

ECONHARRAN

Harran Üniversitesi İİBF ● Altı Aylık Dergi

Cilt: 2

Sayı: 2

2018

Finansal Okuryazarlık: Ağrı Esnaf ve Sanatkârlarına Yönelik Bir Araştırma
Selami Güney – Halil Tanyıldızı

*Seçmenlerin Belediye Seçimlerinde Oy Verme Eğilimlerine
Yönelik Bir Araştırma: Mersin Büyükşehir Belediyesi Örneği*
Mehmet Miman – Betül Taştan Miman

*Hizmet Kalitesi Algısı ile Memnuniyet Düzeyi Arasındaki İlişki:
Harran Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama*
Ferit Küçük – Baran Arslan – Erkan Nur

*Demografik Faktörler Bağlamında Anlık
Satın Alma Davranışındaki Farklılıklar*
Baran Arslan

Kamu Ekonomisi ve Dışsallıkların İçselleştirilmesi
Mahmut İnan

Analiz
Suriye'de İç Savaş ve Çevresel Güvenlik Boyutu
Mithat Arman Karasu

Aşiret Modernleşmesi mi? Yeniden Aşiretleşme mi?
Mahmut Kaya

ISSN: 2587-179X

ECONHARRAN

Altı Aylık Dergi Cilt 2 Sayı 2 2018

Harran Üniversitesi İİBF Yayın Organıdır

ECONHARRAN

Harran Üniversitesi İİBF Dergisi

Sahibi

Harran Üniversitesi İİBF adına
Prof. Dr. Esra **Sivrekli**

Editörler

Dr. Öğr. Üyesi Hatice **Aztimur** - Dr. Öğr. Üyesi A. Vahap **Uluç**

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Abdullah **Çelik** Harran Üniversitesi
Prof. Dr. Murat **Demir** Harran Üniversitesi
Prof. Dr. Nihat **Falay** Emekli Öğretim Üyesi
Prof. Dr. Sibel **Kalaycıoğlu** ODTÜ
Prof. Dr. Ferit **Küçük** Harran Üniversitesi
Prof. Dr. Derman **Küçükaltan** Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa **Pirili** Emekli Öğretim Üyesi
Prof. Dr. Kamil **Tügen** Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Ramazan **Akbulut** Harran Üniversitesi
Doç. Dr. Nedim **Bayuk** Harran Üniversitesi
Doç. Dr. Nihat **Gültekin** Harran Üniversitesi
Doç. Dr. Mithat Arman **Karasu** Harran Üniversitesi
Doç. Dr. Yılmaz **Kılıçarslan** Anadolu Üniversitesi

Hakem Heyeti

Prof. Dr. Tekin **Akdemir** Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Prof. Dr. Müfit **Akyüz** Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet **Karakaş** Yalova Üniversitesi
Prof. Dr. Müslüme **Narin** Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Arif **Özsağır** Gaziantep Üniversitesi
Prof. Dr. Sadettin **Paksoy** 7 Aralık Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa **Paksoy** 7 Aralık Üniversitesi
Prof. Dr. Erşan **Sever** Aksaray Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin **Şen** Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Prof. Dr. Ayça **Şimşek** Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan **Yetkiner** İzmir Ekonomi Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal **Yıldırım** Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Seyfettin **Aslan** Dicle Üniversitesi
Doç. Dr. Bilsen **Bilgili** Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet **Çhangir** Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Doç. Dr. Yılmaz **Demirhan** Dicle Üniversitesi
Doç. Dr. Gülten **Dursun** Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Soner **Karagül** Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Meneviş **Uzbay Pirili** Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Erkan **Tokucu** Kars Kafkas Üniversitesi
Doç. Dr. Dursun **Yener** Medeniyet Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz **Yıldırım** Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Baran **Arslan** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özgün **Biçer** Marmara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe **Cebeci** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet **Çakır** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sidar **Çınar** Mardin Artuklu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ömer Faruk **Demirkol** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aylin **Doğan** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tolga **Dursun** Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hamza **Erdogdu** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mahmut **İnan** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Oğuz **Kaan** Kırklareli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Kasım **Kaya** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Levent **Kaya** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet **Kayan** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Begüm **Kösem** Marmara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nihat **Küçük** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet **Küçükkaya** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tahir **Öğüt** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Abdullah **Taştekin** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet **Terzioğlu** Harran Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Hasan **Türkal** Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Volkan **Yakın** Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Abdunnur **Yıldız** Fırat Üniversitesi

Yayın Kurulu Sekreterleri

Arş. Gör. Ali Burak **Aksungur**
Arş. Gör. Sezer **Belliler**
Arş. Gör. Ömer Faruk **Bilbay**
Arş. Gör. İ. Yeşim **Diñcel**
Arş. Gör. Ebru **Bilgin**
Arş. Gör. Emrah **Kıratoglu**
Arş. Gör. Erkan **Nur**

Harran Üniversitesi İİBF Osmanbey Kampüsü
Mardin Yolu 22. Km. Şanlıurfa
04143181078 - 04143181438 (Editörler)
econharran@gmail.com

Yayınlandığı andan itibaren hakemli bir dergi olan Econharran Dergisi, Harran Üniversitesi İİBF tarafından Ocak ve Temmuz aylarında olmak üzere yılda iki kere yayınlanır.

Dergide yer alan yazılardaki görüşler, yazarlara ait olup kaynak belirtilmek suretiyle alıntılanabilir.

Yayınlanması istenen yazılar, dergi yazım kurallarına uygun hazırlanmalı ve www.dergipark.gov.tr/econharran adresinden yüklenmelidir.

İçindekiler

Editörün Notu

Finansal Okuryazarlık: Ağrı Esnaf Ve Sanatkârlarına Yönelik Bir Araştırma 1
Selami Güney-Halil Tanyıldızı

*Seçmenlerin Belediye Seçimlerinde Oy Verme Eğilimlerine Yönelik Bir
Araştırma: Mersin Büyükşehir Belediyesi Örneği 22*
Mehmet Miman-Betül Taştan Miman

*Hizmet Kalitesi Algısı İle Memnuniyet Düzeyi Arasındaki İlişki: Harran
Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama 40*
Ferit Küçük-Baran Arslan-Erkan Nur

*Demografik Faktörler Bağlamında Anlık Satın Alma Davranışındaki
Farklılıklar 57*
Baran Arslan

Kamu Ekonomisi Ve Dışsallıkların İçselleştirilmesi 76
Mahmut İnan

Analiz

Suriye'de İç Savaş Ve Çevresel Güvenlik Boyutu 108
Mithat Arman Karasu

Aşiret Modernleşmesi Mi, Yeniden Aşiretleşme Mi? 124
Mahmut Kaya

EDİTÖRÜN NOTU

Akademiya, bilimin nesnel ölçütleri içinde, yaşadığımız dünyanın bilinmeyen “şeyleri”nin gerçekliğine ulaşma çabası ise; akademik dergi, bu gerçekliğin bilim dünyası ile paylaşıldığı temerküz etmiş halidir. Bilim dünyasının bu gerçeklik çabasında kat ettiği devasa yolculukta, yola döşenen taşlardan biri olma umudu ve heyecanı ile çıktığımız bu yolculukta şimdi ikinci duraktayız. Dergimizi, ilk sayısından sonra şimdi ikinci sayısında, akademik birikimlerin disiplinler arası bir perspektif ile aktarıldığı makalelerle bilim camiasına ulaştırmanın heyecanını paylaşıyoruz.

Yazı/Danışma Kurulumuzun ve bu sayıda hakemlik yapan değerli akademisyenlerin özenli çalışmaları sonucu sizlere dergimizin ikinci sayısında 5 adet makale ve 2 adet analiz yazısı sunuyoruz.

Bu sayımızda;

Doç. Dr. Selami Güney ve Öğr. Gör. Halil Tanyıldızı “Finansal Okuryazarlık: Ağrı Esnaf ve Sanatkarlarına Yönelik Bir Araştırma” başlıklı makalede, kişilerin doğru finansal araçlara yönelme çerçevesinde daha etkin ve verimli karar alabilmeleri için sahip olmaları gereken finansal bilginin öneminden hareketle ağrı ilinde faaliyet gösteren küçük işletmelere uyguladıkları anket tekniği ile söz konusu grubun finansal bilgilerini ölçmeye yoğunlaşmışlardır.

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Miman ve Betül Taştan Miman “Seçmenlerin Belediye Seçimlerinde Oy Verme Eğilimlerine Yönelik Bir Araştırma: Mersin Büyükşehir Belediyesi Örneği” isimli makalelerinde, Mersin Büyükşehir Belediyesi örneğinde seçmenlerin belediye seçimlerinde hangi saiklerle oy verme davranışında bulduklarını ve seçmenlerin demografik özelliklerinin tercihleri ne yönde etkilediğini araştırmakta, bu yönde ulaştıkları verileri analiz etmektedirler.

Prof. Dr. Ferit Küçük, Dr. Öğr. Üyesi Baran Arslan ve Arş. Gör. Erkan Nur “Hizmet Kalitesi Algısı İle Memnuniyet Düzeyi Arasındaki İlişki: Harran Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama” isimli makalelerinde, Harran Üniversitesi öğrencilerinin eğitim gördükleri üniversiteden aldıkları hizmetlere yönelik kalite algısı ile memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamışlar ve çalışmanın sonucunda orta düzeyde bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir.

Dr. Öğr. Üyesi Baran Arslan “Demografik Faktörler Bağlamında Anlık Satın Alma Davranışındaki Farklılıklar” isimli makalesinde, İstanbul ve Şanlıurfa illerinde faaliyet gösteren hazır giyim mağazaları üzerinden tüketicilerin demografik özellikleri açısından anlık satın alma davranışlarındaki farklılıkları incelemektedir. Araştırmada sahada toplanan verilerden demografik faktörlerin tercihlerin anlık satın alma davranışlarında bir farklılık yaratmadığı sonucuna varılmıştır.

Dr. Öğr. Üyesi Mahmut İnan, “Kamu Ekonomisi ve Dışsallıkların İçselleştirilmesi” başlıklı makalesinde, üretim veya tüketim faaliyeti sonucunda ortaya çıkan faydaların devamının sağlanması ve olumsuzlukların giderilmesi olan dışsallıkların içselleştirilmesi konusunu, piyasa koşulları ve özellikle de kamu müdahaleleri çerçevesinde incelemiştir.

Doç. Dr. Mithat Arman Karasu “Suriye’de İç Savaş ve Çevresel Güvenlik Boyutu” isimli yazısında, Suriye’de devam eden iç savaşın çevresel güvenlik bağlamında değerlendirmektedir. Yazar, Suriye’deki savaşın asıl nedeninin - siyasi nedenleri bir yana - artan genç nüfus, kıt doğal kaynaklar, uzun süren kıtlık vb. gibi çevresel faktörler olduğu konusu üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Dr. Öğr. Üyesi Mahmut Kaya “Aşiret Modernleşmesi Mi, Yeniden Aşiretleşme Mi?” başlıklı analiz yazısında, modernleşme kavramını tartışmakta, Şanlıurfa’da kurulmuş Aile ve Aşiret Dernekleri bağlamında klasik modernleşme kuramının geleneksel toplumlardaki toplumsal kurumların işleyişini açıklamada yetersiz kaldığına vurgu yapmakta ve buradan hareketle çoklu-modernlikler üzerinden “aşiret modernleşmesi”ni analiz etmektedir.

İçten saygılarımızla.

Editörler

FİNANSAL OKURYAZARLIK: AĞRI ESNAF VE SANATKÂRLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA FINANCIAL LITERACY: A CASE STUDY OF AGRICULTURE BUSINESS OWNER

Selami GÜNEY*

Halil TANYILDIZI**

Öz

Günümüzde ana akım iktisat anlayışı kapsamında şekillenen marjinalist davranışların rasyonelliği, bireylerin, fayda maksimizasyonu çerçevesinde bir takım finansal kararlar almasını gerektirmektedir. Bu kararlar verilirken kuşkusuz finansal bilgi ön plana çıkmaktadır. Kişilerin, doğru finansal araçlara yönelme anlamında, daha etkin karar verebilmeleri finansal bilginin hem mikro hem de makro anlamda önemini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, söz konusu finansal bilginin ölçülmesine yönelik olarak, Ağrı ilimizde faaliyet gösteren küçük işletmelere bir anket uygulanmıştır. Çalışmada 66 kişilik bir örneklem kullanılmıştır. Çalışma sonrasında katılımcıların temel düzeyde finansal okuryazar oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Okuryazarlık, Finansal Eğitim, Finansal Bilgi, Ağrı.

Abstract

The rationality of marginalized behavior, which is shaped in the context of main stream economics today, requires individuals to make a number of financial decisions within the framework of maximizing utility. The ability of people to make more effective decisions in the sense of turning to the right financial instruments reveals the importance of financial information in both micro and macro sense. In this study, to measure the financial information, a questionnaire was applied to small businesses operating in the province of Ağrı. A sample of 66 people was used in the study. At the end of the study, the participants reached the main level of financial literacy.

Keywords: Financial Literacy, Financial Education, Financial Information, Ağrı

GİRİŞ

Bir düzen ve amaç çerçevesinde hareket eden parçaların oluşturduğu bütün olarak tarif edebileceğimiz sistem, içinde yaşadığımız ekonomik ortamın

> Makale Gönderim Tarihi: 13 Ocak 2018

* Doç. Dr. Erzincan Üniversitesi, İİBF/işletme, slmguney@hotmail.com

** Öğr. Gör., Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, htanyildizi@agri.edu.tr

tanımını yapabilmek için kuşkusuz iyi bir model imkânı sunmaktadır. Fon arz edenlerin ve fon talep edenlerin bulunduğu finansal sistemi bu genel ekonomik yapının alt bir sistemi olarak kabul edebiliriz. Bu minvalde, sistemin fon arz eden ya da fon talep eden tarafında yer alanların, etkin ve doğru kararlar ile hareket etmeleri sistemin bütünü için çok büyük öneme sahiptir. Birey için, bir ev sahibi olmak, araba sahibi olmak daha genel bir ifade ile yüksek refah düzeyi taleplerinin bir yüzü, devamlı olarak finans, finansman kavramlarına bakmaktadır. Çünkü ihtiyaçların karşılanabilmesi bir kaynak ile mümkün olmaktadır. Bu kaynakların temini noktasında yapılacak bir yanlış, telafisi zor birtakım problemlere yol açabilmektedir. Diğer bir açıdan ise tasarruflarını değerlendirmek isteyen bireylerin birikimlerini ziyana uğratmayacak finansal araçlara yatırım yapmaları hayati bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, finansal okuryazarlık kavramı, finansal karar almak durumunda olanların finansal eğitimini ön plana çıkaran, finansal bilgiyi odak noktasına koyan bir çatı kavram olarak ortaya çıkmaktadır. ACCA (Tescilli Ruhsatlı Muhasebeciler Birliği) 2014 raporunda bu durum, “gelişmiş ülkelerde artan hane halkı yükümlülükleri, az seviyede olan emeklilik yatırımları ve karmaşıklaşan finansal ürünler, finansal eğitimi zorunlu kılmaktadır” şeklinde ifade edilmektedir (ACCA,2014).

Gerçekten de kişilerin borçlanma durumlarından, yatırım kararlarından sağlık harcamalarından, emekliliğe kadar geniş bir yelpazede etkisi bulunan finansal okuryazarlık, adeta bir ‘ekonomik know-how’ görünümü ortaya koymaktadır.

Bu ‘ekonomik know-how’ın, büyük işletmelere danışman kuruluşların ya da işletme bünyesinde yer alan finans departmanlarının uzmanlık hizmeti vermekte oldukları düşünülürse daha çok bireyi merkeze alan bir niteliğe sahip olduğunu söyleyebiliriz. Bu bireysel dairenin içerisine, pekâlâ, hane halkları ile birlikte kişisel gayretleri ile ayakta kalmaya çalışan esnaf sanatkârlar ve küçük işletmeler de dâhil edilebilir. Çünkü ekonomik hayatın içerisinde, işveren paydasının neredeyse %95’ini oluşturan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin yatırım ve borçlanma durumlarının, sistemin selameti için taşıdığı önem ortadadır.

Yukarıda sunulmaya çalışılan zemin üzerinde yürüttüğümüz çalışmamızda, Ağrı ilindeki mikro işletme sahiplerinin finansal okuryazarlık düzeyini tespit etmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, kuramsal ve kavramsal olarak oluşturulan çerçeve içerisinde, finansal okuryazarlığın bazı ülkeler ile ülkemizdeki durumu hakkında bilgiler paylaşılmıştır. Ağrı ilimizin sosyo-ekonomik bir tanıtımına da yer veren çalışmamız, Ağrı ilimizin Merkez ilçesinde yürüttüğümüz anket uygulaması sonuçlarının işlendiği son bölüm ile tamamlanmaktadır.

1. Kuramsal Çerçeve

Finansal sistem ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin ilgi görmeye başlaması ilk defa Schumpeter ile olmuştur (Ağır ve Diğ, 2009). Schumpeter(1912); “işleyen bir finansal sistemin, üretimin etkinliğini ve verimliliğini finansman temini sağlayarak olumlu anlamda etkileyebileceğini” söylemektedir. Gelişmiş bir finansal yapının, transformasyon (dönüştürme)özelliği ile tasarruf sahipleri ile kaynak ihtiyacı olanlar arasındaki miktar ve vade uyumsuzluğunu gidermesi, her iki tarafın ilişkilerinin kolaylaşmasını sağlamaktadır (Gurley ve Shaw’dan aktaran, Ağır ve Diğ.,2009). Buradan hareketle, gelişmiş bir finansal sistem ile ekonomik kalkınma arasındaki etkileşimin doğru yönlü olduğu öne sürülmektedir. Literatürde, arz öncüllü olarak sınıflandırılan bu hipotez, ilerlemiş bir finansal sistemin ekonomik kalkınmayı artırdığını öne sürerken, talep takipli hipotezin ise ilişkinin seyrinin, ekonomik büyümeden finansal gelişmeye doğru olduğu yönünde bir iddiası vardır (Aslan ve Küçüksoy,2006). Ancak, finansal mimarinin, yeni teknolojilerin revaç görmesi ve sermaye birikiminin oluşabilmesi için kaynak temininde bulunma işlevi üstlenmesinden dolayı, ekonomik büyüme sürecinde önemli bir unsur olduğu ortadadır (Aslan ve Küçüksoy,2006). Ekonomik büyüme hedefine ulaşmak için, ekonomi politikalarını, özellikle 1980’lerden sonra serbest dış ticaret ve sermayenin teknoloji marifetiyle kazandığı akışkanlık üzerine bina eden ülkeler, finansal sistemin önemini her defasında daha çok anlamalarına neden olan acı tecrübeler ile yüz yüze kalmışlardır. Bu krizleri, kucağında büyüten bankalar ile müşterileri arasında ‘vekillik problemi’ nin dayandığı asimetrik bilgi, bankaların

müşterilerinin kaynaklarıyla aşırı risk almaları sonucunu doğurabilmekte ve yönetilemez noktalara savrulabilmektedir (NcubeveSenbet'den aktaran, Ağır ve Diğ.,2009). Bu bağlamda, duygusal açlık içerisindeki kitlelerin finans kuruluşlarının kredi kartı ve kredi pazarlama politikaları karşısında, savunmasız kaldığını söylemek mümkündür. 2008 yılında eşik-altı (sub-prime) mortgage kredilerinin menkul kıymetleştirilmesi nedeniyle sistemin sürüklendiği finansal krizin dünya genelinde reel piyasalarda oluşturduğu zararın bıraktığı mirasta, finansal kuruluşların dizginlenmesi gereken bu risk iştahının da payını görmek gerekmektedir.

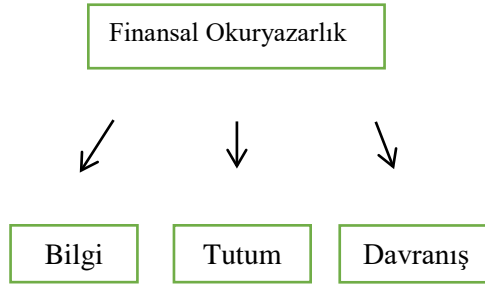
Bu açıdan bakıldığında, ekonomik kalkınma yolunda vazgeçilemeyen bir araç olan finansal sistemin zayıf taraflarını tahkim etme anlamında ekonomik aktörlerin basiret sahibi olmalarını sağlamaya yönelik çalışmalar daha bir anlam kazanmaktadır. Finansal okuryazarlık, doğru ve verimli finansal karar verme kabiliyeti kazanmış ekonomik aktörler ile gözetleme ve denetleme mekanizmalarını adeta tabana yayan bir içerik kazanmaktadır. 2014 yılında yayımlanan bir genelgede; gerek erişim düzeyi açısından, gerek duyarlı ürün kullanımı açısından tüketicilerin bilinçlenmesi, ayrıca hatalı uygulamalardan muhafaza edilmeleri finansal piyasaların refah kaybına neden olmadan gelişebilmesi amacı için çok önemlidir denilerek, bu amaca yönelik, bir takım ön hazırlıkların başarılı olabilmesinin ise tüm tarafların katkılarını gerektirdiğine işaret edilmektedir (5 Haziran 2014,Resmî Gazete Sayı: 2902). Bu genelgenin yansıması olan uygulamalara, Uluslararası Finansal Eğitim Ağı (INFE) ve OECD tarafından hazırlanan ve G20 ülkelerine ilaveten 100'ü aşkın ülke tarafından kabul edilen 'Finansal Eğitim Ulusal Stratejisi Üst Düzey İlkeleri' örnek olarak gösterilebilir (TCMB,2014). Bu ilkelerin, ekonomi aktörlerinden zayıf halka diyebileceğimiz bireylerin ve küçük işletmelerin finansal eğitimi üzerine odaklanmış gözüktüğünü söyleyebiliriz.

Kuramsal olarak sunduğumuz bu çerçevede içerisinde ekonomik kalkınmayı sağlayabilmenin doğru finansal kararlar verilebilmesine, doğru finansal kararlarında bir finansal eğitime bağlı olduğu sonucuna ulaşabiliriz. Ancak, unutulmaması gereken bir nokta vardır. Finansal bir karardan bahsedebilmek

için öncelikle bir finansal erişimin mevcut olması gerekmektedir. Finansal erişimin, yukarıda bahsedilen bütün gerekliliklerin yüzünü ve yönünü çevirdiği ekonomik kalkınma hedefinde taşıdığı öncelikli önem, ortadadır. Bilhassa gelişmekte olan ülkeler için, finansal sistemin teorideki olumlu katkısının somutlaşıp uygulamaya yansımaları ancak finansal erişim ile mümkün olabilecektir.

Finansal erişimin açtığı pencere ile görünür olan finansal okuryazarlığın sac ayaklarını oluşturan; finansal tutum, finansal davranış ve finansal bilgi unsurlarına ilaveten finansal eğitimin de yer aldığı, konu ile ilgili kavramların tanımına, aşağıda yer verilerek bir kavramsal çerçeve oluşturulmaya çalışılmıştır (Şekil 1).

Şekil 1. Finansal Okuryazarlık

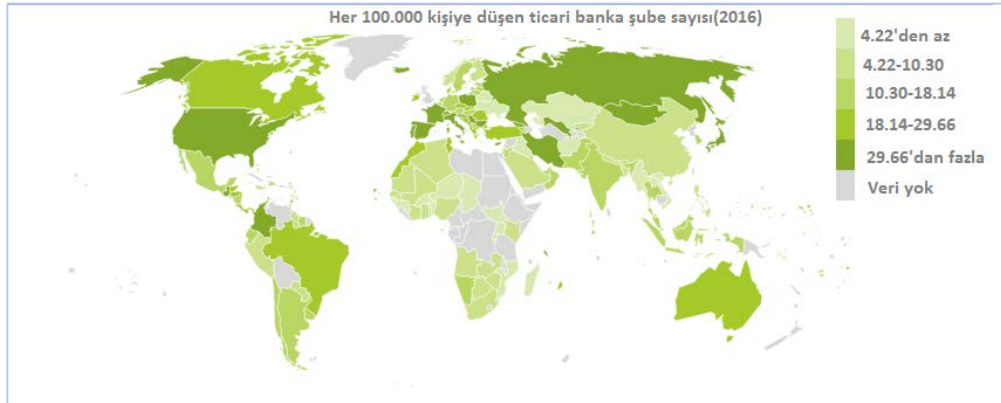


Kaynak: TEB, 2015

Finansal erişimin tanımını en kapsayıcı olarak ‘finansal ürünlerin kullanımı söz konusu olduğunda, tüketicilerin, ürünlerin aşırı pahalılığı gibi veya fiyat haricinde birtakım engeller ile yüzleşmek zorunda kalmamaları’ şeklinde yapabiliriz. Finansal erişimin oranı ise, bir finansal kuruluştaki (bono, kredi kartı, mevduat, vs.) herhangi bir hesabı olan bireylerin toplam nüfusa bölünmesi ile hesaplanmaktadır (TCMB,2011). Bu doğrultuda, Şekil2.’de sunulan görsel üzerinden konu ile ilgili bir okuma yapacak olursak; dünya ölçeğinde bireylerin finansal ürünlere erişimi bilhassa belli alanlarda hayli sınırlı gözükmektedir. Her 100.000 kişiye düşen ticari banka şube sayısının 4 adetle sınırlı olduğu ülkeler mevcuttur. Ekonomik kalkınma ile finansal gelişmenin birbirlerinin adımlarını takip ettiği düşünülürse, erişimi düşük ülkelerin bu engeli aşmaları büyük önem arz etmektedir. Türkiye, görselde finansal erişimi düşük en alt üç

grubun üstünde yer almaktadır. Bir açıdan ülkemiz için olumsuz olarak değerlendirilebilecek bu durum, başka bir açıdan taşıdığı potansiyel nedeniyle bir fırsat olarak da görülebilir. Söz konusu fırsatın kullanılmasının sağlayacağı faydayı, bir akademik çalışmanın ulaştığı şu sonuç üzerinden okuyabiliriz: Hindistan'ın köy ve kasabalarında, finansal erişimin yüzde 1 artırılması sonucunda fakirliğin yüzde 0.34 azaldığı görülmüştür (TCMB,2014). Bu açıdan bakıldığında, finansal sistemin gelişmesi, finansal hizmetlerin sınırlarını genişletmekte, rekabet imkânlarını eş seviyelere getirmekte, ekonomiye taze, dinç ve atik girişimciler kazandırmaktadır. Daha zinde ve taze girişimler ile ortaya çıkacak olan rekabetin, ağır aksak işletmelerin verimsizliğini bertaraf etmesi, finansal erişimin önemini ortaya koymaktadır (Rajan ve Zingales'den aktaran, Ağır ve Diğ.,2009). Birçok OECD ülkesine bakıldığında, banka şubelerine erişim düzeylerinin her 100.000 kişi için 29 şubeden fazla olduğu görülmektedir. Türkiye açısından bakıldığında, bütün dünya ortalamasının üzerinde olan erişim seviyesi, gelişmiş ülkelerin ve AB düzeyinin ise hayli altındadır. Bu durum Türkiye'nin bu alanda yürüyecek yolunun daha çok olduğunu ortaya koymaktadır (TCMB,2011).

Şekil 2. Dünyada Finansal Hizmetlere Erişim



Kaynak: IMF,2016

Finansal eğitim, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Teşkilatı (OECD) tarafından şu şekilde tanımlanmıştır:

‘Finansal tüketicilerin ve yatırımcıların, finansal ürünler ile ilgili anlayışlarının geliştirildiği bir süreçtir. Bu süreç; bilgiyi, yönlendirmeleri ve

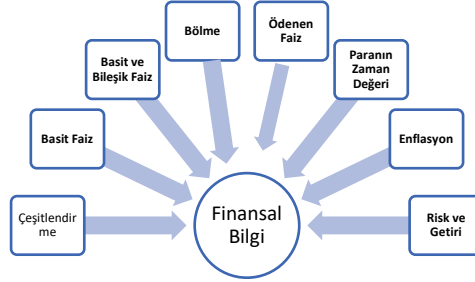
objektif tavsiyeleri kullanarak, finansal risklerin ya da fırsatların farkına vararak iyi bir seçim yapmayı sağlayacak bir içeriğe sahiptir' (Annamaria Lusardiand Olivia S. Mitchell,2006).

Finansal okuryazarlık için ise en kapsayıcı tanım yine OECD tarafından; 'Tercihle bulunabilmeyi sağlayacak kadar bir farkındalığın, bilgi, tutum ve davranışların ve yeteneklerin birleşimi ile başarılı finansal karar verebilmektir' şeklinde tanımlanmaktadır. Ayrıca, finansal okuryazarlık, bilgi merkezli kararlar alan bireylerin finansal şartlarını yönetebilme becerileri olarak da tanımlanabilir (Alkaya ve Yağlı,2015). Yapılan tanımlamalara ilave olarak bu terimin üzerine yüklenen anlamlarda kayda değerdir. Şöyle ki, finansal okuryazarlığın öncelikli etki alanını, tasarruflar ve borç yükümlülükleri oluşturmaktadır. Finansal okuryazarlığın tasarrufu artıracığı ve borç yükümlülüklerine refah yaratacak bir içerik kazandıracağı beklenmektedir.

Finansal bilgi ise, finansal okuryazarlığın önemli öğelerinden biridir. Öyle ki bu bilgi, edinilmesi, birtakım çalışmalar gerektiren-ekonomi haberlerini ve finansal çevreyi takip etmek gibi- uygun finansal kararlar vermeyi olanaklı kılan bir niteliğe sahiptir (OECD,2017).

OECD bünyesinde, finansal eğitim alanında kurulmuş olan INFE (Finansal Eğitime Yönelik Uluslararası İşbirliği) tarafından finansal kavramların bilinirliğini ölçen bir anket hazırlanmıştır. Bu anket ile 4 kıtada 15 ülke üzerinde çalışmalar yürütülmüş ve sonuçlar paylaşılmıştır. Bu 15 ülke, Macaristan, Estonya, Almanya, İrlanda, Çek Cumhuriyeti, İngiltere, Malezya, Polonya, İngiliz Virgin Adaları, Ermenistan, Arnavutluk, Peru, Norveç, Arnavutluk ve Güney Afrika' dan oluşmaktadır. Ülkemizin yer almadığı çalışmaya, Sosyal ve Beşeri Alanlarda Stratejik Araştırma Proje Desteği bünyesinde Boğaziçi Üniversitesi aracılığı ile yürütülen bir çalışma ile Türkiye verileri de eklenerek bir karşılaştırma imkânı sağlanmıştır. Bu ankette, finansal bilgiyi ölçmeye yönelik 8 adet soru sorulmuştur (Şekil 3).

Şekil 3. Finansal Bilgi Ölçme Soru Alanları



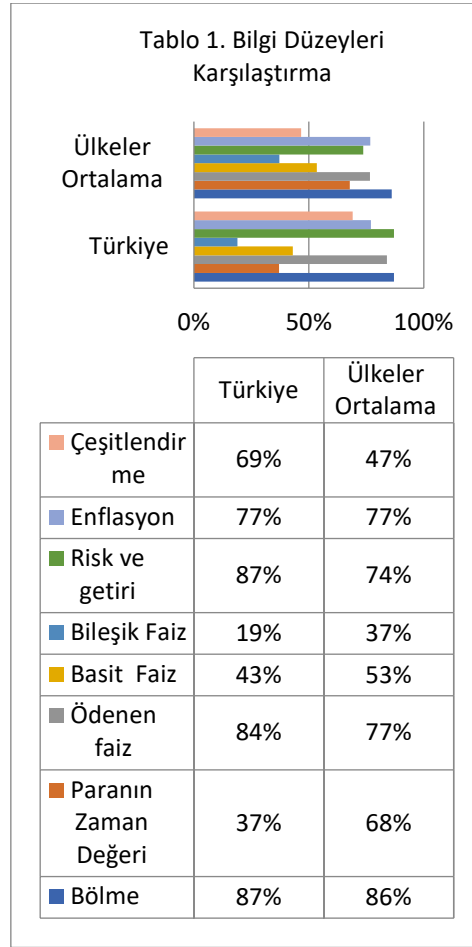
Bu sorulara verilen cevapların doğruluğu üzerinden ulaşılan sonuca göre, ülkelerin çeşitlendirme ve bileşik faiz hesaplamaları haricinde finansal bilgilerinin hemen hemen %50 üzerinde olduğu belirlenmiştir. Ülkemizin, paranın zaman değeri konusunda diğer ülkelere nazaran geri kaldığı çalışmanın gösterdiği diğer bir sonuçtur (TEB,2015), (Tablo1).

Finansal tutum/davranış ise, OECD/INFE'nin finansal okuryazarlık tanımında yerini bulan şekliyle, kişiler gereksinimlerini karşılayabilecek bilgiye sahipler ise finansal karar alabilmek için, kararlarının üzerinde tutum ve davranışların tesiri söz konusu olacaktır. Örneğin, ilerde yatırımlarının değerini korumayacağı yönünde kanaati olanların, birikim yapmaktan kaçınması beklenecektir (TEB,2015).

Yine aynı çalışmada, 'Para harcamak içindir', 'Uzun vadede harcamayı yatırım yapmaya tercih ederim' ve 'Bugün için yaşar, yarı için hiç endişelenmem' ifadelerine katılımcıların itiraz edip etmedikleri tespit edilerek, finansal tutum değerlendirmesi yapılmıştır. Bunun sonucuna göre; Arnavutlar ve Perulu katılımcıların hemen hemen yarısı (%45) "Para Harcamak İçindir." ifadesine karşı çıkmışlardır. Bu soru katılımcıların para açısından ne kadar tutucu bakış açılarının olduğunu göstermektedir. Tam aksine, Ermenilerin yalnız %2'si ve Polonyalıların %12'si bu ifadeye karşı çıkmışlardır (TEB,2015).

Yine aynı çalışmadan hareketle, davranış biçimleri ile ilgili, ülkeler arasında gösterilen davranışlarda farklılıklar gözlemlendiğini söyleyebiliriz.

Son iki yılda çok az katılımcı finansal ürün tercihi için öneri almış veya bağımsız bilgiye müracaat etmiş ve araştırmıştır (en fazla öneri alan katılımcılar %16 gibi düşük bir oranla İngilizlerdir). Ülkemiz için ise bu oran %41'dir (TEB,2015).



Kaynak: TEB,2017

2. Ağrı

Ağrı ilinin nüfusu, Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi 2010 Nüfus Sayımı sonuçlarına göre 542.022'dir. Nüfusun 275.785'i şehirlerde ikamet ederken, 266.237'si belde ve köylerde yaşamaktadır. Şehirde yaşayanların oranı % 51, köyde yaşayanların oranı % 49'dur. Yine aynı nüfus sayımı sonucuna bakılırsa, il merkezinde nüfus 99 .336, ilin nüfus yoğunluğu ise km²başına 47 kişidir. Nüfus bakımından en büyük ilçeler Merkez, Patnos ve Doğubayazıt'tır. Yüzölçümü açısından en büyük ilçesi Doğubayazıt, nüfus bakımından en küçük ilçesi Hamur, yüzölçümü bakımından en küçük ilçesi Taşlıçay'dır.

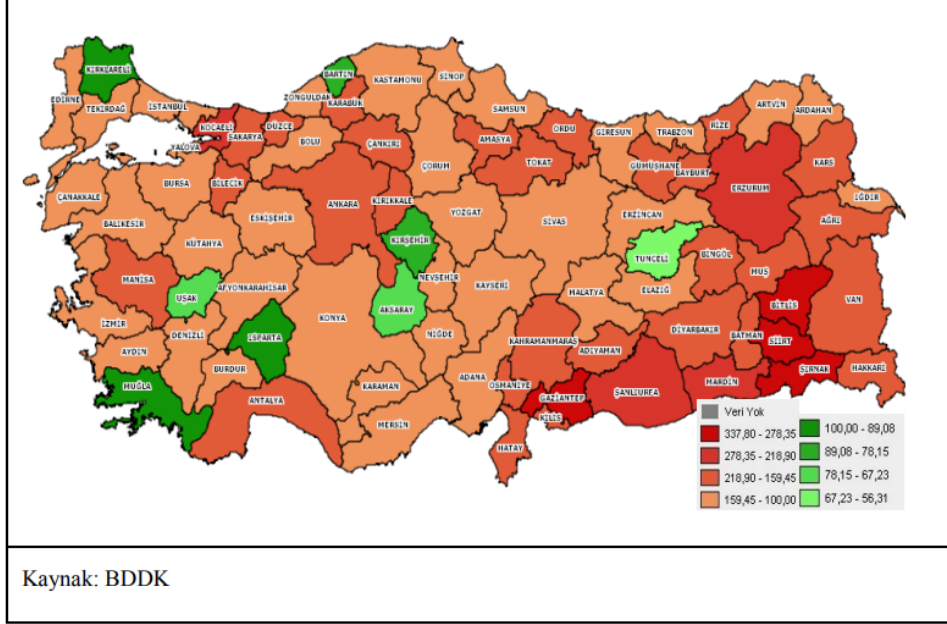
Ağrı ili; yıllık nüfus artış hızı, şehirleşme oranı, kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasıla ve sanayi kolunda çalışanların toplam istihdama oranı bakımından Türkiye ortalamalarının altındadır. Tarım sektöründe çalışanların toplam istihdama katkısı, Türkiye ortalamasının üzerindedir.

Ağrı'da halkın geçimi, çoğunlukla tarım ve hayvancılığa dayalıdır. İran ile sınır komşusu olması ve Gürbulak sınır kapısı ile Doğubayazıt'ta ticaret gelişmiştir. Türkiye'nin en yüksek dağı olan Ağrı, dağcılık ve dağ turizmi açısından önemli bir merkezdir (TUİK,2010).

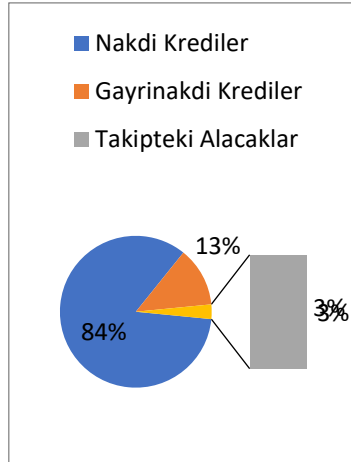
Tablo 2'de yer alan görsel üzerinden bir okuma yapılacak olursa, bankacılık verileri açısından, Ağrı ilinde mevduatın krediyi karşılama oranı Türkiye ortalamasının çok altındadır (BDDK).

Fin-Türk tarafından yayımlanan 2017 3. çeyrek sonrası döneme ait, nakdi kredi verilerine bakıldığında 85 milyona yakın bir takip miktarı olduğu ve bu miktarın toplam kredilere oranının %3 olduğu görülmektedir (Tablo 3). Tablo 4'te ise konut kredi tutarının 2/3'ü kadar kredi kartı riski olduğu görülmektedir (FİNTÜRK,2017)

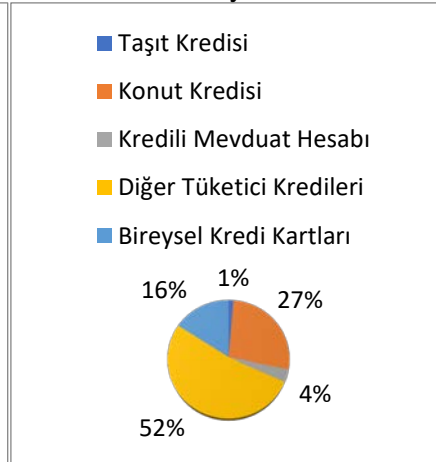
Tablo 2. Toplam Nakdi Kredi / Toplam Tasarruf Mevduatı (%)



Tablo 3. Ticari Krediler



Tablo4. Bireysel Krediler



Kaynak: FİNTÜRK

3. Anket Çalışması ve Analizi

Bu çalışmada Ağrı ili Merkez ilçesinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların finansal okuryazarlık düzeyini ölçmek için anket uygulaması yapılmıştır. Anket literatürde kullanılan soruları içermektedir. Söz konusu anket bir tez çalışmasından alınmış olup tez sahibi Ayşegül Kaya'dan izin alınmıştır. Ağrı ili Esnaf ve Sanatkârlar Odası'ndan alınan bilgiye göre odaya kayıtlı 1600 üye

vardır. Bu üyelerden 66 üyeye ulaşılmış ve anketler bırakılarak geri dönüşü sağlanmıştır.

Anketin 16 sorusunun güvenilirliği %71 olarak ölçülmüştür.

Tablo 5. Güvenilirlik İstatistikleri

Cronbach's Alpha	N of Items
0,718	16

Araştırmaya katılan 66 üyenin demografik yapısı, aşağıda yer aldığı gibi %92,1 erkeklerden, %5,3 kadınlardan oluşmaktadır (Tablo 6).

Tablo 6. Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyetiniz	Frekans	Yüzde
Erkek	62	93,9
Kadın	2	3,0
Toplam	64	97,0
Cevap Vermeyen	2	3,0
Toplam	66	100,0

Araştırmaya katılan 66 kişinin eğitim durumlarına bakıldığı zaman ise %34,8'inin lise mezunu olduğu gözükmemektedir (Tablo 7).

Tablo 7. Eğitim Durumu Dağılımı

Eğitiminiz	Frekans	Yüzde
İlkokul	8	12,1
Ortaokul	10	15,2
Lise	23	34,8
Önlisans	7	10,6
Lisans	16	24,2
Lisans Üstü	1	1,5
Total	65	98,5
Cevap Vermeyen	1	1,5
Toplam	66	100,0

Katılımcıların işletmelerinde çalışan sayısı açısından yapılan sınıflandırmada en büyük payı % 63,6 ile 0-10 kişi arasında çalışan grubu seçeneği almıştır (Tablo 8).

Tablo 8. İşletmelerde Çalışan Sayısı

İşletmedeki çalışan sayısı	Frekans	Yüzde
0-10 kişi	42	63,6
11-50 kişi	14	21,2
51-250 kişi	6	9,1
250 den fazla	3	4,5
Toplam	65	98,5
Cevap Vermeyen	1	1,5
Toplam	66	100,0

Katılımcıların kendilerini finansal açıdan puanlamaları ile ilgili istatistikler ise aşağıda yer alan tablodaki gibidir. Tabloya göre en yüksek pay ‘orta düzey’ seviyeye ait gözükmektedir (Tablo 9).

Tablo 9. Finansal Bilgi Düzeyi

Finansal Bilgi Düzeyiniz	Frekans	Yüzde
Çok Düşük	6	9,1
Düşük	7	10,6
Orta	24	36,4
Yüksek	19	28,8
Çok Yüksek	9	13,6
Total	65	98,5
Cevap Vermeyen	1	1,5
Total	66	100,0

Katılımcıların ancak %36'sı faiz hesaplama sorusuna doğru yanıt verebilmiştir (Tablo 10).

Tablo 10. Faiz Hesaplama Bilgi Dağılımı

Yıllık %2 faiz oranı garantisi ile mevduat hesabına yatırılan para ilk yılın sonunda hesapta kaç TL olur?		
Faiz Sorusu	Frekans	Yüzde

Doğru	24	36,4
Yanlış	19	28,8
Total	43	65,2
Cevap Vermeyen	23	34,8
Total	66	100,0

Enflasyon sorusuna ise katılımcıların %50'si doğru cevap vermiştir (Tablo 11).

Tablo 11. Enflasyon Bilgi Düzeyi

Tasarruf mevduatınızın yıllık getirisi %1 ve aynı dönemde enflasyon oranı %2 ise yılsonunda satın alma gücünüz ne olmuştur?		
Enflasyon Sorusu	Frekans	Yüzde
Arttı	2	3,0
Azaldı	33	50,0
Değişmedi	8	12,1
Fikrim yok	12	18,2
Total	55	83,3
Cevap Vermeyen	11	16,7

Total	66	100,0
-------	----	-------

Katılımcıların eğitim durumu ile faiz bilgisinin doğru orantılı olduğu görülmüştür. Ön lisans mezunlarının tamamı soruyu doğru yanıtlamıştır (Tablo 12).

Tablo 12. Eğitim Düzeyi ve Basit Faiz Bilgisi				
	Yıllık %2 faiz oranı garantisi ile mevduathesabına yatırılan para ilk yılın sonunda hesapta kaç TL olur?	Total		
		Doğru	Yanlış	
Eğitiminiz	İlkokul	1	3	4
	Ortaokul	5	5	10
	Lise	9	5	14
	Önlisans	4	0	4
	Lisans	5	6	11
Total		24	19	43

Katılımcıların finansal kararlarını etkileyen tutum ve davranışlarını anlayabilmek için paraya bakış açısı ölçülmeye çalışılmıştır. Parayı bir araç olarak görenlerin oranı %22,7 olarak tespit edilmiştir. Parayı bir araç olarak görmeyenlerin oranı ise %27 olarak ölçülmüştür (Tablo 13).

Tablo13. Finansal Tutum Dağılımı

Para harcamak içindir.	Frekans	Yüzde
Tamamen katılıyorum	15	22,7
Katılıyorum	3	4,5
Kararsızım	7	10,6
Katılmıyorum	10	15,2
Tamamen katılmıyorum	18	27,3
Total	53	80,3
Cevap Vermeyen	13	19,7
Total	66	100,0

Katılımcıların finansal ürün bilgisini ölçen soruda en çok bilinen finansal ürün tahmin edilebileceği gibi kredi kartı olmuştur (Tablo 14).

Tablo 14. Finansal Ürün Bilgisi

Finansal Ürün Bilgisi	Cevaplar	
	N	Yüzde
Bireysel Emeklilik Sözleşmesi(BES)	24	13,2%
Yatırım Fonu	9	4,9%
Mortgage Kredisi	7	3,8%
Teminatl ı Banka Kredisi	25	13,7%
Teminatsız Banka Kredisi	19	10,4%
Kredi Kartı	39	21,4%
Cari Hesap	15	8,2%

Tasarruf Hesabı	10	5,5%
Sigorta	22	12,1%
Hisse Senedi	5	2,7%
Tahvil- Bono	3	1,6%
Döviz Tevdiat Hesabı	3	1,6%
Sükuk Kira Sertifikası	1	0,5%
Toplam	182*	100,0%

*Çoklu yanıt olduğu için örneklem sayısı 182 olmuştur.

Tablo 15'e bakıldığı zaman finansal ürün bilgisi ile finansal tutumun doğru orantılı olduğu fark edilmektedir (Tablo 15).

Tablo 15. Finansal Tutum – Finansal Ürün Bilgisi

	Bugün için yaşarım, yarını yarım düşünürüm.					Toplam
	Tamamen katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Tamamen katılmıyorum	
Bireysel Emeklilik Sözleşmesi(BES)	2	3	3	4	7	19
Yatırım Fonu	1	2	2	0	4	9
Mortgage Kredisi	0	1	1	1	4	7
Teminatlı Banka Kredisi	2	4	4	3	9	22
Teminatsız Banka Kredisi	3	3	2	2	6	16
Kredi Kartı	5	6	6	3	14	34
Cari Hesap	1	3	2	2	6	14
Tasarruf Hesabı	0	2	2	2	4	10
Sigorta	2	2	3	5	6	18
Hisse Senedi	0	1	0	0	3	4
Tahvil- Bono	1	0	0	0	1	2
Döviz Tevdiat Hesabı	0	0	0	0	3	3

Sükuk Kira Sertifikası	0	0	0	0	1	1
Toplam	7	9	7	9	19	51

SONUÇ

Finansal okuryazarlığı, bir anlayış ve farkındalık kriterleri üzerinden yorumlamak mümkündür. Günümüz dünyasında ekonomik konjonktürün etki alanında olan kişiler ve işletmeler bu anlayış ve farkındalık ile finansal kararlar vermektedirler. İşletmelerin bireylere göre daha hacimli kararlar vermek zorunda kaldıkları bir gerçektir. Bu nedenle işletmeler, genel ekonomik sistemin selameti için büyük bir paya sahiptir. Büyük şirketlerin uzmanlardan oluşan finans departmanlarının olduğu düşünülürse, bireysel finansal okuryazarlık ile kastedilen alanda mikro işletmelerin de varlığı kaçınılmazdır.

Bu bağlamda, Ağrı ili Merkez ilçesinde Ağrı Esnaf ve Sanatkarlar Odası'na kayıtlı esnaflar üzerinde finansal okuryazarlık düzeyinin ölçülmesi amacıyla bu çalışma yapılmıştır.

Çalışmanın gösterdiği sonuçlardan biri, kredi kartının finansal erişim açısından anahtar bir ürün olma özelliği taşıyor olmasıdır. Kredi kartından sonra teminatlı banka kredisi ve takiben bireysel emeklilik, finansal olarak bilinirliği yüksek ürünlerdir.

Bireysel emekliliğin bilinirliği ise son dönemde uygulanan teşvik sistemlerinin bir başarısı olarak okunabilir.

Çalışmanın gösterdiği diğer bir sonuç ise, işletme sahiplerinin temel düzeyde bir finansal okuryazarlık seviyesinde olduğudur. Bu açıdan finansal okuryazarlıktan beklenen tasarruf etkisinin zayıf olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Ülkemizde enflasyonun payı ile yüksek seyreden bir faiz ortamı söz konusudur. Bu durum yatırımlar için olumsuz bir etki yaratmaktadır. Enflasyonla mücadele için üretim yapan bir ekonomi ne kadar önemli ise faizlerin seyri açısından kaynak yetersizliği de o kadar önemlidir. Söz konusu kaynak yetersizliğini giderecek bir anlayış ile ekonomik aktörlerin hareket etmesi iyi düzeyde bir

finansal okuryazarlığı ve uzun vadeli bir bakış açısını gerektirmektedir. Bu gereklilikleri karşılamanın yoluda kuşkusuz eğitimden geçmektedir. Bu bağlamda finansal okuryazarlığın eğitim sistemimiz içerisinde bir yer alması sağlanmalıdır.

Diğer bir açıdan finansal kuruluşlarla finansal tüketiciler arasındaki vekillik probleminin sistemi krizlere sürüklediği bir gerçektir. Bu bağlamda, yakın bir zamanda kredi kart limitlerine getirilen yasal sınırlamalar gibi düzenlemelerin sistemin selameti için ayrı bir öneme sahip olduğunu söylemek gerekir.

Kaynakça

- Alkaya A.ve Yağlı İ. (2015). “Finansal Okuryazarlık- Finansal Bilgi, Davranış ve Tutum: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi TheJournal of International SocialResearchCilt8, Sayı40, 585-599.
- ACCA(Tescilli Ruhsatlı Muhasebeciler Birliği) Report (2014). “Financial educationforentrepreneurs: whatnext?”, <http://www.accaglobal.com/content/dam/acca/global/PDF-technical/small-business/pol-tp-fefe.pdf>, Erişim Tarihi: 10.12.2017.
- Ağır, H., Peker, O., Kar, M. (2009) “Finansal Gelişmenin Belirleyicileri Üzerine Bir Değerlendirme: Literatür Taraması”, BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Cilt3, Sayı2,31-62.
- Annamaria Lusardiand Olivia S. Mitchell(2007), “Financial Literacyand Retirement Preparedness: Evidenceand Implications For Financial Education”, Bussiness Economics, January 2007, 35-44.
- Aslan Özgür ve Küçükaksoy İsmail, (2006) “Finansal Gelişme Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Ekonomisi Üzerine Ekonometrik Bir Uygulama”, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi, Sayı 4, 12-28.
- Burges, R., ve Pande, R. (2005). Can RuralBanksReducePoverty? EvidencefromtheIndianSocialBanking Experiement, AmericanEconomicReview, 95, 780-795.

- DünyaBankası,Honohon, (2014),“Financial Inclusion”,
<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/16238/9780821399859.pdf>, Erişim Tarihi: 04.12.2017.
- FİNTÜRK (2017), <http://ebulten.bddk.org.tr/finturk#>
- IMF (2016),<http://data.imf.org/?sk=E5DCAB7E-A5CA-4892-A6EA-598B5463A34C>,
Erişim tarihi: 05.12.2017.
- Ncube, M. ve Senbet, L. W. (1997). Perspectives on Financial RegulationandLiberalisation in Africa Under Asimetric Information andIncentiveProblems. Journal of AfricanEconomies, 6(1): 2988.
- OECD (2017), “G20/OECD INFE Report on Adult Financial LiteracyIn G20 Countries”, <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/G20-OECD-INFE-report-adult-financial-literacy-in-G20-countries.pdf>, Erişim Tarihi:14.12.2017.
- TCMB(2014), “Finansal Eğitim Programlarının Değerlendirilmesine Yönelik INFE Üst Düzey İlkeleri”, http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/e34f18f7-1ae1-4743-90df-d1974f81ffe4/OECD_INFE_USTDUZEY_ILKELERI.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=e34f18f7-1ae1-4743-90df-d1974f81ffe4, Erişim Tarihi: 14.12.2017.
- TCMB (2011), “Dünyada ve Türkiye’de Finansal Hizmetlere Erişim ve Finansal Eğitim”, http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/3b95f7ac-a33f-467f-89c9-ffeaa012c4a1/finansal_egitim.pdf?MOD=AJPERES,Erişim Tarihi:23.12.2017.
- TEB (2015), “Finansal Okuryazarlık ve Erişim Endeksi”,
<https://www.teb.com.tr/document/finansal-okuryazarlik-ve-erisim-endeksi.pdf>,Erişim Tarihi: 05.12.2017.
- TUİK (2010),
http://www.tuik.gov.tr/Kitap.do?metod=KitapDetay&KT_ID=0&KITAP_ID=176.

**SEÇMENLERİN BELEDİYE SEÇİMLERİNDE OY
VERME EĞİLİMLERİNE YÖNELİK BİR
ARAŞTIRMA: MERSİN BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ
ÖRNEĞİ**

**TENDENCY OF VOTERS FOR THE MUNICIPAL
ELECTIONS: PROVINCE OF MERSİN
METROPOLITAN MUNICIPALITY EXAMPLE**

Mehmet MİMAN*

Betül TAŞTAN MİMAN†

Öz

Mersin ili 2014 Yerel Seçimleri son 3 dönemdir şehri yöneten partiden Büyükşehir Belediyesi'ni değiştirmiştir. Bu çalışma seçim öncesinde gerçekleştirilen bir araştırmaya dayalı olarak seçmenlerin oy verirken önceliklerini ve seçme eğilimlerini araştırmakta olup bulgular seçmenlerin en çok adayın projelerine ve performansına önem verdiklerini bunu adayın partisinin ve liderinin takip ettiğini ortaya koymaktadır. Seçmenlerin demografik özelliklerinden cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, meslek ve bulunduğu ilçesinde seçme eğilimlerini ve önceliklerini de etkilemektedir.

Anahtar Sözcükler: büyükşehir belediyesi seçimleri, oy verme eğilimleri, Mersin

Abstract

2014 Local Election results have changed the party of Mayor of the Metropolitan Municipality from the party that had been governing the city for about 12 years in Mersin. These results indicate the importance of priorities and tendency of voters. This study investigates the tendency of voters when they are voting based on the survey conducted just before the Municipal Elections held in 2014 in Mersin. The result indicates that the first priority of the voters is the candidates' projects and their performance followed by the candidates' party and their leaders. The study also reveals that the demographic characteristics of the voters such as gender, age, education level, occupation, and the province affect their priority when they are voting.

Keywords: Metropolitan municipality elections, tendency of voters, Mersin

> Makale Gönderim Tarihi: 29 Mart 2018.

*Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü,
mmiman@harran.edu.tr

†Bağımsız Araştırmacı, pamulbt@hotmail.com

GİRİŞ

Demokratik toplumların en belirgin özelliği, yönetimde halkın söz sahibi olmasıdır. Halkın demokratik iradesi ya doğrudan-tüm kararlar bizzat halk tarafından alınarak, ya temsili olarak-halkın seçtiği temsilciler aracılığıyla, ya da yarı doğrudan olarak- seçimle gelen yöneticilerle birlikte gerekli durumlarda halkın iradesini referandumla belirtmesiyle ortaya konulabilmektedir (Tunç, 2008:117). Seçim kurumunun her yurttaşın oy hakkına sahip olduğu “genel” ve her yurttaşın tek oy hakkına sahip olduğu “eşit” olarak ortaya çıkması Fransız ihtilalinden sonra 19. yüzyılının ortalarına rastlamaktadır (Alkan, 2006:137).

Yerel yönetim seçimleri, özellikle belediye başkanlığı seçimleri, adayın daha fazla ön plana çıkması bakımından milletvekilliği seçimlerinden farklıdır (Negiz ve Akyıldız, 2012:171). Türkiye’de ilk seçim uygulaması Tanzimat’ın ilanı ile beraber, seçme hakkına sahip kişilerin seçilme yeterliliğine sahip adaylar arasından il meclis üyelerini seçmeleriyle başlayıp (Alkan, 2006:138), 1984 yılında büyükşehir belediyeçiliğine geçilmiştir (İzci ve Turan, 2013:118). Günümüzde yurttaşların sadece seçme rolünü oynayıp pasif bir çerçevede tutulduğu “temsili demokrasi” (Teziç, 1996: 217) nin demokratik ve etkili yönetimin temel özelliklerinden biri olduğu konusunda genel bir uzlaşma olup (Çiççi, 1989:18), temsili demokrasinin en belirgin özellikleri de siyasi partilerin mevcudiyetidir. Siyasi partilerin güçlü olduğu ülkelerde adaylar toplumun benimseyeceği, eğitim, yaşı, iş görebilme yeterliliği, ve yönetim deneyimi gibi özellikler göz önünde bulundurularak siyasi partiler tarafından aday gösterilebilmektedir (Canöz, 2010:96).

2023 hedeflerine ulaşmaya çalışırken muhtemel yönetici kadroları hem ulusal hem de yerel düzeyde 2019 yılındaki seçimlerde şekillenecek olur, bu yılda gerçekleştirilmesi planlanan 2019 yerel seçimleri de çok büyük önem kazanmaktadır. Mersin büyükşehir belediyesi 12 yılı aşkın belli bir siyasi parti adayı tarafından yönetilirken 30 Mart 2014 yerel seçimleri ile büyükşehir belediyesi başka bir partili aday tarafından kazanılmıştır. Bartolini ve Mair

(1990:96) seçmen tercihlerindeki hareketliliği partiler arasındaki rekabeti “seçmenin yönlendirmesi” veya “partilerin” yönlendirmesi” olarak iki modelle açıklamaya kalksa da belediye başkanlığı seçimlerinin bu iki modelin dışında adayın sahip olduğu fiziksel, kişisel, eğitim, iletişim becerisi, geleceğe dair projeler, ideoloji, hemşericilik gibi kimi özellikler tarafından yönlendirilebilmektedir (Negiz ve Akyıldız, 2012:172).

Çok büyük öneme sahip olan 2019 yerel seçimlerine ışık tutabilecek 30 Mart 2014 tarihinde gerçekleştirilen yerel seçimlerin tahminine ve analizine yönelik literatürde siyasette kadın temsili (Anbarlı Bozatan ve Kutlu, 2014:131-156), partilerin sosyal medya kullanımı (Oğuzoğlu ve Öztay, 2016:53-65), aday imajı (Çağlar ve Gelir, 2014:27-50), seçmen tercihlerine etkileyen faktörler (Çakır ve Bıçer, 2015:98-112) vb. birçok konuda yapılmış çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmada 30 Mart 2014 büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinden önce rast gele örnekleme ile seçilen 3097 seçmenle yüzyüze görüşme ile gerçekleştirilen anket verilerinin onların demografik özelliklerinin (cinsiyet, yaş, meslek, anket yapılan yer, anket yapılan ilçe) oy tercihlerinde etkili olan en önemli unsurlara (adayın partisi ve lideri, adayın projelerine ve performansına, seçim kampanyasına ve diğer belirtilmeyen hususlara) etkisi araştırılmakta, böylece Mart 2019 yerel seçimler öncesi gerçekleştirilmesi düşünülen anketler ve adaylar için bunlara yol gösterebilecek bulgulara ulaşılacak amaçlanmaktadır.

Bu çalışmanın geri kalanı, ilk olarak literatürde bugüne kadar seçmen davranışını ve yerel seçimlerde oy verme eğilimlerini etkileyen unsurların incelenmesi; araştırmanın modeli, amaç ve yönteminin ortaya konulması; analizler ve yorumları; son olarak da bulguların vurgulanıp tartışıldığı sonuç olarak organize edilmiştir.

1. Seçmen Tercihini Etkileyen Faktörler Ve Yerel Seçimler

Seçmen davranışını ve tercihini etkileyen çok çeşitli faktörler olmasına karşın, Sezgin (2007:36) ülkenin ekonomik şartları ile seçmenin içinde bulunduğu kişisel ekonomik durumun seçmen davranışını etkileyen en önemli faktörlerden

biri olduğunu ve seçmenin olumsuz ekonomik durumlara karşı daha duyarlı olduğunu ortaya koyarken; partizanlık, ideolojik ve kültürel faktörlerin daha çok etkili olduğunu belirten çalışmalar da mevcuttur (Akgün, 2000:89). Herhangi bir partinin üyesi olmayan seçmen kitlesi için partilerin politikaları oy verme tercihlerinde en önemli etken görülmektedir (Çaha ve Diğ., 2002:141).

Bununla birlikte seçmenler genel olarak destekleyecekleri adayları yakından tanımak isteyip (Özsoy, 2009:51), bundan ötürü görseli bol ve adayın kişisel özelliklerini ön plana çıkaran seçim kampanyaların önemi artmaktadır (Dündar, 2011:43). Seçmenin yaşı, cinsiyeti, mesleği ve geliri gibi demografik özellikleri oy verme davranışlarını etkileyebilmekle birlikte (Kalaycıoğlu, 1993:252-266) seçim dönemlerinde yapılan kamuoyu araştırmalarının seçmenlerin eğilimlerini öğrenmekle birlikte onları yönlendirme amacı da taşımaktadır (Doğan ve Göker, 2010:165). Yerel seçimlerde milletvekilleri seçimlerinden farklı olarak adaylar daha fazla ön plana çıkabilmekte, bu yüzden seçmenler belediye başkanlığı seçimlerinde partiyi beğenmediği halde de partiden bağımsız olarak adaya oy verebilmektedir (Butler ve Collins, 1994:24). Bu kapsamda partilerin aday tercihlerinin de etkisi büyüktür (Yıldırım, 2014:31).

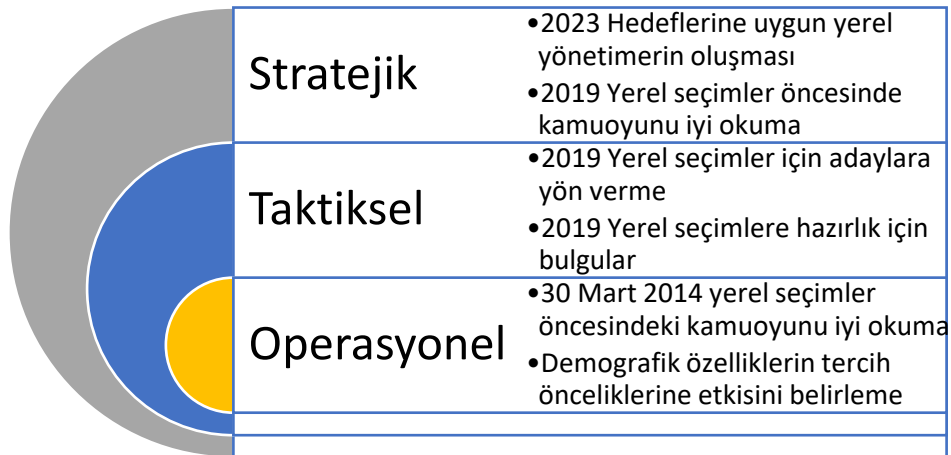
Genel olarak, seçmen davranışı ile ilgili teorik çalışmalar sosyolojik yaklaşım, sosyo-psikolojik (partiyle özdeşleşme) yaklaşım ve ekonomik yaklaşım (rasyonel tercih) olmak üzere üç kategoride değerlendirilebilir (Akgün, 2007:27). Sosyal yaklaşım seçmenlerin kullandığı oyu bireylerin ait olduğu sosyal kimliklerin tercihlere yansımaları olarak görürken (Akgün, 2007:27), sosyo-psikolojik yaklaşım bireylerin siyasal sosyalleşme süreci içinde kazandıkları siyasal tutunlar ve yönelimlerin etkisi (Akgün, 2007:29) görüp bir çeşit “psikolojik sevgi bağı” olarak belirtir (Çinko, 2006:110). Ekonomik yaklaşım ise kişilerin kendi çıkarlarına hizmet edecek bir aday veya partiye oy kullandığı görüşündedir (Kalender, 2005:50).

2. Büyükşehir Seçimlerinde Mersin Seçmeni Saha Araştırması

2.1. Amaç ve Önem

Yerel seçimler gerek işleyiş açısından gerekse sonuçları itibari ile seçmenlerin tercihte bulunma ve oy verme sürecine kadar geçen her aşamada yerel unsurların devreye girdiği seçimlerdir. 2023 yılı hedeflerini yakalamada yerel yönetimlerin sahip olduğu imkanlar ve gördükleri işlevler açısından çok büyük önemi olup, bu süreçte yönetim kadrosunu oluşturacak ve 2019 yılında yapılacak yerel seçimlerinde etkisi göz ardı edilemez. Bu seçimler öncesinde gerek kamuoyunu bilgilendirmek gerekse partilere belirleyecekleri adaylar konusunda yardımcı olmak amacıyla 2014 yerel seçimlerine kadar son üç dönemdir (1999-2004-2009) seçimleri kazanarak büyükşehir belediyesinin tek bir kişinin yönettiği ve Mart 2014 seçimleriyle büyükşehir belediyesinin hem parti hem başkan olarak değiştiği 30 Mart 2014 Mersin büyükşehir belediyesi seçimleri seçim öncesindeki anket verileri doğrultusunda seçmenlerin oy kullanırken tercih eğilimlerine demografik faktörlerinin (cinsiyet, yaş, eğitim, meslek yaşadıkları yer ve ilçe) etkilerini incelenmek üzere analiz edilmektedir. Şekil 1 çalışma amaçlarını kompakt olarak spesifikten genele doğru göstermektedir.

Şekil 1. Çalışmanın Hedefleri



Ülkemizde yerel seçimler öncesinde seçmenlerin oy verme tercihlerinin ortaya konduğu bilimsel araştırmaların azlığı düşünüldüğünde, seçmen tercihlerinde etkili olabilecek demografik faktörlerin ve etkilerinin ortaya konulması açısından literatürdeki boşluğu doldurma gayreti açısından da ayrı bir öneme sahiptir. Mersin çok kültürlü, kozmopolitik yapısıyla analiz için ayrı bir değere sahip olup 2019'daki yerel seçimler öncesi gerçekleştirilen/gerçekleştirilecek çalışmalarla uyumlu olması açısından en son gerçekleştirilen 2014 seçimleri öncesindeki kamuoyu araştırmasının seçmen tercihlerine demografik özelliklerinin etkisi bakımından incelenmesi, gerek partilerin adaylarını belirlemede, seçim kampanyalarında gerekse adayların seçmenle yürüttüğü çalışmalarda yol gösterici bir nitelik taşımaktadır.

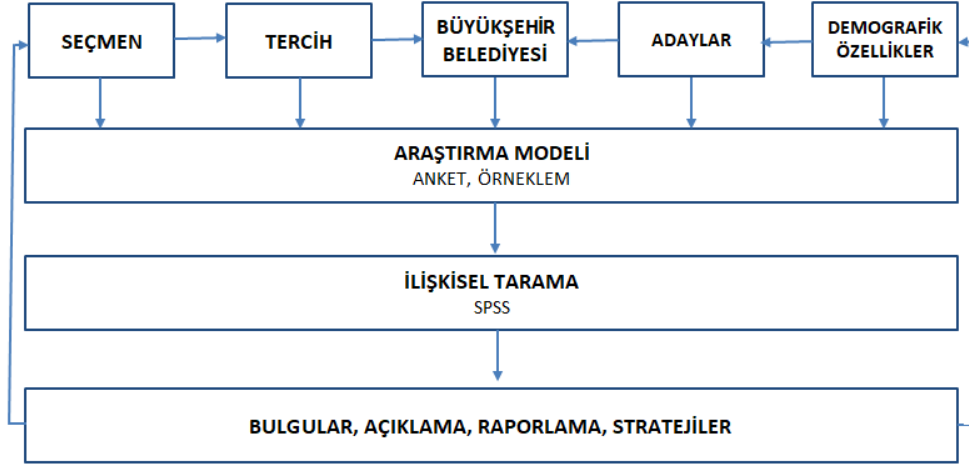
2.2. Araştırmanın Problemi

Araştırmada “büyükşehir belediye seçimlerinde seçmenin oy tercihe/ onun oy verme eğilimine hangi faktörler etki etmektedir?” sorusuna çözüm aranmakta bu kapsamda seçmenin cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, yaşadığı bölge ve ilçe gibi demografik özelliklerinin adaya oy verme eğiliminde önceliğine (parti-lider, projeler, kampanya, diğer) etkisi araştırılmaktadır.

2.3. Yöntem

Araştırma betimsel ve açıklayıcı (Cooper ve Schindler, 2014:404) nitelikte olup, ilişkisel tarama modelinde tasarlanmıştır. Betimsel modeller, geçmişte olan veya halen var olan bir olayı ya da bir durumu olduğu gibi betimlemeyi amaçlayan bir araştırma yaklaşımıdır. İlişkisel tarama ise değişkenler arasındaki farklılıkların derecesini belirler (Karasar, 2015:77). Bu taramayla seçmenlerin büyükşehir belediyesi için oy kullanırken öncelikleri ile onların demografik özellikleri arasındaki ilişkiler incelenirken, oy verme eğilimlerine etkili faktörler açıklanmaktadır (Şekil 2).

Şekil 2. Araştırma Yapısı



Seçmenlerin büyükşehir belediye seçimleri için adaylara oy vermede tercihlerine etki eden demografik faktörlerin belirlenmesine yönelik uygulama 30 Mart 2014 yerel seçimleri öncesinde anket tekniğine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Kamuoyu nabzını tutmak üzere temel literatür ve uzman görüşlerine göre hazırlanan anket seçmenin oy verme eğilimlerini, aday ve partilere yaklaşımını belirlemek üzere toplamda 21 soru ve demografik özelliklerden oluşturulmuş, yüzyüze görüşme yöntemi ile mersin ilçelerinin nüfus oranlarıyla rast gele seçilen 3097 seçmene uygulanmıştır. Bu çalışma da seçmenin oy vermede önceliklerini ve oy verme eğiliminde etkili olan parti/lider, proje ve kampanyanın değerlendirilmesine onların demografik özelliklerinin etkisi (cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, bulunduğu bölge ve ilçe) SPSS v22 istatistiksel programı ile ilişkisel olarak incelenmiş, herhangi bir aday veya partiye karşı tutumlarına siyasi bir polemik oluşturmamak için değinilmemiştir. Böylece bilimsel olarak elde edilen bulguların analiz ve sonuçlarının hem kamuoyu hem de 2019 seçimlerinde yarışmayı düşünen bütün aday ve partiler tarafından stratejilerini belirlemede değerlendirmeleri için açıklanması düşünülmüştür.

Araştırmanın sınırları kapsamında, seçmenlerin oy verecekleri aday tercihlerini (parti-lider, adayın projeleri, kampanya vb..) belirlerken etkilendikleri faktörler ile demografik değişkenler (cinsiyet, yaş, eğitim, meslek, bölge, ilçe) arasındaki

ilişki Ki Kare (χ^2) testi ile belirlenmiştir. Gerçekleştirilen ki-kare testlerinde ilişkileri ifade eden çapraz tablolarda her bir gözdeki beklenen değer 5'ten büyükse Pearson ki-kare testi; herhangi bir gruptaki beklenen değer 5'ten küçükse Fisher kesin ki-kare testi kullanılmıştır (Boyacıoğlu ve Güneri, 2006:37).

2.4. Araştırmanın Hipotezleri

Yukarda belirtilen amaç ve yöntem çerçevesinde araştırma probleminin çözümü için aşağıdaki hipotezler incelenmektedir:

Hipotez 1: Seçmenlerin cinsiyetleri büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için oy verme önceliklerini (parti-lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkiler.

Hipotez 2: Seçmenlerin yaşı büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için oy verme önceliklerini (parti-lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkiler.

Hipotez 3: Seçmenlerin eğitimi büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için oy verme önceliklerini (parti-lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkiler.

Hipotez 4: Seçmenlerin mesleği büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için oy verme önceliklerini (parti-lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkiler.

Hipotez 5: Seçmenlerin yaşadıkları bölge büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için oy verme önceliklerini (parti-lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkiler.

Hipotez 6: Seçmenlerin yaşadıkları ilçe büyükşehir belediye başkanlığı seçimleri için oy verme önceliklerini (parti-lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkiler.

Yapılan bütün testlerde anlamlılık seviyesi olarak $p < 0.05$ kabul edilmiş olup, istatistiksel analizler SPSS v22.0 ile gerçekleştirilmiştir.

2.5. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini 30 Mart 2014 yerel seçimlerinde Mersin Büyükşehir Belediyesi seçimlerinde oy kullanabilecek kayıtlı seçmenler oluşturmaktadır. Yüksek Seçim Kurulu Başkanlığı verilerine göre (ysk.gov.tr 10.01.2018); Mersin Büyükşehir Belediyesi seçimleri için kayıtlı seçmen sayısı 1,185,988'dir. Bir saha araştırması olan bu çalışmada, basit rastlantısal örneklem yöntemi ile seçmenlerle yüz-yüze görüşmeye dayalı anket tekniği uygulanmıştır.

3. Analizler ve Yorumlar

Araştırmanın örneklemini oluşturan 3097 katılımcının oy-verme tercihlerindeki öncelikler üzerine etkileri araştırılan demografik faktörlere göre dağılımları Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Araştırma Örnekleminin Özellikleri

Cinsiyet	f	%	Meslek	f	%	İlçe	f	%
Erkek	2351	75.9	Memur	116	3.7	Akdeniz	476	15.4
Kadın	746	24.1	İşçi (Kamu)	101	3.3	Mezitli	287	9.3
			İşçi (Özel)	315	10.2	Toroslar	465	15.0
Yaş	f	%	Ev Hanımı	292	9.4	Yenişehir	383	12.4
18-35	1218	39.3	Esnaf	561	18.1	Anamur	123	4.0
36-55	1213	41.4	Serbest meslek	413	13.3	Aydıncık	27	0.9
56+	598	19.3	Öğrenci	374	12.1	Bozyazı	64	2.1
			Emekli	424	13.7	Çamlıyayla	64	2.1
Eğitim	f	%	İş adamı	22	0.7	Erdemli	228	7.4
Okur-yazar değil	84	2.7	Çiftçi	252	8.1	Gülнар	63	2.0
İlköğretim	1343	39.3	İşsiz	115	3.7	Mut	117	3.8

Lise	1281	41.4	Diğer	112	3.6	Silifke	220	7.1
Üniversite	602	19.4				Tarsus	580	18.7
Yer	f	%						
İlçe merkezi	2421	78.2						
Belde, köy	676	21.8						

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, erkeklerin kadınların yaklaşık üç katı kadar olduğu, ekseriyetinin Y kuşağından oluştuğu (geleceği şekillendirmesi beklendiğinden önemli), lise mezunu seviyesinde, esnaf, ilçe merkezlerinde yaşayan ve Tarsus'a kayıtlı olduğu görülmektedir.

Tablo 1'de belirtilen seçmen özelliklerin (cinsiyet, yaş, eğitim, yer, meslek, ilçe) oy verme önceliklerine (parti lideri, adayın projeleri, seçim kampanyası, diğer) etkisi Pearson Ki Kare testi ile incelenmiş olup, sonuçlar Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Seçmen Demografik Özelliklerinin Oy Kullanım Önceliğine Etkisi: Ki Kare Test Sonuçları

p-Değeri	Faktör					
	Cinsiyet	Yaş	Öğrenim	Meslek	Yer	İlçe
	0,003 ^{a**}	0,048 ^{b*}	0,004 ^{b**}	0,012 ^{b*}	0,589 ^a	0,000 ^{b**}

*p<0,05;**p<0,01, anlamlı ilişki

a: Person Ki-Kare testi ile elde edilmiştir

b: Fisher's Exact Ki-Kare testi ile elde edilmiştir

Yapılan Pearson Ki-Kare Testleri sonucunda seçmenlerin demografik faktörlerinden cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, meslek, ve ilçenin seçmenlerin oy kullanımındaki önceliği %5 anlamlılık seviyesinde etkilediği görülmektedir. Bu durum hipotez 5 (seçmenin yaşadığı bölge türü) dışındaki diğer hipotezlerin araştırma da anlamlı bulunduğunu göstermektedir. Araştırmanın hipotezlerine yönelik ulaşılmış olunan bu bulgularla seçmen oy kullanma tercihi ve demografik özellikleri arasındaki ilişkilerin kapsamına dair detaylı bilgiler

Tablo 3- Tablo 7’de belirtilen çapraz tabloların incelenmesiyle ortaya çıkabilmektedir.

Tablo 3. Cinsiyet * Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu

		Oyunuzu kullanırken hangisine öncelikle önem verirsiniz?					Toplam	
		Cevapsız	Adayın partisine ve liderine	Adayın projelerine ve performansına	Seçim kampanyasına	Diğer		
Cinsiyet	Erkek	Sıklık	18	1127	1141	26	39	2351
	%	0,8%	47,9%	48,5%	1,1%	1,7%	100,0%	
Kadın	Sıklık	6	313	394	20	13	746	
	%	0,8%	42,0%	52,8%	2,7%	1,7%	100,0%	
Toplam	Sıklık	24	1440	1535	46	52	3097	
%	0,8%	46,5%	49,6%	1,5%	1,7%	100,0%		

Cinsiyet*Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu incelendiğinde Erkek ve Kadın seçmenlerin oy kullanırken önceliği öncelikle Adayın projelerine ve performansına (%49,6) ve daha sonra Adayın Partisine ve liderine (%46,5) verdikleri görülmektedir. Cevapsızlar, Seçim Kampanyası ve Diğer Unsurlar yok denecek kadar azdır. Kadın seçmenler yüzde olarak erkeklerden daha az oranda Adayın partisine ve liderine önem verirken (sırasıyla %42,0 ve %47,9), onlar için adayların projeleri ve performansları daha önemli görülmektedir (oranlar sırasıyla %52,8 ve %48,5).

Yaş*Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu incelendiğinde 18-35, 36-55 ve 56 yaş ve üzeri seçmen gruplarının oy kullanırken önceliği öncelikle Adayın projelerine ve performansına (%51,8; %47,5 ve %49,5) ve daha sonra Adayın Partisine ve liderine (sırasıyla %44,9; %48,2 ve %46,2) verdikleri görülmektedir. Cevapsızlar ve Diğer Unsurlar yok denecek kadar azdır. Gençlerin ve yaşlı seçmenlerin yaşam standartlarını daha çok düşündüğünden olsa gerek büyükşehir belediye başkanlığı seçimlerinde oy kullanırken adayın projeleri ve performansının en büyük etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Yaş*Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu

		Oyunuzu kullanırken hangisine öncelikle önem verirsiniz?					Toplam	
		Cevapsız	Adayın partisine ve liderine	Adayın projelerine ve performansına	Seçim kampanyasına	Diğer		
Yaş	18-35	Sıklık	6	547	631	22	12	1218
		%	0,5%	44,9%	51,8%	1,8%	1,0%	100,0%
	36-55	Sıklık	10	617	608	18	28	1281
	%	0,8%	48,2%	47,5%	1,4%	2,2%	100,0%	
	56 ve üzeri	Sıklık	8	276	296	6	12	598
	%	1,3%	46,2%	49,5%	1,0%	2,0%	100,0%	
Toplam		Sıklık	24	1440	1535	46	52	3097
		%	0,8%	46,5%	49,6%	1,5%	1,7%	100,0%

Tablo 5'e göre seçmenlerin öğrenim durumu okur-yazar olmamaktan üniversiteye doğru arttıkça seçimlerde adayın projelerine ve performansına öncelik verenlerin oranı da artmaktadır (% 36,9'dan %52,7'ye).

Tablo 5. Öğrenim*Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu

		Oyunuzu kullanırken hangisine öncelikle önem verirsiniz?					Toplam	
		Cevapsız	Adayın partisine ve liderine	Adayın projelerine ve performansına	Seçim kampanyasına	Diğer		
Öğrenim	İlköğretim	Sıklık	7	663	628	18	27	1343
		%	0,5%	49,4%	46,8%	1,3%	2,0%	100,0%
	Lise	Sıklık	9	468	559	19	13	1068
		%	0,8%	43,8%	52,3%	1,8%	1,2%	100,0%
	Üniversite	Sıklık	7	262	317	5	11	602
	%	1,2%	43,5%	52,7%	0,8%	1,8%	100,0%	
	Okur-yazar değil	Sıklık	1	47	31	4	1	84
	%	1,2%	56,8%	36,9%	4,8%	1,2%	100,0%	
Toplam		Sıklık	24	1440	1535	46	52	3097
		%	0,8%	46,5%	49,6%	1,5%	1,7%	100,0%

Tablo 6. Meslek*Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu

		Oyunuzu kullanırken hangisine öncelikle önem verirsiniz?					Toplam	
		Cevapsız	Adayın partisine ve liderine	Adayın projelerine ve performansına	Seçim kampanyasına	Diğer		
Meslek	Memur	Sıklık	3	48	59	4	2	116
		%	2,6%	41,4%	50,9%	3,4%	1,7%	100,0%
	Kamuda işçi	Sıklık	0	55	45	0	1	101
		%	0,0%	54,5%	44,6%	0,0%	1,0%	100,0%
	Özel sek. İşçi	Sıklık	2	142	169	2	0	315
		%	0,6%	45,1%	53,7%	0,6%	0,0%	100,0%
	Ev hanımı	Sıklık	3	137	139	7	6	292
		%	1,0%	46,9%	47,6%	2,4%	2,1%	100,0%
	Esnaf	Sıklık	5	261	278	5	12	561
		%	0,9%	46,5%	49,6%	0,9%	2,1%	100,0%
	Serbest meslek	Sıklık	5	187	210	6	5	413
		%	1,2%	45,3%	50,8%	1,5%	1,2%	100,0%
	Öğrenci	Sıklık	2	160	197	8	7	374
		%	0,5%	42,8%	52,7%	2,1%	1,9%	100,0%
	Emekli	Sıklık	4	215	190	6	9	424
		%	0,9%	50,7%	44,8%	1,4%	2,1%	100,0%
İş adamı	Sıklık	0	10	11	0	1	22	
	%	0,0%	45,5%	50,0%	0,0%	4,5%	100,0%	
Çiftçi	Sıklık	0	101	144	3	4	252	
	%	0,0%	40,1%	57,1%	1,2%	1,6%	100,0%	
İşsiz	Sıklık	0	70	44	1	0	115	
	%	0,0%	60,9%	38,3%	0,9%	0,0%	100,0%	
Diğer	Sıklık	0	54	49	4	5	112	
	%	0,0%	48,2%	43,8%	3,6%	4,5%	100,0%	
Toplam	Sıklık	24	1440	1535	46	52	3097	
	%	0,8%	46,5%	49,6%	1,5%	1,7%	100,0%	

Meslek gruplarına göre oy kullanma öncelikleri değerlendirildiğinde memur, özel sektörde işçi, ev hanımı, esnaf, serbest meslek sahibi, öğrenci, iş adamı ve çiftçi çalışma gruplarının çoğunun (sırasıyla %50,9; %53,7; %47,6; %49,6; %50,8; %52,7; %50,0 ve %57,1) oy tercihlerinde ilk önceliğinin adayın projeleri ve performansı olduğu görülmektedir. Kamuda işçi, emekli, işsiz ve diğer olanların çoğu (sırasıyla %54,5; %50,7; %60,9; ve %48,2) oy vermede adayın partisine ve liderine daha fazla öncelik verdiklerini belirtmektedirler.

Tablo 6. İlçe*Oy Kullanım Önceliği Çapraz Tablosu

		Oyunuzu kullanırken hangisine öncelikle önem verirsiniz?					Toplam	
		Cevapsız	Adayın partisine ve liderine	Adayın projelerine ve performansına	Seçim kampanyasına	Diğer		
Anket yapılan ilçe	Akdeniz	Sıklık	2	247	212	11	4	476
		%	0,4%	51,9%	44,5%	2,3%	0,8%	100,0%
	Mezitli	Sıklık	0	108	166	4	9	287
		%	0,0%	37,6%	57,8%	1,4%	3,1%	100,0%
	Toroslar	Sıklık	5	237	215	2	6	465
		%	1,1%	51,0%	46,2%	0,4%	1,3%	100,0%
	Yenişehir	Sıklık	4	127	239	6	7	383
		%	1,0%	33,2%	62,4%	1,6%	1,8%	100,0%
	Anamur	Sıklık	3	56	55	6	3	123
		%	2,4%	45,5%	44,7%	4,9%	2,4%	100,0%
	Aydıncık	Sıklık	1	10	16	0	0	27
		%	3,7%	37,0%	59,3%	0,0%	0,0%	100,0%
	Bozyazı	Sıklık	2	28	34	0	0	64
		%	3,1%	43,8%	53,1%	0,0%	0,0%	100,0%
	Çamlıyayla	Sıklık	1	25	34	0	4	64
		%	1,6%	39,1%	53,1%	0,0%	6,3%	100,0%
Erdemli	Sıklık	4	119	91	1	13	228	
	%	1,8%	52,2%	39,9%	0,4%	5,7%	100,0%	
Gülнар	Sıklık	0	19	43	1	0	63	
	%	0,0%	30,2%	68,3%	1,6%	0,0%	100,0%	
Mut	Sıklık	1	32	83	1	0	117	
	%	0,9%	27,4%	70,9%	0,9%	0,0%	100,0%	
Silifke	Sıklık	0	141	73	3	3	220	
	%	0,0%	64,1%	33,2%	1,4%	1,4%	100,0%	
Tarsus	Sıklık	1	291	274	11	3	580	
	%	0,2%	50,2%	47,2%	1,9%	0,5%	100,0%	
Toplam	Sıklık	24	1440	1535	46	52	3097	
	%	0,8%	46,5%	49,6%	1,5%	1,7%	100,0%	

İlçeler bazında oy verme öncelikleri dikkate alındığında Akdeniz (%51,9), Toroslar (%51,0), Anamur (%45,5), Erdemli (%52,2), Silifke (%64,1), Tarsus (%50,2) ilçelerinde bulunan seçmenlerin oy kullanırken öncelikle adayın partisine ve liderine önem verdikleri, diğer ilçelerde (Mezitli-%57,8-; Yenişehir-%62,4-; Aydıncık-%59,3-; Bozyazı-%53,1-; Çamlıyayla-%53,1-;

Gülner-%68,3- ve Mut-%70,9-) yaşayan seçmenlerin çoğunun oy kullanırken öncelikle adayın projelerine ve performansına önem verdikleri görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında ise seçmenlerin çoğunun (%49,6) oy vermede ilk öncelik olarak adayın projelerine ve performansına yer verdikleri bunu %46,5 oranında adayın partisi ve liderinin takip ettiği görülmektedir. Seçim kampanyasının ise önemi yok derece kadar azdır (%1,5).

SONUÇ

Bu çalışma Mersin İl'inde 3097 seçmen üzerinde yapılan 2014 yerel seçimler anketine dayalı olarak seçmenlerin oy kullanım önceliklerinin (Adayın partisi ve lideri, adayın projeleri ve performansı, seçim kampanyası, ve diğer) seçmenin demografik özelliklerinden (cinsiyet, yaş, öğrenim, meslek, yer ve ilçe) nasıl etkilendiğini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Genel sonuçlara bakıldığında oy verme önceliğini etkileyen en önemli unsurların sırasıyla adayın projeleri ve performansı ve adayın partisi ve lideri olduğu görülmekte olup bu iki kriterden birinin diğerine baskın olarak üstün gelmediği görülmektedir. Partilerin yerel seçimlerde başarı sağlayabilmeleri için öncelikle çıkardıkları adaya ve geliştirdikleri projelere önem vermeleri gerekmektedir. Partinin genel imajı ve liderinin de sonuçlarda önemli bir etkisi görülmektedir. Seçim kampanyalarının önceliği yok derece kadar az bulunmaktadır.

Daha detaylı olarak seçmen demografik yapıları göz önüne alındığında erkek ve kadınların; genç ve yaşlı seçmenin; lise ve üzeri öğrenim görmüşlerin; memur, özel sektörde işçi, ev hanımı, esnaf, serbest meslek sahibi, öğrenci, iş adamı ve çiftçilerin; yerleşim merkezi ile köy ve beldede yaşayanların; Mezitli, Yenişehir, Aydınçık, Bozyazı, Çamlıyayla, Gülner ve Mutlucelerinde yaşayanların çoğu oy kullanırken öncelik olarak adayın projelerine ve performansına öncelik vermektedirler. Yapılan bu çalışmanın sonuçları, partilerin sahip oldukları kaynaklarını kullanmada, seçim beyannamelerini

oluşturmada ve adaylarını belirlemede kullanılabilir ve elde edilen bulgular önümüzdeki 2019 yerel seçimlere ışık tutabilir.

Kaynakça

- Akgün, B. (2000). Türkiye’de Seçmen Davranışı: Partizan Tutumlar, İdeolojik ve Ekonomik Faktörlerin Oy Vermeye Etkisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 4, 75-92.
- Akgün, B. (2007). Türkiye’de Seçmen Davranışı, Partiler ve Siyasal Sistem. Ankara: Nobel Yayınları.
- Alkan, M. Ö. (2006). Türkiye’de Seçim Sistemi Tercihinin Misyon Boyutu ve Demokratik Gelişime Etkileri (Siyaset Bilimi ve Sosyolojisi Yaklaşımıyla). Anayasa Yargısı, 23, 133-165.
- AnbarlıBozatan, Ş. ve Kutlu, S. Z. (2014). Siyasette Kadın Temsili Açısından 30 Mart 2014 Yerel Seçimi Sonuçlarının Çanakkale İli Örneğinde Değerlendirilmesi. Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı, 12(16), 131-156.
- Bartolini, S. &Mair, P. (1990). “ElectoralInstabilityand Class-Cleavageimages 1885-1985”, Identity, Competition, andElectoralAvailability: theStabilization of EuropeanElectorates 1885-1985. Cambridge, ABD: Cambridge UniversityPress.
- Boyacıoğlu, H. ve Güneri, P. (2006). Sağlık Araştırmalarında Kullanılan Temel İstatistik Yöntemler. Hacetepe Diş Hekimliği Fakültesi Dergisi, 30(13), 33-39.
- Butler, P. ve Collins, N. (1994). Political Marketing: StructureandProcess. EuropeanJournal of Marketing, 28(1), 19-34.
- Canöz, K.. (2010). Seçmen Tercihinde Aday İmajının Rolü: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri Öncesinde Konya Seçmeni Üzerine Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6(2), 95-114.
- Cooper, D. R. & Schindler, P. S. (2014). Business ResearchMethods. 12th Edition. New York, NY, ABD: McGraw-HillIrwin.
- Çağlar, N.ve Gelir, Y. (2014). Yerel Seçimlerde Aday İmajı: 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Öncesinde Isparta Seçmeni Üzerine Bir Araştırma. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16(2), 27-50.

- Çaha, Ö., Toprak, M. & Dalmış, İ. (2002). “Seçmenlerin Parti Tercihinde Rol Oynayan Faktörler (Kırıkkale Örneği)”, (Der. Ömer Çaha), Seçmen Davranışı ve Siyasal Partiler. İstanbul: Dendaş Yayınları, 116-141.
- Çakır, H. ve Biçer, A. (2015). Türkiye Yerel Seçimlerinde Seçmen Tercihlerini Etkileyen Kriterler: 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Kayseri Örneği. Erciyes İletişim Dergisi “academia”, 4(1), 98-112.
- Çinko, L.. (2006). Semen Davranışları ile Ekonomik Performans Arasındaki İlişkilerin Teorik Temelleri ve Türkiye Üzerine Genel bir Değerlendirme. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 61(1), 103-116.
- Çitçi, O. (1989). Yerel yönetimlerde temsil: belediye örneği. Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.
- Doğan, A.ve Göker, G. (2010). Yerel Seçimlerde Seçmen Tercih (29 Mart Yerel Seçimleri Elazığ Seçmeni Örneği). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 5(2), 159-187.
- Dündar, A. (2011). Aday İmajının Seçmen Tercih Üzerine Etkisi: Yılmaz Büyükerşen Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İzci, F. ve Turan, M. (2013). Büyükşehir Belediyesi Sistemi ve 6360 Sayılı Yasa ile Büyükşehir Belediyesi Sisteminde Meydana Gelen Değişimler: Van Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(1), 117-152.
- Kalaycıoğlu, E. (1993). Karşılaştırmalı Siyasal Katılma Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme. İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBF Yayınları.
- Kalendar, A. (2005). Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Karasar, N. (2015). Bilimsel Araştırma Yöntemi. 28. Basım. Ankara:Nobel Yayınevi.
- Negiz, N. ve Akyıldız F. (2012). Yerel Seçimlerde Seçmenin Tercih Üzerinde Aday İmajının Etkisi: Uşak Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(15), 171-199.
- Oğuzoğlu, D. ve Öztay, O. H. (2016). 30 Mart 2014 Yerel Seçimlerde Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanım Analizi: Ankara Büyükşehir Belediyesi Örneği. Gazi

Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Akademik Sanat; Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi,1(1), 53-65.

Özsoy, O. (2019). Seçim Kazandıran Siyasal İletişim. İstanbul: Pozitif Yayınları.

Sezgin, Ş. (2007). Ekonomik Oy Verme Teorisi:Türkiye Örneği (1998-2003). Amme İdaresi Dergisi, 40(2), 21-38.

Teziç, E. (1996). Anayasa Hukuku, Genel Esaslar, Gözden Geçirilmiş ve Geliştirilmiş 3. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Tunç, H. (2008). Demokrasi Türleri ve Müzakereci Demokrasi Kavramı. Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 12(1/2), 1113-1132.

Yıldırım, M.. (2010). Seçmen Tercihinde Aday İmajının Rolü: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri Öncesinde Konya Seçmeni Üzerine Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6(2), 95-114.

Yıldırım, M.. (2014). Parti Aday Tercihlerinin Seçmen Davranışına Etkisi 2009 Yerel Seçimleri Uşak İli Örneği. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17, 15-38.

HİZMET KALİTESİ ALGISI İLE MEMNUNİYET DÜZEYİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: HARRAN ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

RELATIONSHIP BETWEEN SERVICE QUALITY ASSESSMENT AND SATISFACTION LEVEL: AN APPLICATION ON HARRAN UNIVERSITY STUDENTS

Ferit KÜÇÜK‡

Baran ARSLAN§

Erkan NUR**

Öz

Bu çalışma, Üniversite öğrencilerinin eğitim gördükleri üniversiteden aldıkları hizmetlere yönelik kalite algısı ile memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın ana kümesini Harran Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Örnek kümesini ise İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma amacı doğrultusunda hazırlanan anket 490 öğrencinin gönüllü katılımı ile yüz yüze uygulanmıştır. Anket çalışması sonucunda elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Faktör analizi, cronbach alpha testi ve pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Hizmet kalitesi algısı ile memnuniyet düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan pearson korelasyon testi analizi sonucunda, iki değişken arasında pozitif ve güçlü bir ilişki olduğu sonucu elde edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Hizmet, Hizmet Kalitesi, Memnuniyet.

Abstract

This study was carried out with the aim of determining the relationship between the quality perception and satisfaction levels of services provided by university students in universities where the yâre educated. Harran University students constitute the main mass of the research. The sample mass constitutes the students of the Faculty of Economics and Administrative Sciences. The questionnaire prepared in the direction of research purpose was applied face to face with the voluntary participation of 490 students. The data obtained as a result of the questionnaire study were analyzed by SPSS program. Factor analysis, cronbach alpha test and pearson correlation analysis were performed. Pearson correlation test analysis was conducted to determine the

>Makale Gönderim Tarihi: 9 Nisan 2018.

‡Prof. Dr., Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, feritk@harran.edu.tr.

§Dr. Öğr. Üyesi., Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, barslan@harran.edu.tr.

**Arş. Gör., Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, erkan.nur@harran.edu.tr.

relationship between service quality perception and satisfaction level. As a result, it was concluded that there was a positive and strong correlation between two variables.

Keywords: Service, quality of service, satisfaction.

GİRİŞ

Yükseköğretim, üniversite ve diğer kurumlar tarafından bireylere akademik bilgi ve birikim kazandırmak için sunulan bir hizmettir. Bu hizmet bireylerden başlayarak toplumların gelişmesine ve değişmesine neden olan önemli bir olgudur. Bu noktada sunulan hizmetin kaliteli olarak verilmesi gelişme ve değişimin olumlu yönde başarılı bir şekilde gerçekleşmesini sağlayacaktır (Bayrak, 2007:88).

Günümüzde eğitime verilen önem ile birlikte eğitimde kalitenin önemi de artmaktadır. Kaliteli eğitim hizmetleri, ihtiyaçlara istenen şekilde cevap verebilmesi açısından önem arz etmektedir. Eğitim kurumlarının öğrencilerin beklentilerini karşılayacak eğitim hizmeti sağlamaları gerekmektedir. Üniversiteler hizmet üreten eğitim kurumlarıdır ve öğrenciler de bu kurumların müşterileridirler. Bu nedenle öğrencilerin eğitim gördükleri üniversiteden aldıkları hizmetin kalitesine yönelik algıları ve bu hizmetten sağladıkları memnuniyet üniversiteler için önemlidir. Yükseköğretim kurumları müşterileri olan öğrencileri memnun etmeli ve bu memnuniyet düzeyini sürekli kılacak iyileştirmeler yapmalıdırlar.

Bu çalışmanın amacı Harran Üniversitesi öğrencilerinin aldıkları eğitim hizmetlerine yönelik kalite algısı ile memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

1. Kavramsal Çerçeve ve Literatür Taraması

1.1.Hizmet ve Hizmet Kalitesi Kavramları

Hizmet sektörü kavramı ilk olarak 1934 yılında Allan FISHER tarafından yazılan “The Clash of Progree and Security” isimli kitapta kullanılmıştır (Seyran, 2004: 14). 1970 yılları itibariyle ekonomide yaşanan değişimler ile

birlikte hizmet kavramı pazarlama literatüründe yavaş yavaş yer almaya başlamıştır.

Amerikan Pazarlama Birliği'ne göre hizmet, pazara sunulan veya malların satışına bağlı olarak sağlanan faaliyet, fayda ve tatmindir (Lancaster ve Massingham, 1988: 182). Armstrong ve Kotler (2003) hizmeti, herhangi bir şeyin sahipliğiyle sonuçlanmayan ve soyut olarak sunulan her bir hareket veya performans olarak tanımlamışlardır. Kotler (1982) hizmeti, bir tarafın diğer tarafa sunduğu, esas olarak soyut olan (dokunulamayan) ve herhangi bir şeyin sahiplik hakkını vermeyen bir faaliyet ve performans olarak ifade etmiştir. Mucuk (2004) hizmeti, tüketicilerin mülkiyetten bağımsız olarak aldıkları faydalar olarak tanımlamıştır. Kozak (2006) hizmeti, eylemler, süreçler ve performanslardır şeklinde tanımlamıştır. Karahan (2006) ise hizmeti, satış için sunulan faaliyetler, yararlar veya doyumlar olarak tanımlamaktadır.

İyi hizmet sunabilmenin en önemli yolu, müşterinin beklentisinin tam olarak anlayabilmekten geçer. Beklentisine uygun hizmet alan müşterinin tatmin seviyesi de artacaktır. Hizmetin beklenen düzeyde sürekli verileceğini ve bu konuda herhangi bir aksama meydana gelmeyeceğinin güvencesinin verilmesi müşteri memnuniyetinin artan bir çizgide devam etmesi açısından çok önemlidir (Karahan, 2006: 134).

Hizmetleri mallardan ayıran başlıca özellikler şunlardır (Kılıç ve Eleren, 2010: 120);

- Hizmette üretilen ürün soyuttur.
- Mülkiyet hakkı transfer edilemez.
- Üretim, tüketim ve dağıtım eş zamanlıdır.
- Emek yoğun bir üretim söz konusudur.
- Standartlaşma yoktur.

Kalite, bir şeyin nasıl oluştuğu anlamına gelen latince kökenli olan "qualitas" sözcüğünden türemiştir. Kehoe (1996)'ya göre örgütler açısından bakıldığında kalite, müşterilerin beklentilerini karşılayabilmek olarak tanımlanmaktadır. Kalitenin literatürde birçok farklı tanımı bulunmaktadır. Avrupa Kalite

Örgütü(EOQC) kaliteyi, bir mal veya hizmetin belli bir ihtiyacı karşılama düzeyini gösteren özellikler bütünü olarak tanımlamaktadır. (Özden, 2000: 17). Shewart'a (1988) göre kalite, müşterilerin gelecekteki ihtiyaçlarının belirlenerek bu ihtiyacı karşılayacak ürünün müşterinin ödeyebileceği makul bir fiyatla üretilmesidir.

İnsanlar, ihtiyacı olan hizmetin en iyisini alarak tatmin olmak istemektedirler. Bu nedendir ki hizmet üretirken, kaliteyi göz ardı etmemek gerekmektedir (Karahana, 2006: 18). Hizmet kalitesi, beklenen hizmet ile sunulan hizmet arasındaki farktır. Hizmet kalitesinin kilit noktası müşterinin beklentilerini karşılamaktır. Müşteriler tarafından hizmet kalitesinin algılanması beklenen hizmet ile sunulan hizmet arasındaki farkın büyüklüğüne ve yönüne göre değişmektedir (Şahin, 2006: 34). Hizmet işletmelerini rakiplerinden ayıran en önemli faktörlerden biri daha yüksek kaliteli hizmet üretmesi ve sunmasıdır (Çakırer, 2005: 11).

Oral (2005: 323) hizmet kalitesini, hizmet işletmelerinin müşterilerinin beklentilerini karşılayabilme yeteneği ya da beklentileri doğrultusunda müşterilerin tatmin edilmesi olarak tanımlamaktadır. Çakır Öney (1998: 22) hizmet kalitesini, insanın beklediği hizmeti, beklentileri doğrultusunda alabilmesi olarak tanımlamaktadır. Müşteri memnuniyeti sağlayabilmek için müşteri beklentilerinin yakından takip edilerek bu doğrultuda hizmet sunumu gerçekleştirmek gerekmektedir. Sunulan hizmet müşteri beklentisini karşılıyor ve geçiyorsa kaliteli hizmet söz konusu demektir.

1.2.Hizmet Kalitesinin Önemi

Hizmet kalitesi, müşterinin beklediği hizmet ile kendisine sunulan hizmet arasındaki fark algılamasıdır. Müşteri hizmeti kullanmadan önce hizmet ile ilgili işletmenin ne sunması gerektiği ile ilgili beklentilere sahiptir. Hizmetlerini yüksek kaliteden sunan işletmelerin müşteri sayıları artmakta, rekabette avantaj sahibi olmakta ve hata düzeltmelerinde harcanan emeğin ve maliyetlerin azalması söz konusu olmaktadır.

Günümüz rekabet koşullarında işletmelerin başarı elde etmeleri, müşterilerini memnun etmek için hizmetlerini kaliteli sunmaları ile mümkün olacaktır. Hizmet işletmelerinde sadık müşterilere sahip olmak, yeni müşteri bulmaktan daha az maliyetli olduğu için işletmelerde yüksek hizmet kalitesinin sunulması, reklam ve pazarlama maliyetlerinin azalmasında etkilidir (Giritlioğlu, 2012: 91).

1.3.Müşteri Memnuniyeti ve Önemi

Müşteri memnuniyeti, müşterilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerinin karşılanması olarak ifade edilen bir kavramdır. Hizmette müşteri memnuniyeti, hizmetin sunumu sırasında müşterinin hizmetten beklentilerinin karşılanması neticesinde ortaya çıkmaktadır (Özgüven, 2007:657). İşletmeler müşterilerini memnun etmek, memnuniyeti sürekli kılmak, müşterilerin istek, ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak için yoğun çaba göstermek zorundadırlar. Bir işletmenin sunduğu hizmetlerden tüm müşterilerin aynı düzeyde memnun olması mümkün olmayabilir. Bunun temel sebebi, ihtiyaç ve beklentilerin kişiden kişiye farklılık göstermesidir.

Müşteri memnuniyeti için, işletmelerin müşterilerinin ihtiyaç, istek ve beklentilerini en iyi şekilde karşılaması gerekir yani müşteri odaklı olması gerekmektedir. Müşteri odaklı olan ve müşteri memnuniyeti sağlayan kurumlar rekabette başarı elde etmekte ve varlıklarını güçlü bir şekilde sürdürmektedirler.

Müşteri memnuniyetinin önemi daha çok müşterinin satın alma sonrası davranışlarını yönlendirmesinden kaynaklanmaktadır. Müşteriler memnuniyet veya memnuniyetsizlik durumunda bu duygularını çevresi ile paylaşmaktadır. Müşterilerin satın aldıkları mal/hizmet ile ilgili memnuniyetlerini memnuniyetsizliklerine oranla daha az sayıda kişi ile paylaşmaktadır. Bu sebeple, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını belirleyip mal ve hizmetlere yansıtılmamak işletmenin pazar payını kaybetmesine neden olabilmektedir. Dolayısı ile müşteri memnuniyeti kurumlar için yaşamsal bir öneme sahiptir.

1.4. Hizmet Kalitesi ve Memnuniyet İlişkisi

Müşteri kavramı, bir işletmenin ürettiği mal veya hizmetlerden haberdar olup bu ürün veya hizmetleri satın alma olasılığı olan ve satın alan tüm bireyleri kapsamaktadır. Müşteri memnuniyeti ise, “Bireylerin mal ve hizmetten algıladıkları performans ile kendi beklentileri arasındaki ilişkidir.” şeklinde tanımlanmaktadır (Aktepe, vd., 2009: 8).

Müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi değişkenleri beklenti ve algılardır. Doyurucu hizmet kalitesi için, sunulan hizmetin müşterilerin beklentilerinin üstünde olması gerekir (Alınçık ve Özbek, 2009: 129). Algılanan hizmet kalitesi uzun dönemli bir değerlendirme ve tutum iken, müşteri memnuniyeti kısa dönemli bir kavramdır. Hizmet kalitesi, müşteri memnuniyetinden önce gerçekleşmektedir. Hizmet sunan işletme önce sunduğu hizmet ile ilgili hizmet kalitesini ortaya koymakta; bu kalitenin sonucunda da, hizmeti alıcısı olan müşteri, sunulan hizmetten tatmin ya da tatminsizlik duymaktadır (Değermen, 2006: 27).

Sunulan hizmetin kalite düzeyi, müşteri memnuniyetinde önemlidir. Müşterilerin değişik istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilen işletmeler varlıklarını sürdürmekte, diğer işletmeler ise yaşam döngüsünü noktalamaktadır. Bu nedenden dolayı müşteri memnuniyeti çok önemli bir kavram haline gelmiştir (Özgüven, 2007: 19).

Hem ürün hem de hizmet üreten tüm işletmeler için rekabetin temel anahtarı müşteri memnuniyetidir. Üründen elde edilen müşteri tatmini, ürünü alıp kullandıktan yani tükettikten sonra ortaya çıkmaktadır. Ancak hizmetten oluşan tatmin hizmet üretilirken doğrudan olduğundan bu noktada insan faktörü önemli olmaktadır (Kılıç ve Eleren, 2009: 92).

Müşterileri memnun edilmiş işletmelerin rakipleri ile rekabet edebilmeleri daha kolaydır. Çünkü bir ürün ya da hizmet ile ilgili beklentileri karşılanmış olan müşterinin, tekrar aynı işletmeden mal veya hizmet satın alması daha kolay olmaktadır (Avcıkurt ve Köroğlu, 2006: 6).

Yükseköğretim kurumlarında kalite ölçümü çalışmaları yapan Soutarve McNeil (1996)'da Servqual modelinin yanında "İletişim ve Bilgi" boyutlarını kullanarak yaptıkları çalışmalarında, oransal olarak erkeklerin kız öğrencilerden daha fazla eğitim aldıkları kurumdan memnun oldukları, buna ek olarak her iki grup açısından değerlendirildiğinde, "somut" ve "İletişim ve Bilgi" boyutlarının öğrenci memnuniyetine etki etmediği sonucu ortaya çıkmıştır. Bu çalışma sonucunda ortaya çıkan bir başka sonuç ise, öğrencilerin akademik olmayan personel ile iletişim sorunu yaşadığı ve bu durumun öğrencilerin memnuniyet düzeylerinde azalmaya neden olduğuna ulaşılmıştır.

Ekinci ve Burgaz (2007)'de Hacettepe Üniversitesine bağlı 9 fakültede eğitim alan 3. sınıf öğrencilerini kapsayan çalışmalarında üniversitenin öğrencilere sağlamış olduğu akademik hizmetlere ilişkin beklenti ve memnuniyet düzeylerini belirlemeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda, öğrencilerin beklenti düzeylerinin tatmin edici seviyede olduğu, memnuniyet düzeylerinin ise yeteri kadar yüksek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Okumuş ve Duygun (2008)'de çalışmalarında, Açık Öğretim Kurslarında eğitim gören öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi ile memnuniyet arasında bir ilişki olup olmadığını ve eğer ilişki var ise bu ilişkinin derecesini belirlemeye çalışmışlardır. Araştırma kapsamına İstanbul'un sadece Avrupa yakasındaki Açık Öğretim Kurslarında eğitim alan 2284 öğrenci dahil edilmiştir. Araştırma sonucunda algılanan hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır.

Şahin (2009)'da Hacettepe Üniversitesi sınıf, fen bilgisi, matematik ve okul öncesi öğretmenlikleri bölümlerinde 2005-2006, 2006-2007 ve 2007-2008 dönemlerinde 3. ve 4. sınıf öğrencilerini kapsayan çalışmasında, öğrencilere sunulan eğitim hizmetlerine ilişkin memnuniyet düzeylerini belirlemeye çalışmıştır. Araştırma, seçkisiz yöntemle seçilen 870 öğrenciyi kapsamaktadır. Çalışma sonucunda, öğrencilerin memnuniyet düzeyleri belirtilen dönemlerde genel olarak artış gösterdiği fakat 2007-2008 ve sonraki dönemlerde özellikle yönetim, kaynaklar ve bilgisayar alt boyutlarında düşük bir seviyede olduğu

buna ek olarak, öğretim elemanları danışmanlık ve ders programları alt boyutlarında ise öğrenci memnuniyet düzeyinin orta seviyede olduğu çalışma sonucunda elde edilmiştir.

Tayyar ve Dilşeker (2012)'de yaptıkları çalışmada, üniversite öğrencilerinin aldıkları hizmetlerin kalitesine ilişkin algılarının ve algıladıkları imaj, memnuniyet, sadakat ve tavsiye etme düzeylerinin ölçülmesi ve bu değişkenler arasındaki ilişkinin tespit edilmesini amaçlamışlardır. Bu bağlamda çalışma verileri, iki devlet (Ege ve Uşak) ile bir vakıf (Yaşar) Üniversitesinin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde eğitim gören öğrencilerden elde edilmiştir. Çalışma sonucunda, Vakıf Üniversitesinde eğitim alan öğrencilerin hizmet kalitesi algıları ile memnuniyet, imaj, tavsiye ve sadakat derecelerinin Devlet Üniversitesinde eğitim alanlara kıyasla yüksek daha olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Eynur ve Diğerleri (2013)'de yaptıkları çalışmada, Dumlupınar Üniversitesi BESYO ve Eğitim Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin hizmet kalitesi kapsamında memnuniyet düzeylerini belirlemeye çalışmışlardır. Yapılan çalışma sonucunda, BESYO bölümünde okuyan öğrencilerin, uygulama derslerinden yeteri kadar yararlandıklarını fakat uygulama derslerine yönelik tesislerden çok memnun olmadıkları ayrıca yardımcı araç gereçler ile kütüphane ve internet imkânlarının da öğrencileri memnun etmediği görülmüştür. Çalışmada elde edilen diğer bir sonuç ise, Eğitim Fakültesi sosyal bilgiler öğretmenliği bölümü öğrencilerinin ders kaynak ve değerlendirme kriterleri açısından fakültenin diğer bölümlerinde okuyan öğrencilere kıyasla memnuniyet düzeylerinin daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır.

Topsakal ve İplik (2013)'de yaptıkları çalışmada turizm fakültesi öğrencilerinin hizmet kalitesi algılarını, memnuniyet düzeylerini ve tavsiye etme niyetlerini ölçmüştür. Çalışma Türkiye'deki öncü üniversitelerden birinin turizm fakültesinde okuyan son sınıf öğrencilerini kapsamaktadır. Çalışma sonucunda, öğrencilerin memnuniyeti ve tavsiye etme niyeti ile algılanan kalite arasında anlamlı ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Buna ek olarak araştırmada, erkek ve kız

öğrencilerin kalite algılarının ‘memnuniyet’, ‘uluslararasılaşma’ ve ‘idari personel’ boyutlarında farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, Harran Üniversitesi öğrencilerinin üniversitenin sunmuş olduğu hizmetlere yönelik hizmet kalitesi algıları ile üniversiteden duyulan memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemektir.

2.2. Örneklem Süreci

Araştırmanın ana kümesini Harran Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Örnek kümesini ise kolay ulaşılabilir olmaları nedeniyle Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi’nde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma için gerekli olan veriler basit tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak yüz yüze anket yöntemi uygulanarak elde edilmiştir. Anketler 15.02.2018 ile 28.02.2018 tarihleri arasında yapılmıştır.

2.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, Tayyar ve Dilşeker’in (2012) tarafından geliştirilen hizmet kalitesi algısını ölçen 51 maddelik ölçek ve memnuniyet düzeyini ölçen 3 maddelik ölçek yer almaktadır. İkinci bölümde, öğrencilerin cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, toplam aile geliri, toplam aile birey sayısı ve eğitim gördüğü bölüm gibi 7 demografik soruya yer verilmiştir. Anket formu Harran Üniversitesi İ.İ.B.F’de eğitim gören 490 öğrenciye uygulandı.

2.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



Araştırmanın modeli ve amacı doğrultusunda geliştirilen hipotez şu şekildedir:

H₁: Harran Üniversitesi öğrencilerinin üniversitelere yönelik hizmet kalitesi algıları ile üniversitenin hizmetlerinden duyulan memnuniyet arasında bir ilişki vardır.

2.5. Verilerin Analizi

Araştırma amacı doğrultusunda oluşturulan anket Harran Üniversitesi İ.İ.B.F’de eğitim gören 490 öğrenciye uygulanmıştır. Anket çalışması sonucunda elde edilen veriler, SPSS paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada ölçeğin tek boyutluluk özelliğini araştırmak amacıyla Faktör Analizinden yararlanılmıştır. Güvenilirliğin belirlenmesi için Cronbach Alpha Testinden yararlanılmıştır. Hizmet kalitesi algısı ve memnuniyet düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson Korelasyon testi yapıldı.

2.6. Araştırmanın Bulguları

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Bireylerin Demografik Özellikleri

	Sıklık	Yüzdeler		Sıklık	Yüzdeler
Cinsiyet			Aile Birey Sayısı		
Kadın	266	54,3	1-3	34	6,9
Erkek	224	45,7	4-6	251	51,2
Toplam	490	100	7-9	141	28,8
			10-12	59	12,0
			13 ve üzeri	5	1,0
			Toplam	490	100
Yaş			Aylık Gelir		
15-20	103	21,0	1500 TL ve altı	151	30,8
21-25	367	74,9	1501-3000 TL	231	47,1
26-30	10	2,0	3001-4000 TL	55	11,2
31 ve üstü	10	2,0	4001-5000 TL	10	2,0
Toplam	490	100	5001 TL ve üstü	43	8,8
			Toplam	490	100
Medeni Durum			Bölümünüz		
Evli	39	7,9	İşletme	150	30,6
Bekâr	451	92,1	İktisat	101	20,6
Toplam	490	100	Maliye	109	22,2
			Kamu Yönetimi	121	26,6
			Toplam	490	100

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri incelenecek olursa, katılımcıların 266'sı (%54,3) kadın, 224'ü (%45,7) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin toplam aile sayısına bakıldığında, katılımcıların 34'ü (%6,9) 1-3 arası aile bireyine, 251'i (%51,2) 4-6 arası aile bireyine, 141'i (%28,8) 7-9 arası aile bireyine, 59'u (%12,0) 10-12 arası aile bireyine ve 5'i (%1) 13 ve üzeri arası aile bireyine sahip olduğu görülmektedir. Ankete katılan öğrencilerin yaş dağılımı ise 103'ü (%21) 15-20 yaş, 367'si (%74,9) 21-25 yaş, 10'u (%2) 26-30 yaş ve 10'u (%2) 31 ve üstü yaş aralığındadır. Gelir grupları içerisinde en büyük payı 1501-3000 TL arası gelire sahip olanlar oluşturmaktadır (%47,1). Ankete katılanlar medeni durum açısından değerlendirildiğinde 39'unun (%7,9) evli, 451'inin (%92,1) bekar olduğu görülmektedir. Ankete katılanların öğrenim gördüğü bölüm dağılımı ise 150'si (%30,6) İşletme, 101'i (%20,6) İktisat, 109'u (%22,2) Maliye ve 121'i (%26,6) Kamu Bölümü şeklindedir.

2.7. Araştırmanın Güvenirliliği ve Faktör Analizi

Hizmet kalitesi algısını ölçen veri setinin faktör analizine uygunluğunu test eden KMO değeri (0,803) faktör analizi yapılabilmesi için uygun ve mükemmel bir değerdir. Yine aynı amaca hizmet eden Bartlett testi anlamlılık düzeyi = 0,00) olduğundan ve $p < 0.05$ olması koşulunu sağladığından verilerin faktör analizi için uygun olduğuna karar verilmiştir. Hizmet kalitesi algısını ölçmek amacıyla uygulanan faktör analizi sonucunda, kullanılan ölçekteki ifadelerin beş boyut altında toplandığı görülmektedir.

Memnuniyet düzeyini ölçmek ile ilgili olan veri setinin faktör analizine uygunluğunu test eden KMO değeri (0,792) faktör analizi yapılabilmesi için uygun ve mükemmel bir değerdir. Yine aynı amaca hizmet eden Bartlett testi anlamlılık düzeyi = 0,00) olduğundan ve $p < 0.05$ olması koşulunu sağladığından verilerin faktör analizi için uygun olduğuna karar verilmiştir. Memnuniyet düzeyini ölçmek amacıyla uygulanan faktör analizi sonucunda, kullanılan ölçekteki ifadelerin tek boyut altında toplandığı görülmektedir.

Tablo 2: Hizmet Kalitesi Algısı Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlilik Analizi

Faktörler	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alfa
	%	
	(Toplam =73,812)	
Fiziksel Özellikler	21,635	,918
Destek Hizmetleri	17,457	
Uluslararasılaşma	14,312	
Akademik Personel	12,162	
Akademik Olmayan Personel	8,246	

KMO = 0,803 Toplam Açıklanan Varyans = 73,812

Tablo 3: Kurumsal İmaj Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi ve Güvenirlilik Analizi

Maddeler	Toplam Açıklanan Varyans	Cronbach's Alfa
	%	
	(Toplam = 8,328)	
Memnuniyet	8,991	,803

KMO = 0,792 Toplam Açıklanan Varyans = 8,991

2.8. Hipotezlerin Test Edilmesi

Tablo 4: Harran Üniversitesi Öğrencilerinin Üniversitelerine Yönelik Hizmet Kalitesi Algısı ile Kurumsal İmaj Düzeyi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Pearson Korelasyon Analizi sonuçları

		Fiziksel Özellikler	Destek Hizmetleri	Uluslararasılaşm a	Akademik Personel	Akademik Olmayan	Memnuniyet Düzeyi	Hizmet Kalitesi Algısı
Fiziksel Özellikler	Pearson Korelasyon	1	,582	,347	,546	,335	,490	,666
	Sig. (2.tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	490	490	490	490	490	490	490
Destek Hizmetleri	Pearson Korelasyon	,582	1	,606	,614	,491	,560	,793
	Sig. (2.tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	490	490	490	490	490	490	490
Uluslararasılaşma	Pearson Korelasyon	,347	,606	1	,661	,559	,519	,752
	Sig. (2.tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	490	490	490	490	490	490	490
Akademik Personel	Pearson Korelasyon	,546	,614	,661	1	,584	,476	,901
	Sig. (2.tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	490	490	490	490	490	490	490
Akademik Olmayan Personel	Pearson Korelasyon	,335	,491	,559	,584	1	,538	,798
	Sig. (2.tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	490	490	490	490	490	490	490

Memnuniyet Düzeyi	Pearson	,490	,560	,519	,476	,538	1	,733
	Korelasyon							
	Sig. (2.tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	490	490	490	490	490	490	490
Hizmet Kalitesi Algısı	Pearson	,666	,793	,752	,901	,798	,733	1
	Korelasyon							
	Sig. (2.tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	490	490	490	490	490	490	490

Harran Üniversitesi İ.İ.B.F'de eğitim gören öğrencilerin üniversitenin sunduğu hizmetlerin kalitesine yönelik algısı ve üniversiteden duyulan memnuniyet düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak yapılan pearson korelasyon analizi sonucunda hizmet kalitesi algısı ve tüm boyutları ile memnuniyet düzeyi ilişkisinden elde edilen anlamlılık düzeyi değeri (p) değeri ,000'dır. ,000 değeri ,05 değerinden küçük olduğu için hizmet kalitesi algısı ve memnuniyet düzeyi arasında bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Korelasyon katsayısı yani r 0,00-0,25 arasında ise çok zayıf, 0,26-0,49 arasında ise zayıf, 0,50-0,69 arasında ise orta, 0,70-0,89 arasında ise güçlü ve 0,90-1,00 arasında ise çok güçlü bir ilişki olduğu yorumu yapılabilir. Hizmet kalitesi algısı ile memnuniyet düzeyi arasındaki korelasyon kat sayısı değeri $r = 0,733$ olmasından dolayı aralarında pozitif ve güçlü bir ilişki olduğu sonucuna varılır. Yani hizmet kalitesi algısı arttıkça memnuniyet düzeyi de artmaktadır. H_1 hipotezi desteklendi.

SONUÇ

Müşteri memnuniyetinin temelinde beklentilerini karşılayacak kalite hizmet sunumu yatmaktadır. Hizmetlerin özellikleri nedeniyle kalite değerlendirmesi kolay olmamaktadır. Eğitim hizmeti müşterisi konumunda olan öğrencilerin eğitim gördükleri üniversitenin sunmuş olduğu hizmetlerin kalitesine yönelik algıları ve memnuniyet düzeyleri değişmektedir. Bu iki değişken arasındaki ilişkiyi belirlemek ve bu doğrultuda strateji belirlemek üniversiteler açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle bu çalışma, Harran Üniversitesi öğrencilerinin

üniversitenin sunmuş olduğu hizmetlere yönelik hizmet kalitesi algıları ile üniversiteden duyulan memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacı ile yapılmıştır. Araştırma anketi, Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören 490 öğrenciye uygulanmıştır.

Harran üniversitesi İ.İ.B.F'de eğitim gören öğrencilerin üniversitenin sunduğu hizmetlerin kalitesine yönelik algısı ve üniversiteden duyulan memnuniyet düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik pearsonkorelasyon analizi yapıldı. Analiz sonucunda hizmet kalitesi algısı ve memnuniyet düzeyi arasında pozitif ve güçlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca hizmet kalitesini oluşturan fiziksel özellikler, destek hizmetleri, uluslararasılaşma, akademik personel ve akademik olmayan personel boyutları ile memnuniyet düzeyi arasında pozitif ve orta bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışma daha önceki çalışmalardan "uluslararasılaşma" boyutunun eklenmesi ve öğrenci değişimine yönelik soruları içermesi açısından farklılık göstermektedir. Bu çalışma, Harran Üniversitesi yönetimi için fayda sağlayacak bilgiler sunması ve verilen eğitim hizmet kalitesinin iyileştirilmesi açısından önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Aktepe, C., Baş, M., & Tolon, M. (2009). Müşteri İlişkileri Yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Almaçık, Ü.,& Özbek, V. (2009), "Otobüs İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü-Kandıra Gürkan Turizm Örneği", Uluslar arası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 1(3), 125-138.
- Armstrong, G.,& Kotler, P. (2003). Marketing An Introduction. New Jersey: Pearson Education.
- Avcıkurt, C.,& Köroğlu, Ö. (2006), "Termal Otel İşletmelerinde Müşteri Sadakatini Arttıran Nitelikleri Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması", Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi (SOİD), 3 (1), 5-15.

- Bayrak, B. (2007). Yükseköğretim Kurumlarından Beklenen Hizmet Kalitesi Ve Hizmet Kalitesinin Algılanmasına Yönelik Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çakır Öney, N. (1998). Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesi ve Şile Bölgesinde Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Çakırcı, M. A. (2005). “Hastanelerde Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesinin Ölçümü”, Afyon Kocaeli Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, 5, 10- 14.
- Değermen, H. A. (2006). Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati. İstanbul: Türkmen yayınevi.
- Ekinci, C.E. & Burgaz, B. (2007),“Hacettepe Üniversitesi Öğrencilerinin Bazı Akademik Hizmetlere İlişkin Beklenti Ve Memnuniyet Düzeyleri”, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 33, 120-134.
- Eynur, B. R., Kalkavan, A., Demirel, M., Demirel, D. H., Eynur, A. & Tepe, Z. G. (2013), “Dumlupınar Üniversitesi’nin Öğretmen Yetiştiren Bölümlerinde Hizmet Kalitesinin Öğrenci Memnuniyet Ölçeği ile Değerlendirilmesi”, Middle Eastern & African Journal of Educational Research, 5, 175-206.
- Giritlioğlu, İ. (2012). Yiyecek İçecek Bölümlerinde İşgörenlerin ve Müşterilerin Hizmet Kalitesi Beklenti ve Algılamaları: Termal Otellerde Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Karahan, K. (2006). Hizmet Pazarlaması. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Kehoe, D.F. (1996). The Fundamentals Of Quality Management. Netherlands: Springer.
- Kılıç, B.,&Eleren, A. (2009), “Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması”, Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 1(1), 91-118.
- Kılıç, B.,&Eleren, A. (2010), “Termal Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(3), 119-142.
- Kotler, P. (1982). Marketing for Non-profit Organizations. New Jersey: Prentice Hall International.

- Kozak, N. (2006). Turizm Pazarlaması. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lancaster, G.,&Massnham, L. (1988). Essentials of Marketing. Berkshine: Mc- Graw-Hill Book Company.
- Mucuk, İ. (2004). Pazarlama İlkeleri. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Okumuş, A. & Duygun, A. (2008), “Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi İle Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2, 17-38.
- Oral, S. (2005). Otel İşletmeciliği ve Verimlilik Analizleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özden, Y. (2000). Eğitimde Yeni Değerler. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Özguven, N. (2007). Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyet ve Bir Uygulama. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Seyran, C.D. (2004). Hizmet Kalitesi: Modeller ve Hizmet Kalitesine Yeni Bir Bakış Açısı. İstanbul: Kalder Yayınları.
- Shewart, W. A. (1999). Economic Control of Quality of Manufactured Product. The George Washington University Coopress.
- Soutar, G. &McNeil, M. (1996), “Measuring Service Quality in a Tertiary Institution”, Journal of Educational Adiministration, 34(1), 72-82.
- Şahin, A. E. (2009),“Eğitim Fakültesinde Hizmet Kalitesinin Eğitim Fakültesi Öğrenci Memnuniyet Ölçeği(EF-ÖMÖ) İle Değerlendirilmesi”, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 37, 106-122.
- Şahin, D. (2006). Otel Aydınlatmasında Genel İlkeler ve Otel Yatak Odaları İçin Bir Değerlendirme. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Tayyar, N. & Dilşeker, F. (2012),“Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi ve İmajın Öğrenci Memnuniyetine Etkisi”, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 28, 184-203.
- Topsakal, Y. & İplik, F.N. (2013), “Üniversite Öğrencilerinin Kalite Algılarıİle Memnuniyet ve Tavsiye Etme Düzeyleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Cag University Journal of Social Sciences, 10(2), 70-94.

DEMOGRAFİK FAKTÖRLER BAĞLAMINDA ANLIK SATIN ALMA DAVRANIŞINDAKİ FARKLILIKLAR^{††}

DIFFERENCES IN THE IMPULSE BUYING BEHAVIOR IN THE CONTEXT OF DEMOGRAPHIC FACTORS

Baran ARSLAN^{††}

Öz

Bu çalışmada, demografik özellikler açısından anlık satın alım davranışındaki farklılıkları belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmanın ana kütlelerini İstanbul ilinde ve Şanlıurfa ilinde etkinlik gösteren hazır giyim mağazalarının tüketicileri oluşturmaktadır. Oluşturulan anket formu 327 kişiye uygulanmıştır. Anketler edit edildikten sonra 309 kişi üzerinden değerlendirilmiştir. Anket çalışması sonucunda elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Faktör analizi, cronbach alpha testi, frekans analizi, t-testi analizi ve anova testi analizi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda demografi faktörlerin anlık satın alma davranışında bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Anahtar kelimeler: Anlık satın alma, demografik faktörler, tüketici, tüketici davranışları.

Abstract

In this study, it was aimed to determine the differences in impulse buying behavior in terms of demographic characteristics. The main mass of the research is the consumers of the Ready-made Clothing Sector which are active in İstanbul and Şanlıurfa provinces. The created questionnaire form was applied to 327 people. After the surveys were edited, 309 people were evaluated. The data obtained as a result of the questionnaire study were analyzed by SPSS program. Factor analysis, cronbach alpha test, frequency analysis, t-test analysis and anova test analysis were performed. As a result of the analyzes made, it is seen that there is no difference in the impulse buying behavior of the demographic factors.

Keywords: Impulse buying, demographic factors, consumer, consumer behavior.

GİRİŞ

>Makale Gönderim Tarihi: 9 Nisan 2018.

^{††}Bu çalışma, yazarın, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı'nda Prof. Dr. Sahavet GÜRDAL'ın danışmanlığında 2013 yılında tamamladığı, "Mağaza Atmosferi Unsurlarının Anlık Satın Almaya Etkisi: Fiziksel Mağaza ve Sanal Mağaza Karşılaştırılması" isimli doktora tezinden türetilmiştir.

^{††}Dr. Öğr. Üyesi., Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, barslan@harran.edu.tr.

Tüketicinin karar verme sürecinin yoğun bir şekilde incelendiği çalışmalar neticesinde elde edilen temel sonuç tüketici tercihlerinin rasyonel bir açıdan açıklanabileceğidir; yani pek çok farklı alternatifler dikkatlice incelendikten sonra tüketiciler bir karar alabilmektedir. Ancak bazı durumlarda, tüketiciler bu rasyonellik ilkesini ihlal edebilir. Bu durumlarda, kararlar mevcut alternatifler dikkatlice incelemeyen ve ilgi alanına giren ürün hakkında yeteri kadar bilgi sahibi olunmadan ya da herhangi bir satın alma amacı dahi olmadan alınabilir. Buna örnek olarak anlık satın alma alışkanlığı verilebilir.

Tüketiciler, planlı alışverişlerinin yanı sıra, satın alma kararlarını anlık da verebilmektedirler. Son yıllarda yapılan araştırmalarda anlık alışverişlerin tüketicilerin yapmış olduğu alışverişin yaklaşık %20'sine yakın olduğu belirtilmektedir. (Gültekin, 2010:1)

Tüketiciler, satın aldıkları ürünleri sadece ihtiyaç duydukları için satın almayabilir, farklı birçok neden, tüketicileri alışveriş etmeye yönlendirebilir. Depresif ruh halinden çıkmak, kendini ifade etmek, ya da sadece eğlenmek için de tüketiciler alışveriş edebilir. Bunlar gibi rasyonel olmayan alışveriş nedenleri, anlık satın alma davranışının temel nedenlerini oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın amacı tüketicilerin anlık satın alma davranışlarında demografik faktörler bağlamında farklılık olup olmadığını belirlemektir.

1. Kavramsal Çerçeve ve Literatür Taraması

1.1. Anlık Satın Alma Kavramı

Tüketicinin dürtüsü güçlü ise, tüketici satın alma sürecinde yer alan bilgi arama aşamasına geçmeden gördüğü ilk ürün ile gereksinmesini giderebilmektedir (Tek, 1999:213). Ayrıca, anlık alışveriş ürünü hızlı bir şekilde ve adeta kaparcasına satın alma olarak tanımlanabilir (Rook, 1987:189). Pek çok araştırmacı anlık satın alma alışkanlığına dair çeşitli kavramsal tanımlamalarda bulunmuştur. Örneğin Stern(1962:59-62), anlık satın alma davranışının, plansız satın alma davranışıyla eşanlamlı olduğunu belirtmiş, “alışverişinin daha önceden planlamadan yaptığı herhangi satın alma eylemi” olarak tanımlamıştır.

Rook (1987:189) bu alışkanlığı; bir tüketicinin herhangi bir uyarana maruz kaldığında ortaya çıkan pozitif etkilenme neticesinde gerçekleşen plansız alışveriş olarak tanımlamıştır. Beatty ve Ferrell (1998:71)' e göre, anlık alışveriş tüketicinin belli bir ürün kategorisinden önceden satın alma niyeti olmadan veya belirli bir satın alma görevini yerine getirme niyeti olmadan, ani ve çabuk bir davranıştır. Weinberg ve Gottwald (1982:43-57), tüketicinin duygusal ve bilişsel bileşenlerinin anlık satın almaya etkisiyle ilgili araştırmalarında, tüketicilerin yeni bir ürün karşısında verdikleri tepkileri ölçmüşlerdir. Sonuçta anlık satın almacılar, ürünü görünce daha heyecanlı, yüz mimikleriyle farklı ve bilişsellikten ziyade duygularının etkisinde kalarak karar veren tüketiciler olabilecekleri anlaşılmıştır.

Piron (1991:512) anlık satın almayı bir uyarana maruz kalındığında ortaya çıkan, anında karar alınan ve planlı olmayan bir satın alma türü olarak tanımlamaktadır. Satın alma gerçekleştikten sonra, tüketici duygusal ve/veya bilişsel tepkiler verebilir.

Rook (1987:189-199), anlık satın alma davranışını, tüketicinin psikolojik ve duygusal tepkilerine dayandırır. Tüketici ani ve güçlü bir istek duyarak, aslında çok da lazım olmayabilecek bir ürüne hemen sahip olmak ister. Rook, anlık satın alma davranışının belli karakterlerini ortaya koymaktadır:

- ✓ Tüketici ürünü görür görmez cazibesine kapılır,
- ✓ Ürüne anında sahip olunmak istenir,
- ✓ Satın alma davranışı sonrası yaşanabilecek olumsuz sonuçlar düşünülmez,
- ✓ Heyecan duyulur,
- ✓ Kontrol ve şırmarmak arasında çatışma yaşanır,

Bu tanımlamalar, anlık satın almanın duygusal bir olgu olduğunu işaret eder.

Beatty ve Ferrell (1998:71) , Rook'un tanımını daha da genişleterek; “Belli bir ürün kategorisinden veya özel bir ürünü satın almayı daha önce düşünmeden meydana gelen, ani ve hemen satın alma” olarak tanımlamışlardır. “Davranış şiddetli satın alma dürtüsü ile gerçekleşir ve spontanedir. Evde kalmayan bir

ürünü hatırlayıp, aniden satın almayı içermez.” Beatty ve Ferrell’in tanımlarına göre birine hediye almayı planlayıp, ne alacağına dükkân içinde karar vermek, anlık satın alma davranışına genelde girmemektedir çünkü, anlık satın alma davranışı plansız ve dürtüseldir, sonuçları pek düşünülmez.

Bütün bu tanımları bir araya getirirsek anlık satın alma davranışı özellikleriyle beraber şu şekilde anlatılabilir:

- ✓ Plansızdır,
- ✓ Bir uyarana maruz kalınması sonucunda oluşan dürtüyle gerçekleşir,
- ✓ Dükkânın içinde veya uyarana maruz kalınan yerde, aniden satın almaya karar verilir,
- ✓ Tüketicinin bilişsel veya duygusal özelliklerinden etkilenir,

Anlık satın alma davranışı sırasında uzun vadede ne gibi sonuçlar getireceği dikkate alınmaz, daha çok anlık ve hoşluk veren faydaları göz önünde bulundurulur. Bu açıdan bakıldığında anlık satın alma davranışı savurgan, sorumsuz bir davranış olarak nitelendirilebilir. Anlık satın alma davranışının sonuçları finansal problemler, hayal kırıklığı, suçluluk duygusu ve toplumun bu davranışı onaylamamasıyla bağlantılıdır (Rook ve Fisher, 1995:305). Rook’un araştırmasında bireyi anlık satın almaya iten normatif etkilere değinilmiştir. Tüketici anlık satın alma eylemini toplumca kabul edilebilir hissediyorsa düşünmeden satın alabilir. Aksine birey anlık satın alma davranışını toplum normlarınınca uygun görmüyorsa, normlar yardımıyla ihtiyacını bastırır bu durumda tüketicinin satın alma isteğinin gücü hafifler.

Anlık alışveriş, karar verme türlerinden sınırlı karar vermenin (limited problem solving) en sık rastlanan türü olarak ele alınmaktadır (Tek ve Orel, 2006:187). Ayrıca, yazarlar anlık alışveriş yerine içgüdüsel veya içtepisel alım kavramını kullanmışlardır. Yazarlar bu kavramı, müşterinin bir uyarıcıya tepki olarak veya ürünün çekiciliğine kapılarak anlık alışveriş yapması olarak nitelendirmektedir.

Tüm yapılan tanım ve açıklamalardan hareketle, anlık alışverişte tüketicinin alışveriş yapacağı yere gelmeden önce ürünü satın alma niyeti bulunmamaktadır. Ayrıca, literatürde anlık alışverişin mağaza içinde verilen

karar sonucu ortaya çıktığı üzerinde durulmaktadır. Bunu Stern (1962:60), tüketicilerin, alışveriş ile ilgili planlarını evden, mağazalara aktardığı şeklinde açıklamıştır. Solomon (2007:358) ise, firmaların ürünlerini reklamları aracılığı ile tüketicilere “önceden satma” çabalarına karşın, birçok ürünün satın alınmasında mağaza çevresinin güçlü bir etkisi bulunduğunu belirtmiştir. Başka bir ifadeyle tüketicinin ürünü satın alma niyeti olmadığı için, satın alma kararı ürünün görülmesi veya ürünü temsil eden uyarıcının fark edilmesiyle mağazada verilmektedir. Dolayısıyla, müşterilerin satın alma kararında o anda var olan dışsal bilgi (örn. raf düzeni, mağazadaki kişiler, vb. gibi) etkilidir.

1.2. Anlık Satın Alma Türleri

Stern (1962:59-62), anlık satın alma davranışını, her ne kadar plansız satın alma davranışıyla eş anlamlı tutmuşsa da, bu davranışın sınıflandırılmasında oldukça katkısı olmuştur. Dört sınıflaması vardır: Tamamen plansız (anlık) satın alma davranışında tüketici normal satın almanın dışında bir davranış göstermekte, yeni gördüğü bir ürüne karşı ihtiyaç ve ekonomiklik bakımından düşünmeden anında satın alma isteği duymaktadır. Normalde nadiren dergi alan bir tüketicinin görür görmez o haftaki “Alem” dergisini satın almaya karar vermesi gibi. Hatırlatmalarla yapılan anlık satın alma ise, tüketicinin alışveriş listesine yazmayı unuttuğu, markette gördüğü zaman hatırladığı türden bir satın almadır. Hatırlatan anlık satın almada, tüketici ürünün özelliklerini bilir veya ürünü daha önce kullanmıştır. Süpermarkette dolaşırken ihtiyacınız olduğunu hatırlayarak çamaşır deterjanı almak örnek olarak verilebilir. Öneriyle yapılan anlık satın almada ise, tüketici ilk defa gördüğü bir ürüne ihtiyacı olabileceğini hayal eder. Tüketicinin ürünle ilgili daha önceden hiçbir bilgisi yoktur. Tüketici ürünü aldıktan hemen sonra kullanmasa bile, satın aldığı için tatmin olmuştur. Pazarlarda satılan yaprak sarma makinesi, mutfak malzemesi bu tür bir alıma örnek oluşturabilir. Stern, planlı yapılan anlık alışverişin de olabileceğini söylemiştir. Dükkanın içindeyken, fiyat tutundurma, özel ürün kampanyaları gibi uyarıcılara maruz kalan tüketici, ekonomik fayda sağlayacağını düşünerek, bu ürünleri dükkan içindeyken almayı planlar. Gömlek almak için girdiğiniz

mağazada indirimleri görünce ekonomik fayda sağlayacağını düşünerek bir de pantolon satın almayı planlamak örnek olarak verilebilir.

Point of Purchase Advertising International (POPAl) mağaza içi alışveriş kavramını özel olarak planlı, genel olarak planlı, ikame alışveriş, plansız alışveriş ve mağaza içi kararlar olmak üzere beşe ayırmaktadır (Hawkins ve diğ., 2001:609-610). Özel olarak planlı alışveriş, tüketicinin mağazaya girmeden önce belirli bir marka veya ürünü karar verdiği şekilde planlı olarak satın almasıdır. Genel olarak planlı alışverişte, mağazaya girmeden önce bir ürün dizisinden satın alma kararı verilmektedir. Örnek olarak, bir tüketicinin mağazaya sebze satın alma kararı ile girmesi verilebilir. İkame alışveriş, belirli veya genel olarak planlanmış bir üründen işlevsel ikame bir ürüne kaymayı kapsamaktadır. Plansız alışveriş, tüketicinin mağazaya girmeden önce satın alma niyetinin olmadığı bir ürünü satın alması ile ortaya çıkmaktadır. Mağaza içi kararlar ise, genel olarak planlı, ikame ve plansız alışverişten oluşmaktadır.

Solomon (2002:301-303), satın alma davranışını üç türlü satın alma şeklinde belirtmiştir. Birincisi, plansız satın almadır (unplanned buying), tüketici dükkana yabancıdır veya zaman baskısı altındadır ya da rafta gördüğü bir ürünü alması gerektiğini hatırlar. İkincisi anlık satın almadır (Impulse Purchasing), tüketici karşı koyamadığı bir satın alma dürtüsü ile anlık hareket eder. Üçüncüsü de satın alma takıntısıdır (compulsive buying), tüketici sinirden, gerginlikten, sıkıntıdan dolayı tekrarlayan şekilde alışverişe çıkar. Örneğin AVM’lerde kimi zaman bu tür satın almalara oldukça sık rastlanmaktadır.

Satın alma takıntısı, “olumsuz olayların ve duyguların üstesinden gelmek için kronik, tekrarlayan şekilde alışveriş etmektir”. Zamanla bu davranışın olumsuz ekonomik ve psikolojik sonuçları olmaktadır. Yapılan çalışmalarda takıntılı alışveriş yapanların (compulsive buyers) diğer tüketicilere kıyasla kendileri güveni olmayan, aşırı fantezi kuran, endişe, takıntı ve depresyona yatkın kişilikler olduğu görülmüştür. (Shoham ve Brencic, 2003:128).

1.3. Anlık Satın Alma ve Demografik Faktörler

Anlık satın alma davranışının yapılan araştırmalarda cinsiyete göre farklılıklar gösterdiği görülmektedir (Wood, 1998:312-314; Verplanken, 2001:71-83). Bayanların anlık satın alma eylemine daha yatkın olduğu söylenmektedir. Kadınların ev alışverişine daha çok çıkması, dükkanlar ve ürünler hakkında daha fazla bilgili olmaları, eski geleneksel roldeki kadınların evde biten eşyaları daha iyi takip etmeleri bu davranışın daha çok görülmesinin nedeni olabilmektedir (Shoham ve Brencic, 2003:129). Dittmar da anlık satın alınan ürünlerin cinsiyete göre farklılık gösterdiğini söylemektedir. Kadınlar daha çok sosyal ihtiyaçları, sosyal etkileşim için alışveriş yaparlarken, erkekler bireysel, bağımsız kullanımları için anlık satın alım yapmaktadırlar. Kadınlar, daha çok duygusal nedenlerle ürüne sahip olmak isterlerken, erkekler kullanışlılık ve bir araç durumu olması sebebiyle ürünleri anlık satın almaktadırlar (Dittmar ve diğ., 1995, 495).

Eğitim seviyesiyle anlık satın alma arasındaki ilişkiye değinen araştırmada eğitim seviyesi daha düşük olan bireylerde anlık satın alma ilişkisi diğerlerine göre daha yüksek çıkmaktadır. Aynı araştırmada anlık satın alma davranışının yaşa göre değiştiği de bulunmaktadır. 18-39 yaş arasında anlık satın alma davranışı artarken, ileriki yaşlarda bu davranışın azaldığı belirtilmektedir (Wood, 1998:314).

Tüketicilerin medeni durumu da satın alma davranışını etkilemektedir. Tüketicilere, ihtiyaçları olmadığı halde bir ürün satın alıp almadıkları sorulduğunda daha çok bekar tüketicilerin satın aldıkları, evli ve dul olanların ise, dikkatlerini çekmesine karşın ihtiyaçları olmayan bir ürünü anlık satın almadıkları tespit edilmektedir (Çabuk ve Güreş, 2000:9).

Toplumların bireyci veya kolektivist olmaları ile toplum bireylerinin birbirine bağlı veya birbirinden bağımsız olmaları anlık satın alma davranışını etkilemektedir. Kolektivist toplumlarda bireyler duygularını toplumun iyiliği yönünde şekillendirirken, bireyci toplumlarda birey kendini önemsemeyi öğrenmektedir. Anlık satın alma davranışının gerçekleşmesi için tüketicinin,

satın alma eyleminin sonuçlarını göz ardı etmesi gerekir. Bireyci kültürlerde, kolektivist kültürlere göre, anlık satın alma davranışına daha çok rastlanmaktadır. Çünkü bireyci kültürlerde kişiler çoğu zaman düşüncesizce, planlamadan yaptıkları alışveriş davranışının olumsuz sonuçlarını göz ardı etmekte ve bu davranışın olumlu yanlarına, duygu ve amaçlarına odaklanmaktadır (Kacen ve Lee, 2002:163-176).

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, hazır giyim sektöründeki tüketicilerin demografik faktörlerinin anlık satın alma davranışlarında bir farklılığa neden olup olmadığını belirlemektir.

2.2. Örneklem Süreci

Araştırmanın ana kütesini İstanbul ve Şanlıurfa'da yaşayan hazır giyim tüketicileri oluşturmaktadır. İstanbul ve Şanlıurfa illerinin seçilmesinin nedeni bu illerde yaşayan hazır giyim tüketicilerinin demografik özellikleri bakımından üst, orta ve alt kesimi temsil ettiği düşünülmektedir. Araştırmanın örnekleme; tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kartopu örneklemesidir. Araştırma için gerekli olan birincil veriler, anket metodu uygulanarak toplanmıştır. Verilerin toplanmasında yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Anketler 327 tüketici tarafından doldurulmuştur. Anketler 01.10.2012 ile 01.12.2012 tarihleri arasında iki ay süre ile İstanbul ve Şanlıurfa illerinde yapılmıştır.

2.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

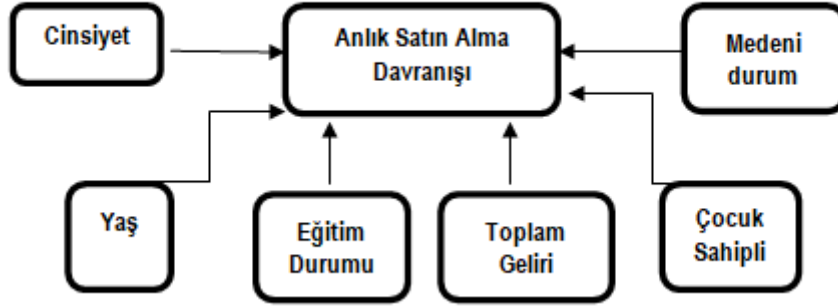
Ankette kullanılan ölçek Torlak ve Tiltay(2010)'unun makalesinden oluşturulmuştur. Makalede anlık satın almayı ölçmek amacı ile Weun vd. (1997), Rook ve Fisher (1995) ve Puri (1996) tarafından geliştirilmiş üç ayrı ölçek Türk tüketicisi açısından, geçerlilik ve güvenilirlik bağlamında, hangisinin daha uygun ve kullanılabilir olduğunu ortaya çıkarılması için analiz edilmiştir. Üç ölçekte yer alan ifadeler arası korelasyonlara bakıldığında, yapı geçerliliği ve içsel tutarlılık açısından Weun vd. (1997) ölçeğinin diğer iki

ölçeğe oranla Türk tüketicisi için daha uygun olduğu anlaşılmıştır (Torlak ve Tiltay, 2010, s.417).

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, Weun vd. (1997) tarafından geliştirilen anlık satın alma davranışını ölçen 5 maddelik yer almaktadır. İkinci bölümde, katılımcıların cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, toplam geliri, eğitim durumu ve çocuk sahipliği gibi demografik soruya yer verilmiştir. Anket 327 tüketici tarafından doldurulmuştur.

2.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



Araştırmanın modeli ve amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

H₁: Katılımcıların cinsiyetleri açısından anlık satın alma davranışlarında anlamlı farklılık vardır.

H₂: Katılımcıların çocuk sahipliği açısından anlık satın alma davranışlarında anlamlı farklılık vardır.

H₃: Katılımcıların medeni durumları açısından anlık satın alma davranışlarında anlamlı farklılık vardır.

H₄: Katılımcıların yaş düzeyleri açısından anlık satın alma davranışlarında anlamlı farklılık vardır.

H₅: Katılımcıların eğitim durumları açısından anlık satın alma davranışlarında anlamlı farklılık vardır.

H₆: Katılımcıların toplam gelir durumları açısından anlık satın alma davranışlarında anlamlı farklılık vardır.

2.5. Verilerin Analizi

Araştırma ile toplanan veriler, SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada analizinin yanı sıra yaş, medeni durum, gelir, eğitim durumu, çocuk sahipliği ve cinsiyete göre anlık satın alma davranışları arasında farklılıkları araştırmaya yönelik t-testi ve anova testi analizlerine yer verilmiştir. Güvenilirliğin belirlenmesi için Cronbach Alpha Testinden yararlanılmıştır.

2.6. Araştırmanın Bulguları

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Bireylerin Demografik Özellikleri

	Sıklık	Yüzdellik		Sıklık	Yüzdellik
Cinsiyet			Eğitim Düzeyi		
Kadın	178	57,6	Lise	21	6,8
Erkek	131	42,4	Yüksekokul	14	4,5
Toplam	309	100	Üniversite	105	34,0
			Lisansüstü	93	30,1
			Doktora	76	24,6
			Toplam	309	100
Yaş			Aylık Gelir		
18-25	37	12,0	1000 TL altı	23	7,4
26-35	172	55,7	1001-1500 TL	3	1,0
36-45	80	25,9	1501-2000 TL	25	8,1
46-55	16	5,2	2001-2500 TL	103	33,3
56-65	3	1,0	2501-5000 TL	117	37,9
66 ve üzeri	1	0,3	5001 TL ve üzeri	38	12,3
Toplam	309	100	Toplam	309	100
Medeni Durum			Çocuk Sahipliği		
Evli	175	56,6	Çocuklu	121	39,2
Bekâr	134	43,4	Çocuksuz	188	60,8
Toplam	309	100	Toplam	309	100

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özellikleri incelenecek olursa, katılımcıların %57,6'sı kadın, %42,4'ü erkek tüketicilerden oluşmaktadır. Bu oran, ankette her iki cinsiyetten olan tüketicilerin düşüncelerini yansıtmaları için uygundur.

Araştırmaya katılan tüketicilerin eğitim durumu yüksek olduğu görülmektedir. En büyük grubu üniversite düzeyinde eğitimi olan tüketiciler oluşturmaktadır (%34). Üniversite mezunlarından sonra en yüksek katılımı %30,1'i ile lisansüstü mezundur. Diğer katılanların eğitim düzeyleri sırasıyla %24,6'i doktora mezunu, %6,8'i lise mezunu ve %4,5'i yüksekokul mezunundan oluşmaktadır.

Ankete katılanların yaş dağılımı ise %12 18-25 yaş, %55,7 26-35 yaş, %25,9 36-45 yaş, %5,2 46-55 yaş, %1 56-65 yaş, %0,3 66 yaş ve üzerindedir. Ortalama yaş 33,6 olarak çıkmıştır. Bu durum ankete katılan tüketicilerin gençlerden oluştuğunu göstermektedir.

Ankete katılanlara çocuk sahipliği açısından bakıldığında %39,2 çocuklu, %60,8 çocuksuz tüketicilerden oluştuğu görülmüştür.

Ankete katılanlar medeni durum açısından değerlendirildiğinde %56,6'sının evli, %43,4'ünün bekar olduğu görülmektedir.

Gelir grupları içerisinde en büyük payı 2501-5000 TL gelire sahip olanlar oluşturmaktadır (%37,9). %33,3'lük bir oranla 2001-2500 TL gelire sahip olanlar ikinci sırada yer alırken bunu sırasıyla, %12,3 5001 TL ve üzeri gelire sahip olanlar, %8,1 1501-2000 TL gelire sahip olanlar, %7,4 1000 TL altı gelire sahip olanlar ve %1 1001-1500 TL gelire sahip olanlar takip etmektedir.

2.7. Araştırmanın Güvenirliliği

Anlık satın alma ölçeklerinden Torlak ve Tiltay'ın 2010 yılında makalesinden alınan Weun ve diğerlerinin ölçeği 5 maddeden oluşmaktadır Cronbach's Alfa değeri 0,863 çıkmıştır. Ölçek Yüksek derecede güvenilirdir. Ölçekteki 5. madde "Alışveriş listemde olmayan şeyleri satın almaktan kaçınıyorum." İfadesi ters olarak kodlanmıştır.

Tablo 2: Anlık Satın Alma Ölçeğinin Güvenilirlik Katsayıları Analizi

	Alpha Değeri	Cronbach Alpha Değeri
Alışverişe çıktığımda almaya niyetim olmayan bazı şeyleri satın alırım	,820	,863
Plansız satın almalar yapan biriyimdir	,794	
Gerçekten ilginç bir şey gördüğümde sonuçlarımı düşünmeksizin onu satın alırım	,838	
Sebepsiz olarak satın almak eğlencelidir	,813	
Alışveriş listemde olmayan şeyleri satın almaktan kaçınırım	,885	

2.8. Hipotezlerin Test Edilmesi

Tablo 3: Cinsiyete Göre Anlık Satın Almaya Yönelik t-Testi Sonuçları

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	T	Sig.
ANLIK SATIN ALMA TOPLAM	Kadın	178	4,1551	,64607	,04842	,468	,696
	Erkek	131	4,1252	,68807	,06012		

Cinsiyete göre anlık satın alma davranışlarında fark olup olmadığını ölçmek için bağımsız gruplar t-testi yapılmıştır. Yapılan t-testleri sonucunda değerlerin $p=0,696 > 0,05$ çıkmasından dolayı kadınlarla erkekler arasında anlamlı bir fark bulunmadığı ortaya çıkmıştır.

Tablo 4: Çocuk Sahipliğine Göre Anlık Satın Almaya Yönelik t-Testi Sonuçları

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	T	Sig.
ANLIK SATIN ALMA TOPLAM	Çocuklu	121	4,1488	,65040	,05913	,135	,893
	Çocuksuz	188	4,1383	,67311	,04909		

Çocuk sahipliğine göre anlık satın alma davranışlarında fark olup olmadığını ölçmek için bağımsız gruplar t-testi yapılmıştır. Yapılan t-testleri sonucunda ulaşılan değer $p=0,893 > 0,05$ olmasından dolayı, çocuk sahibi olanlar ve olmayanlar arasında anlık satın alma açısından farklılık yoktur.

Tablo 5: Medeni Duruma Göre Anlık Satın Almaya Yönelik t-Testi Sonuçları

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	T	Sig.
ANLIK SATIN ALMA TOPLAM	Evli	175	4,1406	,64977	,04912	,055	,403
	Bekar	134	4,1448	,68294	,05900		

Medeni duruma göre anlık satın alma davranışlarında fark olup olmadığını ölçmek için bağımsız gruplar t-testi yapılmıştır. Yapılan t-testleri sonucunda ulaşılan değer $p=,403 > 0,05$ olmasından dolayı, evliler ve bekârlar arasında anlık satın alma açısından farklılık tespit edilememiştir. Sıfır hipotez “ H_0 : Anlık satın alma davranışlarıyla medeni durum arasında farklılık yoktur.” hipotezi kabul edilir.

Tablo 6: Yaş Durumuna Göre Anlık Satın Almaya Yönelik Anova Testi Analizi

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ANLIK SATIN ALMA TOPLAM	Between Groups	,478	5	,096	,215	,956
	Within Groups	135,017	303	,446		
	Total	135,495	308			

Yaşa göre anlık satın alma davranışlarında fark olup olmadığını ölçmek için varyans analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda çıkan değer $p=0,956>0,05$ olmasından dolayı anlık satın alma davranışları açısından yaşa göre bir farklılık tespit edilememiştir.

Tablo 7: Eğitim Durumuna Göre Anlık Satın Almaya Yönelik Anova Testi Analizi

ANOVA						
		Sum of Squares	f	Mean Square		Sig.
ANLIK SATIN ALMA TOPLAM	Between Groups	3,719	4	,930	2,145	,075
	Within Groups	131,776	304	,433		
	Total	135,495	308			

Eğitime göre anlık satın alma davranışlarında fark olup olmadığını ölçmek için varyans analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda değer $p=,075>0,05$ olmasından dolayı anlık satın alma davranışları açısından eğitime göre bir farklılık tespit edilememiştir.

Tablo 8: Gelir Durumuna Göre Anlık Satın Almaya Yönelik Anova Testi Analizi

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square		Sig.
ANLIK SATIN ALMA TOPLAM	Between Groups	3,032	5	,606	1,387	,229
	Within Groups	132,462	303	,437		
	Total	135,495	308			

Gelir durumuna göre anlık satın alma davranışlarında fark olup olmadığını ölçmek için varyans analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda çıkan değer $p=0,229>0,05$ olduğundan düzeyi anlık satın alma davranışları gelir durumuna göre farklılık göstermemektedir.

SONUÇ

Dünyada yaşanan değişimler sonucunda tüketicilerin istek ve ihtiyaçları farklılıklar göstermektedir. Bu değişime bağlı olarak insanların tüketim alışkanlıkları, boş zamanlarını değerlendirme biçimleri ve alışverişe çıkma amaçları değişmektedir. Yeni tüketici, ürünleri sağladığı temel faydanın yanı sıra sağladığı hedonik (hazcı) (hazcı) faydadan dolayı da satın alan bir yapıdadır. Aynı zamanda, alışverişini eğlenceye dönüştürme çabası içinde olmasından dolayı; temel ihtiyacının giderilmesinden ziyade boş vakitlerini değerlendirmek, stres atmak veya ruh halini değiştirmek amacıyla da çıkmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, hazır giyim sektöründeki tüketicilerin demografik faktörlerinin anlık satın alma davranışlarında bir farklılığa neden olup olmadığını belirlemektir. Araştırmanın ana kümesini İstanbul ve Şanlıurfa'da yaşayan hazır giyim tüketicileri oluşturmaktadır. Anketler 327 tüketici tarafından doldurulmuştur. Anketler 01.10.2012 ile 01.12.2012 tarihleri arasında iki ay süre ile İstanbul ve Şanlıurfa illerinde yapılmıştır.

Tüketicilerin satın alma davranışları kültürel unsurlara göre değişmekte olup her kültürün kendi içinde farklı değişkenleri bulunmaktadır. Bu değişkenler tüketicilerin ürünleri değerlendirmesine doğrudan etki etmektedir. Bundan dolayı, çalışmada kullanılacak ölçek belirlenirken ölçeğin örneklemedeki tüketicilerin özellikleri ile uyum sağlaması gerekmektedir. Çalışmada; anlık satın alma ölçeğini belirlemek için Torlak ve Tiltay'ın Türk tüketicilerin anlık satın alımlarında geçerli ölçeği tespit etmek amacıyla yazmış olduğu makalenin sonucunda ortaya çıkan Weun'ın ölçeğinden yararlanılmıştır. Bu ölçeğin seçilmesinin nedeni ölçeğin güvenilirliğinin makalede kullanılan diğer ölçeklere göre daha yüksek olmasıdır.

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özellikleri incelenecek olursa, katılımcıların %57,6'sı kadın, %42,4'ü erkek tüketicilerden oluşmaktadır. Bu oran, ankette her iki cinsiyetten olan tüketicilerin düşüncelerini yansıtması için uygundur. Araştırmaya katılan tüketicilerin eğitim durumu yüksek olduğu görülmektedir. En büyük grubu üniversite düzeyinde eğitimi olan tüketiciler oluşturmaktadır (%34). Üniversite mezunlarından sonra en yüksek katılımı %30,1'i ile lisansüstü mezundur. Diğer katılanların eğitim düzeyleri sırasıyla %24,6'i doktora mezunu, %6,8'i lise mezunu ve %4,5'i yüksek okul mezunundan oluşmaktadır. Ankete katılanların yaş dağılımı ise %12 18-25 yaş, %55,7 26-35 yaş, %25,9 36-45 yaş, %5,2 46-55 yaş, %1 56-65 yaş, %0,3 66 yaş ve üzerindedir. Ortalama yaş 33,6 olarak çıkmıştır. Bu durum ankete katılan tüketicilerin gençlerden oluştuğunu göstermektedir. Ankete katılanlara çocuk sahipliği açısından bakıldığında %39,2 çocuklu, %60,8 çocuksuz tüketicilerden oluştuğu görülmüştür. Ankete katılanlar medeni durum açısından değerlendirildiğinde %56,6'sının evli, %43,4'ünün bekar olduğu görülmektedir. Gelir grupları içerisinde en büyük payı 2501-5000 TL gelire sahip olanlar oluşturmaktadır (%37,9). %33,3'lük bir oranla 2001-2500 TL gelire sahip olanlar ikinci sırada yer alırken bunu sırasıyla, %12,3 5001 TL ve üzeri gelire sahip olanlar, %8,1 1501-2000 TL gelire sahip olanlar, %7,4 1000 TL altı gelire sahip olanlar ve %1 1001-1500 TL gelire sahip olanlar takip etmektedir.

Türkiye’deki bayan tüketicilerin erkeklere kıyasla giyim ve yiyecek sektöründe daha çok anlık satın alma yaptığı tespit edilmiştir (Üner, 2005, s.161-168). Ankete katılan tüketicilerin anlık satın almaları ile demografik özellikleri arasındaki ilişkilere de bakılmıştır. Sonuçlara göre; kadınların ve erkeklerin anlık satın alma davranışlarında anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir. Dittmar ve arkadaşlarının yapmış olduğu çalışmada da bayanların anlık satın almayı duygusal değerlerden dolayı yaptığı ortaya konmuştur (1995, s.132). Araştırmanın bulguları daha önce yapılan araştırmalarla örtüşmemektedir. Çalışmanın sonuçlarına göre, evliler ve bekârlar arasında anlık satın alma açısından farklılık tespit edilememiştir. Çabuk ve Güreş’in yapmış olduğu çalışmada anlık satın alımlar yapan tüketicilerin çoğunluğunun bekâr veya daha az sayıda çocuk sahibi olduğu ortaya konmuştur (2008, s.28). Çalışmada ise çocuk sahipliği açısından da anlık satın almalarda farklılıklar tespit edilememiştir. Çalışmaya göre anlık satın almalarda yaş gruplarında göre farklılık tespit edilememiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların ortalama yaş ortalaması 31,8 olarak çıkmıştır. Yaş dağılımı ise %12,0 18-25 yaş, %55,7 26-35 yaş arası çıktığı düşünüldüğünde, ankete katılanların gençlerden oluştuğu gözlemlenmektedir. Yapılan bir araştırmada, 18-39 yaş arasındaki bireylerin anlık satın alma yapma oranlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bireylerin önceki ve sonraki yaşlarda anlık satın alma davranışı değişiklik göstermektedir (Wood, 1998, s.315-316). Başka bir çalışma; anlık satın almayı gençlerin daha çok yaptığını belirtmiştir (Dittmar ve diğ., 1995:509-511). Yapılan tüm çalışmalar birbirini destekler niteliktedir ve tüketicilerin yaşı büyüdükçe anlık satın alma yapma olasılığı azaldığı ortaya çıkmıştır. Çalışmada, anlık satın alma davranışının eğitime göre farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır. Çalışmada, anlık satın alma davranışı gelire göre farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır.

Bundan sonraki çalışmaların daha büyük bir tüketici kitlesi üzerinde yapılması ve ürün türünün değiştirilmesi sonuçların geliştirilmesi için daha faydalı olacaktır. Demografik faktörlerin anlık satın almaya etkisinin ölçülmesinde deney yönteminin kullanılması daha etkili olacaktır. Anlık satın almayı etkileyen bir çok faktör bulunmaktadır. Ancak bu çalışmada bu faktörlerden

demografik faktörler ele alınarak incelenmiştir. Anlık satınalma davranışı literatürde belirtilen fiyat, tutundurma, dağıtım, var olan para, zaman vb. gibi birçok değişkenlerle de ilişkili olabilmektedir. Dolayısıyla, ileriki çalışmalarda anlık satın almaya etki eden diğer faktörlerin bir arada ele alınması ile daha kapsamlı bir model oluşturulabilir.

Kaynakça

- Beatty, S. E. & Ferrell, E. M. (1998). "Impulse Buying: Modeling Its Precursors", *Journal of Retailing*, 74, 2, 71.
- Çabuk, S. & Güreş, N. (2000). "Satış Tutundurma Yöntemlerinin Tüketici Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisiyle İlgili Bir Araştırma", *Pazarlama Dünyası*.
- Dittmar, H., Beattie, J. & Friese, F. (1995). "Gender Identity and Material Symbols: Objects and Decision Considerations in Impulse Purchases", *Journal of Economic Psychology*, 16, 3, 491-511.
- Gültekin, B. (2010). *Faydacı Hedonik Güdüler, Göz Atma ve Marka Bilinirliğinin Anlık Alışverişe Etkilerine İlişkin Bir Model Önerisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Hawkins, D.I., Best, R.J. & Coney, K.A. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Kacen, J. J. & Lee, J. A. (2002). "The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior", *Journal of Consumer Psychology*, 12, 2, 163-176.
- Piron, F. (1991). "Defining impulse purchasing", *Advances in Consumer Research*, 18, 1, 509-514.
- Puri, R. (1996). "Measuring and Modifying Consumer Impulsiveness: A Cost-Benefit Accessibility Framework", *Journal of Consumer Psychology*, 5(2), 87-113.
- Rook, D. W. & Fisher, R. J. (1995). "Normative Influences on Impulsive Buying Behavior", *Journal of Consumer Research*, 22, 3, 305-313.
- Rook, D. W. (1987). "The Buying Impulse", *Journal of Consumer Research*, 14, 189-199.
- Shoham, A. & Brenic, M. M. (2003). "Compulsive Buying Behavior", *Journal of Consumer Marketing*, 20, 2, 127-138.

- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior Buying Having and Being*. New Jersey: Pearson Education.
- Solomon, M.R. (2002). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Stern, H. (1962). "The Significance of Impulse Buying Today", *Journal of Marketing*, 26, 2, 59-62.
- Tek, Ö. B. & Demirci Orel, F. (2006). *Perakende Pazarlama Yönetimi*. İzmir: Birleşik Matbaacılık.
- Tek, Ö. B. (1999). *Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Torlak, Ö. & Tiltay, M. A. (2010). "Anlık Satın Alma Ölçeklerinin Türk Tüketicisi İçin Uyarlanmasına Yönelik Bir Deneme", 15. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı, 406-423.
- Üner, M. (2006). Ankara'da faaliyet gösteren organize alışveriş merkezlerinde yer alan mağazaların sahip veya yöneticilerinin değerlendirmeleri.
- Verplanken, B. & Herabadi, A. (2001). "Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and No Thinking". *European Journal of Personality*, 71-83.
- Weinberg, P & Gottwald, W. (1982). "Impulsive Consumer Buying As a Result of Emotions", *Journal Of Business Research*, 10, 43-57.
- Weun, S., Jones, M. A. & Beatty, S. E. (1997). "A Parsimonious Scale to Measure Impulse Buying Tendency", *AMA Educators's Proceedings: Enhancing Knowledge Development in Marketing*, 306-307.
- Wood, M. (1998). "Socio-economic Status, Delay of Gratification, and Impulse Buying", *Journal of Economic Psychology*, 19, 295-320.

**KAMU EKONOMİSİ VE DIŞSALLIKLARIN
İÇSELLEŞTİRİLMESİ
PUBLIC ECONOMY AND INTERNALIZATON
OF EXTERNALITIES**

Mahmut İNAN*

Öz

Kamu ekonomisi, toplumsal refahın artırılması amacıyla kişilerin kamusal ihtiyaçlarının etkin bir biçimde giderilmesi konusıyla ilgilenen ekonomidir. Aynı zamanda kamu ekonomisi kamusal ihtiyaçların yanında özel ihtiyaçların da karşılanması için devletin kişilere ya da firmalara doğru teşvikler vererek piyasayı etkinlik ve refah amaçları doğrultusunda yönlendirmesi konularını da kapsamaktadır. Dışsallıklar, kamusal ve özel ihtiyaçların karşılanması sırasında gerçek veya tüzel kişilerin üretim veya tüketiminden diğer kişi ve kuruluşların olumlu ya da olumsuz etkilenmesidir. Diğer bir ifade ile dışsallıklar, fiyatlara yansıtılmayan piyasa işlemlerinin maliyetleri veya faydalarıdır. Dışsallıkların içselleştirilmesi ise, üretim veya tüketim faaliyeti sonucunda ortaya çıkan faydaların devamının sağlanması, olumsuzlukların ise giderilmesidir. Literatürde genellikle olumsuz dışsallıklardan bahsedilmekte ve bunların giderilmesine yönelik politika önerileri ileri sürülmektedir. Dışsallığın büyüklüğüne ve neden olduğu olumlu-olumsuz sonucun yaygınlığına ve kaynak dağılımında etkinliğin sağlanmasına bağlı olarak devlet müdahalede bulunmaktadır. Bu açıdan çalışmada dışsallıkların içselleştirilmesi piyasa ve özellikle kamu müdahaleleri çerçevesinde ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kamu Ekonomisi, Kamu Hizmeti, Dışsallıklar, Dışsallıkların İçselleştirilmesi.

Abstract

The public economy is the economy that deals with the issue of effectively eliminating the public needs of people in order to increase social welfare. At the same time, the public economy also includes the issue of directing the market in the direction of efficiency and prosperity by giving incentives to individuals or firms to meet special needs as well as public needs. Externalities are the positive or negative effects of other persons and organizations on the production or consumption of real or legal persons during the fulfillment of public and private needs. In other words, externalities are the costs or benefits of market transactions that are not reflected in prices. The internalization of externalities is the continuation of the benefits that arise as a result of production or consumption activities, and the elimination of negativity. The literature often mentions negative externalities and suggests policy recommendations for their

>Makale Gönderim Tarihi: 7 Haziran 2018.

* Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, İ.İ.B.F Maliye Bölümü, mahmutinan65@hotmail.com

elimination. There is state intervention due to the magnitude of the foreignness and the positive-negative consequence that it causes and the effectiveness in resource allocation. In this respect, the internalization of externalities in the study is approached within the framework of the market and especially public interventions.

Keywords: Public Economy, Public Service, Externalities, Internalization of Externalities.

GİRİŞ

İnsanlar var olduklarından beridir ihtiyaç içerisinde olmuş ve de varlıkları devam ettikçe bu ihtiyaçlar devam edecektir. Nüfus arttıkça, teknoloji geliştikçe ihtiyaçlar artmakta ve buna karşılık üretim faaliyetlerinin de artırılması gerekmektedir. Üretimin artması ile birlikte tüketimin de artması olağan olacaktır. Bu üretim ve tüketim sonuçlarında insanların birbirleriyle dayanışmaları, birbirlerini olumlu veya olumsuz etkilemeleri de yaşamın bir parçasıdır. Bu dayanışma ve etkilenmeler fertler arasında olabileceği gibi, firmalar ve toplumlar arasında da olabilmektedir.

İşte, fertlerin veya firmaların üretim veya tüketimleri sonucunda birbirlerini olumlu veya olumsuz etkilemeleri sonucunda dışsallıklar meydana gelmektedir. Eğer, bu etkilemeler olumlu ise dışsal ekonomiler, olumsuz ise dışsal zararlar söz konusudur. Dışsallıkların ortaya çıkması durumunda fayda maliyet analizleri ile toplumsal faydalar dikkate alınmak üzere, dışsallık veren mal ve hizmetin üretimi kamu kesimi veya piyasa ekonomisi tarafından üretilmesine karar verilir. Diğer bir ifade ile kamusal hizmetlerde sosyal faydaların azami olması için dışsallıkların dikkate alınması gerekmektedir. Bu açıdan dışsallıklar oldukça belirgin bir konuma sahiptir. Modern teknoloji ve toplumun artan karmaşıklığı, dışsallıkların uzayan bir listesi üzerinde sınıflandırma gerektiren ilave istenmeyen yan etkiler yaratmaktadır. Bununla birlikte, dışsallıklar sadece güncel politika konuları değil, aynı zamanda daha teorik bir bakış açısından da ilgi çekicidir (Dahlman, 1979: 141).

Yukarıdaki açıklamalar ışığında bu çalışmada, birinci olarak; kamu kesimi ve piyasa kesimi belirtilerek kamu kesiminin özel mal ve hizmet üretmesinin nedenleri ile kamu hizmetlerinde dışsallıklar ele alınmıştır. İkinci olarak;

dışsallıkların tanımı, gelişimi, nitelikleri, nedenleri ve sınıflandırılması/türleri konusuna değinilmiştir. Son olarak ise; dışsallıkların içselleştirilmesinde piyasa ekonomisi çözümlerinin yanında özellikle kamu ekonomisi çözümleri üzerinde durulmuştur.

1. Kamu Ekonomisi ve Dışsallıklar

Bilindiği gibi bir ekonomide, kamu ekonomisi ve piyasa ekonomisi mal ve hizmet üretiminde ayrı ayrı faaliyet gösterebileceği gibi birlikte de faaliyette bulunabilirler. İktisatçıların bir kısmı kamu ekonomisinin ağırlıkta olmasını savunurken bazıları da piyasa ekonomisinin ağırlıkta olmasını ileri sürmüşlerdir. Bu bağlamda klasik iktisatçılar, ekonomide tam rekabetin var olduğunu ileri sürerek, görünmez elin piyasaları kendiliğinden düzenleyeceğini ve kamu kesiminin ekonomide etkin olmasını savunmuşlardır. Neoklasikler ise eksik rekabet piyasalarının varlığını kabul etmekle birlikte, firmaların tüketiciden gelen sese uyacaklarına, uzun dönemde aşırı kârın olmayacağına inanarak piyasa ekonomisinin de üretimde etkin olmasını ileri sürmüşlerdir (Demir, 1997: 125).

Devlet kamusal ve mal ve hizmetleri ya bizzat kendisi ya da denetimindeki kuruluşlar aracılığı ile yerine getirmektedirler. Hangi ihtiyaçların giderileceğine kaynak ayrımı ilkesince karar verildikten sonra, gerekli mal ve hizmetlerin özel sektörden mi satın alınacağı veya üretim faktörlerinin devletçe satın alınarak, söz konusu mal ve hizmetlerin kamu kesimince mi üretileceği konusunda karar verilmesi gerekir. Bu durumda özel ve kamu ekonomisi üretim yönetimi tekniklerinden her ikisi de kullanılabilir. Aynı zamanda, her iki durumda da mamul mallar bedava olarak, fakat bedeli vergilerle karşılanacak biçimde tüketicilere sunulabilir.

1.1. Piyasa Ekonomisi

İnsanların yemek, içmek, giyinmek, bir meskende oturmak gibi gereksinimlerini karşılamak, yani yaşamlarını sürdürebilmek için bir takım serbest faaliyetlerde bulunurlar. İşte, bu ihtiyaçların karşılanması insanların kendileri tarafından özgürce sağlanılmaya çalışıldığından serbest ekonomik faaliyetler ortaya

çıkılmaktadır (Erginay, 1988: 18). Hatta son yıllarda piyasa ekonomisinin ağırlığı gittikçe artma eğiliminde olup, özellikle eğitim ve sağlık hizmetlerinin piyasa ekonomisi tarafından sunulması tartışmaları yoğunluk kazanmıştır (Batırel, 1998: 93). Diğer bir ifade ile piyasa ekonomisi, hangi mal ve hizmetin üretileceğine tüketicinin karar verdiği, ekonomik faaliyetlerin tam rekabet şartlarında serbestçe yapılabildiği, arz ve talebin temel belirleyici kabul edildiği, ekonomik sorunların fiyat mekanizması ile çözülmeye çalışıldığı piyasadır. Aynı zamanda devletin müdahale etmediği, mülkiyetin ve yönetimin özel kişilere ait olduğu ekonomik kesimdir.

1.2. Kamu Ekonomisi

Kamu ekonomisi, devletin giderek ekonomiye müdahale zorunluluğu nedeniyle, önemli sorunlara çözüm getirmeye yönelik çalışmaların bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Kamu ekonomisi, devletin ve bütün kamu kuruluşlarının ekonomik faaliyetlerinin yer aldığı iktisadi kesimdir. Başka bir ifade ile kamu ekonomisi, devletin kişilere ya da firmalara doğru teşvikler vererek piyasayı etkinlik ve refah amaçları doğrultusunda yönlendirmesi konularını içeren, kişilerin kamusal ihtiyaçlarının etkin bir biçimde giderilmesi konusuyula ilgilenen ekonomidir. Bu ekonomide ayrıca devletin bazı düzenleyici etkinlikleri de kamu ekonomisi tarafından ele alınmaktadır. Aynı zamanda kamu ekonomisi; Hangi alanlarda devletin müdahalesi meşrudur? Devletin hangi alanlara gireceği alanların sınırları çizildikten sonra, o alanda hangi kurallar ile iş yapılmalıdır? Devletin harcamaları nasıl finanse edilmelidir? harcamalar farklı hükümet düzeyleri (federal, eyalet, yerel) arasında nasıl dağıtılmalıdır? sorularına cevap arayan ekonomi kesimidir (Kirmanoğlu, 2009: 3). Bu açıdan kamu ekonomisi genellikle tam kamusal ve yarı kamusal mal ve hizmetlerin üretilmesi ve sunulması konularına öncelik vermektedir.

1.2.1. Kamusal Hizmetler ve Nitelikleri

Kamusal malları, piyasa ekonomisi tarafından hiç arz edilmeyecek veya arz edildiğinde yeterli miktarda olamayacak mallar şeklinde ifade etmek mümkündür (Stiglitz, 1994: 92). Kamu ihtiyaçları toplum halinde yaşamının bir

gereğidir. Bu ihtiyaçlar genel anlamda kamu kuruluşlarının kendi ekonomik faaliyetleriyle veya kamu tüzel kişilikleriyle karşılanmaktadır. Yani gerek merkezi ve gerekse mahalli idareler içerisinde, kamusal veya yarı kamusal mallar olan eğitim, toplum sağlığı, çevre sorunlarına ve sosyal güvenlik hizmetleri sunulmaktadır (Akdoğan, 1999: 35).

Kamu ekonomisini ülke ekonomisi üzerinde, gerek kaynak ve gelir dağılımı ve gerekse ekonomik faaliyetlerin genel düzeyi bakımından önemli etkileri bulunmaktadır. Devlet, kamu gelirlerini toplarken ve harcamada bulunurken, gelir dağılımında adaleti ve kaynak ayırımında etkinliğe özen göstermektedir. İşte bu amaçla kamu kesimi, piyasa gibi bazı mal ve hizmetlerin üretiminde bulunmaktadır (Akdoğan, 1999: 36-37). Diğer bir ifade ile yapıları gereği faydasının ve maliyetinin bölünebilen ve üretimi özel ekonomi sürecinde sağlanan mallara “özel mallar” denilmektedir. Faydası bölünemeyen, pazarlanamayan, bireylerin birbirine rakip olmadığı ve faydalanma açısından kolektiflik içeren ve üretiminde bizzat devletin yer aldığı, kamu kesiminin ürettiği mallara da “kamusal mallar” adı verilmektedir (Armağan, 2003: 160).

Kamu hizmetleri yukarıda da belirtildiği gibi, toplumun tamamına hitabeden ve piyasa tarafından yeterli veya hiç üretilmeyen hizmetlerdir. Dolayısıyla özel hizmetlerden bazı nitelikleri açısından ayrılmaktadırlar. Kamusal hizmetlere ait bu nitelikleri; siyasal talep tarafından düzenlenmiş olmaları, finansmanları bütçe tarafından sağlanması, faydalarının pazarlanamaması, ortak tüketim için üretilmiş olmaları, bu tür hizmetten yararlananların diğerlerine rakip olamamaları, üretimde ve tüketimde zorlayışların olması (Batırel, 1976: 20-22), tüketimden mahrum bırakılmama ve üretim hacminin büyüklüğü ve piyasa tarafından üretilmemesi şeklinde sıralamak mümkündür (Nadaroğlu, 1996: 51-53).

1.2.2. Yarı Kamusal Mal ve Hizmetler

Kamu ekonomisinde kamusal mal gibi görünmesine karşın zaman içinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak bazı mal ve hizmetlerin faydasının bölünebildiği, fiyatlandırılabilme olanağı taşıdığı ve bir bedel karşılığında

sunulması mümkün olduğu görüşü ağırlık kazanmıştır. Ancak, bu tür mal ve hizmetlerden yararlanmada tüketimden mahrum bırakabilme özelliği taşıdıkları için özel mallara benzetilmekle birlikte yine de onlardan farklıdırlar. Hem özel malların hem de kamusal malların özelliklerini taşıyan ve topluma önemli ölçüde dışsal faydalar yayan bu tür mal ve hizmetlere literatürde “yarı kamusal mal ve hizmetler” adı verilmiştir. Sosyal ihtiyaçları karşılamaya dönük olan ve belirli bir fiyat karşılığı sunulan yarı kamusal mallardan yararlanmada, kişiler tercihine göre devlet ile özel kuruluşlar arasında kendi mali imkanlarına göre karar verebilmektedirler. Ancak, devlet bu tür malların özel sektörde üretimine izin vermiş olsa bile üretim faaliyetleri, mal ve hizmet miktarı ve kalitesinin belirlenmesi veya denetimlerinde önemli dışsallıklarının olması nedeniyle müdahalelerini sürdürmektedir (Armağan, 2003: 161).

Yarı kamusal malların bedeli, hizmetin tüm maliyetine denk değildir. Bireyler bu mallardan sağladıkları faydanın bedelini fiyat ya da harç biçiminde öderken, hizmetin toplam maliyetinin büyük bölümü devlet bütçesinde vergilerle finanse edilmektedir. Ancak, gelir dağılımı sorunu olmayan ülkelerde yarı kamusal malların bedelinin önemli bölümü bu hizmetten faydalanan kişilerce ödenmektedir. Örneğin ABD’de yükseköğrenim piyasa koşullarında yürütülmekte ve öğrenciler bu maliyetin büyük bir kısmına katlanmaktadır. Ülkemizde ise, pek çok gelişmekte olan ülkede olduğu gibi yarı kamusal mal ve hizmetlerin finansmanında bütçe imkanlarının yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir (Armağan, 2003: 162). Bu açıdan yarı kamusal mal ve hizmetler, özel ve kamusal mal ve hizmetlerin özelliklerini birlikte göstermesi nedeniyle bu tür mal ve hizmetlere “Karma Mallar” da denilmektedir.

1.3. Kamu Ekonomisinin Özel Mal ve Hizmet Üretme Nedenleri

Kamu ekonomisinin mal ve hizmet üretmesine gerek duyulan ilk neden sahip oldukları özel nitelikleri nedeniyle üretimleri piyasa ekonomisine veya özel sektöre bırakılamayan mal ve hizmetlerdir. Örneğin, savunma ve adalet yönetimine ilişkin hizmetler bu tür özel nitelikli hizmetler olduklarından kamu ekonomisi tarafından sunulması gerekmektedir. Bu mal ve hizmetlerin piyasa

ekonomisi tarafından arz edilmesi durumunda, kamu üretimine eşdeğer bir biçimde özenle yönetimi gerektirmektedir. Bu ise hizmet yerine kârın birinci hedef olduğu piyasa ekonomisinde mümkün olmayacaktır (Musgrave, 1987: 60).

Piyasa ekonomisi toplumun bütün ihtiyaçları için üretim yapmakta başarılı olamamaktadır. Bazı hizmetleri faydaları sadece fiyat ödeyene sunulmayacağından, bu faydalar (dışsallıklar) serbest mal gibi tüm topluma ya da toplumun geniş bir bölümüne yayılacaktır. Bunun için bu hizmetlerin üretimi ve sunumu piyasa dışı yollardan, (siyasal karar organı olan kamu kesimi tarafından) yapılır (Bulutoğlu, 1997: 28). Bu bakımdan devletin piyasa ekonomisinin alanına girerek, özel mal ve hizmet de üretmesinin temel nedeni ise piyasa ekonomisinin daha etkin işlemlerini sağlamak için, tam rekabet koşullarının iyileştirilmesi amacını taşımaktadır. Çünkü devletin özel mal üretimi sonucu sadece kamu ekonomisinin temel işlevlerinin yanında, piyasadaki firmalar için daha ucuz girdiler sağlanarak ekonominin genelinde kaynak ayırımında da etkinlik gerçekleştirilmektedir (Şener, 1996: 75). Bu açıklamalar doğrultusunda kamu kesiminin kamusal mal ve hizmetlerin yanında özel mal ve hizmet üretmesinin bazı gerekçeleri bulunmaktadır. Bunları detaylarını ilgili kaynaklardan bulabileceğimiz üzere aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür. Monopol bir piyasanın varlığı durumunda, oligopol bir piyasanın varlığı durumunda, azalan maliyet koşullarında, sıfır marjinal maliyetle üretim durumlarında, birlikte tüketim durumunda, üretimde bölünmezlik durumunda, risk ve belirsizlik durumunda, arz ve talep arasındaki gecikme durumlarında, fiyatların yapışkanlığı durumunda ve dışsallıkların varlığı durumunda (Demir, 1997: 129-145; Şener, 1996: 77-83; Stiglitz, 1994: 227 ve Berberoğlu, 1996: 92-96).

Ancak burada dışsallıkların varlığı durumunda kamu ekonomisinin özel mal ve hizmet üretmesi çalışmamızın esas konusunu oluşturmaktadır. Bir ekonomide üretim ve tüketim birimleri birbirleriyle ilişkili olduğundan, birinin üretimi veya tüketimi bir diğerini olumlu veya olumsuz olarak etkilediğinde dışsallıklar ortaya çıkmaktadır. Dışsallık, bir üretici veya tüketici birimin, üretim veya tüketim sonucu, diğer bir üretim veya tüketim birimini olumlu veya olumsuz olarak etkilemeleridir (Anıl, 1982: 37). İşte bu durumlarda da kamu kesimi

ekonomiye müdahale etmek zorunda kalmaktadır. Diğer bir ifade ile dışsallık; bir iktisadi aktör tarafından alınan bir kararın diğer bir iktisadi aktör üzerinde olumlu veya olumsuz etki yapmasıdır. Dışsallıkların olumlu etki yapmasından ziyade, ortaya çıkardığı olumsuz etkiler iktisatçıların daha fazla dikkatini çekmiştir (Baştürk, 2014: 144). Çünkü bir üretim veya tüketim sonucunda olumlu dışsallıkların olması durumunda piyasa bu mal veya hizmetten fiyatını ödemeyenlerin bedava yararlanmasını istemeyebilir. Olumsuz dışsallığın olması durumunda ise maliyetine katlanmak istemeyebilir. Bu açıdan olumlu dışsallıkların devamı ve olumsuzlukların giderilmesi açısından bu tür dışsallık yayan mal ve hizmetler kamu ekonomisi tarafından üretilmektedir. Dolayısıyla kamu ekonomisinin hizmet alanı ve kamusal hizmet planlaması yapılırken dışsallıklar önemli taşımaktadır.

1.4. Kamu Hizmetlerinde İzlenen Politikalar ve Karar Alma

Kamu kesiminin hangi durumlarda mal ve hizmet sunmasının gerekleri yukarıda kısaca açıklanmıştı. Ancak kamu kesimi bu mal ve hizmetlerin sunulmasında nasıl bir politika izlemesi, bu politika ve üretilere kimlerin nasıl karar vermesi önem taşımaktadır. Kamusal hizmetlerde izlenen politikaların başında, topluma hizmet getirmek ve bu maksatla piyasa ekonomisinin aksaklıklarını tamamlamaktır. Buna karar verecek veya yapılacak hizmetlerde ve izlenecek politikalarda karar alacak olanlar siyasi organlardır. Bir bakıma kamusal mallar, devletin varlığının nedeni olduğu için devletin faaliyet alanını belirleyen karar organları bu durumu dikkate almak zorundadırlar (Kirmanoğlu, 1990: 106).

Kamusal hizmetlerin planlanmasında veya sunulmasında karar verilirken sadece piyasa aksaklıkları değil, bunun yanında, toplumun talep ettiği malları en iyi bilen, özel ve kamusal kaynakları en etkin dağıtabilen ve gelir dağılımını adil bir şekilde paylaştırmayı hedefleyen piyasa üstü bir kurum olarak kamu ekonomisinin varlığı ortaya çıkmıştır. Ancak, kamusal hizmetlerin belirlenmesinde etkili olan siyasi kuruluşlar, politikacılar ve bürokratlar her zaman toplumun çıkarlarının yanında kendi bireysel çıkarlarını dikkate

alabilmektedirler (Kirmanoğlu, 1990: 106-107). Günümüzde kamu kesimince hangi tür mal ve hizmetler üretilmesine, bunların üretim sınırları ve maliyetlerinin paylaşılması ile ilgili kararlar, mal ve hizmetlerin gönüllü paylaşımına dayanan piyasa mekanizması içerisinde alınmamaktadır. Yani, piyasa bu konuda yerini siyasal süreçlere bırakmıştır. Bu bakımdan tercihleri farklı olan bireyler, siyasal süreçlerin almış olduğu kararlara katılmak ve maliyetlerine da katılmak durumunda kalmaktadırlar (Bali, 1998: 83).

1.5. Kamu Hizmetleri ve Dışsallıklar

Günümüzde, piyasa ekonomisinin işlerliği durumunda gelir ve servet dağılımında adil olmayan durumların ortaya çıktığı kamuoyu tarafından gözlemlenmektedir. Bu durum 1. Dünya Savaşından sonra kriz dönemlerinde de görüldüğünden, devletin hizmet alanını genişletmesi gereği ve ekonomiye müdahale etmesi fikri oluşmaya başlamıştır. Hatta bu fikrin Keynezyen İktisadi düşüncenin gelişmesinden sonra daha da önem kazandığı görülmektedir. Bugün devlet sadece adalet ve güvenlik gibi klasik faaliyetler olan koruyuculukla yetinmeyip, müdahaleci devlet ve sosyal devlet anlayışı içinde faaliyetlerde bulunmaktadır. Aynı zamanda bunlarla birlikte devlet, üretimi artırmak, fiyat istikrarını sağlamak, gelir dağılımında adaleti sağlamak, iktisadi büyüme ve gelişmeyi gerçekleştirmek gibi nedenlerle iktisadi ve sosyal hayata müdahalede bulunmaktadır (Aksoy, 1994: 59). Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacaktır ki, günümüzde devletin iktisadi ve sosyal hizmet alanı genişlemiş bulunmaktadır. Yani, devlet koruyuculuğun yanında, müdahaleci devlet olarak; hizmet devleti, refah devleti ve kominal devlet (hedeflerini kendi ihtiyaçlarına göre belirlemek) durumuna gelmiştir (Güner, 1988: 193). Dolayısıyla kamusal hizmetlerde izlenen politikaların planlanmasında ve karar almada dışsallıklar önem taşımaktadır.

1.5.1. Dışsallığın Tanımı ve Nitelikleri

Toplum veya fertler ekonomik ve sosyal olarak gelişmek için devamlı faaliyette bulunurlar. Bulunan bu faaliyetler, doğrudan veya dolaylı olarak başkalarına olumlu ya da olumsuz etkiler yaratacaktır. İşte dışsallık dediğimiz olay burada

ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifade ile dışsallık, üretici ya da tüketiciler, bütün davranışlarının sonuçlarına katlanmadıkları ve ne üreteceklerine ya da tüketeceklerine karar verirken başkaları üzerindeki etkileri hesaba katmadıkları zaman ortaya çıkmaktadır (Peter, 1978: 27). Dışsallıklar, fiyatlara yansıtılmayan piyasa işlemlerinin maliyetleri veya faydalarıdır. Bir dışsallık hüküm sürdüğü zaman, bir üçüncü taraf (bir ürünün alıcıları veya satıcıları dışında) üretiminden veya tüketiminden etkilenir. Üçüncü tarafın (hane halkı veya işyeri) faydaları veya maliyetleri, üretimi veya kullanımı dışsallık ile sonuçlanan bir ögenin alıcıları veya satıcıları tarafından dikkate alınmaz (Hyman, 2010: 99). Dışsallıkların konusu, iktisat literatüründe tartışmalı bir konu olup birçok tanımları yapılmıştır. Genel olarak dışsallıkları, bir ekonomik birimin üretim ve / veya tüketim faaliyeti sonucunda, başka birimlerin fayda ve / veya maliyet fonksiyonlarının olumlu veya olumsuz olarak etkilenmesi şeklinde tanımlamak mümkündür (Manisalıoğlu, 1971: 5-6; Anıl, 1982: 37).

Dışsallık kavramı, A. Smith' den bu yana farklı biçimlerde ortaya konmuş olup, özellikle olumlu ve olumsuz dışsallıklara karşı uygulanacak politika önlemleri konusunda bazı tartışmalar yapılmıştır. Smith' in dışsallık kavramını ilk kez ortaya koyan yazar olması tartışma götürmesine karşılık, Marshall'ın konuya ilişkin ilk teoriyi oluşturmuş olduğu bir gerçektir. Marshall İngiltere ve diğer sanayileşmiş ülkelerdeki ekonomik büyümeyi incelemekte ve birey başına üretkenlikte kaydedilen artışı açıklamaya çalışmıştır. İçsel ekonomilerin önemini belirtmesinin yanı sıra özellikle dışsal ekonomiler üzerinde durmuştur (Sönmez, 1987: 123). Diğer bir ifade ile dışsallık; gerçek veya tüzel kişilerin üretim veya tüketiminden diğer kişi ve kuruluşların fayda veya maliyetlerinin olumlu-olumsuz etkilenmesidir. Bu anlamda dışsallık “komşu etkiler” ve “yayılan etkiler” deyimleriyle de eş anlamlıdır. Dışsallıklar tam olarak ölçülemese de reel ve dolayısıyla ekonomik bir olgu olduğu için zorunlu olarak geniş anlamda kayıt dışı ekonomiyi ortaya çıkarmaktadır (Armağan, 2003: 162). Diğer bir ifade ile dışsallık bir kişinin eylemlerinin karşı tarafın refahı üzerindeki telafisi olmayan etkisidir (Mankiw, 2015: 3). Dışsallıklarla ilgili literatürün çoğu, negatif dışsallıklarla ilgilidir. Bununla birlikte, bir bireyin eylemlerinin olumlu

dışsallıklar ortaya çıkarması da mümkündür (yani, bir kişinin eylemleri, işleme taraf olmayan birisine fayda sağlayabilir). Örneğin, bir ev sahibinin görünümünü iyileştirmek için mülkündeki bir ağacı kaldırması kendisiyle birlikte komşusunun da görünümünü iyileştirebilir (Moss ve Schmitz, 2013: 403).

1.5.2. Kamu Hizmetlerinin Belirlenmesinde Dışsallıkların Etkisi

Hizmet devleti anlayışı içerisinde kamu kesiminin; savunma, adalet, güvenlik ve dışsallıkların olması durumunda kamusal üretimde bulunmaları söz konusudur (Güner, 1988: 193). Diğer bir ifade ile kamu kesimi hizmetlerinin sınırları önemli dışsallıkların olması durumuna göre planlanmaktadır. Çünkü dışsallık aynı zamanda herhangi bir faaliyetin bir nevi yan ürünü olarak ortaya çıkan hususlardır (Tullock, 2011: 17). Özel sektör ise bu yan ürünleri bedava sunmayacaktır veya maliyetlerine katlanmayacaktır. Bu yüzden bu tür mal ve hizmetlerin üretiminin kamu kesimi tarafından sunulmasında dışsallıklar belirleyici olmaktadır.

Dışsallıklar, dış fayda veya maliyet şeklinde olabilmekteydi. Herhangi bir mal veya hizmetin sunulmasında toplumun, o mal ve hizmetin sunulmasından elde ettikleri faydalar olabileceği gibi, katlandıkları maliyetler de olabilmektedir. Piyasa konusu mal ve hizmetlerin, piyasa koşullarına göre üretimi ve tüketiciler tarafından satın alınması piyasa koşullarına göre olmaktadır. Ancak, üretimin üreticiye faydası ile tüketimin tüketiciye faydası, özel fayda –maliyet analizleriyle belirlenmektedir (Akdoğan, 1999: 51). Dışsallık durumunda hizmetin kamusalılığı, dışsallığın büyüklüğüne ve yaygınlığına bağlıdır (Batirel, 1990: 50). Diğer bir ifade ile dışsallıkların varlığının; devletin temel işlevlerinden olan kaynak dağılımında etkinliği, gelir dağılımında adaleti ve ekonomik istikrarın sağlanmasının gerçekleştirilmesine engel olması durumunda o hizmetin kamusal hizmet olmasını gerektirmektedir (Taş, 1989: 29).

Bazı ihtiyaçlar için üretilen mal ve hizmetlerin üretimi piyasa ekonomisi tarafından üretildiğinde bunların üretim maliyetlerinin bir kısmı topluma yüklenilmektedir. Yani, piyasa ekonomisi içerisinde gerçekleştirilen herhangi bir üretim faaliyetinde, üretim miktarındaki bir birim artışın özel marjinal

maliyeti ile sosyal marjinal maliyeti arasındaki fark, üretimde bulunan firma lehine ve tüketicilerin aleyhine ise, söz konusu üretim faaliyeti kamusal hizmetler içerisinde alınmalıdır. Başka bir ifade ile ÖMM <SMM olan mal ve hizmet üretimi kamu kesimince yerine getirilmelidir (Herekman, 1986: 45).

Bilindiği üzere bir mal veya hizmetin üretiminde çeşitli mal veya hizmetler girdi olarak kullanılmaktadır. Bu girdilerden bir kısmı doğrudan üretim maliyeti üzerinde etkili olabildikleri gibi diğer bir kısmı dolaylı bir etki yapmaktadırlar. Bu girdilerin fiyatlarının düşük tutulması muhakkak ki işletme maliyetlerini düşürecektir. Dolayısıyla işletme kendi bünyesi dışında bir maliyet tasarrufu sağlayacaktır ki, buna dış tasarruflar denilmektedir. Örneğin, buğday fiyatlarının düşük tutulması ekmeğin maliyetini düşürecek ve fırıncılara bir dış tasarruf sağlayacaktır. Eğer bir üretim sonucu elde edilen mal veya hizmet ekonomide mevcut tüm üretim ünitelerinin maliyetleri üzerinde dolaylı veya dolaysız bir etkisi varsa, söz konusu üretimin kamu kesimi tarafından üretilmesinde fayda vardır (Herekman, 1986: 47).

Kamu ekonomisi genellikle tam kamusal mal ve hizmetleri piyasa ekonomisine bırakmadan kendisi üretir. Ancak bu mal ve hizmetlerin dışında önemli dışsallıkları olan yarı kamusal mal ve hizmetleri de piyasa ekonomisinin yanında kamu ekonomisi de sunmaktadır. Bunların dışında kamu ekonomisi piyasanın başarısız ya da yetersiz olduğu durumlarda ve dışsallıkların olması durumunda özel mal ve hizmet üretiminde de bulunmaktadır. Ancak piyasa tarafından sunulan özel mal ve hizmetlerin olumlu ya da olumsuz dışsallıkları olması durumunda kamu ekonomisi bu mal ve hizmetlerin tamamını kendisi üretemeyeceğine göre dışsallıkların içselleştirilmesi suretiyle piyasanın üretimine devam etmesine müsaade edecektir.

2. Dışsallığın Nedenleri

Yukarıda da ifade edildiği üzere firma veya bireylerin üretim veya tüketim sonucu birbirlerini olumlu veya olumsuz etkilemeleri kaçınılmaz olmaktadır. Örneğin, dışsallık yayan iki firma düşünelim; birincisi zarar veren firma faaliyetle meşgul olma hakkına sahiptir. İkinci firma ise, zarar gören firma

olup, birinci firmanın faaliyetini yasaklatma veya zararı tazmin hakkına sahiptir. Ancak, mülkiyet ve üretim haklarının mevcut olması nedeniyle üretim durdurulamamakta veya zarar tamamen tazmin edilememektedir (Peston, 1979: 48). Bu durumda dışsallığın nedeni olarak, genellikle ya dışlamanın mümkün olamaması veya mülkiyet haklarının kurulamamış ya da kolayca kurulamaz olması nedeniyle bu hakları kullanma eksikliğidir. Örneğin, A firması ve B firmasının her ikisi de atmosferi kullanma hakkına sahiptir. A firması havayı kirletmekte, B firması da yapılan hasarı dikkate almaksızın havayı kullanmaktadır. Herhangi bir atmosfer için sahiplik hakkı kurar ve diğerini atmosferi kullanımından dışlayabilirse, dışsal zararlar ortadan kaldırılabilir. Ancak, atmosfer kullanımı üzerine mülkiyet hakları kurmak ve bunu kullanmak zor olduğundan dışsallık tamamen ortadan kaldırılamamaktadır (Ersoy, 1988: 21).

Bunların dışında; sanayi artıkları, artan nüfusun beslenme sorunları, hızlı nüfus artışının doğal çevre üzerindeki etkisi ve kentleşmenin hızlanması olumsuz dışsallığa neden olan etkenler olarak sıralanabilir (Turhan, 1993: 126). Ancak dışsallığın nedenlerini sadece olumsuzluk şeklinde düşünmemek gerekir. Bazı nedenlerden dolayı olumlu dışsallıklar ortaya çıkabilir. Örneğin, endüstrinin yoğunlaşması sonucunda, endüstriye giren firma önceki firmaların ortalama üretim maliyetlerinin de azalmasına olumlu katkı sağlıyorsa olumlu dışsallık ortaya çıkabilir. Yine dışsallığın bir nedeni olan eksik rekabet piyasasının varlığı devlet müdahalesi sonucunda toplum refahı açısından olumlu dışsallıklar ortaya çıkabilir. Bunların dışında dışsallığın nedenlerini; teknolojik ve parasal nedenler, mevcut sosyal ve ekonomik kurumların niteliği nedeniyle, bir üretim ve tüketim faaliyetinin olması, bir ekonomik birimin faaliyetinin diğer bir birimin üretim veya tüketim faaliyetine girdi olması ve devlet müdahalesi dışında hiçbir birimin tazmine başvurmaması durumu şeklinde sıralayabiliriz (Armağan, 2003: 163-165).

3. Dışsallıkların Sınıflandırılması

Dışsallıkların ya üretim faaliyeti ya da tüketim faaliyeti sonucu ortaya çıktığını belirtmiştik. Buna göre dışsallıkları üretim dışsallıkları ve tüketim dışsallıkları şeklinde bir ayrıma tabi tutmak mümkündür. Bu açıdan dışsallıklar; üreticiden üreticiye, üreticiden tüketiciye, tüketiciden üreticiye ve tüketiciden tüketiciye şeklinde çeşitli şekillerde ortaya çıkabilir (Akdoğan, 1999: 54-56). Bunun dışında negatif dışsallıklar dört ayrı şekilde incelemiştir. Birincisi; komşular arasında sıkça görülen “*rahatsızlık verici dışsallıklar*”, ikincisi; bir malı ek bir kişinin kullanması ya da bir kişinin ek kullanımının diğer kullanıcıların faydasını azaltması ya da diğer bir kullanıcıyı dışlaması şeklinde ortaya çıkan “*kapasite dışsallıkları*”, üçüncüsü; toplam arz stokunun sabit olmasından kaynaklanan “*arz dışsallıkları*” ve dördüncüsü ise; klasik çevre kirliliğinin yol açtığı “*çevresel dışsallıklar*” dır (Peker ve Altınışık, 2011: 66). Ancak biz burada dışsallıkları; üretim ve tüketim açısından, sebep oldukları sonuçlar açısından, oluşan etkiler açısından ve meydana geldiği yer bakımından sınıflandıracamız.

3.1. Üretim veya Tüketim Açısından: Üretim-Tüketim Dışsallığı

Bir üretim veya tüketim faaliyeti başka bir ekonomik birimin üretim veya tüketim fonksiyonuna bağımsız değişken olarak giriyorsa üretim veya tüketim dışsallığı söz konusudur. Burada bir dışsallığın üretim veya tüketim dışsallığı olduğunu belirleyen unsur, dışsallığa neden olan ekonomik birimin üretici veya tüketici olmasıdır. Dışsallıktan etkilenen ekonomik birimin de üretici veya tüketici olabileceği gibi söz konusu dışsallık pozitif veya negatif olabilmektir (Kargı ve Yüksel, 2010: 188). Üretim dışsallığı, herhangi bir üreticinin üretiminin diğer bir tüketicinin tüketim fonksiyonuna bağımsız değişken olarak girmesi ve olumlu / olumsuz etki yaratması durumunda oluşan dışsallıktır. Bu dışsallıklar; “pozitif veya negatif tüketim dışsallığı yaratan üretim” olarak ortaya çıkmaktadır. Örneğin, üretici firmaların yeni teknoloji kullanarak yaptıkları üretim sonucunda ürünün fiyatının düşmesi üreticilerin tüketicilere pozitif dış fayda sağlamasına neden olurken, üretime konu ürünlerde gerekli standartlara uymama, standartların belirlenememesi veya kalitesiz üretim nedeniyle tüketiminin azalması, üretimin

yarattığı bir negatif dışsallıktır. Tüketim dışsallığı ise; herhangi bir kişi ya da kurum tüketiminin diğer bir kişi ya da kurumların tüketim veya üretim fonksiyonuna bağımsız değişken olarak girmesiyle oluşan olumlu / olumsuz etkilerdir. (Armağan, 2003: 165-166)

3.2. Sebep Oldukları Sonucun Derecesi ve Önemine Göre: Marjinal–İnframarjinal Dışsallıklar

Sebep oldukları sonucun derecesine göre dışsallıklar, marjinal ve marjinal olmayan (inframarjinal) dışsallıklar şeklinde ortaya çıkabilir. Aynı zamanda bu dışsallıklar tek yönlü veya çift yönlü olabilirler. Marjinal dışsallık, bir üretim veya tüketim faaliyetindeki marjinal (ilave) değişikliğin diğer kişilerin fayda ve maliyet fonksiyonlarında yaptığı değişikliğe denilmektedir. Örneğin, harabe bir yapının restorasyonu veya boş bir arazinin ağaçlandırılması, başka bireylerin göz zevkini olumlu yönde etkilemektedir. İnframarjinal dışsallıklar; bir üretim veya tüketim faaliyetinin başkalarının fayda/maliyetlerinde bir değişiklik oluşturmaması ya da ihmal edilebilir olmasını ifade etmektedir. Çevre kirliliğinden doğan dışsallıkların önemli bir bölümü inframarjinal niteliktedir. Örneğin; kimyasal artıkların yoğun olduğu ve yüzmeye elverişsiz bir gölde aynı zamanda ulaşım faaliyetinin yapılması, göl üzerinde ulaşımı engelleyecek noktaya gelinceye kadar kirlenmenin sürmesi halinde, bu ek artıklar inframarjinal tek yönlü dışsallığı oluşturmaktadır. Radyosu olan iki kişiden birinin radyosunu açması diğerini rahatsız edebilir. Eğer, her biri kendi radyosunda farklı programları dinliyor ve diğerinin sesini bastırmak için radyosunun sesini yükseltiyor ise, belirli bir düzeye kadar sağladıkları tatmin değişmeyecektir. Bu durumdaki dışsallık, inframarjinal ve çift yönlüdür. Fakat, birinin ses ayarını çok yükseltmesine diğerinin itiraz etmesi halinde, dışsallık marjinal hale gelecektir (Armağan, 2003: 166-167)

3.3. Oluşan Etkilere Göre: Pozitif – Negatif Dışsallıklar

Çeşitli ekonomik faaliyetler sonucunda meydana gelen dışsallıkların ortaya çıkardığı etkilerin niteliği göz önüne alındığında pozitif-negatif dışsallıklar ortaya çıkmaktadır. Ekonomik karar vericilerin eylemlerinin diğer birimlere fayda

sağlaması ve bu faydayı elde edenlerin eylemi gerçekleştirene bir ödemede bulunmaması sonucu ortaya çıkan duruma “pozitif dışsallıklar” denilmektedir. Gerek üretim ve gerek tüketim sonucu ortaya çıkan pozitif dışsallıklar durumunda ekonomide oluşan sosyal fayda piyasada oluşan özel fayda fonksiyonundan yüksektir. Bu durumda mal veya hizmetlerin piyasa fiyatı üreticiler için sosyal optimum fiyatın altında oluşurken tüketiciler için bu fiyatın üstünde olmaktadır. Örneğin, bir tüberkülozlu hastanın tedavi edilmesi, bu hastanın kaynak vaka olarak hastane ve toplum genelinde hastalığın yayılmasını önleyecektir. Dolayısıyla tedavinin ekonomik ve sosyal maliyetine sadece hasta katlanırken, onun dışındakilerin sağlığının korunması pozitif dışsallık oluşturmaktadır. Negatif dışsallıklar ise; ekonomik karar birimlerinin faaliyetinin, diğer ekonomik birimlerin faaliyetlerinde bir zarara neden olurken, bu eylemden doğan zararı karşılamak için ödeme yapmadıkları durumlarda oluşmaktadır. (Armağan, 2003: 167 ve (Kargı ve Yüksel, 2010: 187). Bu dışsallıklar örnek olarak, çevre ve endüstriyel kirliliği verebiliriz (Hyman, 2010: 100; Sankar, 2014: 1). Örneğin, İnsanlara atmosferdeki karbondioksit emisyonları negatif bir dışsallıktır ve küresel ısınmanın zararlı etkileri insanları (veya onların soyundan gelenleri) etkiler. Böyle olumsuz bir dışsallık, piyasa başarısızlığına ve kaynakların verimsiz bir şekilde tahsis edilmesine yol açar (Rezai, Foley ve Taulor, 2009: 21).

3.4. Meydana Geldiği Yer Bakımından: Parasal – Teknolojik Dışsallık

Parasal dışsallıklar ve teknolojik dışsallıklardan oluşan bu sınıflandırmaya göre; herhangi bir ekonomik birim faaliyetinin fiyat sisteminden geçerek diğer ekonomik birimler üzerinde oluşturdukları etkilere parasal veya vasıtalı dışsallıklar denilmektedir. Gelir dağılımı amacı söz konusu olduğunda, parasal dışsallıklar önem kazanmaktadır. Çünkü bu tür dışsallıklar toplumdaki değişik gruplar arasında gelir transferini gerçekleştirmektedir. Ancak refah ekonomistleri, parasal dışsallıkları toplam refah ve etkinlik üzerinde etkisi olmadığı düşüncesi ile dışsallık kavramı dışında tutarak bu tür dışsallıkları “yalancı dışsallık” olarak nitelemektedir. Üreticilerin üretim fonksiyonları arasında piyasaya bağlı olmaksızın meydana gelen kazanç veya kayıplara neden

olan dışsallıklar teknolojik dışsallıklardır. Bu tip dışsal ekonomiler statik bir yapıya sahip olduklarından, bunlara “teknik dışsal ekonomiler” de denmektedir. Teknolojik dışsallıklar, üretim ya da fayda fonksiyonlarında kaymalara yol açarak, reel etkiler meydana getirmektedir. Parasal ve teknik dışsallık kavramları arasındaki ayrımı yapmak gerçek hayatta oldukça zordur. Çünkü bir projedeki dışsallık aynı zamanda teknik ve parasal olabilmektedir (Armağan, 2003: 168).

4. Dışsallıkların İçselleştirilmesi

Dışsallık meydana getiren üretim ve/veya tüketim faaliyeti sonucunda faaliyetleri yapan üretici ve tüketicilerle birlikte üçüncü kişilerde bu faaliyetlerden etkilenecektir. Bu durumda kaynakların dağılımında bir sapma meydana gelecek ve piyasa ekonomisi sosyal açıdan etkinsizliğe sebep olacaktır. Dışsallıklar, herhangi bir şekilde kaynakların aşırı veya düşük düzeyde tahsis edilmesine neden olduğu için, piyasa aksaklığının nedenlerinden biridir (Bakırtaş, 2002; 3). Dışsallıkların içselleştirilmesi, piyasa ve kamu müdahaleleri çerçevesinde ele alınmaktadır. Piyasa ekonomisinde, pozitif dışsallık yayan mal ve hizmetlerin toplum için gerekli düzeyin altında; negatif dışsallık yayan mal ve hizmetlerin de toplum için gerekli miktarın üzerinde üretildiği görülmektedir. Böylesi bir durumda kaynak kullanımında etkinsizlikler ortaya çıkacaktır. Kaynakların etkin kullanılmaması sonucunda kamu ekonomisinin gelir dağılımında adalet ve ekonomik istikrar amaçları da olumsuz etkilenecektir. Bu nedenle devlet, olumlu ve olumsuz dışsallıkları içselleştirerek piyasa mekanizmasında etkinliği sağlamaya çalışacaktır (Armağan, 2003: 168). Dışsallığın büyüklüğüne ve neden olduğu olumlu-olumsuz sonucun yaygınlığına ve kaynak dağılımında etkinliğin sağlanmasına bağlı olarak devlet müdahalede bulunmaktadır. Bu müdahale; üretilen veya tüketilen ürünlerin dış zararlarını en aza indiren veya dış faydaları yükselten teşvik edici, caydırıcı ya da sınırlayıcı nitelikte (üretimde standartlar, tavan ve taban sınırları getirilmesi, mali ve cezai önlemler gibi) dolaylı- dolaysız şekillerde olabilmektedir. (Armağan, 2003: 162). Diğer bir ifade ile dışsallıkların içselleştirilmesi teşviklerin değiştirilmesi, insanların eylemlerinin dış etkilerini hesaba katmaları için yapılan çeşitli

düzenlemelerdir (Mankiw, 2015: 10). Aynı zamanda bu önlemler piyasa ekonomisi açısından ve kamu ekonomisi açısından olabilmektedir.

4.1. Piyasa Ekonomisi Çözümleri

Dışsallıklar sonucu ortaya çıkan olumsuzlukların veya zararların giderilmesi için piyasa çözümleri, ancak az sayıda toplum üyesinin bulunduğu bir ortamda uygulama alanı bulabilir. Piyasa ekonomisi içerisinde uygulanacak çözümler, Coase Teoremi, Hicks-Kaldor (denkleştirme ölçütü) ve Scitavsky (pazarlık ölçütü) yaklaşımı diye üç şekilde incelenmektedir.

4.1.1. Coase Teoremi Yaklaşımı

Ronald Coase, 1960 yılında yayınladığı “Toplumsal Maliyet Sorunu” isimli makalesinde dışsallıkların piyasa ekonomisi içerisinde çözülebileceğini ifade etmiştir. Coase, makalesinde işlem maliyetleri kavramı üzerinde durarak; mülkiyet haklarının serbestçe alınıp satılması ve işlem maliyetlerinin düşük olması durumunda karar birimlerinin aralarında pazarlık yapma imkanlarının arttığını ve bu durumun pareto etkinliğe ulaştığını ifade etmiştir (Kargı ve Yüksel, 2010: 197-198). Örneğin, bir fabrikanın, bir ırmağı kirlettiğini varsayalım. İrmağın ağzına yakın yerlerdeki su kullanıcıları belli bir nitelikteki suyun mülkiyet hakkına sahiplerse, kendilerine gelen suyun niteliği bozulduğunda fabrikayı suyu kirlettiği için dava edebilirler. Fabrika bu durumda neden olduğu kirlenmenin maliyetini ödemek zorunda kalacaktır. Başka bir örnek ise, ırmaktaki suyun niteliğini yükselten ve böylece öteki su kullanıcılarına yarar sağlayan bir fabrika olabilir. Bu fabrika suyun niteliğini yasal olarak belirlenmiş bir düzeyin üzerine çıkarırsa, su kullanıcılarından bir ücret talep edebilir. Her iki durumda da su üzerindeki mülkiyet haklarının iyi belirlenmiş olması gerekir. Coase’ye göre bu tür görüşme ve pazarlık hallerinde devlet müdahalesine kalmadan ortaya çıkan negatif dışsallıklar içselleşerek sorun çözümlenmiş olacaktır (Öz ve Buyrukoğlu, 2012: 6; Kesbiç, Baldemir ve İnci, 2010: 127-129).

Coase teoremine göre dışsallıklar meydana geldiğinde, tarafların mevcut dışsallığı içselleştirmek ve etkinliği sağlamak üzere bir araya gelip ortaya çıkan

zararın karşılanması için bazı düzenlemeler yapılması konusunda önerme sunmalıdırlar. Coase, faydanın taraflar arasında dağılımında dengesizlik bulunması durumunda, taraflar arasında bir pazarlık süreci oluşturarak etkinlik koşullarının yeniden sağlanabileceğini ifade eder Coase yaklaşımına göre, dışsallıkla ilgili sorunların devletin müdahalesine gerek olmadan çözümlenebilmesi için, dışsallıkların tarafların mülkiyetinde olan alanla sınırlı olması, taraf sayısının az ve ayrıca dışsallığın çözümü için taraflar arasında yapılacak olan pazarlık maliyetinin önemsenmeyecek kadar az olması gerekir (Parlakay ve Yavuz, 2016: 212-213). Diğer bir ifade ile Coase Teoremi yaklaşımına göre devletin herhangi bir müdahalede bulunması gerekmez. Tarafların anlaşması için işlem maliyetlerinin düşük tutulması ve mülkiyet haklarının iyi tanımlanması gerekmektedir (Kirmanoğlu, 2009, s.161).

4.1.2. Hicks-Kaldor Yaklaşımı (Denkleştirme Ölçütü, Tazminat Çözümü)

Dışsallıklara karşı bu çözüm önerisi, Hicks ve Kaldor tarafından ileri sürüldüğünden buna, “Hicks-Kaldor Yaklaşımı” da denilmektedir. Bu yaklaşıma göre olumsuz dışsallıkların söz konusu olduğu üretim faaliyetlerinde, dışsal maliyete neden olan firmanın, zarar verdiklerine karşı “denkleştirici miktar” olarak üretim faaliyetinden elde ettiği dışsal faydayı karşılık olarak vermesi gereğinin önerilmesidir (Mutlu, 1989: 36-37). Bu yaklaşımda devlet müdahalesi olmadan zarar görenin fayda sağlayandan bir tazminat alması gibi bir hüküm söz konusudur. Hicks-Kaldor yaklaşımı literatürde “Tazmin İlkesi” olarak da bilinmektedir. Örneğin, Hicks ve Kaldor, Pareto optimumunu veren bir denge durumundan, başka bir duruma geçişte, bazı kimseler zarar görürken, bazı kimselerin de yararlı çıkabileceklerinden hareketle, şöyle demektedirler: “Eğer bu değişiklikten yararlı çıkanların kazancı, zararlı çıkanların kayıplarından büyükse, böyle bir değişiklik sonucu toplumda refah artışı söz konusudur (Öz ve Buyrukoğlu, 2012: 7; Peker ve Altınışık, 2011: 68).

Bu yaklaşıma göre, bir tarafta bazı bireyler (veya birimler) kazanç elde etmekte, diğer tarafta zarar görenler ise aldıkları tazminat sonucunda uğradıkları zararı

telafi etmektedirler. Bu yaklaşımın devlet harcama politikaları geliştirilirken dikkate alınan fayda-maliyet analizi sonuçları üzerinde önemli etkileri söz konusudur. Örneğin, bir projenin kazancı maliyetin üzerindeyse ve kazançlı olanlar zarara uğrayanları tazmin ettikten sonra, gene de kazanç elde ediyorlarsa, projenin uygulamaya konulması söz konusu olacaktır. Kısaca, Hicks-Kaldor Yaklaşımı, çevresel negatif dışsallık ortaya çıkaranların bu dışsallıklardan elde ettikleri kazancı, bundan zarar görenlerle paylaşması üzerine kurulmuştur. Ekonomik büyümenin sağladığı refah artışı devam ettiği sürece bu zararın tazmin edilmesi, zarar verenin elde edeceği kardan bütünüyle yoksun kalmamasını sağlamakta; zararı tazmin etmesi halinde bile kar elde etmeye devam edecektir. Bu yaklaşım, zarar görenlerin sayısının fazla olması durumunda sağlıklı sonuçlar vermeyebilir (Parlakay ve Yavuz, 2016: 213; Kesbiç, Baldemir ve İnci, 2010: 129-131).

4.1.3. Scitovsky Yaklaşımı (Pazarlık Ölçütü)

Dışsallıklara karşı bir önlem olarak pazarlık çözümünü, Scitovsky savunduğundan bu çözüm önerisine de “Scitovsky Yaklaşımı” denilmektedir. Bu çözüm önerisine göre, bir ekonomik birimin üretim ya da tüketimi sonucu başka bir ekonomik birim dışsal maliyet yükleniyorsa, dışsal maliyet yüklenen birim buna neden olan ekonomik birimin söz konusu faaliyetini sınırlaması için iki taraf arasında uzlaşılabilir bir pazarlığa girilmesi önerisidir (Mutlu, 1989: 36-37). Bu yaklaşımın geçerli olabilmesi için, pazarlık işlem maliyetinin, pazarlıktan beklenen net faydayı aşmaması gerekmektedir. Scitovsky, toplumda refah artışı olabilmesi için, politika sonucu avantajlı duruma geçen tarafların kazançları, kaybeden tarafların zararlarından daha büyük olmalıdır. Piyasa ekonomisi çözümleri genellikle oluşan zararın giderilmesi konusunda tarafların anlaşarak sorunun ortadan kaldırılmasına yönelik uygulanan politikalar. Kamu otoritesi olaya müdahil olmadan, kişi veya kurumları kendi aralarında anlaşarak oluşan dışsallığın içselleştirilmesi amaçlanır. Taraf sayısının fazla ve pazarlık maliyetinin yüksek olduğu durumlarda uygulamada aksaklıklar ortaya çıkabileceğinden sağlıklı sonuçlar vermeyebilir. (Parlakay ve Yavuz, 2016: 213; Kesbiç, Baldemir ve İnci, 2010: 131).

4.2. Kamu Kesimi Çözümleri

Dışsallıklar sonucu ortaya çıkan olumsuzluklar ve zararların önlenmesi piyasa ekonomisi tarafından önlenemediği zamanlarda sonuçları topluma mal edilmektedir. İşte bu durumda kamu kesimi çözümleri gündeme gelmektedir. Aynı zamanda, olumsuz dışsallıklar, piyasa ekonomisi içinde kaynakların yanlış kullanımına neden olmakta ve bu yüzden devletin çeşitli önlemler almasını gerektirmektedir. Devletin aldığı önlemler ise; vergiler, sübvansiyonlar, kirlilik izni, harçlar ve doğrudan kontroller şeklinde olabilmektedir.

4.2.1. Vergiler

Kamu harcamalarının finansmanında önemli yer tutan ve kamu gelirlerinin büyük bir kısmını oluşturan vergiler aynı zamanda düzenleyici bir etkiye de sahiptirler. Bu açıdan olumsuz dışsallıkları düzeltmek için çözüm, negatif dışsallık üreten firmanın çıktısı üzerine birim başına bir vergi uygulamaktır. Birim başına vergi, sosyal marjinal maliyet ile arasındaki fark kadar olmalıdır (Sankar, 2014: 4). Örneğin, Pigou tipi vergiler, ürün veya atık miktarı üzerinden alınan düzenleyici vergiler, diferansiyel vergiler ve çifte kazanç vergileri olumsuz dışsallıkların önlenmesinde etkili olmaktadır.

4.2.1.1. Pigou Tipi Vergileri

Dışsallıkları olması durumunda o mal ve hizmetin mutlaka kamu kesimi tarafından üretilmesi gerekmez. Bazı durumlarda kamu kesiminin üretimi doğrudan üstlenmesi yerine, üretici firmaları kamu yararına hareket etmeye özendirilecek vergisel ve sübvansiyonel tedbirler alabilir. Örneğin, devlet, yaz aylarında ekonomik durumu iyi olmayan gençleri istihdam etmek için vergi indiriminde bulunabilir. Yüksek oranda işsizliğin yaşandığı bölgelerde yerleşik firmalara cömert vergisel sübvansiyonları uygulanabilir (Stiglitz, 1994: 233; Mutlu, 1989: 40-57; Taş, 1989: 40-48). Özellikle olumsuz dışsallıklara neden olan mallar üzerine vergi konulması fikri ilk olarak Pigou tarafından ileri sürülmüştür. Olumsuz dışsallığı neden olan üretim üzerine konulan vergi firmayı toplumsal açıdan doğru miktarı üretmeye iteceğinden fiyat marjinal toplumsal maliyete eşitlenecektir. Böylece

kaynakların alternatif kullanımlar arasında optimal dağıtımını sağlamış olacaktır (Öz ve Buyrukoğlu, 2012: 4; Kesbiç, Baldemir ve İnci, 2010: 131-132).

4.2.1.2. Plott Yaklaşımı

Plott Yaklaşımı, Pigou vergilerinin düzeltici vergiler şeklinde açıklanma biçimidir. Düzeltici vergiler, özellikle negatif dışsallıklara neden olan faaliyetler için kullanılırlar ve kaynak ayırımında etkinliğin sağlanması açısından önemli vergilerdir. Düzeltici vergilerin bu olumlu etkilerine karşılık, uygulamada hangi tür vergilerin daha etkili olacağı tartışmalarında maliyeciler, dolaylı vergilerin dolaysız vergilere oranla daha etkin olduğu görüşündedirler. Özellikle özel tüketim vergileri, negatif dışsal ekonomilere karşı geniş ölçüde uygulama alanı bulmaktadır. Bunun yanı sıra bir kısım maliyeci, bu durumdan dolayı aşırı vergi yükünün olabileceğini iddia etmişlerdir (Öz ve Buyrukoğlu, 2012: 6; Kesbiç, Baldemir ve İnci, 2010: 131). Diğer bir ifade ile düzeltici bir vergi, bir mal veya hizmetin marjinal özel maliyetini, dışsallığı içselleştirecek şekilde ayarlamak için tasarlanmıştır. Bu amaca ulaşmak için vergi, çıkış birimi başına marjinal dış maliyete eşit olmalıdır. Aslında, bir düzeltici vergi tam olarak atıkların yayılması için bir ücrettir (Hyman, 2010: 106).

4.2.1.3. Farklı (Diferansiyel) ve Düzenleyici Vergileme

Dışsallıkların önlenmesi amacıyla bu tür vergi düzenlemelerinde yeni vergiler ortaya çıkarmaktan çok, yürürlükteki vergilerin çevresel amaçlara uyarlanması şeklinde ifade edilebilir. Böyle bir vergi farklılaştırmasındaki amaç, çevreye zararlı olan ürünleri cezalandırarak göreceli fiyatlarının değiştirilmesidir. Mevcut vergilerdeki çevreyle ilgili hükümler olmasına rağmen diferansiyel vergilemede, mali reformlar ya da vergilemede yeniden yapılanmalar gerekmektedir. Örneğin, Motorlu taşıtlar vergisinde motorun beygir gücü, yakıt tüketim türü, araç ağırlığı ya da motor büyüklüğü gibi belli bir yakıt tüketim ölçütüne göre oranların değiştirilmesi diferansiyel vergilemeye örnektir (Kargı ve Yüksel, 2010: 195). Düzenleyici vergiler ise, negatif dışsallıklara neden olan faaliyetler için kullanılarak kaynak dağılımında etkinliğin sağlanmasına yardımcı olurlar. Düzenleyici vergilerin bu olumlu etkiyi sağlaması düzenleyici vergi olarak ne

tür vergilerin kullanılacağına bağlıdır. Maliyeciler düzenleyici vergi olarak, dolaylı vergilerin dolaysız vergilere oranla daha etkin olduğunu savunmaktadırlar (Parlakay ve Yavuz, 2016: 215; Kargı ve Yüksel, 2010: 194). Kısaca düzenleyici vergiler, negatif bir dışallıktan kaynaklanan sosyal maliyetleri dikkate almak için özel karar alıcıları teşvik etmek üzere tasarlanmış bir vergidir (Mankiw, 2015: 17).

4.2.1.4. Çifte Kazanç Hipotezi

Çifte kazanç hipotezi, kirlilik emisyonlarından bir vergi olarak meydana getirilen gelirin, ekonominin başka alanındaki diğer vergilerin azaltılmasının finansmanı için kullanılmasına izin veren bir politika mekanizmasıdır. Bu yaklaşıma göre, sera etkisinin temel sebebi olan karbondioksit emisyonu üzerinden alınan bir vergi, bu emisyonları azaltacak; elde edilen vergi geliri de etkinliği bozan diğer vergilerin azaltılmasında kullanılarak etkinliği sağlayacaktır. Bunun sonucunda iki amaç elde edilmiş olacaktır ki, hipotez de adını bunlardan almıştır. Bu amaçlar; birinci olarak, daha düşük karbondioksit gibi çevresel bir amacın sağlanması ve ikinci olarak, daha düşük işsizlik gibi ekonomik bir amacın sağlanmasıdır. Çifte kazanç hipotezi “gelir-yanlı vergi reformu” şeklinde de isimlendirilmiştir. Gelir-yanlı reformlarının adalet sorununa işaret ettiği ve geniş temelli çevre vergilerinin azalan oranlı olabileceği savunulmaktadır. Ancak gelir-yanlı bir vergi reformunda vergi oranlarındaki artan oranlılığı sağlamanın yolu gelir vergisinde en düşük vergi oranlarındaki azalış ya da düşük gelirli hanhalkları için vergi indirimleri ile sağlanabilir denilmektedir (Kargı ve Yüksel, 2010: 195.)

4.2.1.5. Çevresel Vergiler

Özellikle son yıllarda ortaya çıkan “küresel ısınma” kavramı ile ön plana çıkan ve devlet müdahalesini gerektiren düzenlemelerin başında çevre ile ilişkili üretim ve tüketim faktörlerine vergi yüklenilmesi gelmektedir. Negatif dışallıkları önlemede kamu ekonomisi çözümünü savunan Pigou ve Plott’da, oluşan dışallıkları içselleştirmede devletin piyasaya vergiler yüklemek suretiyle müdahale etmesi gerektiğini savunmuşlardır. Bu açıdan Türkiye’de çevre üzerinden alınan vergiler;

çevre temizlik vergisi, motorlu taşıtlar vergisi ve taşıt alımında uygulanan ÖTV ve KDV şeklindedir. OECD ülkelerinde ise çevresel vergileri; emisyon vergileri, ürün temelli vergiler, kullanım temelli vergiler (hizmet harcı), vergisel farklılaştırmalar, vergisel avantajlar sağlanması şeklinde sıralayabiliriz (Öz ve Buyrukoğlu, 2012: 8-12).

4.2.2. Sübvansiyonlar

Sübvansiyon kısaca, devletin kişi ve kurumlara karşılıksız olarak yaptığı her türlü para, mal veya hizmet şeklinde tanımlanabilir. Negatif dışsallıkların sübvansiyonlar yoluyla içselleştirilmesinde dışsallıktan etkilenenlerin yanında, negatif dışsallığa neden olan işletmeler de bu sübvansiyonlar için hedef kitle olabilir. Bu durumda sübvansiyonun hangi tarafa verildiğine bağlı olarak elde edilecek sonuçlar değişecektir. Negatif dışsallıkların içselleştirilmesinde uygulanabilecek sübvansiyonlar hem dışsallığa neden olan üreticilere hem de bu dışsallıktan etkilenen üretici veya tüketicilere verilebilir. Çoğunlukla kirliliğin kontrolünü amaçlayan sübvansiyon uygulaması ile kirlilik yaratan firmaların arıtım tesislerini kurması için kredi sağlanması veya arıtma giderlerinin vergiden indirilebilmesi gibi politikaları kapsamaktadır. Örneğin çevre kirliliğine yol açan işletmelere yönelik bu kirliliğin kontrolünü amaçlayan bir sübvansiyon uygulaması, kirlilik yaratan firmaların arıtım tesislerini kurması için kredi sağlanmasına yönelik olabileceği gibi, arıtma giderlerinin vergiden indirilebilmesini sağlayan politikaları da kapsayabilir. Bu politikaların etkin işleyişinin sağlanması, arıtma tesislerinin kurulduktan sonra denetiminin etkin olarak yapılması koşuluna bağlıdır (Armağan, 2003: 171-172; Parlakay ve Yavuz, 2016: 215-216; Kargı ve Yüksel, 2010: 195-196).

4.2.3. Kirlilik İzni

Dışsallıkların çözümünde kullanılan bir diğer yöntem kirlilik iznidir. Oluşturulan toplam kirlilik düzeyi üzerinden bu kirliliğin kaynağı olan işletmeler arasında dağıtım yapılarak pazarlanabilir bir izin sistemi oluşturulur. Kirletici emisyonları sahip olunan izin düzeyinin altında olan işletmeler, artan haklarını başka işletmelere satabilir veya bunları tesislerinin diğer kısımlarındaki aşırı

emisyonlarıyla dengelemede kullanabilirler (Kargı ve Yüksel, 2010: 196). Diğer bir ifade ile kirlilik izinleri, firmalara belli bir bedel karşılığında verilmektedir. Pazarlanabildiği ölçüde bu izinlerin ekonomik açıdan etkin olduğu söylenebilir. Ancak kirlilik izninin bedel karşılığında verilmesi politik açıdan popüler bir yöntem olarak görülmebilir. Bu sistemde, bölgede yeni tesis kurmak isteyen firmalar, daha önceden bu bölgeye yerleşmiş olan tesislerden “Kirlilik Hakkı” veya “Ruhsatı” almak zorundadır. Bu hakkı satan firma, yeni tesisin neden olacağı kirlilik miktarı kadar kendi yarattığı kirlilik miktarını düşürmek zorunda olacaktır. Herhangi bir bölgede belirlenmiş olan kirlilik tavanına ulaşıldığında, yeni kurulacak tesislerin yaratacağı kirlilik belirlenen sınırların aşılması anlamına geleceğinden bu bölgeye yeni tesislerin kurulması mümkün olamayacaktır. Bunun gerçekleşebilmesi için firmanın kuracağı tesisin bölgede kirlilik yaratmaması gerekir (Armağan, 2003: 173).

Kirlilik izninin en bilinen uygulaması 1997 yılı Kyoto Protokolü ile birlikte oluşan mekanizmadır. Kyoto Protokolüne göre ülkelerin doğaya bıraktıkları sera gazlarının belli bir seviye altında tutulması sağlanmaktadır. Temelde emisyon ticareti, karbon ticareti isimleriyle de anılan bu uygulama negatif dışsallıkların işletmeler için maliyet, pozitif dışsallıkların ise fayda haline gelmesine imkân sağlamaktadır (Peker ve Altınışık, 2011: 69).

4.2.4. Harçlar

Harçlar, herhangi bir kamu idaresinin yaptığı hizmetler karşılığı aldığı paralardır. Dışsallıklara karşı alınan harçlar da çevrenin kirletilmesi ve üretimden kâr elde edenlerin bunlardan yararlanmalarına karşılık, kendilerine sağlanan hizmetlerin bedeli olarak nitelendirilebiliriz (Öncel, 1991: 174). Bu yönüyle harçlar vergilere benzemekle birlikte vergilerden daha düşük olabilirler. Çünkü vergiler hizmetin karşılığı olabilirken, harçlar karşılık olmayıp katılım payıdır. Çevresel dışsallıkların çözümünde kullanılan bir diğer kamu ekonomisi yaklaşımı olan harçlar, yapılan ödemenin bir karşılığı olması yönüyle vergilerden farklılaşmaktadır. Çevre ekonomisi açısından söz konusu karşılık, kurumların faaliyetleri sonucu çevreye verilen zararın belirli

ölçütler düzeyinde ödemesi şeklinde gerçekleşir. Çevreye verilen zarar oranında alınan harçlar “kirliten öder” ilkesine dayanmaktadır (Kargı ve Yüksel, 2010: 196). Bu uygulamalarda temel amaç çevresel zararın giderilmesi ve tazminidir. Çevresel kirliliğe yol açanlar bunun bedelini parasal karşılık olan “harç” adı altında ödemek zorunda bırakılmaktadır. Birçok ülkede yaygın olarak kullanılan harçlar, genellikle, yerel yönetim birimlerinin yetkisine bırakılmıştır (Armağan, 2003: 174).

4.2.5. Doğrudan Kontroller

Kamunun yaptırım gücü kullanılarak negatif dışsallıkların dengelenmesi konusunda standartlar olarak da ifade edilebilen doğrudan kontroller, çevre kirliliğine neden olan faaliyetler için uygulanan çevresel kısıtları, ödevleri ve hatta yasakları içermektedir. Uygulanacak standartlar çevresel kirliliğe ve emisyonlara etkin bir şekilde sınırlama getirebilir, ancak bu standartlar işletmeler açısından maliyetlerin yükselmesine yol açabilir (Parlakay ve Yavuz, 2016: 217).

4.2.6. Tazminat

Bir ekonomik karar vericinin faaliyetinden meydana gelen herhangi bir değişim sonucunda bazı kişi veya gruplar diğerlerine oranla daha fazla fayda elde ederken bu durum diğerlerinin aleyhine gelişmiş olabilecektir. Diğer bir ifade ile negatif dışsallıkların ortaya çıkması söz konusu olmaktadır. Negatif dışsallıktan etkilenenin sadece bir birey olduğunda tazminat sorun yaratmamaktadır. “Ancak, çoğu kez çimento fabrikası örneğinde olduğu gibi negatif dışsallıktan etkilenen birden fazla kişi olabilir. Bu durumda, zarar gören kişilerin tazminat isteme hakkı doğmaktadır. Böyle bir durumda negatif dışsallık yaratan üretim, toplum açısından net faydasının sıfıra indiği ve net zarara dönüşebileceği en uygun noktada tutulmaya çalışılır. Bir başka olası durum da kirlilik kaynağının birden fazla olması ve etkilenen birimin tek kişi olmasıdır. Buna ilişkin verilebilecek klasik örnek; bir avcının avlanma ruhsatını almış olduğu gölün çevredeki pek çok tarım arazisinin ilaçlanması faaliyeti sonucunda göle ve gölde yaşayan canlılara zarar vermesidir. Bu durumda

kirliliğe neden olan birimlerin tek tek saptanması ve bu zararın tazmininin istenmesi çoğu kez maliyeti yüksek bir işlem olarak değerlendirilebilir” (Armağan, 2003: 174).

4.2.7. Para Cezaları

Olumsuz dışsallıklara katılım yollarından birisi de kişisel kusura dayalı bireysel sorumluluktan hareketle maliyetlere parasal katılımlarını sağlamaktır. Parasal katılımın sağlanması vergileme ile olabileceği gibi para cezaları ile de mümkündür. Bu vergiler dolaysız olabileceği gibi genellikle dolaylı vergiler grubuna girmektedirler (Özel, 1999: 14-15). İktisatçıların çoğu, olumsuz dışsallıklara karşı çözüm önerisi olarak para cezalarının kullanılmasından yanadırlar. Etrafına maliyetler yükleyen, havayı ve çevreyi kirletenler bunların bedellerini ödemelidirler. Dışsallıkların denetiminde para cezalarını koymanın temeli, sosyal maliyetle özel maliyet ve sosyal fayda ile özel fayda arasındaki farktan oluşmaktadır (Stiglitz, 1994: 271).

4.2.8. Devlet Tekelleri

Olumsuz dışsallık yaratan ürünlerin üretimini devlet tekeli aracılığı ile yapılabilir. Bunun tipik örneği ise, sigara ve alkollü içki üretimidir. Bu malları üreten devlet teşekkülleri genellikle monopol fiyatlandırma yönetimini kullanmaktadırlar (Mutlu, 1989: 60). Devlet genellikle özel mal ve hizmet üretimini piyasaya bırakmakla birlikte tekel nedeniyle olumsuz dışsallıkların olduğu durumlarda doğal tekeller aracılığıyla özel mal üretiminde bulunurlar. Diğer taraftan sigara ve alkol gibi topluma olumsuz dışsallık yayan erdemsiz mallar ile topluma olumlu dışsallıkları olan malları da doğal tekeller aracılığıyla üretebilmektedir.

4.2.9. Fiyatlandırma Politikası Önlemleri

Özellikle trafik tıkanıklığı şeklinde ortaya çıkan olumsuz dışsallıklara karşı, vergileme, para cezaları ve harçların yanısıra, kamu kesimince getirilen fiyatlandırma politikası ile de çözümler aranabilmektedir. Genellikle bu politikalar, zirve talep ve düşük talep fiyatlandırmaları olarak ele alınmaktadır. Zirve talep

fiyatlaması, trafiğin yoğun olduğu saatlerde tıkanıklığı ve kirliliği önlemek için talebin yoğun olmayan saatlere dağıtılmasıdır. Bu talep fiyatlaması düşük talep fiyatlaması ile desteklenmektedir (Mutlu, 1989: 64-66). Örneğin, boğaz köprüsünden trafiğin yoğun olduğu sabah ve akşam saatlerinde ücretler artırılır veya sabit tutulurken, diğer saatlerin ücreti sabit tutulur veya düşük tutulabilir.

SONUÇ

Üreticilerin veya tüketicilerin belirli eylemlerinin diğer üreticiler ve / veya tüketiciler üzerinde istenmeyen dış (dolaylı) etkileri olduğunda dışsallıklar ortaya çıkar. Bu etkiler pozitif (olumlu) ya da negatif (olumsuz) dışsallıklar şeklinde olabilmektedir. Pozitif dışsallık, birey veya grup tarafından yapılan bir eylemin başkalarına yarar sağladığında ortaya çıkar. Bir teknolojik yayılma pozitif bir dışsallıktır ve bir firmanın icadı sadece şirkete fayda sağlamakla kalmaz, aynı zamanda toplumun teknolojik bilgi havuzuna girer ve bir bütün olarak topluma fayda sağlar. Olumsuz dışsallıklar ise, bir birey veya grubun yaptığı bir eylemin başkalarına zararlı etkileri olduğu zaman ortaya çıkar. Diğer bir ifade ile dışsallıkların olması durumunda olumlu ya da olumsuz bazı dışsal maliyetler ortaya çıkmaktadır.

Böylesi dışsal maliyetlerin olduğu bir piyasada, dışsallıkların ölçümü her ne kadar tam olarak yapılamasa da bireyler arası fayda mukayesesi ve diğer fayda maliyet analizleri yoluyla yakın tahminlerde bulunabilir. Dışsal fayda yaratan mal ve hizmetlerin piyasa ekonomisi tarafından üretilmesi durumunda, vermiş olduğu dışsal zararlara katılmadığı zaman, haksız bir rekabetle birlikte tekelleşme oluşabilir. Sonuçta bu mallar aşırı kâr elde edilerek topluma arz edilecektir. Ancak hiç kimsenin elde ettiği faydadan daha fazla bir bedel ödememesini sağlamak sosyal devletin görevi olduğu için bu malların üretimine kamu kesiminin müdahale etmesi gerekmektedir. İşte, bu şekilde kamu ekonomisinin amaçlarından ciddi sapmalara yol açarak, toplumun refahını düşüren monopolcü üretim biçiminin olumsuzluklarını ortadan kaldırmak için devlet üretimi üstlenmektedir. Ancak, Türkiye uygulamasında doğal tekellerinin fiyatlandırma politikaları siyasal tercihlere göre belirlendiğinden buradaki normatif çözümlerden sapılmaktadır.

Dışsal ekonomilerin olduğu bir ekonomide kamu kesimi üretimi doğrudan üstleneceği gibi, dışsallık yayan üretici birimleri, olumlu dışsallıklarda sübvansiyonlarla desteklemek ve olumsuz dışsallık yayanları da vergiler veya cezalar gibi diğer düzenlemelerle piyasa ekonomisine bırakabilir. Eğer kamu kesimi dışsallık yaratan bu tür mal ve hizmetlerin üretimini düzenleyici önlemlerle piyasa ekonomisi içerisinde verimli bir şekilde sağlayabiliyorsa buna devam etmelidir. Aksi durumda hizmetleri kamu kesimi kendisi üstlenmelidir. Çünkü kamu kesiminde üretimin belirlenmesinde ve karar verilmesinde genellikle siyasal organlar etkili olduğundan genellikle toplum faydasına optimalikten sapılmaktadır. Aynı zamanda, kamusal hizmet alanının genişlemesi halinde kontroller zorlaşmakta ve özel çıkarların ortaya çıkması olasılığı artmaktadır.

Kaynakça

- Akdoğan, A. (1999). Kamu Maliyesi. Ankara: Gazi Kitabevi, 7.Baskı.
- Aksoy, Ş. (1994). Kamu Maliyesi. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Anıl, H. (1982). Kamu Maliyesi ve Kaynak Kullanımında Etkinlik (Niteliksel Bir Yaklaşım). Ankara: A.İ.T.İ.A. Maliye Fakültesi Yayınları, No: 205/5.
- Armağan, R. (2003). “Kamu Ekonomisinde Dışsallıklar ve Dışsallıkların İçselleştirilmesi”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 9, 159-178.
- Bakırtaş, İ. (2002). “Dışsallıklar Sorununun İçselleştirilmesinde Düzenleyici Vergiler ve Sübvansiyonların Etkinliği: Analitik Bir Yaklaşım” Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:7, <http://sbe.dpu.edu.tr/index/sayfa/2668/7sayi>, (31.03.2018), 1-19.
- Bali, B. B. (1998). “Kamusal Karar Almada Kullanılan Oylama Yöntemleri”. Marmara Ün. Maliye Araştırma ve Uygulama Merkezi, Prof. Dr. Salih ŞANVER’ e Armağan, Yayın No: 10, İstanbul: 83-95.
- Baştürk, M. F. (2014). “Mülkiyet Problemi, Dışsallıklar ve Coasean Çözüm”, Yönetim ve Ekonomi, Cilt: 21, Sayı: 1, 143-154.
- Batrel, Ö. F. (1988). “Kamu Maliyesindeki Yeni Eğilimler”, Marmara Ün. İ.İ.B.F. Dergisi Prof. Dr. Halil NADAROĞLU’na Armağan. Cilt XIV, Sayı 1, 93-97.

- Batirel, Ö. F. (1990). Kamu Maliyesi Teorisine Giriş. İstanbul: Marmara Ün. İ.İ.B.F. Yayın No: 492-388.
- Berberoğlu, N. (1996). Mikro Ekonomik Analiz. Eskişehir: Bizim Büro Basımevi.
- Bulutoglu, K. (1997). Kamu Ekonomisine Giriş. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Dahlman, C. J. (1979). "The Problem of Externality", Journal of Law and Economics, Vol. 22, No. 1. (Apr., 1979), 141-162.
- Demir, O. (1997). Ekonomide Devlet. Ankara: SPK Yayını, No: 71.
- Erginay, A. (1988). Kamu Maliyesi (Kamu Gelirleri, Kamu Giderleri, Devlet Bütçesi, Maliye Politikası, Kamu Borçları), Ankara: 11. Baskı, Turhan Kitabevi.
- Ersoy, A. (1988). Türkiye’de Çevre Kirlenmesinin Önlenmesinde Vergilendirme Sorunu, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara: Gazi Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güner, A. (1988). "Başarısız Devlet ve Çözüm Önerileri", Marmara Ün. İ.İ.B.F. Dergisi Prof. Dr. Halil NADAROĞLU’na Armağan, Cilt XIV, Sayı 1, 193-200.
- Herekman, A. (1986). Kamu Maliyesi. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Hyman, D. (2010). Public Finance, A Contemporary Application of Theory to Policy, 10th Edition.
- Kargı, V., Yüksel, C. (2010). "Çevresel Dışsallıklarda Kamu Ekonomisi Çözümleri", Maliye Dergisi, Sayı: 159, Temmuz-Aralık, 183-202.
- Kesbiç, C. Y., Baldemir, E., İnci M. (2010). "Dışsallıkların Ekonomi Üzerindeki Etkileri ve İçselleştirilmesine İlişkin Teorik Yaklaşımlar-Çözüm Önerileri: Yatağan Termik Santrali Analizi", Balıkesir: Küresel Kriz Sonrasında Ekonominin Yeniden Yapılanması Sempozyumu. 27-29 Mayıs, 123-138.
- Kirmanoglu, H. (1989/1990). "Maliye Teorisi içinde Farklı Bir Yaklaşım, Kamusal Tercihler Ekolü" Maliye Araştırma Merkezi Konferansları. 33. Seri, 105-116.
- Kirmanoglu, H. (2009). Kamu Ekonomisi Analizi, İstanbul: Beta 2. Basım.
- Manisalıoğlu, E. (1971). Dışsal Ekonomiler ve İktisadi Gelişme. İstanbul: Sermet Matbaası.

- Mankiw, N.G. (2015). “Principles of Economics, Chapter 10, Externalities”, <http://www.econ.itu.edu.tr/docs/librariesprovider132/default-document-library/chapter-10-externalities.pdf?sfvrsn=0> (Erişim: 16.04.2018), 1-41.
- Moss, C. B., Schmitz, A. (2013). “Positive and Negative Externalities in Agricultural Production: The Case of Adena Springs Ranch”, *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 45,3(August 2013), 401–409
- Musgrave, R. A. (1987). *Kamu Maliyesi Teorisi I. Çev. Orhan Şener*, İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayın No: 451, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayın No: 379, Fatih Yayınevi Matbaası.
- Mutlu (Çolakoğlu), A. (1989). *Dışsal Ekonomiler ve Çevre Kirlenmesi*. İstanbul: İstanbul Ün. İktisat fakültesi Maliye Araştırma Merkezi, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Nadaroğlu, H. (1996). *Kamu Maliyesi Teorisi*. İstanbul: Beta Yayın.9. Baskı.
- Öncel, T. (1990/1991). “Çevre Koruma Önlemlerine Genel Bir Bakış”, *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*. 34. Seri, 170-177.
- Önder, İ. (1981/1982). “Dışsal Maliyetler ve Dolaylı Vergilerde Aşırı Yük”, *Maliye Enstitüsü Konferansları*. Cilt XVIII, 97-102.
- Öz E., Buyrukoğlu, S. (2012). “Negatif Dışsallıkların Önlenmesinde Çevresel Vergiler: Türkiye ve OECD Ülkeleri Karşılaştırması”, *TİSK Akademi*, Sayı: 14, 1-26.
- Özel, Salih. (1999). “Tüketim, Çevre ve Vergi İlişkisi”, *Yaklaşım*, Sayı:76, Nisan, 7-15.
- Parlakay, O., Yavuz, A. (2016). “Negatif Dışsallıkların Çevreye Olumsuz Etkilerinin Önlenmesinde Kullanılan Çözüm Yolları”, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 57 Eylül – Ekim, 210-220.
- Peker, H.S., Altınışık, İ. (2011). “Negatif Dışsallıkların İçselleştirilmesi Açısından Karbon Ticareti”, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, Sayı:4, 65-76.
- Peston, M. (1979). *Kamu Malları ve Kamu Kesimi*. Çev. Nihat Falay. İstanbul: Akbank Kültür Yayınları, Batur Matbaası.
- Peter, A. Victor. (1978). *İktisadi Açından Çevre Kirlenmesi*. Çev. Ö.F. Batirel. İstanbul: Sermet Matbaası.

- Rezai, A., Foley, D. K., Taylor, L. (2009). "Global Warming and Economic Externalities", Working Paper 2009-3, 1-22.
- Sankar, U. (2004). "Environmental Externalities", Some of the authors of this publication are also working on these related projects: Environment and Sustainable Development View Project, (https://www.researchgate.net/publication/228644662_Environmental_Externalities, (Erişim: 16.04.2018), 1-15.
- Sönmez, S. (1987). Kamu Ekonomisi. Ankara: Teori Yayınları.
- Stiglitz, J.E. (1994). Kamu Kesimi Ekonomisi. Çev. Ö.F. Batırel. İstanbul: Marmara Ün. Yayını.
- Şener, O. (1996). Kamu Ekonomisi. İstanbul: Beta yayın, 5. Baskı.
- Taş, M. (1989). Çevre Kirliliğinin Önlenmesinde vergi ve Sübvansiyon Politikası, Türkiye İçin Uygulama Önerileri, Bursa: Uludağ Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Tullock, G. (2011). Kamusal Mallar, Yeniden Dağıtım ve Rant Kollama, Çev. Savaş Çevik, Konya: Palet Yayınları.
- Turhan, S. (1991/1992). "Maliye Politikası ve Çevre Kirliliği", Maliye Araştırma Merkezi Konferansları. 35. Seri, 125-136.

**SURİYE'DE İÇ SAVAŞ VE ÇEVRESEL
GÜVENLİK BOYUTU^{§§}
CIVIL WAR AND ENVIRONMENTAL
SECURITY DIMENSION IN SYRIA**

Mithat Arman KARASU^{***}

Artan çevre sorunları, doğal kaynaklar üzerindeki olası çatışma riskleri, hayvan ve bitki türlerindeki tehlikeli azalma, iklim mültecileri ve neden olabilecekleri sorunlar günümüzde dünya gündemini daha fazla meşgul etmektedir. Su kirliliği, erozyon gibi yerel ölçekli çevre sorunları ozon tabakasının incelmeye, enerji güvenliği, küresel ısınma, kuzey-güney ayrımı ve ormansızlaşma gibi bölgesel ve küresel boyutlu çevre sorunlarına dönüşmüştür. Daha önceden demir yatakları, kömür havzaları ya da petrol sahaları üzerinden yürütülen kaynaklar için mücadele ve çatışmalar, günümüzde temiz su kaynakları, verimli tarım alanları için sürdürülmektedir. Doğal kaynakların kontrol edilmesi artık siyasi, ekonomik ve askeri olduğu kadar bir çevresel güvenlik sorunudur.

Hâlihazırda Suriye'de yaşanan iç savaş farklı çevresel riskleri içinde barındırmaktadır. Öncelikle süren savaş başlı başına bir çevresel yıkımdır ve etkileri yalnızca Suriye ile sınırlı değildir. Suriye gibi kıt imkânlarla sahip ülkelerde kaynaklar azalırken, nüfusun artması doğal kaynaklara bağlı çatışma riskini artırmaktadır. Mevcut etnik yapı artan kıtlık karşısında toplumsal bir çeşitlilikten bir güvenlik riskine dönüşmektedir.

Suriye'de yaşanan savaşın içerdiği çevresel risklerin ele alındığı çalışmada, ilk bölümde güvenlik kavramında yaşanan değişim ve çevresel güvenlik kavramı ele alınmıştır. İkinci bölümde, çevresel güvenlik kavramının içinde yer alan güvenlik risklerinin ne olduğu üzerinde durulmuştur. Son bölümde, Suriye'de

^{§§} Bu yazı Harran Üniversitesi İİBF'de yapılan "Pazartesi Sohbetleri" sırasında gerçekleştirilen sözlü sunuş sonrası hazırlanmış olup, büyük ölçüde "Karasu, Mithat Arman (2017), "Suriye'deki İç Savaşın Çevresel Kökenleri", *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 26(3). 69-89" adlı makaleden derlenmiştir.

^{***} Doç. Dr. Harran Üniversitesi Kamu Yönetimi, mithatkarasu@yahoo.com

yaşanan savaşın gelişiminde çevresel faktörlerin ne derece etkin olduğu incelenmiştir.

Bu çalışmanın amacı, Suriye'de yaşanan iç savaşın çevresel boyutlarını ortaya koymaktır. İç savaşın neden olduğu çevresel bozulma, mülteciler ve çevre, ülkenin kıt kaynakları ile etnik ve dini bölünmüşlük, kullanılan kimyasal silahların neden olduğu çevresel tahribat, Suriye'nin doğal kaynakları ve ülkenin artan genç nüfusu arasındaki orantısızlık, IŞİD tarafından tahrip edilen kültürel ve tarihi miras bu çalışmanın konuları arasında yer almaktadır.

1. Çevresel Güvenlik

1990'lı yıllarda soğuk savaşın bitmesiyle birlikte siyasi, askeri, ekonomik ve kültürel alanlarda önemli bir değişim yaşanmaya başlamıştır. Bu değişim sürecinde liberal ekonomi ve çoğulcu demokrasi tüm toplumlar için geçerlilik kazanmıştır. İnsan hakları tüm ülkelerin uyması gereken temel değerler haline almıştır. Barış ve çevre hakkı gibi üçüncü kuşak insan hakları uluslararası hukukta kabul görmeye başlamıştır.

Bu süreçte, güvenlik kavramı bir ülkenin yurttaşlarının güvenliğinden ekolojik olarak birbirine muhtaç olan bireylerin güvenliğine doğru evrilmiş; güvenliği sağlamak devletin bekasından tüm insanlık için ortak bir geleceği hazırlamaya dönüşmüştür (Mason ve Zeitoun, 2013/ Graeger, 1996). Soğuk savaş döneminde güvenlik çalışmaları çoğunlukla ulus devletlerin askeri yönüyle ilgilenmiş, güvenlik tümüyle askeri kuvvetle ilgili olan sorunlar olarak algılanmışken, soğuk savaşın sonunda yeni risk alanları ortaya çıkmaya başlamıştır. Güvenlik kavramı toplumların ve bireylerin güvenliğini kapsar hale gelmekte, realist bir bakışla tanımlanan bir devletin kendi topraklarını ve önemli değerlerini askeri tehditler karşısında savunması anlayışı etkisini yitirmektedir (Sençerman, 2013: 9).

Eski Rus devlet adamı Gorbaçov, "çevresel sorunlar zengin ya da fakir ülke ayrımı yapmıyor, herkesi etkiliyor. Gelecekte gökyüzünden gelecek olan saldırılar füzeler değil, küresel ısınmanın kavurucu sıcağıdır" diyerek beklenen tehlikeyi haber vermektedir (Myres, 1993: 45). BM Eski Genel Sekreteri Butros

Gali, yeni yüzyıldaki savaşların petrol ya da siyasi nedenlerden değil, temiz su kaynakları yüzünden yaşanacağını söylemiştir. Nobel Barış Ödülü'nün 2004 yılında Kenyalı çevreci aktivist Wangari Maathai'ye, 2007 yılında küresel ısınma konusunda çalışan IPCC ve Al Gore'a verilmesi uluslararası kamuoyunda çevreye karşı duyulan ilgi ve endişeyi yansıtmaktadır. Yaşanan tüm bu gelişmeler ve beklentiler çevresel risklerin bir güvenlik sorunu olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Çevresel güvenlik, en basit anlamda, çevre kaynaklı bir sorunun (erozyon, nükleer sızıntı, tehlikeli atık trafiği, endemik türlerin azalması, temiz su kaynaklarının azalması, ozon tabakasının incilmesi vb.) yaşam kalitesinde neden olabileceği düşüşleri ve bu durumun birey ya da toplum için bir güvenlik riski yaratmasını ifade etmektedir. Bu güvenlik riski kimi zaman bir fabrika sahasında yaşanan küçük bir yangın olabileceği gibi, kimi zaman da Bhopal'de olduğu gibi binlerce insanın öldüğü kimyasal madde sızıntısı olabilmektedir. Aslında çevresel güvenlik ortaya çıkan çevresel güvensizlik halinin bir sonucudur. Artan çevresel kirlilik, yaşam alanlarının daralması, çevresel değişimlerin neden olabileceği birey ve toplum üzerindeki kırılganlıkları önlemek çevresel güvenliği sağlamak anlamına gelmektedir (Barnett, 2007: 4).

Çevresel güvenlik, belli bir bölgede yaşayanların yaşam kalitelerinin açık, ani ve şiddetli bir şekilde değişmesi olarak tanımlanmaktadır (Ullman, 1983: 133). Doğal kaynakların tüketimi ve kullanımında kaynaklanan ekosistemdeki bozulma, kaynakların azalması, ya da kaynak kalitesindeki düşüşe neden olabilecek her tür tehdit çevresel güvenliğin alanına girmektedir.

Çevresel güvenlik klasik güvenlik kavramından farklı olarak bazı özelliklere sahiptir. Bunlardan ilki, sınır tanımayan yapısıdır (Mason ve Zeitoun, 2013). Klasik güvenlik anlayışında risk analizi ülkelerin idari sınırlarına göre yapılır. Örneğin ülkenin korunması gereken yer altı zenginlikleri ülkenin idari sınırlarını kapsamaktadır. Çevresel sorunlar ise bu tür sınırlamalara tabi değildir. Nükleer bir sızıntı, asit yağmurları, göçmen kuşların yok olması, biyolojik çeşitliliğin azalması karşısında ulusal sınırların hiçbir anlamı yoktur.

Çevresel güvenliğin bir diğer farklılığı ortaya çıkan güvenlik riskinin

sonuçlarının her zaman kesin olarak tespit edilememesidir. Bu konuda en iyi örnek küresel ısınmadır. Günümüzde çevresel bir güvenlik sorunu olmasına rağmen küresel ısınmanın nasıl sonuçlanacağı, nasıl bir risk ile karşı karşıya bulunduğumuz konusunda net bir analiz yapmak mümkün değildir. Oysaki klasik güvenlik analizinde karşı ülkenin ekonomik gücü, askeri imkânları, teknolojik düzeyi kolayca analiz edilebilir. Bu durum çevresel güvenlik bakımından mümkün değildir.

Çevresel güvenliğin klasik güvenlik anlayışından ayrılan bir diğer yönü, yaşanan çevre sorunlarının karmaşık yapısıdır. Çevresel sorunlar ve oluşturdukları riskler oldukça girift ve karmaşık bir yapıya sahiptir. Mısır'daki Assuan Barajı'nda olduğu gibi, selin kontrol edilmesi için inşa edilen bir baraj, ekosistemde geri dönüşü mümkün olmayan çevresel sorunlar yaratabilmektedir.

Çevresel güvenliğin sağlanması klasik güvenlik tehditlerinden farklı olarak küresel işbirliğini zorunlu kılmaktadır. Hiçbir tarım faaliyetinin yapılmadığı Antarktika'da yaşayan penguenlerde DDT gibi son derece zehirli bir tarım ilacına rastlanabilmektedir. Dünya birbirine bağlı ekosistemlerden oluşan bir bütündür. Bu nedenle çevresel sorunların aşılması için mutlaka küresel işbirliği şarttır.

Çevresel güvenlik kavramı taşıdığı farklı özelliklerle farklı bir bakış açısını ve risk tanımlarını zorunlu kılmaktadır. Bu risk alanlarının kimisi eski iken, bir bölümü artan çevresel sorunlarının neden olduğu yeni risklerdir.

Çevresel güvenlik kavramı içinde farklı risk alanları bulunmakla birlikte bunları dört başlık altında toplamak mümkündür (Myers, 2004/ Levy, 1995/ Graeger, 1996/ Brauch, 2008). İlki, çevresel kirliliğin neden olduğu risklerdir. Yaşanacak bir çevresel kirlilik hem kirliliğe maruz kalan taraflar arasında bir çatışmaya neden olabilir hem de kirlenmenin kendisi bir güvenlik riski oluşturur. İkinci risk alanı, çevre sorunlarının ekonomik ve siyasal istikrarı tehdit eden niteliğidir. Uzun süreli bir kuraklık, tarıma dayalı bir ekonomiye sahip bir ülkede iktidarı sarsacak boyutlara ulaşabilir.

Çevresel güvenlik bakımından üçüncü risk alanı, çevresel kaynakların bölüşülmesinden kaynaklanan sorunların ülkeler ve topluluklar arasında

çatışmalara neden olma riskidir. En eski risk alanı budur. Kaynaklar üzerindeki savaş insanlık tarihi kadar eskidir. Son risk alanı, yaşanan çevresel sorunların neden olduğu kitlesel göç hareketleri, çevreci mültecilerdir.

2. Suriye'deki İç Savaş Ve Çevresel Güvenlik Riskleri

2010 yılında Ortadoğu ve Kuzey Afrika'da yer alan Arap ülkelerinde daha demokratik bir yaşam isteğiyle başlayan Arap Baharı tüm bu ülkelerde hasıraltı edilen birçok sorunun gün yüzüne çıkmasına neden olmuştur. Sanayileşmiş bir topluma ve demokrasi geleneğine sahip olmayan bu ülkelerde otoriter rejimlerin tartışılır hale gelmesi büyük bir siyasal boşluk yaratmıştır. Bu boşluk sonucunda ayaklanmalar, iç savaş ya da mezhep çatışmaları başlamıştır. Suriye'de 7 yıldır devam eden iç savaş da bu sürecin bir parçasıdır.

Hâlihazırda devam eden iç savaşın çevresel boyutlarını üç başlık halinde incelemek mümkündür. Öncelikle savaşın neden olduğu insani ve çevresel sorunlar ele alınacaktır. İkinci alt başlıkta, iç savaşın çıkmasında ve yaşanan çatışmalarda çevresel kaynakların ne ölçüde etkili olduğu sorusuna cevap aranacaktır. Yaşanan çevresel sorunların Suriye'deki devlet yapısı ve toplumsal istikrar üzerindeki etkilerine bakılacaktır. Son olarak sayıları 5 milyona ulaşan Suriyeli mültecilerin çevre bakımından doğurduğu sorunlara yer verilecektir. Bu bölümde ayrıca Suriyeli mültecilerin çevresel mülteci olup olmadığı sorusu da tartışılacaktır.

2.1. Suriye'deki İç Savaşın Neden Olduğu Yıkım ve Çevresel Yokoluş

Savaşın ya da silahlı çatışmaların çevre üzerindeki etkilerini, genel anlamda, üçe ayırmak mümkündür. İlki, çevrenin doğrudan düşmanca amaçlarla bir savaş aracı olarak kullanılması nedeniyle çevrenin zarar görmesidir. Savaş sırasında çevreyi değişime uğratan teknikler kullanılmak suretiyle düşmanın hareketinin engellenmesi ya da düşmana zarar verilmesi mümkündür (Pazarcı, 1992: 104). 1963-73 yılları arasında Vietnam Savaşı sırasında kasten çıkarılan orman yangınları, 1991 yılında 1. Körfez Savaşı sırasında Irak'taki petrol kuyularının

düşman görüşünü engellemek amacıyla günlerce yakılması çevrenin savaş amacıyla kullanımına birer örnektir.

Savaşın çevre üzerindeki ikinci etkisi, savaş sırasında kullanılan silahların çevreye zarar vermesidir. Savaşlar, silah üretimi, tatbikatlar, nükleer testler doğal kaynaklar üzerinde geri dönülemeyecek etkilere yol açmaktadır. Konvansiyonel silahların yoğun kullanımı çevreyi kirletebilir. Örneğin belli bir bölgenin ağır bir biçimde bombalanması bu bölgedeki coğrafyayı değiştirmekte, bitki ve hayvan yaşamını sona erdirmektedir (Pazarcı, 1992: 105).

Savaşın çevre üzerindeki üçüncü etkisi, insanlar ve yapay çevre üzerinde neden olduğu baskı ve tahribattır. Yapay çevreyi oluşturan tarihi ve kültürel miras ve yerleşim yerleri (kentler, kasabalar, köyler) savaşın baskısı altındadır. Savaşla birlikte hem en temel insan hakkı olan yaşam hakkına topyekûn bir saldırıda bulunmakta hem de savaşın yarattığı ortam nedeniyle insanların yaşam kalitesi düşmekte, günlük yaşamın işleyişi durma noktasına gelmektedir.

Suriye iç savaşında şu ana kadar 350 bin kişi ölmüş, 700 bin kişi yaralanmış ya da sakat kalmıştır. Savaş öncesi 22,4 milyon nüfusa sahip Suriye'de, savaş nedeniyle 8 milyon kişi evlerini terk ederek, mülteci durumuna düşmüştür. Savaşın Suriye ekonomisine maliyeti 255 milyar dolardır. Halihazırda Suriye'de işsizlik oranı % 50, yoksulluk sınırında yaşayanların oranı % 70'e ulaşmaktadır (bbc.co.uk, 20.08.2017).

Esad yönetimi kimyasal ve biyolojik silahlar ile napalm, misket ve varil bombaları kullanmaktadır. İnsan hakları örgütlerinin tespitlerine göre, Suriye'de 22 bine yakın insan bu tür silahlar nedeniyle öldürülmüştür (aljazeera.com.tr, 09.11.2017). Oysaki uluslararası hukukta kimyasal, biyolojik silahlar gibi insan üzerinde yaygın ve uzun süreli acı verecek silahların kullanımı yasaklanmıştır (Qasim, 2014).

Suriye'de 7 yıldır süren savaş sırasında özellikle Esad yönetimine karşı ayaklanmaya öncülük eden Halep, İdlip, Rakka, Derra, Humus, Hama gibi Sünni-Arapların yaşadığı kentler ağır bir biçimde tahribata uğramıştır. Bu kentlerden Halep Suriye'nin en büyük kentidir. Savaş öncesi 5,9 milyon insanın yaşadığı kenttin nüfusu 3 milyona düşmüştür. Humus'un savaş öncesi nüfusu

2,1 milyon iken, halen 1,2 milyon civarındadır. Bu kentler yoğun biçimde hava bombardımanlarına, gruplar arası çatışmalara ve Suriye ordusunun saldırılarına maruz kalmaktadır. Ülkenin iç ve kuzey kesimlerinde yer alan kentler, kasabalar ve köyler, başka bir deyişle, yapay çevre savaşın ağır baskısı altındadır.

Suriye'deki iç savaş toplumsal yaşamı alt üst etmiştir. Zaten düşük olan yaşam kalitesi daha da azalmıştır. Suriye'de okula gitmesi gereken 4 milyon çocuk okula gidememektedir. 52 bin öğretmen işini bırakmıştır. Halkın % 40'i temel sağlık hizmetlerine ulaşamamaktadır. 113 devlet hastanesinden % 58'i yıkılmış durumdadır (bbc.co.uk, 20.03.2016). Doğu Guta ve Deyr ez Zor bölgelerinde açlığa bağlı toplu ölümler yaşanmaktadır. Şam kırsalında yer alan Doğu Guta'da savaş nedeniyle pirinç fiyatları 28 kat, ekmek fiyatları 65 kat artmıştır. Deyr ez Zor'da 5 yıl içinde süt fiyatları 200 kat artmıştır. Savaşı nispeten daha az hisseden başkent Şam'da savaşın başladığından beri süt fiyatları 5 kat artmıştır (bbc.co.uk, 20.03.2016).

Yapılan bombardıman, kullanılan kimyasal silahlar ve gruplar arası çatışmalar doğa üzerinde de baskı yaratmaktadır. Savaş nedeniyle Suriye'deki ekili alanların % 34'ü, orman alanlarının % 30'u zarar görmüştür (bbc.co.uk, 20.03.2016). Tarım alanlarının bir bölümü mayınlanmıştır. Bu alanların mayından temizlenmesi yıllar alacaktır. Ülkede çatışmalara ait binlerce siper, yeraltı sığınağı, askeri barikat, bomba çukuru, hendek bulunmaktadır. Savaş sonrası tüm bunların güvenle temizlenmesi Suriye'nin teknik ve mali imkanlarının çok üstündedir (Partow, 2008).

Askerî eylemlerin çevre üzerindeki etkileri konusunda çalışmalar yapan PAX adlı sivil toplum kuruluşunun raporuna göre, cephanelerdeki zehirli maddeler, ev yıkıntıları ve genel atıklar toprağa karışıp, kaynak sularını kirletmektedir. Suriye'de çevrenin kendisini yenilemesi en az 25 yıl alacaktır. Suriye'de atılan bombaların % 40'inin patlamadığını iddia eden rapora göre, savaşta kullanılan zehirli maddeler varillerden sızarak havaya karışmaktadır. Yaşanan bu sızıntı, Suriye'nin kuru ikliminde daha uzun süre havada kalarak birkaç nesil devam edecek ciddi ve ölümcül hastalıklara neden olacaktır (paxforpeace.nl, 23.03.2016).

Savaş nedeniyle Suriye'de yaşanan otorite boşluğu, Suriye'nin tarihi ve kültürel mirasının talan edilmesine zemin hazırlamaktadır. Suriye'de tüm insanlık adına korunması gereken tarihi eserler dünya pazarında haraç mezat satılmaktadır. Musul'daki tarihi heykelleri matkapla kırıp parçalayan IŞİD, 3 bin yıllık Süryani antik kenti Nimrud ile UNESCO Dünya Mirası listesinde yer alan Roma dönemi metropollerinden Hatra da yıkıma başlamıştır. IŞİD'in etkin olduğu bölgede yer alan Palmira, Apamea, Mari, Dura-Europos antik kentleri hem talan edilmekte hem de yıkıma uğramaktadır (nationalgeographic.com.tr., 20.03.2015). Ayrıca IŞİD farklı mezheplere ait olduğu için 100'e yakın camiye ve dinen doğru olmadığı gerekçesiyle onlarca türbe ve mezar yerini yıkmıştır. Suriye'de yalnızca insanlar değil; aynı zamanda, tarihi ve kültürel miras, doğal güzellikler ve yaşam kalitesi yok edilmektedir.

2.2. Suriye'de Çevresel Kaynaklar, Toplumsal Bölünme ve İç Savaş

Hâlihazırda Suriye'de yaşanan iç savaşın patlak vermesinde Suriye'nin kıt doğal kaynakları, bu kaynakların toplum içinde adil olmayan bölüşümü, ülkenin bölünmüş etnik ve dini yapısı, artan genç nüfusu ile tarıma dayalı zayıf ekonomisi etkin olmuştur. Suriye gibi kıt imkanlara sahip ülkelerde kaynaklar azalırken, nüfusun artması çatışma riskini körükleyebilmektedir.

Homer-Dixon'a göre, çevresel kaynak kıtlığı yaşanacak çatışma ya da iç savaşların doğrudan ve tek nedeni olmamakla birlikte, neden olacağı sorunlarla çatışmaları tetikleme riskini her zaman içinde barındırmaktadır (1999: 49). Yaşanan bir çevresel kıtlığın çatışma ya da iç kargaşaya dönüşmesi; çevresel kaynaktaki bozulmanın boyutlarına, toplumun o kaynağa duyduğu ihtiyacın şiddetine, ülkedeki politik güç dengesine, toplumu oluşturan gruplar arasındaki ilişkilere, toplumda hoşgörü kültürünün olup olmamasına, siyasi ve ekonomik yapıya, mevcut hükümetin yaşanan olaylar karşısındaki tutumuna ve hükümetin sorun çözme yeteneğine bağlıdır (Percival ve Homer-Dixon, 1998: 280).

Bu bağlamda, yaşanan her çevresel kıtlık sonucunda bir çatışma beklemek yanlış olur. Çevresel risk ya da tehditlerin doğrudan bir çatışma yaratma olasılığı düşüktür. Çoğunlukla güvenlik sorunları çevresel, ekonomik, kültürel

ve sosyal birçok sorunun oluşturduğu karmaşık ve girift bir yapı göstermektedir (Chalecki, 2002). Toplumsal çatışma ya da kargaşanın farklı nedenleri olmakla birlikte, hiçbir zaman tek bir nedenden dolayı şiddet olayları yaşanmaz. Toplumsal çatışmaların yaşanması ancak birçok olumsuzluğun bir arada bulunması ile mümkündür. Suriye gibi ülkelerde yaşanan çatışmalar toplumda yaşanan birçok sorunun bir sonucudur.

Suriye'nin etnik yapısı çatışma zemini için uygundur. 22,4 milyon nüfusu sahip Suriye'de nüfusun % 60'ı Arap-Sünni, % 12'si Arap-Alevi, % 9'ü Kürt-Sünni, % 9'ü Ortodoks Hıristiyan, % 4 Ermeni-Hıristiyan, % 3'ü Arap-Dürzi, % 2'si Arap-İsmaili, % 1'i Türkmen-Sünni ve diğerlerinden oluşmaktadır (Jenkins, 2014). Halkın çoğunluğu Arap olmakla birlikte, ülkede Türkler, Ermeniler ve Kürtler yaşamaktadır. Arapların bir bölümü Nusayri denen Arap-Alevilerinden oluşurken, büyük bölümü Sünni Araplardan oluşmaktadır. Arapların az bir bölümü ise, Dürzilik denen ayrı bir inanca mensuptur. Ülkede etnik bölünmüşlüğü yanı sıra mezhepsel bir ayrışmada kolayca görülmektedir.

Ülkenin % 45'i fakirlik sınırında, % 11,4'ü ise açlık sınırında yaşamaktadır. Kürtler, Türkmenler ve Arap-Sünniler ülkenin en fakir etnik gruplarıdır (Alqusairi, 2010: 3-4/ Droubi, 2009: 1). Ticareti elinde tutan Hıristiyanlar ve Dürziler ile idari yapıyı elinde tutan Nusayriiler daha zengindir. Suriye'nin Akdeniz kıyısında yer alan Tartus, Lazkiye ve başkent Şam gelişmiş iken; Kürtlerin yaşadığı Haseki, Sünni-Arapların yaşadığı Rakka, Hama, Humus gibi kentler nispeten geri kalmıştır. Ülkede kaynaklar adil bölüşülmemekte, nüfusun % 12'sine sahip olan Nusayriiler her türlü ekonomik ve sosyal ayrıcalığı elinde tutmaktadır. Ülkedeki servetin önemli bir bölümü bu grubun elindedir (Jenkins, 2014). Çatışmaların ilk başladığı kentlerin yoksullukla boğuşan Arap-Sünnilerin yaşadığı Derra, Humus ve Halep kentleri olması şaşırtıcı değildir.

Suriye'nin temel geçim kaynağı tarımdır. Ülkenin milli gelirinin % 32'si, istihdamın % 50'si tarımdan sağlanmaktadır. Ülkenin tarıma bu derece bağımlı olması çeşitli siyasi ve güvenlik risklerini beraberinde getirmektedir. Sünni Araplar, Türkmenler ve Kürtler yaşanan bir kuraklık ya da gıda fiyatlarındaki artış karşısında rejime karşı daha öfkeli ve hoşnutsuz hale gelmektedir. Ülkenin

tek geçim kaynağının tarım olması nedeniyle, tarımda yaşanacak bir çevresel sorun tüm ülke bakımından siyasi sonuçlar doğurmaktadır (Kelley ve Shahrzad, 2015). Zaten gergin ve ayrılmış olan toplumsal yapı ve baskı rejiminin neden olduğu hoşnutsuzluk çevresel kaynak sıkıntısı ile birleşerek daha büyük toplumsal sorunlar doğurmaya adaydır.

2006-2010 yılları arasında devam eden kuraklık sonunda sulama sistemleri işlemez hale gelmiş, kimi köylerde yeraltı sularının aşırı kullanıma bağlı olarak kuyular kurumuştur. Birleşmiş Milletler raporuna göre, 2006-2010 yılları arasında yaşanan kuraklık sonucunda 2 ila 3 milyon insan daha da fakirleşmiş, 50 binden fazla aile büyük kentlere göç etmek zorunda kalmıştır (Worth, 2010). Bu dönemde büyük kentlere göç eden sayısı 1,5 milyon kişidir. 2007-2008 arasında pirinç ve buğday fiyatları ikiye katlanmıştır (Kelley ve Shahrzad, 2015: 3242). Yalnızca Kuzey Suriye'de 160 köy artan kum fırtınaları ve kuraklık sonucunda boşaltılmıştır (Brown ve Crawford, 2009: 26). Yaşanan bu kuraklık Arap Baharının getirdiği Esad rejiminin yıkılacağı fikri ile birleşince ayaklanmalar baş göstermiş, bugün yaşanan iç savaşın fitili ateşlenmiştir.

Suriye kurak ve yarı-kurak topraklara sahip, su kaynakları son derece sınırlı bir ülkedir. Suriye'nin orta ve doğu bölgesi tümüyle çöldür. Ülkenin % 30'ü tarım alanı, % 48'i çöl, sadece % 2'si ormandır. Tarım alanları ülkenin 3'de 1'ini kaplamakla birlikte, yalnızca % 21,6'si verimli topraklardır, geri kalan tarım alanları tümüyle yağış düzenine bağımlıdır (Droubi, 2009: 1-4). 2007-2008 yıllarında kuraklık yaşanan bölgelerde tahıl üretimi % 78,9 oranında düşmüştür. Yağışın iyi olmadığı yıllarda büyük baş ve küçükbaş hayvan üretimi % 10 ile % 30 arasında düşmektedir (Droubi, 2009: 11-24). Aynı kuraklık döneminde Suriye'de ülke genelindeki tahıl üretimi bir önceki yıla göre yarı yarıya azalmıştır (Brown ve Crawford, 2009: 22).

Suriye'de kişi başına kullanılabilir su miktarı 1300 metreküp olup, bu oran dünya ortalaması olan 6300 metrekübün çok altındadır. Suriye'de toplam 16 adet nehir bulunmaktadır. Bunlar içerisinde Fırat tek başına toplam suyun % 36'sini karşılamaktadır. Ülkedeki beş büyük nehir olan Fırat, Dicle, Yermuk, Asi, Nahr el Kabir toplam suyun % 75'ini temin etmektedir. Suriye bu önemli su

kaynaklarını başka ülkelerle paylaşmaktadır. Fırat ve Dicle nehirlerinin kaynak ülkesi Türkiye'dir. Asi nehrinin kaynak ülkesi ise Suriye'dir. Ancak Asi nehri Türkiye'den denize dökülmektedir. Suriye gerek Golan Tepelerindeki su kaynakları gerekse Yermuk nehri konusunda İsrail ile sorunlar yaşamaktadır (Dajani, 2011: 8). Suriye en büyük yeraltı su kaynaklarını Ürdün ve Suudi Arabistan ile paylaşmaktadır. Başka bir deyişle, Suriye su konusunda tümüyle dışa bağımlıdır (Brown ve Crawford, 2009: 20-21/).

Ülkedeki artan nüfus ayrı bir sorun kaynağıdır. Yıllık nüfus artış hızı % 3,35 olup, oldukça yüksektir. Kilometre kareye 1970 yılında 34 kişi düşerken, bu oran 2010 yılında 110'a ulaşmıştır (Droubi, 2009: 1). Suriye nüfusunun % 30'u 15 yaşın altındadır. Bu nedenle Suriye'de nüfus artışı uzun yıllar devam edecektir. Önümüzdeki 40 yıl içinde Suriye nüfusu % 70 oranında artmış olacaktır (Brown ve Crawford, 2009: 10). Kuşkusuz Suriye'nin tüm bu gençlere eğitim ve istihdam imkânları sağlaması gerekmektedir. Artan nüfusun beslenmesi sorunu Suriye'nin geleceğini tehdit etmektedir.

2.3. Suriyeli Mülteciler ve Çevresel Etkenler

Belirgin bir çevresel bozulma ya da yaşam kalitesinde yaşanan ciddi düşüşler sonucunda, geçici veya kalıcı olarak, varlıkları tehlikeye girdiği için yaşadığı alanı terk etmek zoruna kalan insanlara çevresel mülteciler denilmektedir. 1995 yılında çevresel faktörlerden dolayı 25 milyon insanın yerinden olduğu, 2010 itibarıyla bu sayının 50 milyona ulaştığı tahmin edilmektedir (Ziya, 2012: 231).

Ancak insanların mülteci durumuna düşmesine neden olan sorunların siyasi, ekonomik ya da çevresel olduğunu ayırmak her zaman mümkün değildir. Bir ülkedeki kıtlık ya da kuraklık ekonomik bir sorun olmakla birlikte, bu sorunların nedeni çevreseldir. Aslında çoğu zaman çevresel sorunlar ile siyasi ve sosyal sorunlar bir bütünün parçalarıdır. Bu nedenle çevresel mülteciler ile siyasi mültecileri ayırmak her zaman mümkün olmamaktadır. Suriyeli mülteciler bunun iyi bir örneğidir.

Suriye'de yaşanan uzun süreli kuraklıklar ülkede siyasi istikrarsızlık için zemin yaratmaktadır. Artan gıda fiyatları ve tarım üretimindeki azalma ülkenin

ekonomik yapısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Yağışların azalması, yeraltı su kaynaklarının kuruması, kaçak su kuyularının kullanımının hükümetçe engellenmesi zaten hükümetle arası iyi olmayan Arap-Sünniler, Türkler ve Kürtler arasında sorunlara neden olmaktadır. Çevresel sorunlara bağlı olarak yaşanan ekonomik ve siyasi sorunlar hükümet otoritesinin zayıflamasına, toplumsal öfkenin artmasına neden olmaktadır. Kuşkusuz bu hoşnutsuzluk en çok ülkedeki ayrılıkçı grupların işine gelmektedir.

Suriye'nin tarıma dayalı ekonomisi çevresel sorunlar karşısında fazlasıyla hassastır. Ülkede yaşanan erozyon nedeniyle, tarımsal gelirinin her yıl % 12'si yok olmaktadır. Bu oran Suriye milli gelirinin % 2,5'ine denk gelmektedir (Waterbury, 2013: 31). Küresel ısınmayla birlikte Fırat'ın su seviyesinin aylara göre 100 cm azalacağı tahmin edilmektedir (Sowers ve Vengosh, 2011).

2005 yılından itibaren pamuk ekiminin kısıtlanması köylülerin gelirinde önemli bir azalmaya neden olmuştur. 2006-2010 yılları arasında yaşanan kuraklık sırasında hükümete verilen binlerce dilekçe cevapsız kalmıştır (Sowers ve Vengosh, 2011). Kırsal alanda aç kalan köylüler büyük kentlere yönelmiştir. Yaklaşık 1,5 milyon insan Şam, Halep, Ham gibi büyük kentlere göç etmiştir. Bu göç hem büyük kentlerin yükünü artırmış hem de hükümete karşı hoşnutsuzluğu körüklemiştir. Ülkede on yıl içinde temel gıda fiyatları 4 kat artmıştır (bbc.com, 11.12.2014).

Tüm bu etkenler göz önünde bulundurulduğunda Suriyeli mültecileri çevresel mülteci görmek çok da abartı olmayacaktır. Suriye gibi ekonomisi tümüyle tarıma dayalı bir ülkede yağış düzeni ve kuraklık kolaylıkla ekonomik ve siyasi istikrar üzerinde olumsuz etkiler doğurmaktadır. Esad rejiminin baskısı, etnik ve dini bölünmüşlük gibi siyasi nedenler ağır basmakla birlikte, ülkeden kaçan milyonlarca mülteci aslında kendileri için yeni bir yaşam arayışı içindedir.

Yeni yaşam arayışındaki Suriyeli mülteciler gittikleri ülkelerde önemli sorunlara neden olmaktadır. Suriyeli mülteciler dünyanın birçok ülkesine gitmekle birlikte, sayıları 7 milyona yaklaşan mültecilerin çoğunluğu üç ülkede bulunmaktadır. 4 milyon mülteci Türkiye'de, 1,1 milyon mülteci Lübnan'da ve

600 bin mülteci Ürdün'de kalmaktadır. Avrupa Birliği şu ana kadar 900 bin Suriyeli mülteciyi kabul etmiştir (data.unhcr.org, 25.03.2016).

Mülteciler gittikleri ülkede hassas olan etnik denge üzerinde sorun yaratmaktadır. Türkiye'nin Güneydoğu Bölgesi, Lübnan'ın tümü, etnik anlamda, Suriyeli mülteci göçünden rahatsızdır. Suriyelilerin ani göçü sosyal, ekonomik ve kültürel sorunlara neden olmaktadır. Kentlerde uyum sorunu yaşanmakta, işsizlik yaygın hale gelmekte, artan gıda ve kira fiyatları Suriyelilere karşı toplumsal öfkeye neden olmaktadır.

Mülteci kamplarının içinde ve çevresinde doğal yapı ağır biçimde tahrip olmaktadır. Mülteciler için inşa edilen devasa kamplar, çoğunluğu tarım alanı olan, önemli miktarda toprak parçasını kullanılmaz hale getirmektedir. Lübnan'da Suriyeli mülteciler nedeniyle 18 nehir havzasında kirlilik tespit edilmiştir. Mültecilerin bıraktıkları rastgele çöpler Lübnan genelinde 762 noktada toplanmaya çalışılmaktadır (The Lebanon Daily Star, 09.11.2014). 4 milyon Suriyeli sığınmacının yaşadığı Türkiye'de 2011 yılında yalnızca 11 kızamık vakası görülürken, artan sığınmacı göçüyle birlikte bu oran artmış, 1000'i geçmiştir (Atasoy ve Demir, 2015: 463).

Suriye'de yaşanan iç savaşın çevresel boyutlarının ele alındığı çalışmada farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Öncelikle Suriye'de yaşanan iç savaş başlı başına bir çevre felaketidir. Yerleşim yerlerinde yaşanan ağır bombardıman, gruplar arasında bitmek bilmeyen çatışmalar halkın yaşam hakkını ortadan kaldırmaktadır. Ülkede açlık nedeniyle kitlesel ölümler yaşanmaktadır. Kullanılan kimyasal silahlar çevre bakımından geri dönüşü mümkün olmayan tahribatlar yaratmaktadır. Tarihi ve kültürel çevre hem IŞID'ın saldırıları hem de ülkede otoritenin kaybolmasıyla tümüyle yağmaya açık hale gelmiştir.

Suriye'deki iç savaş azalan çevresel kaynaklar nedeniyle yaşanan kaynak çatışmasının izlerini taşımaktadır. Ülke ekonomisi tarıma dayalıdır. Üstelik ekonominin bel kemiğini oluşturan tarım, kısıtlı su kaynakları nedeniyle, tümüyle yağış düzenine bağlıdır. Belli aralıklarla yaşanan kuraklık dönemlerinde üretim ciddi biçimde düşmekte, artan gıda fiyatları etnik ve dini bölünmüşlikle birleşince ülkede siyasal istikrar bozulmakta, toplumsal gerilim

artmaktadır. Su kaynakları konusunda İsrail ve Türkiye'ye bağımlı olan, tüm ülkenin yalnızca % 21,6'sı tarıma uygun Suriye'de asıl sorunlar küresel ısınmanın artmasıyla başlayacaktır. Genç nüfusa sahip Suriye'nin ileride gıda güvenliği sorunu yaşayacağı bir kehanet değildir.

Savaş nedeniyle ülkeden ayrılan 7 milyona yakın Suriyeli mülteciler gittikleri ülkelerde kimi sorunlara neden olmaktadır. Mülteci kamplarındaki salgın hastalıklar, kampların neden olduğu su ve toprak kirliliği, tarım alanlarının tahrip edilmesi, toplumsal uyum sorunları, yetersiz beslenme bunlardan bazılarıdır.

Kaynakça

- Alqusairi, D. (2010), Risk Profile and Emergency Management of Syrian, Arkansas Üniversitesi.
- Atasoy, A. ve Demir, H. (2015), "Suriyeli Sığınmacıların Kırıkhan'a (Hatay) Etkileri", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8 (38), 457-470.
- Barnett, J. (2007), "Environmental Security and Peace", Journal of Human Security, 3 (1), s. 4-16.
- Brauch, H. G. (2008), "Güvenliğin Yeniden Kavramsallaştırılması: Barış, Güvenlik, Kalkınma ve Çevre Kavramsal Dörtlüsü", Uluslararası İlişkiler, 5 (18), s. 1-47.
- Brown, O. ve Crawford, A. (2009), Rising Temperatures, Rising Tension. Uluslararası Sürdürülebilir Kalkınma Enstitüsü (IISD), Kanada.
- Chalecki, E. L. (2002), "Environmental Security: A Case Study of Climate Change", Pacific Institute for Studies in Development, Environment and Security, www2.pacinst.com.
- Dajani, M. (2011), Dry Peace: Syria-Israel and the Water of the Golan, ICSR Yayını.
- Droubi, A. (2009), Climate Change, Water and the Policy-Making Process in the Levant and North Africa, Issam Fares Institute, Beyrut Amerikan Üniversitesi.
- Graeger, N. (1996), "Environmental Security?", Journal of Peace Research, 33 (1), s. 109-116.
- Homer-Dixon, T. F. (1991), "On the Threshold: Environmental Changes as Causes of Acute Conflict", International Security, 16 (2), s. 76-116.

- Homer-Dixon, T. F. (1999), *Environment, Scarcity and Violence*, Princeton University Press, New Jersey.
- Jenkins, B. M. (2014), *The Dynamics of Syria's Civil War*, RAND Corporation Yayını.
- Kelley, C., Shahrzad M. ve Mark A. C. (2015) "Climate Change in the Fertile Crescent and Implications of the Recent Syrian Drought", *PNAS*, 112(11), s. 3241-3246.
- Levy, M. A. (1995), "Is the Environmental National Security Issue?", *International Security*, 20(2), s. 35-62.
- Mason, M. ve Zeitoun, M. (2013), "Questioning Environmental Security", *The Geographical Journal*, 179 (4), s. 294-297.
- Myers, N. (2004), "Environmental Security: What's New and Different? ", www.envirosecurity.org/conference/working/newanddifferent.
- Myres, N. (1993), *Ultimate Security: The Environmental Basis of Political Stability*. New York, Norton.
- Partow, H. (2008), "Environmental Impact of Wars and Conflicts", *Arab Environment: Future Challenges*, s. 159-172.
- Pazarcı, H. (1992), "Uluslararası Hukuka Göre Çevrenin Savaş Sırasında Korunması", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 47(1), s. 103-114.
- Percival, V. ve Homer-Dixon T. F. (1996), "Environmental Scarcity and Violent Conflict: The Case of Rwanda", *Journal of Environment & Development*, 5(3), s. 270-291.
- Percival, V. ve Homer-Dixon T. F. (1998), "Environmental Scarcity and Violent Conflict: The Case of South Africa", *Journal of Peace Research*, 35(3), s. 279-298.
- Qasim, S. O. (2014), *Savaş Suçları ve Uluslararası Ceza Mahkemesi*, Yüksek Lisans Tezi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Kuzey Kıbrıs.
- Sençerman, Ö. (2013), *Çevresel Güvenlik: Postkolonyel Dönemde Alman Doğu Afrika İçin Çatışma Çözümleme Örnekleri*, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.

- Sowers, J. ve Vengosh, A. (2011), Climate Change, Water Resources and The Politics of Adaptation in The Middle East and North Africa. link.springer.com/article/Fs10584-010-9835-4.
- Ullman, R. H. (1983), "Redefining Security", *International Security*, 8(1), s. 129-153.
- Waterbury, J. (2013), *The Political Economy of Climate Change in the Arab Region*. BM Kalkınma Programı Arap Bürosu, Beyrut.
- Worth, R. F. (2010), "Earth is Parched Where Syrian Farms Thrived", *The New York Times*, 13.10.2010.
- Ziya, O. (2012), "Mülteci-Göçmen Belirsizliğinde İklim Mültecileri", *Türkiye Barolar Birliği*, Sayı: 99, s. 229-240.

AŞİRET MODERNLEŞMESİ Mİ, YENİDEN AŞİRETLEŞME Mİ?†††

Mahmut KAYA†††

Sosyolojideki birçok teorik tartışmanın kökeni, birkaç yüzyıl öncesine dayanan modernite paradigmasıyla yakından ilişkilidir. Modernlik/ modernleşme olgusu, halen sosyal bilimlerde en güçlü gündem maddesi olarak önemini korumaktadır. Batı medeniyetinin gelişimi içerisinde tarihsel ve coğrafi bir durum olarak ele alınması gereken modernitenin tüm dünyayı kuşatan bir evrenselci söyleme oturtulması, bir yönüyle bilimsel yaklaşımlarla kurgulanmış siyasi/ideolojik bir proje olmasından kaynaklanmaktadır. Yapısal-işlevselci sosyolojik perspektifle temellendirilen modernleşme kuramının tarihsel ve coğrafi bir durum olan moderniteden ayrılan yönünü işte bu sosyolojik inşa oluşturmaktadır.

Yaygın görüşe göre 17. yüzyılda Avrupa’da doğup oradan neredeyse tüm dünyaya yayılan ve 20. yüzyılın ikinci yarısında post ön eki ile ünlenen, 21. yüzyılda ise global niteliği kazanarak anlam/fikir genişlemesi geçiren; insan, toplum ve doğa konusunda felsefi olarak Aydınlanma düşüncesine, siyasal olarak Fransız Devrimine ve ekonomik olarak Sanayi Devrimine dayanan ve bu dinamiklerin sacayakları üzerinde kök salan modernite, Batı kaynaklı bir düşünce sistemidir. Etnosentrizmi merkeze alan ve sürekli dikotomiler üreten yapısıyla Modernite, öteki ilan ettiği gelenekselliğe her türlü dini, mitik ve büyü orjinli değer ve pratiği dahil eder. Moderniteyi ise seküler, rasyonel, bilimsel, demokratik değerlerin tek kaynağı kalkınma ve ilerlemenin tek yolu olarak empoze eder. Batılı modernliğin gelişme ve kalkınmanın modeli olarak diğer toplumlara sunulması, hatta kim durumlarda dayatılması modernleşme olgusunu gündeme getirir. Yapısal-işlevselci sosyolojik kuram temelinde inşa edilen modernleşme yaklaşımı, toplumların modernleşmesini ilk olarak Batılı

††† Bu çalışma, yazarın “Modernleşme Sürecinde Aşiretlerin Dönüşümü: Şanlıurfa Aile Ve Aşiret Dernekleri” adlı doktora tezinden derlenmiştir.

†††Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü Öğretim Üyesi,
mahmutkaya@harran.edu.tr.

toplumların tecrübe ettiği şekliyle kentleşme, sekülerleşme, okuryazarlığın artması, sanayileşme, demokratikleşme, sosyal hareketliliğin artması, yapısal farklılaşma vb. faktörlere bağlar. Bu değişimlerin gerçekleşmesi için de başta Amerika olmak üzere modernleşmiş ülkelerin örnek alınmasını söz konusu yazın içerisinde enjekte eden yazar birçok yazara tanık olmaktadır. Bu bağlamda modernleşme, bir dönem evrensel gelişme ve kalkınmanın tek yolu olma iddiası ile birçok dünya ülkesine toplumsal ilerlemenin biricik yolu olarak sunulmuş, bu değerler çerçevesinde toplumlar gelişmeye ve değişmeye teşvik edilmiş hatta zorlanmıştır. Toplumsal değişim modellerinden biri olan modernleşmenin geleneksel toplumu dışlayan ve onu dönüştüren yapısı ile Batı merkezli etnosentirik bir karakter taşıdığını söylemek mümkündür. Bu nedenle modernleşme süreçleri Batı dışı toplumlar açısından tabii olmaktan çok, zoraki ve yapay yöntemlerle gerçekleştirilmiştir. Çünkü Batı’da gelişen modernleşme süreçleri, kendi bağlamında tarihsel ve toplumsal anlamda kökleri olan, değişimin doğal yollarla meydana geldiği bir formdadır. Buna karşın Batı dışı toplumlarda ise modernleşme süreçleri, çoğu zaman halka rağmen, totaliter metotlarla ve elit gruplar vasıtasıyla bir proje şeklinde hayata geçirilmiştir. Dolayısıyla özellikle Batı dışı dünya için modernleşme, başından itibaren çatışmacı, dayatmacı ve suni bir yapıya sahiptir. Bu çatışmanın en yoğun görüldüğü toplumlar ise modernleşme yoluna koyulmuş ülkelerdir. Osmanlı - Türkiye tecrübesi de söz konusu modernleşme serüvenlerinden biridir. Osmanlı imparatorluğunun gerileme döneminde Tanzimat’la başlayan modernleşme politikaları, yıkılışın ardından kurulan yeni cumhuriyette “Muasırlaşma”, “Batılılaşma”, “Çağdaşlaşma” adı altında kalkınma ve ilerlemenin yegâne yolu olarak benimsenmiştir. Bu bağlamda birçok yönden geleneksel toplum koşullarını taşıyan Türkiye, modernleşmenin sancılı gerçekleştiği toplumlardan biri olarak kabule dilmektedir. Osmanlıdan bakiye kalan geleneksel ve dini değerlerin ağırlıkta olduğu bu toplum yapısı, cumhuriyetin modernleşme politikaları karşısında epeyce sancılı süreçler geçirmiştir. Topluma, düşünce alanında öngörülen ilkeler, aynı zamanda sosyal gruplar ve yaşam tarzları düzeyinde de tek tipleşirmeyi dayatmıştır. Bu sosyal gruplardan biri de

Osmanlı'nın görece özerk bir yaşam biçimine rıza gösterdiği aşirettir. Osmanlıda siyasal ve toplumsal bir yapı olan aşiret ve beylikler, taşınmış olduğu geleneksel norm ve değerler, yapıya özgü davranış biçimi ve yaptırımlar nedeniyle modernleşme politikaları karşısında ciddi toplumsal çatışmalar yaşamıştır. Aşiretlerin yönetim yapısı, göçerlik ve iskan, tarım arazilerinin kullanımı, ticaret, geleneksel yaşam tarzı, enformel hukuk/yaptırım gibi birçok alanda görülen çatışma türleri buna örnek olarak sayılabilir. Günümüzde gelişmiş toplumların “post-endüstriyel toplum”, “bilgi toplumu” aşamalarına ulaştığı bir dönemde geleneksel toplumun bir parçası olan aşiret olgusunun halen Türkiye'nin Doğu ve Güneydoğu bölgesinde özgün koşullarda varlığını sürdürmesi, sosyolojik ilgiye mazhurdur. Aşiret sistemi; Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde toplumsal yapıda önemli fonksiyonlara sahip sosyolojik bir vakıadır. Özellikle kırsal bölgelerde, aşiret dayanışması daha güçlü ve dinamik bir tarzda toplumsal hayata yön vermeye devam ederken kent hayatında da aşiret ideolojisinin önemli yansımaları görülmektedir. Güneydoğu Anadolu bölgesinde bilhassa Şanlıurfa'da, aşiretin kurumsal pratikler, norm ve değerler yoluyla birey ve topluluk üzerindeki egemenliği halen belirli ölçüde sürdüğü açıktır. Kentte, gündelik hayattan toplumsal hayatın en köklü uygulamalarına kadar aşiret olgusuna bağlı değer ve pratiklerin görece yansımalarını görmek mümkündür. Cumhuriyet dönemi ile birlikte Şanlıurfa'da başlayan değişimler, terörün yol açtığı sonuçlar ve özellikle GAP projesi ile birlikte sulı tarıma geçiş; göç, sanayileşme ve kentleşmeyi tetikleyerek toplumsal yoğunlaşmanın kırsaldan kentte kaymasına neden olmuştur. Modernleşme eğilimlerinin başlangıcı olan bu süreçte tarımda makineleşme, işsizlik ve Atatürk Barajı yapımı nedeni ile arazilerin su altında kalması, nüfusun büyük kısmını kente yöneltmiş, kent; sosyal, ekonomik ve siyasal faaliyet noktasında daha merkezi bir hale dönüşmüştür. Bu dönüşüm sürecinde Şanlıurfa'daki aşiret yapıları da yeni koşullara adaptasyon yolları aramıştır. Böylece yeni toplumsal koşullarda; siyasette daha aktif yer almak, ekonomik alanda güç sahibi olmak, kamusal alanda etkin olmak ve kentteki sivil toplum kuruluşlarında yer edinmek için birtakım yönelişler başlamıştır. Aşiretlerin modernleşmesi olarak

tanımladığımız bu süreçte yönelişlerden biri sivil toplum alanında dernekleşme şeklinde açığa çıkmaktadır. Son 20 yılda aile, aşiret dernekleri adı altında örgütlenerek kamusal alanda boy gösteren aile ve aşiretler, sivil toplum kuruluşu temelinde modernleşme imkân ve araçlarını kullanarak gelişmektedir. Geleneksel değerlerle modern değerleri eklektik bir tarzda birleştiren, kırsaldaki toplulukla kentteki topluluk arasında tampon bir kurum olan aile dernekleri, kendine has yapı ve işlevleri ile özgün bir sivil toplum kuruluşu görünümü vermektedir. Klasik modernleşme kuramcılarının öngörülerinin aksine din, gelenek ve modernliği birlikte harmanlayan aile ve aşiret derneklerinin yapı ve pratikleri, çoklu moderniteler kuramsal çerçevesine girmektedir.

Peki aile ve aşiret dernekleri hangi sosyolojik bağlamda gelişmektedir? Bu dernekler aşiret sistemini ne ölçüde dönüştürmekte, dernekler modernleşmenin hangi araçlarını kullanmaktadır? Kentleşme, okur yazarlığın artması, bireyselleşme, değişime ayak uydurma, siyasal katılım, ekonomik dönüşüm gibi modernleşme kriterleri aşiretler açısından tutarlı bir şekilde işlemekte midir? Yoksa aşiretler bu imkanları kendi güç ve kaynaklarını daha da arttırmak ve tahkim etmek için kullanmakta mıdır? Bu soruların cevabını analiz etmek için aşağıda saha araştırmasından elde edilen bazı bulguları dikkate almakta yarar var.

Şanlıurfa'daki aşiret modernleşmesini araştırmak üzere yapılan çalışmada şehirdeki 14 derneğin yönetici ve üyelerinden (1042 kişilik evren) Kota Örneklemeye yoluyla seçilen 152 kişiye anket uygulaması yapılmıştır. Ankette geleneksellik ve modernlik eğilimlerini ölçmeye yönelik çeşitli alt başlıklar belirlenmiştir. Geleneksellik ve modernlik ölçütleri olarak belirlenen başlıklar şunlardır; meslek-eğitim düzeyi-konut tipi- örgütlülük-kentte kalış süresi dernek faaliyetlerine katılım-aşirete bakış-aile yapısı ve çocuk sayısı- toplumsal cinsiyete karşı tutumlar-akrabalık bağları-kan davası, çok eşlilik gibi konulardaki tutumlar-bireysel ve sosyal kimlik-bilgi kaynakları-kitap okuma sıklığı-aşiretsel örfe bağlılık düzeyi- formel hukuka bağlılık ve aracı kullanma-tüketim davranışları-siyasi tercihlerde tutum ve davranışlar-kız ve erkek

çocuklara bakışla, toplumsal cinsiyet algısı-sosyal ilişkilerde patronaj-dayanışma ve yardımlaşma ilişkileri-din ve dini aktörlere karşı tutumlar kentlilik bilinci ve yaşam tarzı tutumlarıdır. Bazı göstergeler aşağıda verilmiştir.

-Konuşulan Anadil Dağılımı: Kürtçe % 71,1, Türkçe % 22,4, Arapça % 6,6.

-Derneğe Üyelik Nedeninin Önem Derecesine Göre Dağılımı: birinci derecede akraba ve aşiret mensuplarımızla tanışma ve dayanışma imkanı sağlıyor % 84,2, ikinci derecede akraba ve aşiretimden haberdar oluyorum % 46,1, üçüncü derecede aile ve aşiret mensuplarımızla maddi-manevi yardımlaşma sağlıyor % 34,2.

-Dernek Üyeliğinin Sağladığı En Önemli Yarar: Akraba ve aşiretimle tanışma dayanışma imkânı sağlar % 90,1.

-“Aşiret” Kavramından Ne Anlaşıldığı: Yardımlaşma ve dayanışma % 49,3, Kan ve soy birlikteliği, % 48.

-Kime Aşiret Mensubu Olarak Bakıldığı: Kan ve soy bağımlı taşıyanlar % 86,8.

-Çok Çocuk Sahip Olma Hakkındaki Dağılım: Bakabildiğin kadar çocuk sahibi olmalı % 68,4.

-Doğum Kontrolü Hakkındaki Fikir Dağılımı: Yararlıdır % 46,7, Sakıncası yok % 34,2.

-Akraba Evliliği Gerekli midir? % 45,4 Evet, % 42,1 Hayır.

-Kan Davası İle İlgili Görüş: Kan davası gütmem %73,7, Töre gereği mecburen Güderim %11,2, Canın karşılığı candır Güderim % 3,3.

-Sosyal Hayatı Belirleyen Kurallar: Dini Kurallar % 71,1, Toplum Kuralları %13,2, Aşiret Kuralları % 2,6, Devlet Kuralları % 13,2.

-Adli veya Hukuki Sorunları Çözme Yolları: Aile ve aşiret büyükleri %31,6, İlgili resmi makamlar %54,6, Aile Derneğimiz % 9,2.

-Günümüzde Gelenek ve Göreneklerin Yaşatılması Hakkındaki Görüş: % 94,1Evet

-Siyasi Tercihlerde Belirleyici Olan Unsurlar: Din ve ideoloji %63,2, Akraba ve aşiretim %13,8, Kitle iletişim araçları %4,6.

-Siyasette Aşiret Desteğinin Önemi: Evet % 84,9, Hayır % 9,9.

-Oy Vermede Ortak Karar Alma Durumu: Evet %67,1, Hayır % 25.

-Kız Çocuklarının Eğitimi Hakkındaki Görüş: Üniversite dahil istediği kadar Okumalı, %80,3, Okul okumalarına gerek yok % 0,7.

-Kadın-Erkek Kıyası, Kadın erkek eşittir %61,2, Erkek kadından üstündür % 17,1

-Kız ve Erkek Çocuk Kıyasıyla İlgili Görüş: Her ikisi değerli % 91,4, Erkekler daha değerli %2, Kızlar daha değerli % 6,6.

-Mirasla İlgili Görüş: Erkeğe 2, kadına 1 hisse verilmelidir (İslami yöntem) % 44,7, Erkek ve kadına eşit hisse % 53,9, Kadına miras verilmez % 1,3.

-Kendini “Şehirli” Olarak Görme Durumu: Evet % 70,4, Hayır % 9,2.

-Aşiretlerin Modernleşmesi Hakkındaki Görüş: Evet modernleşiyor % 80,9, Hayır modernleşmiyor % 14,5.

Türkiye’deki modernleşme politikaları, yukarıdaki bulgularda da görüldüğü üzere Şanlıurfa’da halen toplumsal hayatta önemli bir fonksiyonu olan aşiret yapısı üzerinde çeşitli alanlarda çatışan ve örtüşen yönleri açığa çıkarmaktadır. Aşiret kümelerinin kırsaldan kente sirkülasyonu ile artan okuryazarlık, iktisadi gelişme, mobilizasyon ve kentleşme, modernleşmeyi görece hızlandırmaktadır. Diğer yandan kente yerleşen aşiret mensupları, dayanışma ihtiyaçlarını karşılamak üzere yeni ağlara ve sosyolojik gruplaşmalara yönelmektedir. Bölgede temel dayanışma biçimlerinden biri olan aşiret ve akrabalık sistemi, kent ortamında revizyona uğrayarak modern kurumlar şeklinde tezahür

etmektedir. Aşiretlerin kentleşme sürecinde dernekler kanununa istinaden inşa ettiği bu kuruluşlar, kamusal alanda tüzel bir kişiliğe bürünmeyi sağlamaktadır. Dernekler yoluyla aşiretler; referandum süreci, yerel ve genel seçimler, aşiretler arasındaki çatışma, eğitim, sağlık ve çevre gibi birçok konuda basın açıklamaları yaparak kurumsal görüş bildirmekte ve kamusal alanda aktif bir özne haline gelmektedir.

Aile ve aşiret dernekleri, yapı ve işleyiş bakımından eklektiktir. Dernek, bir yandan modern pratikler sergilerken diğer yandan geleneksel değerleri devam ettirerek sentezleyici bir mantık gütmektedir. Diğer bir deyişle derneklerde görece aşiretleşmeden kopuş (detrabalization) yaşanırken öte yandan yeniden aşiretleşme (retribalization) eğilimleri görülmektedir. Dolayısıyla derneklerin bir kısmı, enformel normlara dayanan aşiret ilişkilerinin önemli bir bölümünü terk ederken, bir bölümünü aşındırmakta diğer bir bölümünü ise yeniden üreterek geleneksel uygulamaları rasyonelleştirmektedir. Diğer bir deyişle modernleşme, geleneksellik ve melezlenme birlikte işlemektedir.

Şanlıurfa Aile ve Aşiret Dernekleri mensuplarının modernleşmeye karşı tutum ve davranışlarında keskin bir ayrışma görülmemekle beraber üyelerin modernleşmeye karşı tutumlarında şehirde kalış süresi, eğitim ve gelir düzeyi büyük ölçüde pozitif bir değişken olarak etkili olmaktadır. Dernek mensupları, din ve geleneğin bazı pratikleri bakımından modernleşmeye karşı direnç gösterirken, eğitim, kadın, çocuklar arasındaki toplumsal cinsiyet ayrımcılığı, yerleşim, sosyal kimlik, kan davası, çok çocuk vb. durumlara karşı modernleşme doğrultusunda önemli eğilimler göstermektedir.

Şanlıurfa Aile ve Aşiret Dernekleri, resmi olarak bir sivil toplum kuruluşu olmasına karşın yapı ve işlev olarak sivil toplumun özerklik, gönüllülük, baskı aracı olma, eşitlik, demokratik işleyiş gibi ölçütleri ile kıyaslandığında Batılı anlamda sivil toplum örgütü kriterlerine tam olarak uymamaktadır. Bunun bir nedeni dernekler üzerinde cemaatsel değerlerin baskınlığı iken, diğer bir nedeni de üyelikte resmen olmasada fiilen aile ve aşiret mensubu olmanın şart

koşulması ile derneğin hizmet ve faaliyetlerinde aşiret kolektivitesinin amaç ve çıkarlarının ön planda olmasıdır.

Dernekleri, sosyal, psikolojik, kültürel, ekonomik, siyasal faktörlere bağlı olarak değişik işlevler icra etmektedir. Yas ve eğlence merasimlerinde mensuplarına/tabânına mekân, yemek ve üyeler aracılığıyla dayanışma ve yardımlaşma gösteren dernekler, kent hayatının maddi ve manevi zorlukları karşısında kişilerin psikolojik tatmin ve güven ihtiyacını karşılamakta kent hayatının buhranını hafifletmektedir. Aşiret örgütlenmesine ait geleneklerin büyük bir kısmı dernek binalarında icra edilirken, bu mekanlar hem kır ve kent kültürüne ait sosyalleşme mekanları hem de alternatif kamusal alan olarak kullanılmaktadır. İş bulma, alışverişte akrabaları tercih etme, ekonomik işlevler olarak tezahür etmektedir. Ayrıca dernek mekanlarında mensuplara siyasi bilinç empoze edilirken, öte yandan seçimlerde mensuplar aşiret önderlerinin elini güçlendiren, siyasi ve ekonomik imtiyazlar bakımından oy kitlesi işlevi görmekte önemli bir pazarlık kozu haline gelmektedir. Dolayısıyla aile ve aşiret derneklerinin, aşiretlerin kentteki siyasal, ekonomik fırsat ve kaynaklara ortak olma amacı da bu ilişkilerde açığa çıkmaktadır.

Dernekler, gerek kırsal alanda yaşanan kan davası, arazi anlaşmazlıkları, muhtarlık seçimi gibi süreçlerde aracılık, arabuluculuk rolü üstlenmekte ve gerekse de kente göçen mensuplarının dayanışma, güven, samimiyet gibi psikolojik, iş bulma, ayni ve nakdi yardımlar gibi ekonomik, yanı sıra kimlik, aidiyet, cemaatsel tatminler gibi birçok ihtiyacı karşılamaktadır.

Tüm bunlarla birlikte okula kayıt, sağlık kuruluşlarından yararlanma, resmi nikah, ev alma, tapu işlemleri ile kent hayatının gerektirdiği yaşam tarzı hakkında dernekler, rehberlik ve sosyalleştirici bir fonksiyon üstlenmektedir. Böylece dernekler kurumsal olarak mensupları ve gönüllüleri açısından kent yaşamına uyum için ikincil sosyalleştirme işlevi görmektedir.

Şanlıurfa Aile ve Aşiret Dernekleri, kentsel hayata uyum ve adaptasyon konusunda kurum, ilişki ve değer olarak tampon mekanizma fonksiyonu görmektedir. Modernleşme sürecinde değişimi dengede tutmak, anomi ve

bunalımı önleme açısından dernekler özellikle kent kültürüne uyum konusunda önemli fonksiyonlar görmektedir. Formel hukuk ve örfi hukuk arasında aracılık/arabuluculuk anlamında uzlaşma ve yumuşak geçiş sağlama, aşiret derneklerinde önemli bir tampon işlevdir. Yine çatışmaların büyümesinin önlenmesinde derneklerin sorunları hafifletici veya çözücü etkisi, çoğu sorunun resmi makamlara taşınmadan geleneksel mekanizmalarla çözümlenmesine katkı sağlamaktadır.

Üyelerinin birçok ihtiyacını karşılayan aile ve aşiret dernekleri aynı zamanda modern patronaj ve himayeciliğe de aracılık etmektedir. Kırsalda gelenek olarak süregelen ağa, şeyh ve aşiret reisinin şahsında somutlaşan patronaj ve hamilik; kentte bazı derneklerde başkan ve yöneticiler düzleminde modern patronaj ve himayecilik şeklinde gerçekleşmektedir. Derneklerde gerek heyetlerin ve gerekse başkanlar ya da hatırlı aktörlerin icra ettiği modern patronaj ve himayecilik, çatışma ve anlaşmazlıklarda aracılık, tabanın kamu kuruluşlarındaki iş takibi, kamu hizmeti alma, bürokraside destek, yas ve eğlence günlerinde maddi ve manevi desteğe muhtaç olma gibi durumlara dayanmaktadır. Sağlanan hamilik karşılığında kısmen maddi getiriler söz konusu iken çoğu zamanda manevi ödüller ön plandadır. Patronaj ve hamilik yapan aktörlerin bu çabalarının sonucunda genelde toplumda prestijinin artması, güç ve nüfuz alanının genişlemesi, oy veren kitlenin büyümesi anlamında siyaseten elinin güçlenmesi, diğer aşiret ve aktörlere karşı üstünlük ve kamu kuruluşları ile yöneticiler düzeyinde teklif ve taleplerinin karşılanması gibi maddi olmayan avantajlar sağlanmış olur. Bir tür sosyal alışveriş örneği olan bu ilişki biçimi bireyselleşme, kentleşme ve modernleşmenin önünde engelleyici bir faktördür. Ancak değişim süreçlerinde himaye sistemleri, yeni şartlara uyumda “tampon mekanizma” olarak, “yabancılaşma” ve “soyutlanma”ya karşı görece önemli koruma da sağlamaktadır.

Derneklerin üye profili cinsiyet açısından ataerkil (erkek egemen) bir yapı sergilemektedir. Görüşme yapılan 14 dernekten alınan bilgilere göre ne yönetimde ne de üye pozisyonunda kadın bulunmamaktadır. Bu durum, sivil

toplum faaliyetlerine katılım konusunda kadınlar açısından dezavantaj olarak kabul edilebilir. Ancak erkek egemen bir yapı olan aşiret sisteminden dernekleşmeye dönüşüm sürecine kadınların dahil olmasının zamanla daha net ortaya çıkacağı düşünülmektedir.

Şanlıurfa'da faaliyet gösteren aile dernekleri, henüz yeni oldukları için tam anlamı ile kurumsallaşamamıştır. Kamusal alana aile/aşiret adı ile giren dernekler, sivil toplumun tarafsızlık/objektiflik ilkesi açısından eleştiri konusu olmaktadır. Derneklerin aile/aşiret adı ile kurulmuş olmaları derneklerin sadece o aileye veya aşirete hizmet veren bir kuruluş algısını güçlendirmektedir. Ki bu kaygı yersiz de değildir. Bu nedenle derneklerin amaç, faaliyet ve hizmetlerinde tarafsızlık, tartışma konusudur. Tüm bunlarla birlikte Şanlıurfa'daki aile ve aşiret derneklerinin gerek çalışmanın nitel boyutunda elde edilen veriler ve gerekse nicel bir veri toplama tekniği olarak anketten çıkan bulgular dikkate alındığında modernleşmenin sacayaklarından biri olan sivil toplum alanındaki varlığı, modernleşme yönünde bir değişim sürecine girildiğini göstermektedir.

Bu çalışmada dikkat çeken durum; enformel bir yardımlaşma ve dayanışma sistemi olan aşiretlerin, kentleşme, okuryazarlık artışı, rasyonelleşme, artan sosyal ve siyasal katılım vd. süreçler doğrultusunda belirli yönlerini koruyarak ve de geliştirerek formel bir dayanışma örgütü haline gelmesidir. Diğer bir deyişle aile ve aşiret dernekleri, klasik modernleşme kuramı öngörülerini aşan ve modernlikle geleneksel değerleri bir arada sentezleyen çoklu moderniteler kategorisinde değerlendirilmesi gerekir. Klasik modernleşme kuramlarının tek tipçi, evrenselci, pozitivist, evrimci, gelişim ve değişim modellerinin aksine Şanlıurfa Aile ve Aşiret Dernekleri, yapı ve pratikleri bakımından din, gelenek ve görenekleri modern imkan ve araçlarla bütünleştirerek eklektik, melez, çoğulcu, yerli ve otantik özellikler sergilemekte, bu haliyle de klasik Batılılaşmadan ayrı olarak, toplumların kendi özgün değer ve dinamikleriyle modernleşebileceği anlayışını içeren çoklu modernitelerin bir örneğini temsil ettiği düşünülmektedir. Dolayısıyla tek tipçi, dini ve geleneği dışlayan klasik modernleşme kuramı Şanlıurfa Aile ve Aşiret Dernekleri'ni açıklamada yetersiz

kalmaktadır. Toplumların kendine özgü dinamikleriyle modernleşebileceği doğrultusundaki çoklu modernite yaklaşımı söz konusu dernekleri anlamada daha önemli olmaktadır. Sonuç olarak Şanlıurfa'daki, geleneksel yapıların çözülüşü ve yeniden kurgulanışını anlamak ve değişimin boyutlarını açıklamak için kapsamlı bilimsel araştırmalarla ele alınması, konuya yönelik akademik ilginin artması gerekmektedir.