında Değerlendirilmesi, Nihat Falay ve Diğerleri (Ed.), *Türkiye’de Yerel Yönetimlerin Sorunları Ve Geleceği*, 2. Baskı, Ankara: Seçkin, 27-62.
- EATON, D. ve AKBIYIKLI, R., 2009, Innovation in PPP, Akintola Akintoye ve Matthias Beck (Ed.), *Policy, Finance and Management For Public-Private Partnerships*, Singapore: Wiley-Blackwell, 303-326.
- EGM, 2013a, Sürücü Sayılarının İllere Göre Dağılımı, <http://www.trafik.gov.tr/Sayfalar/Istatistikler/aracSurucu1.aspx> (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2014).
- EGM, 2013b, Yıllara Göre Sürücülerin Cinsiyet Dağılımı, <http://www.trafik.gov.tr/Sayfalar/Istatistikler/aracsurucu2.aspx> (Erişim Tarihi: 10 Haziran 2014).
- HODGE, G. A., GREVE, C. ve BOARDMAN, A. E., 2010, Introduction: The PPP Phenomenon and Its Evaluation, Graeme A. Hodge, Carsten Greve ve Anthony E. Boardman (Ed.), *International Handbook on Public-Private Partnerships*, Cheltenham: Edward Elgar, 3-16.
- İBB, 2005, *Meclis Kararı*, <http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/Pages/MeclisKarari.aspx?KararID=11073>, (Erişim Tarihi, 12 Mayıs 2014).
- İBB, 2014, *Meclis Kararı*, <http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/Pages/MeclisKarari.aspx?KararID=28810>, (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2014).
- İSPARK, 2013, *Haber Arşivi*, <http://www.ispark.com.tr/Haberler/344/ISPARK-sistemi-yavru-vatan-Kibrisa-tasiniyor/130.aspx> (Erişim Tarihi: 1 Haziran 2014).
- İSPARK, *Hakkımızda*, <http://www.ispark.com.tr/Sayfalar/112/Kurumsal/Hakkimizda.aspx>, (Erişim Tarihi: 3 Haziran 2014).
- İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ, 2009, *Faaliyet Raporu 2008*, İstanbul.
- İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ, 2010, *Faaliyet Raporu 2009*, İstanbul.
- İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ, 2011, *Faaliyet Raporu 2010*, İstanbul.
- İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ, 2012, *Faaliyet Raporu 2011*, İstanbul.
- İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ, 2013, *Faaliyet Raporu 2012*, İstanbul.
- İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ, 2014, *Faaliyet Raporu 2013*, İstanbul.

- KHANOM, N. A., 2010, Conceptual Issues in Defining Public Private Partnerships (PPPs), *International Review of Business Research Papers*, 6 (2), 150-163.
- KODRANSKY, M. ve HERMANN, G., 2011, *Europe's Parking U-Turn: From Accommodation to Regulation*, Institute for Transportation and Development Policy (ITDP), New York.
- LINDER, S. ve ROSENAU, P. V., 2000, Mapping the Terrain of the Public-Private Policy Partnerships, Pauline Vaillancourt Rosenau (Ed.), *Public-Private Policy Partnerships*, Cambridge: MIT Press, 1-18.
- OECD, 2008, *Public-Private Partnerships: In Pursuit of Risk Sharing and Value for Money*, Paris: OECD Publishing.
- OSU, 2013, *Parking Lease University Celebrates Successes of Parking Lease, Looks to the Future*, <http://www.osu.edu/parkingproposal/> (Erişim Tarihi: 17 Mart 2014).
- ÖZDEMİR, G., 2008, Belediye İktisadi Teşebbüslerinin Özelleştirilmesi, *Sayıştay Dergisi*, 71, Ekim-Aralık, 41-74.
- POLLITT, C. ve BOUCKAERT, G., 2004, *Public Management Reform: A Comparative Analysis*, Second Edition, New York: Oxford University Press.
- REASON FOUNDATION, 2009, Annual Privatization Report, http://reason.org/files/annual_privatization_report_2009.pdf (Erişim Tarihi: 17 Mart 2014).
- REASON FOUNDATION, 2011, Annual Privatization Report, http://reason.org/files/local_annual_privatization_report_2011.pdf (Erişim Tarihi: 16 Mart 2014).
- SERCO, *Hong Kong Parking: Managing Hong Kong's Streets*, <http://www.serco-ap.com.au/our-services/our-work/hong-kong-parking/>, (Erişim Tarihi: 18 Mart 2014).
- TOKSÖZ, F., ÖZGÜR A. E. ve KOÇ, L., 2010, Küreselleşme Ve Yerelleşme Bağlamı'nda Yerel Yönetimler: Türkiye Örneği, Nihat Falay ve Diğerleri (Ed.), *Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Sorunları Ve Geleceği*, 2. Baskı, Ankara: Seçkin, 63-92.
- TÜİK, 2014, Motorlu Kara Taşıtları İstatistikleri, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1051 (Erişim Tarihi: 1 Mayıs 2014).
- TÜİK, *Haber Bülteni 15895*, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=15895> (Erişim Tarihi: 13 Mayıs 2014).
- WEINBERGER, R., KAEHNY, J. ve RUFO, Ö., 2010, *U.S. Parking Policies: An Overview of Management Strategies*, Institute for Transportation and Development Policy, New York.
- YESCOMBE, E. R., 2007, *Public-Private Partnerships Principles of Policy and Finance*, Oxford: Elsevier.